



Pimienta & El Sibarita

GASTRONOMÍA

LICORES




Edición junio 2022

IDEAS PARA CELEBRAR EL
DÍA DEL PADRE

EL DÍA DEL PADRE, celebrémoslo con
"El padre de las cervezas fuertes"

EL ESNOBISMO en el mundo de los buenos humos

Por Magdelis Marcano • Cigar Sommelier IACS • Habano Junior
Habano S.A. •  @magdemarcano

En esta oportunidad les escribo sobre el tema del esnobismo de los fumadores de tabacos, puros o habanos, y en este contexto, observo que esta tendencia ocurre justo en ese momento en el que un fumador comienza a ponerle más atención a la marca del tabaco de su fumada, a la relevancia o prestancia de la casa que comercializa dicho tabaco, que a la fumada en sí, lo cual hasta cierto punto no está mal, pero sí cuando se hace cotidiano este actuar y, es que en este justo instante aparece el esnobismo en su máxima expresión, pues digamos que la dicha, la serenidad o la complacencia para nuestro sentir en las caladas al tabaco elegido para la ocasión pasa de ser el objetivo principal, a ser una exagerada admiración, una necesidad de resaltar la distinción de la vitola escogida y de la casa de procedencia de la misma, es decir, pretender de esta manera quizás ser considerado un fumador experto, distinguido y obviamente elegante, en este mundo selecto de los buenos humos.

Lo anterior, nos lleva a reflexionar sobre el momento en el cual permitimos que nuestra fumada se haga parte de nuestro status. En este punto, es importante resaltar sobre la novísima costumbre de fumar en grupos en los exclusivos cigars lounge, u otros lugares concertados para disfrutar de esta pasión sibarita, en la cual para el ego de los fumadores es un plus hacer notar a otros que la fumada del momento es un tabaco de marca reconocida, de edición limitada, exclusivo y, para ello las redes sociales juegan un papel interesantísimo puesto que es la vía ideal de llegar a las masas (fumadores habituales, expertos y/o cigars entusiastas), yo diría que la más eficaz para lograr seguidores que enaltecen de manera equívoca este actuar.

En mi caso particular, como fumadora siento que disfruto, que valoro muchísimo mis fumadas en solitario, momento que guardo en mi memoria como un tesoro, con cariño y por supuesto el nombre del tabaco que me acompañó, haya sido o no de buena construcción o de renombre en el mundo de la industria tabacalera, sencillamente, guardo para mí la serenidad que me regaló así como las características que descubrí de él.

Para concluir creo que ya sea que fumemos en solitario o en grupo solo cuando el nombre de la marca lo dejemos de lado y centremos nuestra atención al momento, la compañía, el intercambio de conocimiento, las anécdotas y la buena convivencia es cuando más se disfruta la fumada.

NUEVO SIGLO DEL RON, historia del ron en el s.XX y el s.XXI

Por Pedro Perales • Sommelier ASI y Ronmelier

 @pedroperalesg



Durante el primer tercio del s.XX se producen en América una serie de movimientos sociales en contra del consumo de bebidas alcohólicas llamados Movimientos de Templanza, ocurriendo en los Estados Unidos, primer consumidor de bebidas alcohólicas del mundo de la época, un hecho sin precedentes en su historia: "La prohibición de la producción, transporte y venta de bebidas alcohólicas, conocida como la Prohibición, Ley Seca o Enmienda 18", sin embargo, el consumo no se prohibió. Esto causa de inmediato el surgimiento de un crimen organizado entre descendientes de judíos, italianos e irlandeses, que suministró durante 13 años alcohol al pueblo norteamericano en bares clandestinos o Speakeasy donde se consumía fundamentalmente ginebras, whisky escocés y canadiense, y por supuesto RON.

Se estableció también una línea marítima tanto en la Costa Atlántica como en la Costa del Pacífico llamada RUM ROW, el límite marítimo era de tres millas antes del 21 de abril de 1924 y de 12 millas después. A esta línea inicialmente en Florida llegaban todas las noches cientos de barcos pequeños cargados de ron del caribe y pronto se multiplicaron por todas las costas de Estados Unidos llevando también Whisky Canadiense, siendo la principal y más grande la RUM ROW de New Jersey, seguida de San Francisco, Virginia, Galveston

y New Orleans. Durante los trece años de Prohibición el consumo de Alcohol se triplicó.

El 05 de diciembre de 1933, se deroga la Prohibición o Ley Seca, por el entonces presidente Franklin Delano Roosevelt, ratificada más tarde por la Enmienda XXI de la Constitución. Esto hace que Bacardí tome el liderazgo del ron en Norteamérica, estableciendo una escuela de Camareros, y se cree toda una carta de cocteles que fortalece su posición comercial frente a los rones del caribe. El ron tiene un auge en su consumo antes de la segunda guerra mundial y al culminar esta en 1945 la categoría ron se ve golpeada duramente por la entrada del vodka, gin Ingles y el whisky escoces.

Durante la segunda mitad del s.XX la demanda de ron transcurre entre picos y valles, y finalmente en los inicios del s.XXI ocurre un incremento considerable de la producción y consumo de nuestro destilado del caribe en Asia y Europa, posicionando al ron en la actualidad en un consumo de alrededor de 134 MM de cajas durante la pandemia (Crecimiento del 35% Vs año 2000), lo que nos hace entender y celebrar que estamos en el NUEVO SIGLO DEL RON. Vivámoslo y disfrutémoslo con responsabilidad.