Destilería que Adegas Moure tiene en el polígono industrial de Escairón. AEP

Un licor de Adegas Moure y el aguardiente Quenza, los mejores de Galicia

- Los productos lograron Potes de Ouro en la cata anual de destilados
- El vino Moure Tradición da el salto al mercado internacional

L.A.R.
ribeirasacra@elprogreso.es

MONFORTE. La Cata de Viños, Augardentes e Licores de Galicia ha dejado importantes premios en la Ribeira Sacra. Uno de ellos, el Pote de Ouro, fue para el licor café Abadía da Cova que elabora desde hace 25 años Adegas Moure en O Saviñao, una bebida que confecciona en su destilería de Escairón mediante un proceso de maceración durante al menos un mes de aguardientes propios con una selección de cafés de Colombia y Brasil, canela, fruta y azúcar.

Con 31 grados alcohólicos, huele intensamente a café natural, chocolates, tostados y especies dulces. La excelencia de este licor ya ha sido reconocida en otras ocasiones en diferentes certámenes.

Uno de los responsables de la bodega, Evaristo Rodríguez, se mostró muy satisfecho con el galardón. Señaló que es un reconocimiento al uso de productos de calidad.

Sobre el mercado de este y otros licores que comercializa Adegas Moure, como el de hierbas, añejo, crema chocolate con cerezas o miel, todos ellos usando como base el aguardiente destilado del bagazo de sus viñedos, Rodríguez manifestó que es «complicado, pois non é unha bebida de moda», aunque reconoció que las cremas han experimentado cierto tirón.

Con todo, indicó que no se quejan en cuanto a ventas, pero que el mercado podría ser mucho mayor «porque estamos a falar dun produto de alta calidade que se obtén dunha materia prima tamén de primera calidade, sen colorantes ou outros aditivos», destacó.

En la misma cata pero en la sección de vinos quedó en sexto lugar y logró un diploma el vino Moure Tradición que elabora una sección de la propia Adegas Moure.

Esta división de la empresa, denominada Moure Viños Artesáns S.L., está pensada para romper la monotonía de los vinos actuales y recuperar el espíritu de los antiguos caldos que mezclaban distintas variedades que convivían en la misma parcela.

El caldo de Moure que lleva el apellido de Tradición fermenta en barricas de roble, es remontado a mano con parte del raspón y clarificaciones naturales con el paso del tiempo. Ya logró varios galardones como el de mejor tinto de Galicia 2015 según la Guía Peñín o el mejor barrica gallego según la Guía Gourmets. Además, se alzó con 92 puntos en la revista de Estados Unidos Wine & Spirits.

Este vino acaba de llegar a Estados Unidos y Reino Unido y pronto estará en Canadá, Finlandia, Perú, la República Checa, Polonia o Bangkok.

CHANTADA. La factoría Customs Drinks que Hijos de Rivera, propietarios de Estrella de Galicia, tiene en Chantada, también se hizo con un Pote de Ouro en la modalidad de aguardiente blanca que se obtiene de la destilación de bagazo de las variedades mencía, albariño y treixadura en alambique de cobre.

También dispone de licores, como de café, hierbas o crema. Todos ellos se comercializan bajo la marca Quenza.

Estos productos son un tanto desconocidos, pues si por algo tiene fama Custom Drinks es por la elaboración de una sidra acogida al consejo regulador de agricultura ecológica de Galicia que se vende con el nombre de Maeloc.

Viña Peón destaca entre los caldos cosecheros

En la sección de vinos uno de los galardones más importantes, el de mejor vino cosechero elaborado por una pequeña bodega, fue para el mencía Viña Peón. Este caldo hecho por la bodega O Canceliño, que regenta Ernestro Rodríguez Pérez, se llevó el Acio de Ouro de la categoría.

Historia

O Canceliño se integró en la Denominación de Origen Ribeira Sacra en el año 2002. Su producción actual es de 5.000 botellas de mencía por cosecha, aunque está dimensionada para producir 20.000. Su viñedo se ubica en una zona privilegiada de Amandi, justo encima del río Sil.

Aceite gallego

POR **JOSÉ ESPINOSA**
BIÓLOGO

EL ACEITE de oliva gallego, junto con el vino y la miel, representan sectores emergentes capaces de revitalizar las mermadas comunidades rurales con una gestión congruente y racional. Son ejemplos del valor añadido que supone la vinculación a Galicia.

El berciano Padre Sarmiento afirmó que si la actividad oleícola prosiguiera y se desarrollara en los valles de Quiroga y Monterrey, «Galicia non necesitará de maragatos nin mariñeiros que a título de aceite lle extraian os seus dobróns». Sin embargo, solo se mantuvo en Quiroga en un estado protoindustrial relicto para reactivarse en la era post industrial y renacer en otros lugares de Galicia, versus Gallaecia.

El éxito del aceite, surgiendo de su valor etnográfico, se sostiene en la calidad diferencial dada por las variedades de aceitunas autóctonas y aclimatadas, por las condiciones biogeográficas de los olivares y, sobre todo, por los momentos de recolección de la aceituna, llámese clases de maduración, que junto a las condiciones mecánicas de extracción, condiciona la calidad comercial y culinaria de los aceites por los niveles de polifenoles y de sus calidades, niveles que se han de integrar en un equilibrio organoléptico de picantes y de amargos. Y habiendo parámetros en los que se puede incidir ya desde el olivar, se puede afirmar que la calidad del aceite depende del productor.

La relación entre la maduración de la aceituna y la calidad del aceite, lo testimonia Plinio con cinco calidades de aceite. 'Oleum ex ulvis olivis' procede de aceitunas verdes, 'oleum viride', de semimaduras; 'oleum maturum', de maduras; 'oleum caducum', de las caídas al suelo y 'oleum cibarium', de aceitunas casi podridas, categorías que se corresponden con siete clases de maduración perceptibles en la finca.

Se destacó y se ratifica que el rendimiento aumenta con la maduración en detrimento de la calidad, por la disminución de polifenoles desde la maduración incipiente, dando a los aceites distintas intensidades de picante y amargo.

Por ello, para las distintas marcas y tipologías, especialmente las de carácter colectivo, es fundamental establecer objetivamente la clase de maduración deseada a partir de un seguimiento en el olivar de la maduración del fruto hasta la clase deseada para el aceite que se quieran obtener.

Es responsabilidad de los productores la valoración que se haga del producto ofertado. Ha de ser congruente con los informes que desde los comités de marcas colectivas y de otros instrumentos de protección y control, de forma indubitada y objetiva, establecen las características y origen del producto que permiten posicionarlo en un mercado con los elementos suficientes para su contraste y, llegado el caso, defensá frente a la competencia, y sin perjuicio de otros contrastes y estudios, siempre con capacidad de réplica en igualdad de armas.

Y para ello, nada mejor que próximos a los centros de producción, y desde estos, se organicen grupos cualificados que con autoridad, que no potestad, establezcan el momento óptimo de recogida en función del producto deseado y auditen el proceso de elaboración en todas sus fases al objeto de corregir o enmendar los errores que en dicho proceso se puedan cometer, evitando de esta forma que concurran al mercado productos cuyas cualidades sean discutibles y difícilmente defendibles.

Un marco adecuado para la creación de estos equipos son los comités de marcas genéricas como Aceite de Quiroga o los consejos reguladores de los diferentes instrumentos de protección como indicaciones geográficas o denominaciones de origen.

Y todo ello en aras del desarrollo sostenible del sector, emergente para comarcas como Quiroga, facilitando la tipificación y la valoración objetiva y repetible de los aceites ofertados.