

PL

LIFESTYLE
PRES

Año 02 | N° 13 | 2025



ANTONELLA & XIMENA

12 años de amistad y seguimos creando



VINOS SIN MAQUILLAJE

Lo nuevo que trae Madero Market a Perú es Inconsciente, la línea de vinos con fermentación y crianza en huevos de concreto para lograr una expresión cada vez más genuina. Sauvignon Blanc, Merlot Rose, Criolla y Malbec de la montaña que transmiten el amor por el fruto de la tierra, respetando su esencia natural.

Tradición y modernidad se entrelazan en el Valle de Uco, acercándonos a vinos cada vez más auténticos que reflejan el espíritu fresco de esta parte del mundo vitivinícola. En psicología, el inconsciente es esa dimensión más verdadera, que está detrás de todo lo que hacemos, pensamos y sentimos. Se expresa a través de mecanismos, chistes, sueños y tiene que ver con ese espacio interno en el que somos auténticos. Inconsciente es una línea de vinos sin maquillaje, donde el viñedo transmite el carácter más puro de sus frutos. Una honestidad que atraviesa los sen-



tidos y nos invita a visitar ese lugar en el que, libres de mandatos y prejuicios, se disfruta de una copa de vino.

Eugenia Luka de Finca Sopenia es la mente detrás de este proyecto. Ella pertenece a la segunda generación de una empresa familiar donde las decisiones siempre se basaron en el mérito y no en el género. Estuvo ligada a la bodega desde el principio. El nombre de Sopenia combina su nombre con el de Sofia, su mejor amiga, hija del socio de su papá. Cuando terminó el secundario, Eugenia estudió Psicología, obtuvo el título de Licenciada y se fue formando en el mundo del vino para incorporarse formalmente a la bodega. Durante su gestión acompañó el lanzamiento de vinos como Antisynthesis, una serie de co-fermentaciones

en partidas limitadas; así como el nacimiento de nuevas líneas completas como Karma e Inconsciente.

La fermentación en huevos de concreto es una técnica innovadora que logra vinos que respetan la tipicidad de cada cepa,



sin interferencias. Por la naturaleza porosa del material, ayuda a la microoxigenación natural sin aportar taninos ni aromas. Inconsciente busca compartir el carácter del Valle de Uco en su estado más puro. Por ello, el resultado son vinos más ligeros, redondos en boca, donde se presenta el varietal bien expresivo, con mucha fruta y frescura. Merlot Rosé nace en viñedos orgánicos que cosechan de forma manual y prensan de forma inmediata, buscando el mínimo contacto entre pieles y mosto. De color rosa brillante, en nariz se presentan aromas a frutas rojas como frutilla y cereza, en boca la acidez marca el recorrido en el tiempo, con un regusto jugoso que hace recordar a ciruelas.

En Inconsciente Criolla honran la historia de la viticultura del Valle de Uco. Encontraron en un viñedo antiguo de Vistaflora plantas centenarias de Criolla Chica que los enamoraron por su madurez y carácter. Una vez



en bodega fermentan en huevos de concreto, lo que les asegura la expresión más pura de la cepa. El resultado es un vino fresco y liviano, ideal para disfrutar un tinto en días cálidos, y viajar a través de los sentidos a esos primeros viñedos que iniciaron la historia de la viticultura argentina. El verano nos pide vinos livianos que acompañen el clima y la cantidad de encuentros de la época. Inconsciente Sauvignon Blanc es un vino orgánico, vegano y de baja graduación alcohó-

lica. Con seis meses de crianza en huevos de concreto, captura la esencia natural de la cepa, con notas cítricas, florales y minerales características Gualtallary. Un vino fresco ideal para disfrutar solo o acompañando platos ligeros.

Finalmente, el icónico Malbec proviene de 1200 metros sobre el nivel del mar. Suelos de origen aluvional, de estructura suelta y muy permeables. Selección de zonas franco arenosas. Con seis

meses de crianza en huevo de concreto, a la vista presenta notas violáceas típicas del Malbec de montaña. En nariz se perciben notas de ciruela, guinda y rosas, luego aparecen notas especiadas. En boca ingresa con taninos finos y suaves que marcan una textura típica de Gualtallary. ¡Anímate a probar vinos con esencia singular gracias a Inconsciente! Pronto en diversos restaurantes de nuestro país gracias a Madero Market (@maderomarketperu).



¿Por qué la historia llamó “brujas” a las mujeres cerveceras?

Por Silvia de Tomás

Si te pidieran imaginar a una bruja, es probable que la visualices con un sombrero puntiagudo, un caldero humeante, una escoba y un gato negro. Pero, ¿y si te dijera que esa imagen clásica podría tener su origen en las antiguas mujeres cerveceras? Esta conexión revela un pasado cervecero femenino y una narrativa de estigmatización y poder. En la Europa medieval, la elaboración de cerveza era una tarea femenina. Las ‘alewives’, como se les conocía en Inglaterra, elaboraban cerveza en casa y la vendían para sustentar a sus familias. Cada elemento asociado con la imagen de una bruja tenía una función práctica: el sombrero puntiagudo llamaba la atención en los mercados; la escoba indicaba que había cerveza a la venta; la olla grande servía para infundir granos y convertir almidones en azúcares fermentables. El gato alejaba a los roedores de los granos. Estas mujeres no solo elaboraban cerveza, sino que manejaban negocios y eran económicamente independientes.

Sin embargo, cuando la industria cervecera se profesionalizó, los hombres comenzaron a desplazarlas. En un contexto de superstición y control social, muchas fueron acusadas de brujería, vistas como una amenaza económica y social. La caza de brujas, que alcanzó su apogeo entre los siglos XV y XVII, se centró en mujeres independientes, parteras, curanderas y cerveceras. El Malleus Maleficarum, un infame manual publicado en 1487, reforzó la idea de que las mujeres que desafiaban el statu quo eran peligrosas. Las cerveceras, con su independencia económica y su conocimiento práctico, fueron blanco fácil de la estigmatización. En esa época, estas mujeres no comprendían la ciencia detrás de la fermentación. Sabían que al dejar reposar una mezcla de cereales y agua, esta burbujeara y se transformaba en una bebida alcohólica. Usaban lo que llamaban ‘la madre de la cerveza’, un residuo de fermentaciones anteriores con levadura activa.

No fue hasta 1857, cuando Louis Pasteur descubrió que la fermentación era causada por microorganismos, que se comprendió científicamente el proceso. Este hallazgo revolucionó la industria cervecera, permitiendo un control preciso de la calidad y desmitificando un proceso que durante siglos estuvo envuelto en superstición. Si alguna vez hacer cerveza fue motivo de persecución, ¿qué significa hoy para una mujer elegir esta profesión con libertad y pasión? Creo firmemente que toda niña o mujer debe ser libre de escoger la carrera que le llene el alma, sin prejuicios ni limitaciones de género. Ser cervecera es como ser chef: ambas profesiones transforman ingredientes simples en experiencias memorables, combinando arte, técnica y pasión. Un chef diseña platos equilibrando sabores, texturas y presentaciones. Una cervecera hace lo mismo, pero en una copa. Seleccionamos ingredientes como quien elige los mejo-

res productos, proyectamos aromas y sabores con precisión, equilibrando amargor, dulzura, alcohol y cuerpo.

El color de la cerveza revela las maltas utilizadas; la espuma, como un emplatado perfecto, debe ser atractiva y persistente; la carbonatación aporta frescura, como un toque final que transforma el bocado. Investigamos, experimentamos y afinamos nuestras recetas, igual que un chef en su cocina. Pero hay un paso crucial que define la calidad final: la fermentación. Como un panadero cuida su masa madre, nosotros vigilamos la fermentación con atención y paciencia. Es un proceso vivo, donde las levaduras transforman los azúcares en alcohol y CO₂. Cuidarla es como cuidar un guiso a fuego lento, sabiendo que el tiempo y las condiciones adecuadas son clave para un resultado excepcional. Somos chefs de cerveza. Más allá de títulos como especialistas o maestras cerveceras, nuestra labor se traduce en investigación y aprendizaje constante, creando algo que une a las personas en torno a una mesa, una barra o una conversación compartida.

Hoy quiero conmemorar a todas las cerveceras del mundo que he tenido el honor de conocer. Salud por su resiliencia, su amor y esas grandes cervezas que elaboran con el mismo espíritu que siglos atrás llevó a muchas mujeres a ser injustamente llamadas brujas. Mi admiración también va para las cerveceras de la Pink Boots Society, mujeres que no solo elaboran cerveza, sino que abren camino, inspiran y transforman la industria a través de la educación. En Perú, quiero reconocer a las mujeres que están al frente de cervecerías excepcionales, demostrando que el talento no conoce límites: Delia, Caños del Santero, Limamanta, Memorias, Invictus, Vagabundos, Jack Vled, Trium, Candelaria y mi propia cervecería, Two Broders. Cada una no solo produce cerveza, sino que fermenta cambio, innovación y comunidad.

Pero la historia no termina aquí. La industria cervecera sigue evolucionando y, con ella, el papel de las mujeres que la impulsan.

¿Qué sigue? Tal vez nuevas técnicas, estilos inesperados o un liderazgo aún más visible. Lo cierto es que la cerveza, como la historia, siempre está fermentando algo nuevo. Y quizás la próxima gran revolución cervecera también lleve el sello de una mujer apasionada por este arte milenario. ¡Salud!



Jefa de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas



INCONSCIENTE

SAUVIGNON BLANC

MERLOT ROSÉ

CRIOLLA

MALBEC



Compra en línea en www.maderomarket.pe | [@maderomarketperu](https://www.instagram.com/maderomarketperu)

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DANINO