



extremas. De hecho, en el sur de Italia hay muchos pantanos y el vacuno que mejor se adapta es el búfalo, de donde se obtiene la legendaria “*mozzarella di bufala*”. Contra lo que se pueda pensar, el resultado es un queso muy suave y cremoso, ya que también tiene un alto tenor graso, lo que en ocasiones dificulta su maduración. Es de color blanco inmaculado porque la leche de búfala carece de pigmentos. El precio por kilo ronda los \$300.

El **P'yramid** es otra perla local de origen francés. Es una pequeña horma de queso de cabra en forma piramidal. Cuenta la leyenda que Napoleón, tras su regreso de la campaña de Egipto, paró en Valençay, ciudad donde se produce el queso en cuestión. Ante la vista de la pirámide láctea, le sobrevino un ataque de ira, desenvainó el sable y le arrancó la punta. Será por eso que el P'yramid tiene forma de pirámide inacabada... En Córdoba lo produce la familia de José Ignacio Romero Díaz, en la Alquería Santa Olalla, a partir de la excelente leche que dan las cabras Anglo-Nubian. El resultado es un queso de pasta blanda, graso y de tenue aroma caprino. El precio del kilo es de \$ 400, aproximadamente, y se consigue en almacerías de delicatessen.

Otro caprino de excelencia es el **Lusignan** que elabora Cabaña Piedras Blancas en Suipacha. En Francia es conocido como “*Rond de Lusignan*” y proviene de la zona montañosa de Poitou-Charentes, ideal para la cría de cabras. Originalmente se hacía con leche cruda, sin pasteurizar, pero en la Argentina está prohibido comercializar estos quesos en esas condiciones. Piedras Blancas pasteuriza su leche y aún así no se advierte desmedro en la calidad del producto. El resultado es un queso refinado, de un blanco radiante, cremoso, que se desintegra en la boca, con un tenue sabor láctico y caprino. El precio del kilo es de \$ 499.

Entre su variado repertorio, Piedras Blancas cuenta además con un **Ligne Noir** (en Francia se lo llama “*Morbier*”), de pasta semi dura y un 50% de tenor graso, con una sugestiva línea negra que atraviesa el queso hecha a base de carbón vegetal alimentario. Tiene aromas sutiles cuando es joven, pero cuando evoluciona gana en pungencia, con un dejo “mórbido” al final, característica que le da el nombre. El precio del kilo es de \$ 290.

Sin embargo, si de rarezas se trata, Mauricio Couly, el maestro quesero más audaz,

cuenta con un **Patagonzola**, un queso azul similar al Gorgonzola italiano pero hecho con un 70% de leche de vacas Jersey y un 30% de leche de oveja. Es un queso de pasta blanda, muy cremoso, con tres meses de estacionamiento. Tiene un sugestivo color marfil y vetas verdosas azuladas, amén de las cavernas que forma el “penicilio”. Lo vende principalmente a restaurantes (Tegui, Sucre, Cucina Paradiso), aunque está en tratativas para comercializarlo en una conocida charcutería de lujo. El kilo cuesta \$ 450. Couly también está experimentando con hormas de 30 kg de quesos tipo Gruyère y Compté.

El **Rebleusson** de Fermier es otro estupendo peso pesado de la *frommagerie* local. También se produce en Suipacha, inspirado en el Reblochon de la Alta Saboya, un queso del siglo XV que los campesinos hacían con la leche del segundo ordeño, más grasa y cremosa, a espaldas del señor feudal, a quien daban solo la primera leche. Es un estupendo queso de pasta semi blanda, plano y redondo, de corteza amarilla azafranada, que tiene un aroma que raya lo fétido, pero que en boca resulta sumamente suave y agradable. Se consigue en almacerías de delicatessen y el precio del kilo es de \$ 438. ■



La revolución del galón

Como un spin-off de la creciente (y casi insoportable) movida artesanal que invade Buenos Aires y, en menor medida, el resto del país, la birra tirada ya no se toma solo en bares: la posta ahora son los growlers.

No existe una estadística oficial que lo confirme. Algunos dicen que abrió un bar cervecero cada dos días; otros, más precisos -es el caso del portal *Aires de Bares*-, aseguran que el conteo de microcerveceras y bares abiertos al público en 2016 se eleva a 64 locales (uno cada cinco días, aproximadamente). Y esto solo en

POR
**ABRIL CORREA
LEVERATTO**

Buenos Aires. En provincias como Córdoba y Santa Fe, la tendencia se reproduce: en Rosario, por ejemplo, la prensa vernácula sostiene que inauguraron 22 bares dedicados a la cerveza artesanal en el último año. El fenómeno ya es innegable: los argentinos estamos tomando birra de pequeños y medianos productores como

nunca antes.

Según datos de la Cámara de la Industria Cervecera Argentina (que nuclea a los principales productores industriales, como Quilmes, Isenbeck, CCU y otros), en nuestro país se bebían 43 litros per cápita al año, representando el 50% del total de bebidas alcohólicas consumidas, hasta



2015, cuando disminuyó a 40 litros. Pero, paralelamente, se duplicó el volumen de cerveza artesanal producida por más de 500 emprendimientos distribuidos en el territorio nacional. Desde entonces, el mercado sigue siendo prometedor y el crecimiento se sostiene en un 40% (según dicen los cerveceros de Mar del Plata, la región productora más importante de Buenos Aires y donde, dicho sea de paso, se va a celebrar el primer Congreso Argentino de Cerveza Artesanal, el próximo 4 y 5 de agosto). Con esa leve disminución del consumo de marcas industrializadas y la feroz imposición de las artesanales en los bares, las grandes compañías responden como pueden: incorporan a sus portafolios y a las góndolas marcas *premium* e importadas. También existen casos aislados como el de Heineken, que tuvo un bar *pop-up* dentro de otro (Festival, en Palermo), y el de Cerveza Patagonia: en una agresiva acción a escala nacional, la marca industrial más cercana al segmento artesanal abrió ¡22! locales propios, casi simultáneamente, a los que ha resuelto llamar “Refugios” y se

ubican en CABA, Nordelta, Maschwitz, Mar del Plata, Cariló, Pinamar, La Plata, City Bell y en tres localidades de Córdoba.

DEL BARRIL A LA MESA

Sin carta de platos, sin tragos de autor, sin servicio de mesa, con poco espacio para sentarse y con una permanente turba de gente en la vereda: la postal de este tipo de negocio es, a esta altura, arquetípica en barrios como Palermo, Villa Crespo o San Telmo, en Capital, o en cualquier zona concurrida de una ciudad -quizás no tan grande. Lo que antes era una propuesta inusual -juntarse cada tanto en alguna sucursal de Antares, marca pionera en el rubro-, hoy es ritual *millennial*: una, dos, tres veces por semana o más, la Generación Y se da cita en lugares incómodos y superpoblados para tomar una IPA recién tirada y comer, con suerte, una buena hamburguesa o un *snack* contundente. Un bar tras otro intenta redoblar la apuesta. Van de la singularidad de la producción propia (Breoghan y Jerome, por citar solo dos ejemplos) a la

oferta de canillas récord -multicanillas con diez, quince o veinte estilos elaborados por microcerveceras-, pasando por cervezas curiosas, propuestas gastronómicas más atractivas y la gran nueva explosión: los *growlers*.

“En los últimos años, se empezó a ver más frecuentemente este envase, exhibido al lado de las canillas en cervcerías de todo el país, ya que es un formato económico que transporta a donde vayas casi dos litros del producto que las microcerveceras artesanales solo pueden embarrilar”, explica Santiago Mateo, responsable de marketing de la cadena Cervelar, sobre los jarrones de vidrio (marrón oscuro, para filtrar los rayos UV) que permiten llevar cerveza del bar al hogar, tirada, fresca y a un precio bastante más conveniente que el de la pinta promedio. Tienen capacidad para 1.9 litros, respondiendo a la medida original, en galones (1 galón es 3.8 litros y medio galón -un *growler*-, la mitad). En Cervelar, con nueve sucursales a lo largo y ancho de la Capital, el botellón cuesta \$209 y su recar-



ga, de cualquiera de las birras disponibles, tiene un costo de \$200. Es decir: un 60% menos de su equivalente en pintas (de 500 cc, a \$80 cada una). La única condición es que sí o sí debe llevarse para tomar en casa, por razones lógicas. Una maravilla de la comunidad cervecera: el *refill* de tu *growler*, aunque tenga la estampa de un bar en particular, lo podés hacer en cualquier cervecería que te guste, previa limpieza a fondo del envase. “Está creciendo tanto el auge que estamos cortos de stock y ya pedimos 1000 más. Esperamos que eso nos dure seis meses. La gente lleva cada vez más para su casa y es usual que tengan dos: así se llevan dos estilos distintos una vez por semana para asados o cenas”, asegura Mateo.

Como Cervelar, hay muchos: Antares fue el primero en sumar esta modalidad en 2013 y la conserva hasta hoy (\$210 la recarga); On Tap (\$210) y el recién remodelado Buller (\$200) también se sumaron a la ola *growlera*. Incluso los “Refugios” de

Cerveza Patagonia ostentan *growlers* entre sus opciones. No tardó en llegar, tampoco, un lugar especializado en este formato. Se llama Burton Estación de Cerveza, abrió a fines de enero en una pequeña propiedad en Laprida 1770 (Recoleta), ofrece a \$100 el botellón y cuesta \$160 el *refill* de siete tipos de cerveza.

Pero, tal vez, el que mejor encarna la identidad del movimiento es Growlers, bar homónimo y una de las aperturas más resonantes de 2016, con domicilio en Gurruchaga 1450, Palermo. “El concepto de nuestra cervecería se inspira en el mismo significado de la palabra ‘growler’: como medio de transporte de la cerveza artesanal -dice Manuel Migaraya quien, además de socio y sommelier, es chef del lugar-. Destaca el medio que hace llegar la cerveza desde los productores hasta el consumidor, en un entorno y con complementos de producto que determinan la experiencia. Además, es un nombre en el cual la

tradición tiene un papel muy importante: podemos ver *growlers* desde las vasijas de los monjes de la abadía, característicos de cervezas tan vigentes como la Tripel. En nuestro local, esa tradición es fundamental”. En una esquina de dos pisos, con las ineludibles mesas altas en la vereda y una terraza siempre desbordada, Growlers cumple al pie de la letra con su intención: sus botellones (\$200 tanto para la compra como la recarga) se pueden colmar con 20 estilos de cerveza artesanal proveniente de productores conocidos -y no tanto- de la escena local. Gambrinus, Kraken, Antares, Berlina, Nuevo Origen, Dust, Cork, Finn, Pacheco, Crafter; IPA, APA, Honey, de trigo, Stout, Barley Wine: estos son algunos de los estilos y marcas que dicen presente en su barra y se pueden pedir para llevar. “Por la rotación de gran variedad de cervezas, Growlers es una vidriera de este producto que hace años viene mejorando, aumentando en cantidad y en calidad, y que es netamente nuestro: argentino”. ■



BOOK A PLAYMATE FOR YOUR NEXT EVENT

CORPORATE EVENTS
TRADE SHOWS
PRODUCT CAMPAIGNS
NIGHT CLUB APPEARANCES
SPORTING EVENTS
FEATURE FILM & TV
ADVERTISER VIDEO & PRINT
FASHION FOR EDITORIAL

PLAYMATEPROMOTIONS.COM

