

100 AÑOS DE RAMÓN BILBAO / MAR DE FRADES FINCA LOBEIRA / CAN SUMOI

# planetAVino

REVISTA DE VINOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

¿Virtudes  
o defectos?

Malbec



# Vino olímpico

(only Spain) 6,00 €  
número 115  
AGOSTO / SEPTIEMBRE 2024



# HEREDEROS DEL MARQUÉS DE RISCAL

WINE MODERATION  
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR  
EL VINO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN



*Perfecta armonía*  
**100%organic**



LA LUNA  
ANDRÉS PROENSA

# La nueva comunicación

*Influencers* de todo pelaje, aprovechados que se benefician de la virtual gratuidad de las redes para prostituir un medio que en principio traía libertad. Hacen alarde de presunta frescura, disfraz para su supina ignorancia, sustituida por el insulto, la descalificación gratuita de gentes, empresas y productos que no son de su cuerda o que no pasan por su hambrienta caja. Hay algún comunicador serio, pero, en general, no aportan más que barro a un charco que ya estaba bastante turbio sin ellos.

**E**n plena calima de julio hemos recibido un comunicado de prensa de una agencia en la que se expone el peso que tienen los llamados *influencers*, al parecer capaces de dejar «en segundo plano» a los medios de comunicación tradicionales, como la revista PlanetAVino. Cuesta entrar en el mecanismo mental que lleva a una agencia de comunicación a difundir esa buena nueva a través de un medio que no pasa de estar «en segundo plano». Cabe pensar que la nota será reproducida por tan importantes e influyentes comunicadores, capaces, según informa la nota, de ser el único medio de promoción de algunas empresas. Y cita dos marcas, mundialmente desconocidas, probablemente de la misma empresa y sin duda clientes de la agencia, pero aparentemente dedicadas al mundo de la hamburguesa, cuyo nombre me niego a reproducir dada la escasa importancia que para ellas tienen medios como esta revista.

Sin citar fuente salvo «recientes estudios de mercado» anónimos, sostienen que «con la llegada de las plataformas digitales y el cambio en los hábitos de consumo de medios, las marcas han reorientado sus inversiones hacia estrategias más efectivas y medibles». Aprovechan para establecer hasta cuatro categorías de *influencers*, sin tomarse la molestia de explicar cada una de ellas.

Es un ejemplo claro de los intentos, insistentes aunque no nuevos, por dar lustre a una actividad que seguramente es lucrativa y seguramente cuenta con co-

municadores rigurosos y respetables, pero que está consiguiendo en un tiempo récord un desprestigio nada despreciable. En la mayor parte de los casos conocidos, un *influencer* es un hábil personaje que publica notas de prensa recibidas de agencias o directamente de empresas sin tomarse la molestia de editarlas, en un vergonzoso y frecuente corta-pegar. Su creatividad suele limitarse a comentarios llamativos, en los que se hace alarde de ignorancia porque no hace falta el dato cierto o el conocimiento.

Uno, que tiene que soportar cada vez con más frecuencia la cercanía de esos presuntos comunicadores, y que tiene la

mala costumbre de salir de casa con las orejas puestas, se expone por ello a oír, que no escuchar, bastantes tonterías. Por citar un par de escenas recientes, dos *influencers* muy pagados de sí mismos preguntando uno a otro qué es es-  
pergurar; y otro de voz

potente porfiando con un bodeguero que hace vino con uvas tintas en presencia de los hollejos (lo que viene a ser un vino tinto de toda la vida), intentando establecer que lo que hace es un *vino orange* (vino blanco de uvas blancas elaborado como un tinto, en presencia de los hollejos); no utilizaba la expresión *vino naranja*, que debe de ser una ordinariéz usar el castellano.

«Lo que importa es el espectáculo», en palabras de uno de esos artistas de las redes sociales que, sin embargo, no renuncia a publicar en medios convencionales o a sacar libros en papel. El proble-

ma es que el «espectáculo» suele ser una descalificación, un comentario despectivo o directamente un insulto. Sólo se salva el que pasa por caja, con publicidad explícita o a través del viejo sobre bajo la mesa en sus distintas versiones (directamente, contratación de una asesoría o de una presentación pública...).

Después, la cosa se difunde a impulso de otros *influencers* amigos, de los distintos palmeros que ríen la gracia porque «hay que ver lo claro que habla Pepito» o de recursos cibernéticos, como los llamados robots, que multiplican de forma truculenta los números de accesos a la basura que difunde el personaje.

Ya hace algún tiempo, un asistente a una charla que daba este cronista, afirmó que su única fuente de información, es de suponer que en el mundo del vino, eran las redes sociales. No supo qué decir cuando se le planteó si sabía quién estaba detrás de los seudónimos o de los nombres falsos que firman en las redes sociales, si se trata de un aficionado, de un periodista en paro, de un comercial o un distribuidor de vinos, de una bodega o de una agencia de comunicación contratada por una bodega, si era contrastable la información ofrecida o si era capaz de testar la veracidad de esa información.

Toda esa inmundicia, que se puede encontrar y se encuentra en medios convencionales, se ha multiplicado en las redes sociales porque es fácil y barato publicar en ellas (sin el engorroso trámite del diseño, de la imprenta, del depósito legal, etcétera) y también acceder a ellas, que suele ser gratis. Ya se encargará el *influencer* de hacer caja. Lo que importa es el espectáculo. ■

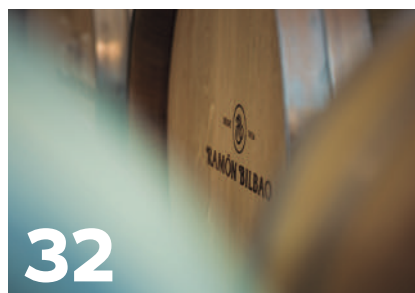
**En la mayor parte de los casos conocidos, un 'influencer' es un hábil personaje que publica notas de prensa.**

## SUMARIO



### **VINO OLÍMPICO** **EL VINO Y LOS DEPORTISTAS DE ÉLITE**

Un bocadillo y una bota de vino; era el avituallamiento de los ciclistas hace un siglo. El vino estaba en la dieta de muchos deportistas, pero hoy ha sido proscrito. Podría volver porque la nutrición también va por modas.



### **BODEGAS RAMÓN BILBAO** **CENTENARIA EMERGENTE**

Cumple cien años en el mejor momento de su biografía, con una presencia comercial en crecimiento, lo mismo que sus viñedos propios. Y como núcleo de un grupo de cuatro bodegas, todas en la vanguardia del vino español.



### **MALBEC** **INESPERADO BRILLO EN LA PURRIA**

Procede de Francia, es emblemática en Argentina y está en España, en la DO Ribera del Duero, porque la trajo Vega Sicilia hace más de cien años. La bodega legendaria la ha repudiado y otras toman el relevo con interés.



### **Saber Más** **¿VIRTUDES O DEFECTOS?**

Hacer de la necesidad virtud. Es un axioma que muchos adoptan y, aunque no es nuevo, que parece poco menos que un mandamiento en las doctrinas enológicas modernas, que venden los defectos como rasgos de tipicidad.

**LA LUNA DE ANDRÉS PROENSA 3**  
La nueva comunicación

**NOTICIAS 6**  
Cata Tendencias 2024  
La OIVE cumple años

**SE VEÍA VENIR, DE SALVADOR MANIÓN 10**  
Despilfarros

**EL CATALEJO, DE PEDRO BALLESTEROS 12**  
Mamá, quiero ser borgoñón

**ESTRENOS 14**

**VINOS Y BODEGAS 16**  
Mar de Frades Finca Lobeira  
Can Sumoi  
DO Monterrei

**40 MENSAJE EN UNA BOTELLA,**  
**DE M<sup>a</sup> PILAR MOLESTINA**  
Pistas digitales extranjeras

**54 DE VINOS POR ...**  
Las bodegas de Haro

**58 PISTAS**  
Brutalista / La Zarcera  
Pabú / O Segredo do Retiro

**60 BARRA LIBRE**

**63 MOMENTO DE PAZ, DE PAZ IVISON**  
Remakes clásicos

**64 CATA BIODINÁMICA**

**65 LA OTRA CARA, DE DANI PACIOS**

**66 LA PENÚLTIMA, DE CARLOS DELGADO**  
Un futuro insostenible

VadeVino Editorial es una empresa dedicada de forma preferente a la edición de publicaciones. Cualquier otra actividad será puntualmente reflejada en las publicaciones o en la página web [www.proensa.com](http://www.proensa.com). Ni la editorial ni sus responsables están relacionados con otras empresas que realicen esas actividades, aunque en algún caso haya similitud e incluso coincidencia de nombres.

VADEVINO EDITORIAL, SL  
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B  
28035 Madrid  
Correo electrónico: [planetavino@proensa.com](mailto:planetavino@proensa.com)

DIRECTOR  
Andrés Proensa  
([proensa@proensa.com](mailto:proensa@proensa.com))

REDACTORES Y COLABORADORES  
Pedro Ballesteros, Enrique Calduch,  
Pilar Calleja, Amaya Cervera,  
Carlos Delgado, Javier Fernández Piera,  
María Antonia Fernández-Daza,  
Ramon Francàs i Martorell, Luis García Torrén,  
Fernando Gurucharri, José Hidalgo Tógores,  
Paz Ivison, Fernando Lázaro, Salvador Manjón,  
M<sup>a</sup> Pilar Molestina, Raquel Pardo,  
Ulises P. Moratalla, Miguel Ángel Rincón,  
Mar Romero, Mara Sánchez, Pepe Seoane,  
Vanessa Viñolo, Mikel Zeberio

COMITÉ DE CATA  
Fernando Gurucharri (director),  
María Antonia Fernández-Daza,  
María Jesús Hernández,  
Andrés Proensa

DIRECTOR DE ARTE Y MAQUETACIÓN  
David Montoya  
([david.mntgr@gmail.com](mailto:david.mntgr@gmail.com))

FOTOGRAFÍA  
Álvaro Fernández Prieto  
([fotos@alvarofprieto.com](mailto:fotos@alvarofprieto.com))

ILUSTRACIONES  
Daniel Pacios Bello  
(<https://www.facebook.com/Treceilustracion>)

SECRETARIA DE REDACCIÓN  
María Jesús Hernández  
Correo electrónico: [mariajesus@proensa.com](mailto:mariajesus@proensa.com)  
Teléfono: 686 620 750

PUBLICIDAD  
Araceli Pardo  
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B  
28035 Madrid  
Teléfono: 647 958 451  
Correo electrónico: [araceli@proensa.com](mailto:araceli@proensa.com)

SUSCRIPCIONES  
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B  
28035 Madrid  
Teléfono: 686 620 750  
Correo electrónico: [planetavino@proensa.com](mailto:planetavino@proensa.com)

IMPRIME  
Villena Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL: M-13525-2005

ISSN: 1699-5163

PlanetaVino no coarta la libertad de juicio ni la opinión de ninguno de sus colaboradores, pero tampoco se identifica necesariamente con los criterios de sus artículos. La revista no mantendrá correspondencia privada ni se hará responsable de fotos, dibujos, gráficos u originales no solicitados. Prohibida la reproducción total o parcial de textos, fotografías e ilustraciones en cualquier medio sin la autorización de Vadevino Editorial, SL.

# Bianco

COMO NINGUNO



CONSUME CON RESPONSABILIDAD



ALBARIÑO  
*Rías Baixas*  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

# Tendencias Grupo Rioja 2024

## LIBERTAD CREATIVA

ROSADOS Y TINTOS GRAN RESERVA, DOS DE LAS TENDENCIAS ENOLÓGICAS CANDENTES EN LA DOC RIOJA FUERON PROTAGONISTAS DE LA SEGUNDA EDICIÓN DE TENDENCIAS GRUPO RIOJA 2024, CATA PROFESIONAL ORGANIZADA POR LA MAYOR PATRONAL DEL VINO DE RIOJA PARA LOS MÁS DESTACADOS PERIODISTAS ESPECIALIZADOS.



DE IZQUIERDA A DERECHA: PEDRO BALLESTEROS, ANDRÉS PROENSA, FERNANDO SALAMERO E IÑIGO TORRES

Rosados y tintos gran reserva son dos de los tipos de vino minoritarios en la DOC Rioja y son dos de los capítulos que proporcionan más novedades de interés en los últimos tiempos. Cambios en el estilo general de los vinos y en sus filosofías enológicas y llegada de nuevas referencias de calidad marcan el trayecto de esos vinos, como se destacó en la cata Tendencias Grupo Rioja 2024, celebrada en junio en la sede madrileña de la Unión Española de Catadores. La convocatoria, dirigida a prensa especializada, es una iniciativa de Grupo Rioja, la mayor asociación de bodegas de la DOC Rioja, que reúne a algunas de las más grandes empresas vinícolas de la región y representa el 75 por ciento del valor del vino comercializado desde la

principal zona vinícola española. En esta segunda edición la cata contó con la colaboración de dos de los más destacados *master of wine* españoles, Pedro Ballesteros, encargado de presentar y comentar los

vinos rosados, y Almudena Alberca, que dirigió la cata de tintos gran reserva. Cata representativa de dos de los capítulos que ofrecen más novedades en una zona como la riojana que tal vez sea la más activa en la búsqueda de nuevas vías enológicas.

### AVENIDAS NUEVAS

Ese aspecto de las nuevas alternativas fue precisamente uno de los hilos de la intervención de Pedro Ballesteros, que llamaba la atención sobre lo que califica como «avenidas nuevas para el avance de los vinos». Siempre pasional y refractario a los prejuicios establecidos, no esquivó la polémica, con auténticas provocaciones, como calificar de «absurda» la prohibición de añadir agua al vino como medio para reducir su contenido en alcohol o la petición de «dejar en paz a los jóvenes con el vino; cuando tienen veinte o veinticinco años no les interesa el vino, les atraen otras cosas. Ya vendrán al mundo del vino más adelante».



Ballesteros abrió su disertación con una definición del sector del vino español al que dibujó en contraste con el vino mundial:

«En toda Europa las distintas denominaciones pueden superponerse en los mismos territorios. Representan estilos de vino. En España tenemos un espíritu muy particular de denominaciones de origen, casi siempre sustentadas en un factor geográfico y no de tipología de vinos. Rioja representa un país de vino, una región vinícola capaz de hacer prácticamente cualquier tipo de vino. La mentalidad es ser un país de vinos, con blancos, rosados, tintos, espumosos y dulces. Es tremendamente flexible para adaptarse a las circunstancias».

Mientras comentaba los doce vinos catados, desgranó sus percepciones: «El de los rosados es un capítulo de particular interés. En general, son una gran promesa, una avenida muy interesante abierta para los enólogos, y por eso está todo el mundo trabajando en ello. Los rosados han sido toda la vida los vinos malos en España. No había vinos que tuvieran una categoría y un prestigio y eso empieza a cambiar. Tenemos una DO que nos da libertad creativa, un momento que nos da una oportunidad de mercado y la posibilidad de explorar el territorio y sacar vinos diferentes. Además, en Rioja tenemos vinos competitivos, que juegan con la ventaja de ir con el sello Rioja, que permite salir con un euro o dos euros más caros. Hay una importante variedad de estilos, de combinaciones y hay unos cuantos que van teniendo una ambición particular de situar sus

rosados en un nivel destacado en prestigio y en precio. De momento hay pocos elaboradores con esa ambición».

Ballesteros criticó el papel que juega el color en los vinos rosados. «Hay una tendencia que da gran importancia al color de los rosados. Me recuerda a la importancia que se daba al color de los tintos cuando yo estudiaba, que no servía para nada, no sé por qué se le daba esa importancia». El color, la acidez, la complejidad creciente, la crianza en barrica o la presencia de azúcar fueron otros de los aspectos del rosado que sobrevolaron la presentación de Ballesteros, rotundo en sus criterios: «El rosado puro no existe y si existiera no serviría para nada, porque es un vino que se queda a medio camino y tenemos que buscar el equilibrio. Hay que dirigirlo. Cuando tiene una acidez muy alta siempre tienen que añadirle azúcar para buscar ese equilibrio. En España el problema es el contrario: nos sobra azúcar; nos cuesta tener un grado alcohólico bajo y tenemos problemas con la falta de acidez. En España nos podemos



PEDRO BALLESTEROS

permitir unos rosados que podemos designar como *tipo brut nature*». Se mostró claramente partidario de un tipo de elaboración y crítico con la obligación que impone la DO Navarra de elaborar rosados por el método del sangrado: «Hay dos mundos: los rosados de sangrado y los de presión directa. Los sangrados son un subproducto para obtener un

tinto con mayor intensidad colorante. Tiene una facilidad muy grande porque controlas muy bien el color, permite una gran simplicidad en el uso del fruto y puede ir a vendimias muy tempranas; es el 95 por ciento del mercado. La presión directa ya juega con la calidad de lo que hay en las pieles de la uva, hay un factor más de complejidad y puedes pensar en rosados de alta gama que son los rosados que vienen de viñedos pensados y diseñados para hacer vinos rosados. Hay algunas zonas en Rioja que no llegan a dar en el tinto la complejidad que se busca y se irán dirigiendo poco a poco hacia vinos rosados». Concluyó con un apunte profético sobre los cambios que experimenta el consumo de vino: «Cara al futuro, veo más un cambio de preferencia de tinto (determinados tintos) a rosado que de tinto a blanco,





ALMUDENA ALBERCA

que es un cambio mucho más complejo».

## CLÁSICO RENOVADO

Si los rosados cambian a ritmo de modas, no quedan atrás los tintos gran reserva, todo un clásico que parecía arrinconado hasta que se han empezado a reivindicar los vinos maduros. Sin embargo, se pudo confirmar un cambio de estilo, con menos cadaverina, menos vinos fatigados, acabados casi antes de salir al mercado, y vinos más frescos, vivos y frutales. Almudena Alberca confesó su debilidad por este capítulo: «La de gran reserva es una de mis categorías favoritas. Soy amante de los vinos viejos, de los vinos maduros. Me intriga cómo se hacen a lo largo del tiempo, cómo se van desarrollando y refinando. Son los vinos de los listos, son los vinos alta gama, de la selección de viñedo, el que recibe más mimo en la bodega. Hay una

belleza y una capacidad de disfrute en estos vinos que no es fácil encontrar en otras categorías de vinos. Pero son muy exigentes; una crianza tan larga requiere mucho mimo y que haya una selección de las mejores viñas. Sólo cuando hay una buena selección despuntan los vinos para gran reserva. Además, evidencian en mayor medida el efecto cosecha y hay que conseguir



que sean longevos. Y es tan complicado que no en todas las cosechas las bodegas pueden hacer gran reserva. No son vinos de moda pero conservan prestigio. Según la enóloga, «no se puede decir que ser gran reserva sea una garantía de calidad, pero los gran reserva sugieren un extra de calidad. Y están a un nivel asequible. No hay muchos sitios en los que las bodegas ofrezcan el vino maduro y muchos menos en los que esos vinos ya desarrollados lleguen a precios siquiera moderados. En muchas zonas del mundo se encuentran vinos muy jóvenes que no se pueden pagar; en Rioja encontramos grandes vinos hechos a precios asequibles». Rioja gran reserva a precios todavía relativamente favorables para el consumidor: en la cata sólo cuatro de los once vinos presentes se salen del rango de los 20 a 40 euros en tienda; dos están un poco por debajo y otros dos no muy por encima. Almudena Alberca se felicitó por ello, pero también vio riesgos: «Hay que proteger esta categoría para que no se vea pervertida en el sentido de calidades y precios como

ha podido ocurrir en otras categorías. Hay que poner en valor que una crianza de 24, 28 o 30 meses en barrica es un proceso extremadamente complejo. Es un trabajo de hilar muy fino, de conocer muy bien las viñas y los vinos. Falta un esfuerzo de comunicación para que se entienda y se valore ese esfuerzo».

La cata reveló también que es un capítulo con muchos matices: «En los gran reserva hay muchos estilos, analizó Alberca. En general la mezcla de variedades permite hacer vinos más longevos que los que se elaboran solo con Tempranillo, que tiene las limitaciones que todos conocemos, pero aquí tenemos grandes vinos elaborados sólo con Tempranillo, lo que a pesar de todo habla de la categoría de esa variedad y de la pericia de los enólogos riojanos». Para terminar, insistió en el factor precio: «Debemos evitar tener vinos gran reserva en las gamas de precios más populares. Bajan la percepción de vino de alta gama que debería tener. La calidad ya la tenemos, pero tenemos que trabajar para obtener el reconocimiento del mercado». Y tuvo unas palabras para un factor de actualidad como es la conservación del planeta al plantear el problema del peso de las botellas, todavía tan frecuentes en los vinos de alta gama: «Gran parte de la prensa internacional, la hostelería, distribuidores y prescriptores están siendo muy críticos con las botellas pesadas. Hay mercados que las rechazan directamente y críticos que valoran negativamente o no valoran los vinos que van en botellas pesadas». ■





# LA CURIOSIDAD NOS HACE MEJORES



“El vino se disfruta con moderación”



WINEinMODERATION

ELIGE | COMPARTE | CUIDA



RAMÓN BILBAO



**SE VEÍA VENIR**  
SALVADOR MANJÓN

# Despilfarros

Las últimas manifestaciones de los agricultores europeos, no solo españoles, para exigir a la Unión Europea que simplifique y flexibilice los trámites para acceder a las medidas contempladas en la Intervención Sector Vitivinícola (ISV), especialmente aquella cuyos fondos buscan mejorar la competitividad de nuestros productos vitivinícolas en terceros países, adquieren mayor trascendencia a la vista de los últimos datos publicados por el Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), organismo encargado de gestionarlos en España.

Según los datos del último ejercicio, España dejó sin ejecutar un 27,8 por ciento del presupuesto inicialmente asignado a esta medida, que ascendía a casi 51,72 millones de euros. Es decir, no fue capaz de gastar 14,37 millones de euros para financiar la ejecución de 799 programas de promoción aprobados en su día.

Del importe total gastado, 37,34 millones de euros, el País Vasco ha sido donde, con casi 8 millones (21,4 por ciento del total), más aprovechó esta ayuda. Sigue Castilla y León, donde se ejecutaron cerca de 6,5 millones de euros (el 17,4 por ciento). A continuación, Cataluña con prácticamente cinco millones y los poco más de tres y medio de La Rioja.

Llama la atención los poco menos de dos millones de Castilla-La Mancha, primera productora nacional y donde se concentra alrededor de la mitad de la cosecha nacional. O los apenas doscientos cincuenta mil euros de Extremadura, segunda comunidad por producción.

El detalle podría no ser suficiente para justificar cuál es el peso en los mercados internacionales de cada una de nuestras regiones, pero, sin duda, ayudan a entender mejor cuáles apuestan por abrir mercados de valor y cuáles andan a años luz de poder ofrecer a sus viticultores una alternativa apoyada en la valorización de nuestros productos vitivinícolas.

Eso no tiene por qué ser forzosamente negativo para alguna bodega que haya sabido orientar su producción hacia productos vitivinícolas con escaso valor añadido. Sin embargo, no es posible aplicarlo a la generalidad de un sector cuyo primer objetivo tiene que ser mejorar su posicionamiento como país productor en el ámbito mundial y dejar de ser la bo-

dega de Europa, de donde se abastecen nuestros socios competidores de producto barato cuando así lo requieren sus necesidades.

Para conseguir mejorar esta posición, pero también para recuperar cuota de consumo en el mercado interior, es necesario mejorar el conocimiento de los costes de producción y alcanzar una consistente cadena de valor que permita la redistribución de la renta y, con ella, permitir al sector primario alcanzar esa rentabilidad mínima que le permita vivir de su trabajo. Urge acercar el vino al consumidor, con mensajes sencillos, directos, desprovistos de rimbombantes parafernalias poco entendibles por unos jóvenes que se muestran muy críticos con el concepto de vino y los momentos de consumo a los que se les quiere llevar.

Con una distribución de los recursos obtenidos que deberán ir, al menos en el 80 por ciento, a las acciones de promoción e información, y no más del 10 por ciento a la gestión de la propia extensión de norma. Es una aportación obligatoria por parte de todo el sector para financiar actividades destinadas a la promoción e información del vino y sus productos, inteligencia económica, vertebración sectorial, investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

El Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (OIA) informó, el pasado 18 de junio, favorablemente, sobre la solicitud de Extensión de Normas presentada por la Interprofesional del Vino de España (OIVE), que regirá a partir del 1 de agosto de 2024 (inicio de la campaña 2024/2025) y hasta el 31 de julio de 2029 (fin de la campaña 2028/2029).

Dicha aportación se realizará de la siguiente forma: por la comercialización, 0,18 €/hl de vino vendido, envasado en cualquier formato o volumen, y otra aportación económica de comercialización de vino a granel, con un montante económico de 0,052 €/hl de vino vendido. Ambos tipos se aplicarán a todo el vino comercializado en España, destinado tanto al mercado doméstico, como a la exportación, con independencia del origen del mismo.

Son fondos con los que se aspira a mejorar la situación de unos mercados que no consiguen arrancar, a pesar de contar con unas disponibilidades propias de vino reducidas a mínimos, al menos en las últimas siete campañas, con un volumen total de 65,7 millones de hectolitros.

Y es que las previsiones de todos los organismos internacionales que tienen algo que ver en el sector vitivinícola (Unión Europea, Organización Internacional de la Viña y el Vino, consultoras y ministerios de cada uno de los países productores) no pueden ser menos halagüeñas. Todas ellas coinciden en señalar una retrocesión en el consumo mundial para los próximos años.

El envejecimiento progresivo del consumidor habitual de vino en nuestro país es un hecho que constata el *Informe del consumo alimentario en España 2023*. Según este estudio, el grupo de consumidores de menos de 35 años de edad tan sólo representa el tres por ciento del total del vino consumido en el canal hogar. Permanece estable con respecto al año anterior, pero cae si lo comparamos con el de 2021, cuando representaba el 3,8%, el de 2020 que era el 4,4 por ciento o el 4,12 por ciento de 2019. ■

## Aniversario de la OIVE La fuerza de un millón de hectáreas

Que unidas, jamás serán vencidas. En realidad, son exactamente 938.000, no llegan al millón. Son las que se dedican al viñedo en nuestro país y corresponden al 13 por ciento de toda la superficie mundial. Y todas ellas y todo lo que con el vino que de ellas nazca, y todo lo que tenga que ver con su comercialización, indicaciones geográficas, denominaciones de origen, bodegas, puestos de trabajo, etiquetas, botellas, diseño, etcétera, hace 10 años que decidieron, por fin, unirse.

No debió ser fácil, no. Si bien en cada una de las Comunidades Autónomas de España se produce y elabora vino, también hay que reconocer que cada una ellas es de su padre y de su madre. Sólo el vino, que es la herramienta diplomática por antonomasia –junto con la comida–, es capaz de unir a todas las comunidades autónomas, por ejemplo. Ello nos da una idea de la importancia que tiene la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) y por eso quiso celebrar sus 10 años –es joven ella pero está suficientemente preparada– con un gran encuentro. Más de 300 personas acudieron a celebrarlo en pleno Paseo del Prado, en la sede de CaixaForum.

En la celebración se pensó mucho en el consumidor, que es realmente el más importante de toda esa gran cadena porque es el que lo compra y consume. Hay postgrados para enología, ingeniería agrícola, gestión de empresas, marketing, pero no hay másters ni universidades que enseñen a ser un gran cliente y consumidor.



LUIS PLANAS,  
MINISTRO DE AGRICULTURA,  
PESCA Y ALIMENTACIÓN

Por eso la OIVE insistió mucho en que este punto estuviera presente en las exposiciones que conformaron el encuentro de celebración, que, tras las palabras de inauguración oficial y las consabidas intervenciones protocolarias de rigor, no pudieron disfrutar los mandatarios invitados de la primera fila, en la *front row*, que tuvieron que salir rápidamente debido a los múltiples compromisos.

Este interés en la divulgación del mundo del vino, y en acercar a las nuevas generaciones al mismo, es una de las preocupaciones más importantes como hemos visto, de la OIVE. Para ello invitaron a participar a las jóvenes hermanas Alba y Sofía Atienza (Lacrima Terrae), con fuerte presencia en las redes sociales, que hilvanaron una intervención muy original y proactiva, sin proyección sobre pantalla de cifras ni porcentajes habituales en forma de quesitos. Un poco naif, pero con gran sentido y sensibilidad.

### Italia es España con marketing

Previamente Diego Vizcaíno, socio director del área de Economía Aplicada de Analistas Financieros (AFI), puso mucho énfasis en el papel importantísimo que el sector vitivinícola tiene como

generador de oportunidades de empleo y especialmente como fijador de la población rural. Dos terceras partes de los municipios que tienen viñedo son de pequeño tamaño, de menos de dos mil habitantes, y es en esos municipios donde la población se mantiene o llega incluso a crecer, gracias a la viña y al vino.

Toni Segarra, uno de los publicistas más respetados, considerado el mejor creativo de nuestro país, enfatizó su mensaje en los dos cimientos imprescindibles para la construcción de una marca: diferencia y valor. Y añadió algo que, en mi opinión, fue lo más brillante de su intervención: «Italia es España con marketing». Tomen nota.

Para terminar, tomó la palabra Marc Vidal, economista, analista financiero, *blogger* económico, emprendedor, divulgador tecnológico, charlatán bien instruido y predicador de la gran bondad de adaptarse a la digitalización, y a la cuarta y quinta revoluciones industriales que vivimos desde la llegada de los *smartphones*, de la inteligencia artificial...

¿Cuánto tiempo tardará ella, la inteligencia artificial, en aprender a hacer la poda vara y pulgar, por ejemplo? No me dio tiempo a preguntárselo porque, como suele ocurrir, ya estábamos fuera de tiempo. Feliz Cumpleaños, joven OIVE. Que cumplas muchos, muchos años más. **Paz Ivison**



FERNANDO EZQUERRO,  
PRESIDENTE DE LA OIVE



MARC VIDAL



Rías Baixas  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN



Galiñanes, 10 - Lores - 36968 Meaño - Pontevedra - T. 0034 986 747 046

www.bodegasgerardomendez.com



**EL CATALEJO**  
PEDRO BALLESTEROS MW

# Mamá, quiero ser borgoñón

**E**l sector español del vino se ha llenado hasta las cascadas de un deseo irrefrenable, pasional, casi físico. Es deseo que crea una comunión metafísica entre todos los agentes del sector. Prescriptores y productores, pijos y progres, denominaciones de las de toda la vida, pretendidos antisistema y cooperativas, grandes y pequeños. Todos.

Es el deseo por llegar a ser borgoñón, la pasión borgoñona. Un enfoque que, hasta no hace muchos años, se consideraba como propio y lógico para una región de clima marginal, con una herencia organizativa bien determinada, marcada por un largo y violento conflicto entre negociantes y viñadores. Y por el apoyo de las grandes cortes europeas, incluyendo la española.

También se sabía, cuando yo comenzaba a estudiar, que el concepto borgoñón era fundamental allí, en el Mosela alemán, el Langhe de Barolo, y en otros sitios, pero no era tan adecuado para Burdeos o Rioja, donde la libertad creativa es muy superior, gracias a una naturaleza más permisiva. Además, cuando todavía se podía beber borgoña viejo, conocíamos muy bien las limitaciones del sistema. No solamente porque había añadas de vinos insufriblemente livianos, sino también porque muchos viñedos, incluyendo algunos *grand cru*, eran tratados como fábricas de uva sobre suelos muertos. Uno se preguntaba a veces si los mejores vinos borgoñones, absolutamente divinos, eran aún mejores cuando se comparaban con sus muchos vecinos mediocres.

Pues todo eso ya no cuenta. En nuestros días, el concepto borgoñón del *terroir*, o *climat*, como lo llaman ellos, se ha hecho ley divina, sobre todo en España. Todos queremos tener *grand cru*. Todos presumimos de hacer como en Borgoña.

Sabemos que somos un país muy diferente, que no hay región española alguna que tenga una historia mínimamente parecida a la de Borgoña. También sabemos que en nuestras regiones más vitivinícolas el clima es mucho más fiable que en Borgoña. Estamos bien al corriente que los mejores vinos españo-

les han sido marcas, para las que el potencial del terruño era importante para el hacedor de vinos, pero no en la publicidad. Como en Burdeos, que sigue siendo nuestra madre vinícola. Hemos heredado el conocimiento que en la mayoría de nuestros terruños los vinos de variedad única no son buena idea, que conseguimos mejores cosas con las mezclas hechas por bodegueros capaces.

Llegamos incluso a entender que: I) no hay ley natural ni enológica alguna que permita aseverar que un vino de un viñedo único es mejor que el de la mezcla de



varios viñedos (agradezco a Agustín Santolaya que fuera el primero al que oí decir eso); II) debiera ser obvio que el buen vino se hace, tiene hacedores, no «mensajeros del *terroir*»; III) el concepto de buen vino cambia como lo hace la sociedad.

Pero, como tenemos el ansia borgoñona, nos inventamos todo un sistema, al que el sector se adhiere con entusiasmo y preocupante unanimidad, que claman alto y fuerte como borgoñón. Nuestras denominaciones sacan viñedos singulares, parajes calificados, vinos de finca o de pago y que sé yo cuantos nombres. El objeto de estos nombres es de-

mostrar que somos «casi» borgoñones.

Pero Borgoña es tierra de viñadores y, aunque nos cueste decirlo, nos damos cuenta de que España no es país de viñadores, sino de bodegas. En este país, los viñadores nunca han contado para nada, y siguen sin hacerlo, por mucho que saquen tractores a la calle.

Aunque no lo digamos, sabemos que en España la primera condición para tener un viñedo con un *terroir* cojonudo es que ese viñedo pertenezca a una bodega. Sin bodega, no hay viñedo. No se clasifican viñas sino vinos, algo que Borgoña (¡o Champagne!), jamás harían.

Tampoco decimos que los vinos más icónicos siguen siendo marcas: Vega Sicilia, 890, Ygay, Chirel... Todos ellos son vinos que mezclan variedades y viñedos más o menos próximos. Además, son vinos que aseguran una presencia prestigiosa en los mercados globales, porque tienen un volumen comercializable.

Pero lo borgoñón es pasión, no racionalidad. Ningún productor de culto, ningún prescriptor influyente, elogia las marcas. Todos se excitan sensualmente ante la magia del viñedito único, con su rollete de granito, jurásico o conchitas de un océano extinto. Nada mejor que el vino tan escaso, tan exclusivo, que solo ellos pueden probar, y vacilar que conocen muy bien. Pero seguimos muy detrás de Francia e Italia en los mercados de exportación, y esos vinos no arreglan nada.

Tenemos un país con mucha gente de gran capacidad creativa, que ama su tierra y no necesita compararse con nadie. Personas que, si se les ayudara a que fueran mejores en lo que son, en lugar de intentar ser lo que no son, borgoñones, pondrían a este país aún más arriba de lo que está. No olvidemos que los borgoñones no copiaron a nadie. ■



## Campo Viejo se va a las antípodas Pernod Ricard vende sus bodegas

Pernod Ricard ha cerrado un acuerdo para vender su división de vinos a un poderoso grupo productor y distribuidor australiano. La multinacional francesa, que tiene en su portafolio marcas como Ballantines, Jameson, Absolut, Havana Club o Martell, entre otras, venderá toda sus bodegas en Australia, Nueva Zelanda y España al grupo Australian Wine Holdco Limited, propiedad de un consorcio internacional de fondos de inversión con sede en Australia. El acuerdo se materializará en la segunda mitad del año 2025, cuando se completen los procesos administrativos y legales pertinentes. No incluye las dos casas de Champagne de Pernod Ricard, Mumm y Perrier-Jouët. Es un paso definitivo en el proceso de liquidación del antiguo grupo Bodegas y Bebidas, que fue propiedad del Banco Bilbao y tuvo presencia en las principales denominaciones de origen españolas. En los últimos años se ha vendido la mayor parte y en la actualidad quedan cuatro bodegas, tres en Rioja, Bodegas Campo Viejo, Bodegas Ysios y Bodegas Azpilicueta, y una en Ribera del Duero, Bodegas Tarsus. Pernod Ricard centrará su atención en el capítulo de espirituosos y vende a un grupo especializado en vinos, que tiene presencia en todo el mundo, como productor de uvas y vinos y como distribuidor. Su bodega más conocida es la gigantesca Berri Estates, toda una factoría que elabora más de 220.000 toneladas de uva cada año y exporta más de cien millones de litros de vino al año, la mayor parte con destino al Reino Unido.

## Cava, Navarra, Rioja ... Denominaciones con cambios

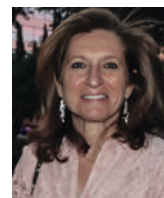
Tal vez haya que abrir una sección para dar cuenta de los cambios en los pliegos de condiciones de las denominaciones de origen, que son frecuentes incluso en las ya consolidadas. Rioja ha cambiado su normativa para incorporar dos modalidades de *vinos de pueblo*, distinguidas con dos indicaciones seguidas del nombre del municipio, *vino de*, para los vinos elaborados en el municipio con uvas del mismo término, y *viñedos en*, para los que proceden de ese término municipal pero han sido elaborados en bodegas situadas fuera de él.

Más profundos son los cambios en la DO Cava, que se refieren a la descripción organoléptica del cava de paraje calificado y a la posibilidad de utilizar variedades de uva y parcelas de viñedo no incorporadas a la DO Cava, con carácter excepcional en la vendimia '24, en una iniciativa polémica causada por la sequía. La DO Navarra ha modificado su pliego de condiciones para incorporar dos nuevas variedades, la tinta Garnacha Roja o Garnacha Roya y la blanca Oneca. Otra denominación navarra, la de vino de pago de Larrainzar, ha cambiado su nombre para pasar a ser vinos de pago Cercado de la Huerta Nueva. Además, se ha autorizado la tramitación de un cambio en la DO Montsant para incluir la variedad Garnacha Tinta entre las autorizadas para elaborar el tipo vino dulce natural, junto con Garnacha Blanca, Macabeo, Moscatel, Monastrell y Garnacha Peluda. Además, se añaden nuevas variedades de uva autorizadas, las blancas Garnacha Roja o Gris y Picapoll Blanco, y se incorporan sinonimias de Cariñena, para la que se podrá elegir entre cinco términos: Cariñena, Carinyena, Carignane, Samsó y Mazuela.

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha aprobado la incorporación de sinonimias en el Registro de Variedades Comerciales: Garnacha Blanca suma Lledoner Blanc a la ya autorizada Lladoner Blanc; el término Lledoner se añade a Garnacha Tinta, que ya contaba con los sinónimos Gironet y Lladoner; finalmente, la uva Montori también se puede designar como Cuá de Moltó.

## MARINA GARCÍA, PRESIDENTA DE LA UEC

La Unión Española de Catadores (UEC), organizadora de concursos como Bacchus, Albariños al Mundo y Premios Baco, estrena presidenta. No hubo elecciones porque no hubo candidatura alternativa y Marina García toma el relevo de Fernando Gurucharri, que sigue en la junta directiva de la asociación como vocal. Marina García es enóloga y aporta toda una vida dedicada al vino. Fue uno de los fundadores de la UEC, secretaria del consejo regulador de la DO Rueda y ha formado parte de los equipos del Grupo Zamora Wines (Bodegas Ramón Bilbao y otras) y de González Byass. En su junta directiva cuenta con nombres como José Hidalgo Togores, Pedro Ballesteros, Ignacio de Miguel o el propio Fernando Gurucharri.



## ADIÓS A WINE & SPIRITS EN PAPEL

Después de 42 años, la revista trimestral Wine & Spirits, uno de los referentes de la prensa especializada en Estados Unidos, ha dejado de ser publicación impresa en papel. En la carta de despedida, su editor, Josué Greene, prometió mantener la publicación de sus evaluaciones trimestrales (más de 11.000 vinos al año) en la página web, lamentó tener que despedir al equipo y se quejó de los efectos de la crisis y del descenso en el consumo de vino, traducido en una caída de la inversión publicitaria que ha hecho insostenible su continuidad.

## MARQUÉS DE RISCAL, SIN RED

Poco a poco, la redcilla metálica dorada, utilizada originariamente como precinto de garantía, ha ido desapareciendo de muchas botellas de vinos clásicos. Marqués de Riscal ha prescindido de la que adornaba a las botellas de su tinto reserva, que también ha variado ligeramente la etiqueta, sin perder su imagen clásica. La bodega invoca motivos medioambientales para el cambio, con la reducción de materiales auxiliares y residuos, que estima en 14.000 kilos de latón por cada cosecha de la marca. Un recuerdo de la red permanece impreso en la cápsula de la botella.



## NOMBRES

Eugeni Llos Norenberg, directivo de Perelada que creía estar refugiado en el lujo de la dirección general de Perelada Resorts, ha sido elegido por unanimidad presidente de la Associació Vinícola Catalana, la patronal del vino catalán y toma el relevo de Valentí Roqueta, propietario de Bodegas Abadal, que presidió durante diez años. Guillermo de Aranzabal, presidente del grupo La Rioja Alta, ha recibido el Premio Gran Emprendedor de Álava Emprende, instituido por el Ayuntamiento de Vitoria, la Diputación de Álava y el Gobierno Vasco para «reconocer la trayectoria de personas y proyectos emprendedores de éxito». Pablo Ossorio, socio fundador y director técnico de Bodegas Hispano+Suizas, ha sido reconocido como mejor Enólogo de España del Año 2024 por la Federación de Cofradías Vinícolas y Gastronómicas de España.

**NUEVA ETAPA,  
NUEVO ESTILO**

**Viña Salceda,  
La Rellanilla '23**
**TINTO. VIÑA SALCEDA**

ZONA: DOC RIOJA  
 VARIEDAD: TEMPRANILLO  
 CRIANZA: 8 MESES EN DEPÓSITO DE HORMIGÓN, 5 DE ELLOS CON SUS LÍAS  
 EVOLUCIÓN: 2027-2028  
 PRECIO: 15 €

**94** La trayectoria de David González se puede seguir por el estilo implantado en los vinos de Finca La Emperatriz y Gómez Cruzado. Enrolado en la nueva causa del grupo Chivite, ve más urgente la actuación en la alavesa Viña Salceda que en la bodega navarra. Su mano se verá a partir de la cosecha '23, la primera del enólogo en la bodega de Elciego, con la que se anuncia la renovación de la gama actual de los vinos (el blanco ya deja ver su sello aunque con el hándicap de una cosecha cálida) y el lanzamiento de vinos de finca. La Rellanilla es el anuncio de esa segunda línea de trabajo, basada en vinos de viñas seleccionadas, y es también una sugestiva y novedosa propuesta de frescura y consistencia que evoca buenos vinos antiguos y es signo de modernidad en su respeto a la fruta. Vino madurado pero sin crianza en barrica, sólo con el trabajo de lías en una fase de su permanencia en depósito de hormigón. Eso recuerda al plazo de maduración clásico que estaba destinado a proteger las barricas de los sólidos decantados de los vinos jóvenes. Aquí es salvaguarda de los rasgos frutales, con recuerdos de frutos rojos y negros, de regaliz y monte bajo. Frescura y consistencia en la boca, centro carnosos, relieve tánico que, con la acidez, permite pensar en buena evolución al menos en el medio plazo; equilibrio, carácter, finura, mucha fruta.


**Priorat de Vall Llach '23**
**TINTO. CELLER VALL LLACH**

ZONA: DOC PRIORAT. VARIEDADES: 90% CARIÑENA, 10% GARNACHA  
 CRIANZA: 12 MESES EN BARRICA  
 EVOLUCIÓN: HASTA 2025. PRECIO: 39 €

**95** En algunas bodegas, como en este caso, el crecimiento cualitativo se puede medir no tanto por las cualidades de sus vinos punteros, vinos de selección al fin y al cabo, como por los progresos de la tropa, los vinos de la segunda línea. El Idus inaugural fue avanzando al ritmo que crecía la edad de las viñas que los sustentan y ha desembocado en una nueva marca, que sale con la enseña de «vi de pagesos» y mantiene bien el paso. Carácter de zona (el norte del Priorat, zona más alta) y de la variedad (Cariñena perfectamente adaptada) en una nariz profunda, compleja, llena de sugestivos matices (frutillos, flores azules, minerales; sutil aportación de Gamacha). Estructurado, equilibrado, con relieve tánico de calidad (sin puntas) y fresca, sabrosa, expresivo y elegante en los aromas, muy largo.


**Ramón Bilbao Early Harvest '23**
**ROSADO. BODEGAS RAMÓN BILBAO**

ZONA: DOC RIOJA. VARIEDADES: 60% TEMPRANILLO BLANCO, 40% GARNACHA  
 EVOLUCIÓN: HASTA 2025. PRECIO: 15 €

**86** Dos nuevas referencias, blanco de Rueda y rosado de Rioja, para una nueva vía enológica abierta por el equipo de Ramón Bilbao, en este caso en busca de la reducción del tenor alcohólico en los vinos. No se aplican técnicas de reducción de alcohol, sino la selección de viñas concretas en las que se pueda adelantar la vendimia sin que el resultado sean vinos con carácter vegetal de inmadurez. El resultado son vinos limpios y sencillos, que no resultan especialmente expresivos en los aromas frutales, en el caso del rosado con ligeros matices florales y herbáceos. Tiene un buen paso de boca, algo ligero pero no afilado, sin gran intensidad sávida ni aromática pero suave y fluido, directo carácter frutal en la vía retronasal y paso fácil, sin aristas ni obstáculo para un trago largo y grato.


**Sellongues '22**
**TINTO. RITME CELLER**

ZONA: DOC PRIORAT. VARIEDAD: CARIÑENA  
 CRIANZA: 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 400 L.  
 EVOLUCIÓN: HASTA 2029-2030. PRECIO: 90 €

**96** La trayectoria de Albert Jané ha tenido un recorrido circular; salió del Penedés para regresar años después a la fina Mas Vilella familiar. Marchó a Montsant y de allí en 2010 saltó al corazón del Priorat, donde se topó con la singularidad de la Cariñena prioratense, que ahora propone en expresión pura, sin mezclas. La finca que da nombre al vino es un coster (viña en la ladera, sin terrazas) plantada en 1920. Cien años de resistencia en un entorno hostil que se expresan en la noble fuerza de un vino sin complejos, expresión del Priorat en su profundo aroma frutal y mineral, con evocaciones de bosque húmedo, flores azules y especias. Consistente en la boca, con cuerpo, nervio y energía, amplio, sugestivo.


**Aires de Arriba Monastrell '21**
**TINTO. BODEGAS CASTAÑO**

ZONA: DO JUMILLA. VARIEDAD: MONASTRELL  
 CRIANZA: 12 MESES EN BARRICAS USADAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L.  
 EVOLUCIÓN: 2026-2027. PRECIO: 16 €

**92** Como si el catálogo amplio y cambiante de Bodegas Castaño fuera poco, llega la nueva generación, y propone toda una gama nueva, Aires de Arriba. Ángela Castaño, hija de Ramón, el mayor de los hijos del fundador de la casa, ha entrado en el equipo técnico de la bodega y firma su proyecto personal con cuatro tintos varietales, de Monastrell, Syrah, Garnacha Tintorera y Petit Verdot procedentes de parcelas seleccionadas en Yecla y Jumilla. Destaca el de la variedad más pegada al terreno. Con energía, carácter y frescura, dominan los rasgos frutales (frutos negros, minerales (cal) y de monte bajo. Poderoso en la boca, con cuerpo y relieve tánico de calidad, equilibrado y vivo, sabroso, expresivo y sugestivo en aromas y muy persistente.



## Ysios Finca Lagunazuri '19

**TINTO. VIÑEDO SINGULAR. BODEGAS YSIOS**

ZONA: DOC RIOJA. VARIEDAD: TEMPRANILLO

CRIANZA: FERMENTACIÓN EN DEPÓSITOS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L.

16 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L.

EVOLUCIÓN: HASTA 2025. PRECIO: 20 €

**96** La icónica filial del grupo Pernod Ricard abrazó pronto la tesis del viñedo singular. De hecho, basa su segunda y mejor etapa en la selección de viñas especiales del entorno de la bodega, en Laguardia. Ocurre que alguna de ellas no era de su propiedad y eso le trajo algún contratiempo. Lagunazuri es una pequeña viña de menos de una hectárea plantada en 1930 al sur de Laguardia, en un lugar de microclima especial que se transmite al vino, adscrito al perfil más actual de finura y frescura: nariz profunda, compleja aún en la primera fase de su evolución, sustentada en elegante carácter frutal. Buen equilibrio en la boca, con cuerpo y sólida estructura tánica, fresca acidez, centro consistente, sabroso, expresivo en aromas, persistente.



## Alzania La Pareja '22

**TINTO. BODEGAS Y VIÑEDOS ALZANIA**

ZONA: DO NAVARRA. VARIEDADES: 50% GARNACHA, 50% SYRAH

CRIANZA: EL VINO DE GARNACHA, 8 MESES EN TINO DE ROBLE FRANCÉS DE 5.000 L;

EL SYRAH, 10 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE UN SOLO USO

EVOLUCIÓN: HASTA 2027-2028. PRECIO: 12,50 €

**92** La pareja de enólogos propietarios de Alzania y la pareja de variedades, la autóctona y la mejor adaptada de las importadas. Alzania propone una tercera vía a la dicotomía entre lo local y lo importado por la vía atractiva del mestizaje, de la creativa mezcla. La bodega cumple con su trayectoria, que siempre se inclinó más por la dúctil Syrah, que manejan muy bien, o por la ríspida Merlot, con la que lidian con soltura. En el tinto mestizo hay buen ensamblaje, con elaboraciones específicas para cada variedad que dan un conjunto sugestivo, profundo y de cierta complejidad, con sensaciones de profundidad y frescura. Equilibrado, carnoso y con buena acidez, relieve tánico moderado, sabroso, amplio.



## Guarda de Leda Selección '19

**TINTO. BODEGAS LEDA**

ZONA: VT DE CASTILLA Y LEÓN. VARIEDAD: TEMPRANILLO

CRIANZA: 32 MESES EN BARRICAS NUEVAS DE ROBLE FRANCÉS (85%),

AMERICANO (10%) Y ESPAÑOL (5%)

EVOLUCIÓN: HASTA 2028-2029. PRECIO: 52 €

**85** A primera vista se puede interpretar que la marca es un eufemismo de reserva, término que solo se puede emplear en los vinos con denominación de origen, y que sería un vino madurado en la bodega. En la cata más parece que se trata de que lo guarde el comprador o, tal vez, de una partida que quedó en las barricas por culpa del retraimiento comercial que trajo la pandemia. Es un tinto potente, con peso, relieve y nervio, pero sale metido en un cajón de madera. La bodega, también buen roble, es protagonista en la nariz, sin ocultar del todo finos rasgos frutales, florales y balsámicos, y también en un paso de boca secante pero no especialmente rudo, con buen perfil y, en principio, también con buenas perspectivas de futuro.



## Can Sumoi '21

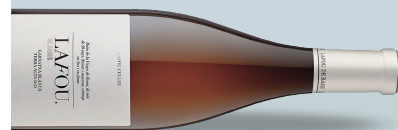
**TINTO. CAN SUMOI**

ZONA: DO PENEDÉS. VARIEDAD: SUMOLL

EVOLUCIÓN: HASTA 2030. PRECIO: 212 €

**86** La tinta Sumoll está en el punto de mira de los enólogos catalanes más inquietos, que encuentran carácter y frescura en esta variedad autóctona catalana. Es la apuesta de Pepe Raventós en su proyecto de vinos tranquilos que ya tiene un trayecto de ocho años. El vinatero estrena su primer monovarietal y elige mostrarlo en su pureza, sin amortiguar su carácter arisco con mezclas ni con crianzas. Territorio Sumoll bien expuesto, con aromas de fruta roja y marcados tonos minerales (hierro), toques balsámicos de monte bajo, recuerdos de especias frescas (pimienta verde). Boca angulosa, con duros taninos bien marcados (sorprende esa expresión tánica en un vino de poco color), viva acidez, sabroso, expresivo en los aromas frutales, muy persistente.

## FILIGRANA ENOLÓGICA



## LaFou de Rams '18

**BLANCO. LAFOU CELLER**

ZONA: DO TERRA ALTA

VARIEDAD: GARNACHA BLANCA

CRIANZA: PARTE BISELADO FERMENTADO

EN BARRICA, PARTE DESPALILLADO

FERMENTADO EN BARRICA Y EN

DEPÓSITO, 6 MESES EN BARRICA SOBRE

LÍAS; MÁS DE 30 MESES EN BOTELLERO

EVOLUCIÓN: 2026-2027

PRECIO: 49 €

**93** Tal vez por contagio del buen momento que vive la tinta, la Garnacha Blanca es una de las variedades que está concitando la atención de los enólogos en distintas zonas españolas. Rioja, Navarra o las comarcas catalanas buscan la vía de una variedad que no es dúctil en el trato. Ese proceso es notable en la DO Terra Alta, donde se concentra la mayor cantidad de Garnacha Blanca del mundo. Y no hay duda de que Ramón Roqueta y su equipo están aportando propuestas de interés para la variedad. En este Raimis hacen un trabajo de auténtica filigrana, con la aportación de distintas técnicas. Hay una parte del vino elaborado de forma más o menos convencional, fermentado en parte en barrica y en parte en depósito. Otra porción es un vino biselado (blanco elaborado como un tinto, en presencia de la casca) en barricas abiertas. La mezcla final con los vinos así elaborados recibe una parte de biselado guardado en barricas de 300 litros y envejecido por el sistema de criaderas y solera desde 2016. Vinos tan dispares no han de ser de ensamblaje sencillo pero en este caso se consigue, tal vez por la prolongada crianza de 30 meses en el botellero. Nariz compleja, profunda, con carácter y muchos sugestivos matices, en los que destaca la crianza en la botella. Cierta cuerpo y gran equilibrio, fresca acidez, muy suave, seco, sabroso, amplio, persistente.

## Mar de Frades Finca Lobeira

# UN NUEVO PAISAJE ATLANTICO

A LOS FAMOSOS ALBARIÑOS MAR DE FRADES, LOS DE LA BOTELLA AZUL, LES HA NACIDO UN NUEVO HERMANO DE LUJO: FINCA LOBEIRA. «ARRAIGADO EN EL GRANITO, RODEADO DE BOSQUE Y MUY CERCA DE ESE MAR QUE NOS DA LA VIDA». ASÍ ES COMO LO DESCRIBE SU CREADORA, PAULA FANDIÑO, ENÓLOGA, DIRECTORA TÉCNICA Y GERENTE DE LA BODEGA.

**F**rades significa frailes, el mar de los frailes. Y ¿por qué? Porque hace referencia a la desembocadura del río Umia, justo frente a la ría de Arosa, donde los antiguos peregrinos tomaban tierra para proseguir su camino hacia Santiago de Compostela. Y fue este lugar el elegido por la nueva propiedad de la bodega Mar de Frades en 2007 (la compró el Grupo Zamora en 2003, el de Ramón Bilbao, como dice la voz popular). La firma Mar de Frades la creó en 1987 un empresario y emprendedor, que dirían ahora para construir la bodega de referencia y desarrollar nuevos proyectos más allá del exitoso albariño Mar de Frades de la botella azul, que ya había conquistado a media España y parte del extranjero.

¿Una botella azul? Qué tontería, decían los colegas cuando irrumpió en el mercado. Y el caso es que a mí personalmente me gustaba mucho, y las usaba vacías como decoración, para poner flores sobre fondo blanco. ¡¡Imbatible!! ¿Se acuerdan ustedes cuando nació la botella azul del agua mineral Solan de Cabras para bares y restaurantes? Constituyó otro enorme éxito. Y no son baratas las botellas azules, no. Sobre todo si son de vidrio.

El lugar elegido fue la ladera de un monte situado frente a la ría de Arosa, como no podía ser de otra manera, y justo en el centro del valle del Salnés. Se construyó sobre una colina de tierras graníticas, con unas preciosas vistas a la ría de Arosa y rodeada de terrazas de viñedos. Ese año 2007 constitu-



PAULA FANDIÑO

yó un antes y un después de Mar de Frades, que siguió con su azul como bandera escoltando al albariño de su mismo nombre, pero que tenía mucho más que decir. También fue el año en el cual se incorporó a la dirección técnica Paula Fandiño, formada en la Universidad de Santiago de Compostela y considerada como la verdadera dama del albariño, la gran experta en esta delicada uva. No en vano la revista británica *Drinks Business* la reconoció como una de las diez enólogas más influyentes de España.

### EL PRIMER PASO

Aquella colina sobre la ría de Arosa tenía un nombre, Finca Valiñas, y ese fue el elegido por Paula Fandiño para elaborar lo que fue el primer vino de finca, de parcela, de la firma Mar de Frades. Sin renunciar, por supuesto a la botella azul, ni al poderoso influjo del Atlántico, ni tampoco al de la magia de la cepa Albariño. Pero, eso sí, con una absoluta fe en el acero inoxidable, las lías, el tiempo y... ¡la botella!

Esas uvas que rodeaban la nueva bodega de elaboración merecían ser tratadas





FINCA VALIÑAS

independientemente por sus características especiales. Y así nació la idea de lo que sería en el 2016-2017 el primer vino Colección Paisajes Atlánticos Finca Valiñas. La constatación de la excelente crianza que un buen albariño puede tener en botella se demostró en el primero de los tres que ahora conforman la Colección Atlántica. Años precisos en acero, nunca menos de cuatro, y ni gota, ni gota de roble. Años de intenso trabajo de Paula Fandiño con las lías, el acero y el tiempo.

En el año 2016, la compañía propietaria de Mar de Frades, Zamora Company, adquiere a un banco una serie importante de hectáreas en producción tras la crisis del 2008 a 2014. Tres grandes

parcelas, de golpe, repartidas por distintas zonas, sí, pero en la DO Rías Baixas. Nadie puede negar que es casi un milagro. Dos de ellas en la subzona de Ulla y otra en el Valle del Salnés, Finca Lobeira que es de la que procede el nuevo y último vino –hasta la fecha– de la Colección de Paisajes Atlánticos Mar de Frades: Finca Lobeira.

Las otras dos parcelas están situadas en la subzona Ribeira do Ulla, que se incorporó a la Denominación de Origen Rías Baixas en el año 2000 y que es la única que alcanza a tener viñedos en la provincia de A Coruña, cerca de Santiago, en la Galicia más sugerente, hermosa, casi desconocida y profunda.

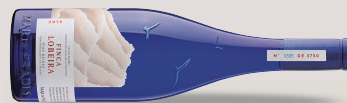


FINCA MONTEVEIGA

## La cata



### UN PAISAJE EN TRES FINCAS



#### Finca Lobeira '19

97% ALBARIÑO, 3% GODELLO, CAÑO BLANCO Y LOUREIRO; 30 MESES EN DEPÓSITO CON SUS LÍAS. 3.750 BOTELLAS. 32 €

**97** Mucho carácter, serio, de guarda. Complejo y potente; aromas de fruta blanca bien madura, tonos de cítricos, lácteos y florales, fondo mineral (yodo, fósforo). Excelente equilibrio, cuerpo medio, centro glicérico, viva acidez, salino, sabroso, amplio, largo.



#### Finca Valiñas '19

ALBARIÑO; 18 MESES EN DEPÓSITO CON SUS LÍAS. 33 €

**98** Fresco, directo, bien definido y desarrollado. Nariz sutil, complejo y fino, potencia media; aromas de fruta blanca madura, elegantes herbáceos (rúcula, brezo), florales y cítricos, notas marinas. Fresco, fluido, suave, gran equilibrio, seco, salino, amplio, vivo.



#### Finca Monteveiga '19

ALBARIÑO; 18 MESES EN DEPÓSITO CON SUS LÍAS. 37 €

**99** Elegante desarrollo en un blanco, fresco, con futuro. Nariz compleja, con matices minerales, cítricos, florales y balsámicos, sobre fondo de fruta blanca madura. Gran equilibrio, cierto cuerpo, centro glicérico, viva acidez, suave, fresco, sabroso, amplio.

Conviene recordar que la DO Rías Baixas comprende cinco subzonas: Val do Salnés, O Rosal, Ribeira do Ulla, Condado do Tea y Soutomaior. La Ribeira do Ulla se caracteriza por la diversidad de sus vinos y variedades, también por su entorno, con suelos, en general, graníticos y arenosos y con muchas oscilaciones de temperatura. Y aunque es la que está más lejos de la influencia del océano, esto no es un punto negativo ya que su mayor altitud le propicia características más afrutadas y frescas. Los viñedos que dan lugar a Finca Monteveiga son realmente hermosos, situados en un paraje de gran belleza y soledad, escoltados por montañas, expresan una interesantísima paleta aromática y son muy envolventes. De producción muy limitada que no llega a las cuatro mil botellas.

### UN PASEO POR LAS RÍAS BAIXAS

Hay que hacer kilómetros desde la Ribeira do Ulla, del Finca Monteveiga, al Valle del Salnés. Hay que ir de la Galicia profunda, la del norte de Pontevedra lindando con A Coruña y en dirección este, a la de las Rías Baixas que a todos nos recuerda al mar, las rías y los mariscos... Vamos a buscar los viñedos y el paisaje de este nuevo Finca Lobeira.



Las cepas están situadas a los pies del punto geodésico más alto del Valle del Salnés, un lugar mágico rodeado de pinos y eucaliptos y con suelos de granito descompuestos. Se plantaron entre 2004 y 2006 y son los más cercanos al mar. Esta finca se compró, como hemos apuntado antes, en 2016. Son nueve hectáreas, la mitad de Albariño y la otra mitad de Loureiro, Caíño y Godello. De este nuevo hijo de los Mar de Frades, Finca Lobeira '19, sólo se elaboran –de momento– 3.750 botellas llenas de energía y buenas vibraciones, aromas agrestes y herbáceos, salino y con una excelente

acidez que le permitirá una gran evolución en el tiempo.

Entre paisaje y paisaje atlánticos, nos acercamos a Ribadumia para conocer muy de cerca el próximo Paisaje de Mar de Frades, en la histórica finca Pazo do Monte que el Grupo Zamora adquirió a finales de 2017 y donde se plantaron 21 hectáreas –juntas, un milagro– al año siguiente. Habrá que esperar para el nuevo vino pero este Paisaje se vislumbra excelente. Además, no será sólo un nuevo vino de la Colección Paisajes sino que se trata de parte de un gran proyecto cultural y arquitectónico. Rehabilitar lo que fue un hermoso pazo, hoy en ruinas, y todas sus dependencias, y también dedicar unos cinco mil metros cuadrados a un ensayo científico en colaboración con la Misión Biológica de Galicia, donde se plantarán variedades de uva gallegas que hasta hoy son desconocidas, para conocer su comportamiento y si podría tener o no interés comercial o científico.

El pazo es del siglo XVII y la finca es una maravilla con nueve manantiales y agua para dar y tomar. Y un hórreo grande, de aquellos que correspondían a las propiedades importantes y de ringorango, y una capilla y una bodega... y un prado tan verde que invita al descanso.

Pero no podemos pararnos porque no podemos olvidar que Finca Lobeira 2019 está de estreno. Un gran blanco de guarda que sale al mercado con cinco años de crianza y sin gota de madera.

¿Quién dijo miedo? ■



FINCA LOBEIRA

## Can Sumoi

# UN JARDÍN CON VISTAS

EN LA ZONA MÁS AGRESTE DE LA DO Penedés, CAN SUMOI ES UN PROYECTO DE RIESGO. LAS LADERAS DE MONTMELL GUARDAN EL RECUERDO DE TIEMPOS PASADOS DE VIÑEDOS EN TERRAZAS HOY INVADIDAS POR EL BOSQUE. PEPE RAVENTÓS HA INICIADO LA RECUPERACIÓN DE ESE PAISAJE VITÍCOLA DE MEDIA MONTAÑA PARA APLICAR UN CONCEPTO MODERNO DE AGRICULTURA SOSTENIBLE. SE ENFRENTA A LA PROPIA NATURALEZA Y A CONCEPTOS UN TANTO CONTRADICTORIOS, PARA CONVERTIR LA SALVAJE CAN SUMOI EN UN JARDÍN CON VISTAS.



PEPE RAVENTÓS

**P**erfilada la casa matriz, Raventós i Blanc, como bodega especializada en la elaboración de espumosos, Pepe Raventós puso en marcha el proyecto Can Sumoi con el objetivo de desarrollar la gama de vinos tranquilos. Aprovecha la experiencia ecologista y biodinámica aplicada en la histórica finca familiar, no sólo en la viña sino también en el entorno natural, así como el aprendizaje en la elaboración de vinos radicales, vinos literalmente de garaje, que produce en los bajos de su casa y comercializa como Vinos Pepe Raventós.

«La finca se llama Can Sumoi, lleva el nombre de la uva Sumoll, que es autóctona nuestra, y volverá a ser la casa de la uva Sumoll». Pepe, decimoséptima generación de la familia dedicada a la vid y el vino en el Penedés, entra enseguida en materia: «La Xarel·lo, que es la mejor uva blanca del mundo, ya está reconocida como una gran variedad, tanto para espumosos como para vinos tranquilos, además de ser emblemática en el viñedo catalán. Quiero hacer lo mismo con la Sumoll. La pareja perfecta: Xarel·lo blanca y Sumoll tinta, pero trabajamos con otras, como Garnacha Blanca y tinta, Macabeo, Montonega, que había algo en Can Sumoi, o Bastard Negre, que tenemos en Sant Sadurní».

### APUESTA POR SUMOLL

En ese planteamiento está la primera dificultad: la Sumoll ha sido una variedad residual y es todavía muy minoritaria, aunque es una de las que tienen en el foco los viticultores y bodegueros de

las últimas generaciones. Tampoco ayuda su carácter; da vinos con poco color y duros taninos. «Tenemos que aprender a trabajar con ella para domar esa rusticidad, pero es una gran variedad. La Sumoll se quitó porque no es fácil. La ventana de vendimia no es de días sino de horas: si vendimias pronto, te cruje; si te pasas se pudre o se pasifica».

Tiene poco color y taninos duros como Nebiolo, carga vegetal y frescor de Pinot Noir de zona fría y tioles balsámicos que nos llevan a Syrah».

La otra pareja de baile, la blanca Xarel·lo, tampoco lo pone fácil: «No va bien en altitud, le cuesta madurar a más de 500 metros sobre el mar, y Can Sumoi está demasiado alto, a más de 600. No me preocupa porque tenemos muchas opciones con buen Xarel·lo. En Can Sumoi había Parellada, que aquí llaman Montonega. A mí no me gusta, pero son viñas viejas que tienen más interés y las hemos recuperado; con ella hacemos un ancestral» (espumoso en el que la toma de espuma se realiza a partir de mosto de fermentación incompleta, sin adición de licor de tiraje).

«Aquí la plantación histórica era de Sumoll, lo que pasa que en su día se quitó Sumoll y se puso Parellada para vender las uvas o los vinos a los productores de cava. Nos encontramos con Parellada pero estamos plantando Sumoll. Ahora hay nueve hectáreas de Parellada vieja y solo cuatro de Sumoll; el resto está en fase de replantación, naturalmente con Sumoll. Estamos encantados porque sacamos la madera de viñedos viejos de Sumoll de lo que llamo *el triángulo de la resistencia del Sumoll*, que forman Ro-



doñá, Mas Llorens y Mont Ferri, en la comarca Alt Camp, donde la gente amaba el Sumoll y lo conservó».

### FINCA EN RECONSTRUCCIÓN

La fórmula varietal es el menor de los problemas de Pepe Raventós y su equipo en Can Sumoi. Paradójicamente en unos proyectos vitales, agrícolas y bodegueros que aplican radicalmente la filosofía ecológica, es la naturaleza uno de los principales obstáculos para su consolidación y desarrollo. Todo empezó con la seducción de un paisaje.

Flaco, fibroso e inquieto, Pepe Raventós tiene la planta de un triatlético y sus aficiones deportivas confirman esa impresión. Además de recorrer sin descanso sus viñas, se ejercita corriendo, nadando o recorriendo en bicicleta las trochas y caminos cercanos y no tan próximos. En otoño de 2016, en una de esas etapas con las que el responsable de Raventós i Blanc combate el estrés de la vendimia, se internó en uno de los paisajes más recónditos del Baix Penedés, en las sinuosas carreteras de las laderas del Montmell, entorno bien conocido por ciclistas aficionados y profesionales, y se topó con Can Sumoi, una finca de 450 hectáreas situada en el municipio de La Juncosa, con la singular silueta del Montmell y su reconocible cima en forma de pezón, que en la atalaya está a 900 metros sobre el nivel del mar.

La finca, que pertenecía a una familia de industriales de Vilanova i la Geltrú, propietarios desde el siglo XVII, estaba alquilada a un payés que la tenía en semiabandono. Las viejas terrazas que otrora sostuvieron viñedos estaban invadidas por los pinos y la vegetación salvaje y sus muretes de piedra se venían abajo. Aún sobrevivían pequeñas



viñas dispersas de Parellada pero no se explotaban ni siquiera los recursos del bosque.

Era un buen momento para la bodega. «En los años noventa, cuando nos arruinamos, el capítulo de vinos tranquilos fue una alternativa importante, recuerda Raventós. Hacia 2010 vimos que Raventós i Blanc debía especializarse en espumosos de alta gama y empe-



zamos a buscar un sitio que pudiera dar alma al proyecto de vinos tranquilos. Can Sumoi encajaba perfectamente. En otoño de 2016 la descubrimos y en 2017 la compramos. Justo a tiempo porque se proyectaba instalar una granja de pollos».

## CARRERA DE FONDO

Es un escenario impresionante y también un reto. Se encontraron con unas veinte hectáreas de viñedo y el resto es bosque de pinos. «Hay también una gruta calcárea impresionante», apunta Pepe Raventós. Hay kilómetros de caminos que hay que mantener y de bancales sostenidos por muros de piedra que en muchos casos necesitan ser reconstruidos. Y hay una alta población de fauna, con abundantes corzos y jabalíes empeñados en realizar una vendimia prematura, lo que obliga a cercar las viñas con vallas cinegéticas.

Al mismo tiempo, es necesario limpiar el monte para prevenir incendios que en esta comarca pueden ser demolidores. Pepe Raventós quiere repetir la experiencia de la finca de Sant Sadurní y criar un rebaño de cabras que se encarguen de esa limpieza de hierbas y arbustos. «Me falta el pastor, comenta Pepe Raventós, y también me hará falta una familia dispuesta a vivir en la finca. Ya tengo algunos contactos...».

También hay recursos, como las cisternas que almacenan agua de lluvia,

dos casas abandonadas que se proyecta reconstruir y una pequeña bodega que se va a recuperar para destinarla a una línea de vinos top. Todo ello y la reconstrucción de la masía conforma un proyecto ambicioso y unos recursos considerables, que el vinatero afronta con un cálculo que parece chocar con un temperamento impulsivo. «Puede que a veces haga locuras, pero no estoy loco, o al revés...», comenta mientras contempla la finca, encaramado en lo alto de la casa, agarrado al pararrayos. «Tenemos que ir paso a paso y sé que esto es una carrera de fondo, no se puede hacer de la noche a la mañana».

## LIBERTAD Y VINOS PARCELARIOS

Can Sumoi no es un proyecto cerrado de vinos procedentes de uvas de la propia finca y tampoco será una bodega de grandes dimensiones. «Pensamos en una producción de unas 250.000 botellas con una calidad óptima para poder posicionar el vino en el entorno de los 20 euros botella en tienda. Eso solo es posible haciendo trabajo con los viticultores de la zona. Nadie en Penedés paga 90 céntimos por kilo de uva. Gracias a dios nos lo podemos permitir y estamos muy contentos».

La gama actual se nutre de distintas viñas. «Ahora tenemos un blanco de Garnacha Blanca de viñas viejas del Pla de Manlleu, a 500 metros sobre el nivel



del mar; un rosado de Sumoll de viñedo joven y Xarel·lo; un blanco de Xarel·lo vinificado en cemento de dos parcelas de viñedo muy viejo y un tinto ensamblaje de Sumoll y Garnacha de viña joven a 500 metros de altitud. Estamos trabajando en varietales de Sumoll parcelarios, vinos de reducida producción con los que quiero poner el Sumoll en valor. Desde finales de esta primavera está en la calle la primera añada, que es '21. Hay otro de la cosecha '22 y en '23 veremos a ver».

Pepe Raventós prefiere la Sumoll por delante de otras variedades más dúctiles, como Garnacha o la propia Bastard Negre con la que trabaja en Raventós i Blanc. «Estamos hablando con otros elaboradores para crear una categoría de vinos de Sumoll. Tienen que ser los vinos que hagan grande al Penedés. No son comerciales, serán vinos de culto. Son vinos de mucho carácter y energía, de envejecimiento largo, con pH bajo y mucha carga tánica, apunta. Me gustaría que saliera con dos años de barrica y dos de botella. En cuanto a la crianza, quizá sea romanticismo, pero lo que más nos gusta es el castaño local. Nos parece que marca menos».

Hay tarea por delante en todos los sentidos y Pepe Raventós ha elegido la vía difícil, un camino en el que lo más amable es el paisaje, un jardín con vistas a un panorama bucólico pero lleno de retos, que empiezan por la propia variedad y unos vinos casi violentos. El vinatero lo afronta con ilusión y espíritu de triatleta. «¡¡¡Bienvenidos al mundo Sumoll!!!».



## DO Monterrei

## LA QUIMERA DEL GODELLO

TAL VEZ LA MÁS DESCONOCIDA DE LAS CINCO DENOMINACIONES DE ORIGEN GALLEGAS BUSCA ABANDONAR ESA CONDICIÓN CON UN GOLPE RADICAL DE TIMÓN. ZONA CON VOCACIÓN DE PRODUCTORA DE VINOS TINTOS Y CON HISTORIA LIGADA A ESE TIPO DE VINO, APUESTA DECIDIDAMENTE POR EL BLANCO. LA UVA GODELLO, CON DEMANDA EN ALZA EN TODAS PARTES, ES LA NUEVA ESTRELLA Y EL MOTOR DE UNA REVOLUCIÓN QUE ESTÁ CAMBIANDO LA FAZ DE LA DO MONTERREI.

**S**alvo un paso fugaz y minoritario de Bodegas Riojanas, reemplazada por Adegas Terras Gauda en la bodega Gargalo de Robeto Verino, no ha habido en la DO Monterrei otra entrada forastera más que la de otra casa con sede en la DO Rías Baixas, Bodegas Martín Códax, que en 2008 se hizo cargo de una pequeña cooperativa fundada tres años antes por un reducido grupo de viticultores.

Monterrei busca su camino en la entrega sin reservas a la quimera de la uva Godello, la más buscada en épocas recientes en sus lares tradicionales del valle del Sil, en Valdeorras y Bierzo. Es como la *fiebre del oro*: colonizada California, papel que juega Valdeorras, los buscadores marcharon a Oregón-Bierzo y Monterrei quiere ser la próxima parada (haría el papel de Alaska), quizá en pug-



na con la agreste Ribeira Sacra. A la llamada del brillo dorado de la uva Godello, también conocida en estas latitudes como Verdello, han acudido de forma decidida la mayor parte de las 29 bodegas que conforman la DO Monterrei y el propio consejo regulador, que anima la ten-

dencia mientras mira de reojo, aunque parece que sin demasiado entusiasmo, al resto del catálogo varietal de la zona, en la que reinó Dona Blanca y figuran las otras famosas estrellas gallegas, como Albariño, Treixadura (sinonimia, Verdello Louro), Loureira y Caíño Blanco, y alguna aportación local que se podría recuperar, caso de Blanca de Monterrei.

El proceso resulta curioso en una zona que parece tener más vocación como productora de vinos tintos, que fueron históricamente la producción dominante y ahora abundan las plantaciones de uva tinta que han sido reinjertadas con variedades blancas, Godello casi en exclusiva. Desde el punto de vista de las variedades tintas, superada la época de la productiva Garnacha Tintorera, se buscó el matrimonio entre la gallega Mencía, aunque

algunos le discutan esa *nacionalidad*, y la castellana Tempranillo, aquí llamada Araúxa. Al fin y al cabo, es la cuenca del Duero. No parece un matrimonio bien avenido; su ciclo vegetativo es diferente y cuando van juntas parece que dos vinos conviven en la misma botella. Las alternativas más autóctonas y minoritarias son Caíño Tinto, Sousón y, sobre todo, Merenzao, también llamada Bastardo. Mencía y Bastardo son las variedades consideradas principales y asoma tímidamente la rara y parece que prometedora Zamarrica, aún por *legalizar*.

## COMARCA EXCÉNTRICA

Monterrei es una denominación de origen excéntrica en el conjunto de Galicia; incluso se diría que es menos *gallega* que el Bierzo. Está situada en la cuenca

del Duero; el Támega, el río que estructura el valle, es afluente del gran río castellano-portugués y, por tanto, administrativamente la comarca está adscrita a la Confederación Hidrográfica del Duero. Su paisaje es más amplio que el del resto de las denominaciones de origen gallegas, con dos subzonas oficiales bien marcadas, Valle de Monterrei, la zona más llana del fondo del valle del Támega y del Bubal, a unos 400 metros sobre el nivel del mar, y Laderas de Monterrei, de pendientes no excesivamente pronunciadas pero que pueden superar los 800 metros de altitud.

Además, difiere también el clima, mucho menos lluvioso que en el resto de la región, con en torno a los 550 milímetros en años normales (normalidad alterada en los últimos tiempos) y rasgos de continentalidad en las temperaturas, con riesgo cierto de heladas primaverales y veranos muy calurosos, con una variable térmica en época de maduración, cuando se forman las moléculas aromáticas, que puede oscilar de mínimas nocturnas inferiores a diez grados a máximas por encima de los treinta.

La cota y la orientación del viñedo tienen una importancia casi decisiva en las alrededores de 700 hectáreas de viñedo que se cultivan en la comarca. Como también la conducción de las viñas, en espaldera todas las nuevas plantaciones y replantaciones en previsión de las dificultades que acarrea la cada vez más

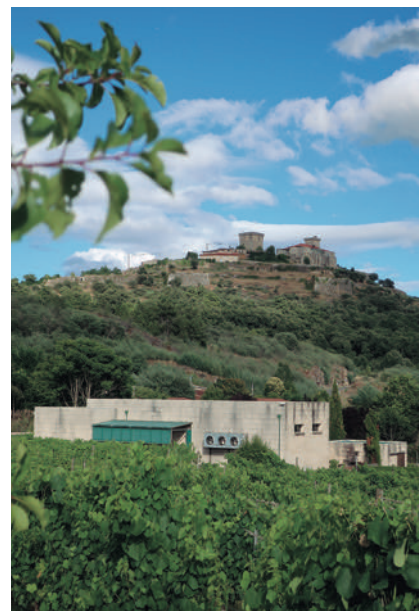
acuciante escasez de mano de obra. Aquí no es frecuente el riego, al parecer no hace falta a pesar del calor del verano, y tampoco hay un problema con la exposición solar. La opción se debe al deseo de mecanizar los trabajos en la viña.

## BUENOS TIEMPOS

En ese viñedo abundan las plantas adornadas en su tronco con una cinta blanca. Son las que han sido reinjertadas, en las que la variedad cultivada hasta ahora ha sido sustituida. Prácticamente en todos los casos la uva protagonista es Godello. Con una peculiaridad: en Valdeorras no han sufrido la crisis. En tiempos pasados se movió, como casi todas las zonas, a impulso de sucesivas crisis, sobre todo las de los vinos a granel de los años ochenta y noventa del pasado siglo.

Los vinateros de Monterrei vivían cómodos surtiendo de sus vinos a granel, sobre todo tintos, transportados por los *arrieiros* (cuando los carros tirados por bestias fueron reemplazados por vehículos a motor, los vendedores y repartidores de vino siguen siendo designados como *arrieiros*) con destino a otras comarcas gallegas, de Zamora o de Asturias. O entregando sus uvas a la cooperativa de Monterrei, fundada en 1965.

La crisis de ese sistema, que algunos ven como consecuencia del drama del aceite desnaturalizado, lo que se atribuyó al aceite de colza, aunque esa grasa era inocente, impulsó el proceso de puesta en



marcha de la DO Monterrei, reconocida en noviembre de 1994. Era la cuarta denominación de origen gallega, tras la histórica Ribeiro, Valdeorras y Rías Baixas.

Los viticultores de la zona adoptaron la venta de vino embotellado con mayor presteza que los de otras zonas y no tuvieron grandes problemas para vender su producción. Tampoco los tienen ahora y la DO Monterrei es una comarca en expansión, sin ruido pero con pasos firmes, según cuentan tanto los bodegueros como los representantes del consejo regulador.

Es una zona de reducido tamaño y que no se caracteriza por la proyección de su imagen y prestigio, pero que busca su espacio a lomos de esa reconversión que cambia Godello por Mencía en la viña y con el blanco en lugar del tinto como elaboración estelar. De momento, pecados de juventud, muy centrados en la elaboración de variedades de Godello, pero la aportación de otras variedades, sobre todo Treixadura, en vinos nuevos, fragantes y frescos, que asoman como los más interesantes. Sobre todo si salen con cierta madurez, tras un periodo de crianza (madera, lías, botellero), que es el campo donde, también en Monterrei, la uva Godello/Verdello, sobria en su juventud, ofrece sus mejores prestaciones. Por el momento, la uva Godello se dibuja como la estrella de la zona y es protagonista en una campaña cuyo eslogan, *O rei do Godello*, ha molestado en la DO Valdeorras. ■









**El vino y los deportistas de élite**

# El vino olímpic



AUNQUE EN ESTE TIEMPO QUE NOS TOCA VIVIR PAREZCA IMPENSABLE, EL VINO FORMÓ PARTE ACTIVA DE LA ALIMENTACIÓN DEPORTIVA HASTA BIEN ENTRADO EL SIGLO XX. SU CONSUMO SE VALORÓ INCLUSO COMO POSITIVO PARA EL RENDIMIENTO DEPORTIVO. RECORRAMOS JUNTOS NUESTRA PARTICULAR OLIMPIADA DEL VINO, UNA EXCEPCIONAL MARATÓN DE SIGLOS, DESDE AQUELLOS PRIMEROS JUEGOS OLÍMPICOS EN LOS QUE LOS CORREDORES SE AVITUALLABAN CON VINO, HASTA EL MOMENTO ACTUAL, EN EL QUE LOS NUTRICIONISTAS DEPORTIVOS DESACONSEJAN EL CONSUMO DE CUALQUIER TIPO Y CANTIDAD DE ALCOHOL SI SE HACE DEPORTE DE COMPETICIÓN.

TEXTO: VANESA VIÑOLO

**H**ay que partir de la base de que la trayectoria profesionalizada, tanto del deporte como de la nutrición deportiva, es mucho más reciente de lo que cabría esperar. El amateurismo ha sido la tónica general entre los deportistas, incluso en competiciones oficiales de relevancia, hasta bien entrado el siglo XX. Este amateurismo ha ido evolucionando durante los siglos XX y XXI hacia la profesionalización, impulsada por la importancia que han ido tomando los medios de comunicación en el deporte, por el patrocinio de empresas y por la comercialización de eventos, competiciones o de los propios Juegos Olímpicos.

A esa falta de *profesionalidad* en el deporte en general se suma que no se daba ninguna importancia a la alimentación de los atletas. El rendimiento se centraba en conceptos como la técnica, el entrenamiento o las cualidades innatas del deportista. La evolución de la nutrición deportiva y el papel del vino en ella han ido así en paralelo, desde aquellas épocas en que anécdotas y mitos eran los protagonistas, hasta que se ha convertido en una especialidad consolidada de la nutrición y la dietética, basada en la evidencia científica.

Como nos explica F. Xavier Medina, director de la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), «la nutrición deportiva es, al contrario de lo que podríamos pensar, una disciplina

muy reciente. Solo en las últimas décadas se ha vinculado la nutrición al rendimiento deportivo. Antes no se daban esas dietas estrictas para mejorar el rendimiento deportivo, acordes con cada disciplina. Las dietas de los deportistas estaban enfocadas meramente desde un punto de vista cultural, hasta que llega el momento de la nutrición deportiva. Es entonces cuando ya no se permite ningún tipo de ingesta de alcohol y se aplican los principios científicos a la nutrición deportiva».

## Los Juegos del Vino

Tomando la que es la gran celebración del deporte como referente, la incorporación de programas especializados en alimentación y nutrición en los Juegos Olímpicos es un hecho muy reciente. Xavier Santabàrbara Díaz, doctor de Ciencias de la Salud por la Universitat Oberta de Catalunya, centró su tesis *Evolución y cambios en la nutrición deportiva, la provisión de alimentos y la gastronomía* en los Juegos Olímpicos de la era moderna (1896-2020). Era en realidad una mirada que no fuera solo deportiva, sino también antropológica, de la nutrición en los Juegos Olímpicos a lo largo de la historia. «A principios del siglo XX el deporte era amateur y los Juegos Olímpicos eran una fiesta deportiva. El deportista bebía vino porque no se tomaba el deporte tan en serio. Además, los Juegos Olímpicos de la era moderna nacen en el Mediterráneo: Grecia, Francia, son tierras muy vinculadas al

vino. El vino siempre ha jugado un papel determinante, sobre todo si hablamos de los Juegos Olímpicos de la antigua Grecia, con ese concepto de celebración, de fiesta, que era brutal, y el vino era indispensable para ello».

Si nos remontamos a las primeras olimpiadas de la era moderna (Atenas, 1896), el suministro de alimentos corría a cargo de cada delegación, es decir, que tanto los dignatarios como los atletas de cada país se autoabastecían, traían su propia comida (y bebida). Una *intendencia* que se basaba en la cultura gastronómica de cada país, en sus requisitos religiosos y, claro está, en las preferencias individuales de cada atleta.

Pero comencemos por los cimientos olímpicos, por esos primeros juegos de nuestros antepasados clásicos. ¿Cuáles eran las costumbres nutricionales de los deportistas? ¿Tomaban o no tomaban vino? Los estudiosos L. Griveetti y E. Applegate han realizado dos completos estudios que nos iluminan sobre ello: *Desde Olympia hasta Atlanta, una perspectiva histórico-cultural de la dieta y el entrenamiento atlético* y *Buscando la ventaja competitiva: una historia de suplementos y modas dietéticas*.

En el primero analizan diversos escritos de escritores griegos y romanos en los que se describe la alimentación y el entrenamiento de los primeros atletas participantes en los Juegos Olímpicos de la Era Antigua (776 a.n.e. al 393 de nuestra era). Por ejemplo, Epicteto (siglo II) escribió que los vencedores olímpicos





ATENAS, 1896

evitaban los postres y el agua fría y tomaban vino con moderación. Primera alusión a nuestro amigo báquico.

En la segunda investigación se describe cómo la preocupación por optimizar el rendimiento deportivo a través de la alimentación es muy anterior a la aparición de una ciencia del deporte. Las ayudas nutricionales para el rendimiento deportivo tienen sus raíces en la Antigüedad y se fundamentaban en la superstición y el comportamiento ritual de los atletas. Así, era bastante habitual en sus relatos recomendar a atletas y soldados consumir partes específicas de animales para transferir a sus cuerpos la agilidad, la velocidad o la fuerza asociadas a ese animal. Por ejemplo, se recomendaba la carne de cabra para los saltadores y la de toro para los corredores. Otro ejemplo: hay constancia de las costumbres del luchador Milos de Crotona, que tomaba, antes de sus competiciones, «nueve kilos de carne y pan y nueve litros de vino». Un auténtico titán.

## Los juegos de la era moderna

En *Desde Atenas 1896 hasta París 2024: el papel del vino en los Juegos Olímpicos*, como ya se ha señalado, se explica que los atletas de los primeros Juegos Olímpicos

modernos, celebrados en Atenas 1896, no seguían ninguna dieta en particular, aunque sí eran conscientes de que debían comer equilibrado y sano (según los parámetros de esa época).

El Informe Oficial de Atenas 1896 detalla la rutina alimentaria de los días de



**EL VINO SIEMPRE HA JUGADO UN PAPEL DETERMINANTE, SOBRE TODO SI HABLAMOS DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LA ANTIGUA GRECIA, CON ESE CONCEPTO DE CELEBRACIÓN, DE FIESTA.**

competición, en los que los atletas solían centrarse en la gastronomía local: aceitunas, queso de la zona, pan y, lo que más nos interesa, vino *retsina* en abundancia. Hay que destacar en estos juegos olímpicos la carrera de maratón. Spiros Luis, el ganador del primer maratón de la

historia de los Juegos Olímpicos modernos, era muy aficionado al vino, tanto que, en el transcurso de la prueba, cuando estaba persiguiendo al líder, se detuvo en el pueblo de Pikermi, a unos 10 kilómetros de Atenas, para beberse un vaso de vino. Después de esto, alcanzó el liderato y consiguió ganar el maratón.

Cuatro años más tarde, los Juegos Olímpicos se celebraron en París, coincidiendo con la Exposición Universal. Cuna de la gastronomía mundial en aquella época, estos juegos fueron el lugar de nacimiento de la *armonía olímpica* entre gastronomía, vino y deporte.

En San Luis, sede de los Juegos Olímpicos de 1904, un destilado de vino, el brandy, volvió a formar parte de la victoria en el maratón. En este caso el ganador fue Thomas Hicks, que corría por Estados Unidos y que, a lo largo del recorrido, consumió claras de huevo y una sexta parte de jesticnina! con un sorbo de brandy. En estas épocas el consumo de vino y otros alcoholes se consideraba un apoyo al rendimiento, por eso se consumían no solo antes y después, sino también durante las pruebas.

## De la dieta a la mesa

En los sucesivos Juegos Olímpicos el vino y otros alcoholes siguieron estando presentes tanto en las comidas habituales de los atletas como en los banquetes que se ofrecían, pero ya no como un *suplemento* para el rendimiento. Como curiosidad, por ejemplo, en Estocolmo (1912) los atletas calmaban su hambre con el plato más asequible del menú, una salchicha especial llamada *stångkorv*, que venía acompañada de una «ración completa» de alcohol, algo que agradecían sobre manera ya que hasta principios de los años noventa del siglo XX en Suecia estaba prohibido consumir alcohol en un restaurante si no se pedía comida.

Cabe destacar de esta época la importancia del vino y la gastronomía en las sedes mediterráneas de los Juegos Olímpicos. París 1924, contó con una bodega en la Villa Olímpica formada por tres mil botellas de vino, que recorrían todas sus regiones vinícolas, con especial hincapié en Burdeos y Champagne. Otro ejemplo destacado es el de Italia: las cocinas y bodegas de los Castelli, cerca de donde se celebraron las pruebas olímpicas de re-

mo y piragüismo de Roma 1960, acogieron verdaderos festines, en los que el vino fluía y las mesas estaban cargadas de manjares.

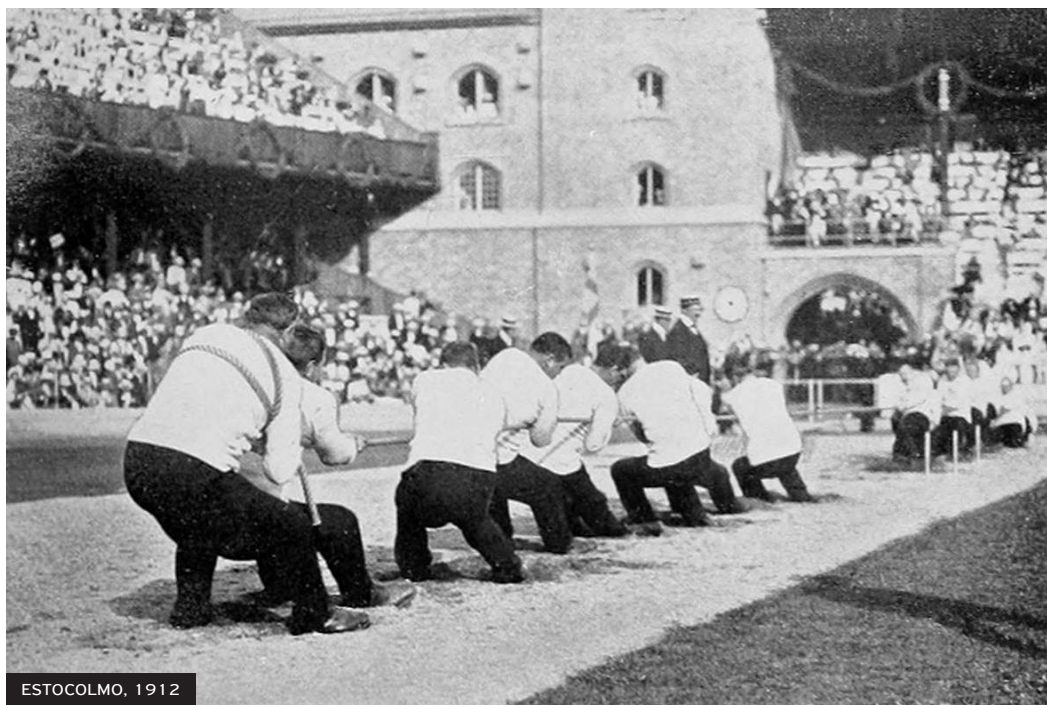
Conocemos algunas curiosidades vinculadas con el vino directamente, como por ejemplo, en los Juegos Olímpicos de México 1968, donde se elaboró un vino conmemorativo de la Baja California firmado como Oro Olímpico (Bodegas Santo Tomás) y ya más recientemente, en Londres 2012, Château Pape Clement elaboró una edición especial de uno de sus vinos.

En España, las delegaciones siempre han contado con el vino en sus eventos y celebraciones, pero la única empresa que ha formado parte de la lista de patrocinadores oficiales a raíz de Barcelona 92 ha sido Freixenet. Aunque desde los Juegos Olímpicos de Montreal 1976, la restricción de bebidas alcohólicas se extendió a toda la villa olímpica, el marco de los juegos olímpicos sigue siendo una excepcional oportunidad para fomentar la cultura gastronómica del país anfitrión, un momento perfecto para una celebración llena de eventos paralelos que van mucho más allá de lo estrictamente deportivo.

## Vino, ostras y bicicletas

El Tour de Francia, la más conocida y reconocida vuelta ciclista, no fue una excepción respecto a la nutrición y hasta los años sesenta era habitual el consumo de alcohol, principalmente vino y cerveza, durante las larguísimas pruebas de resistencia. El primer ganador del Tour, en 1903, Maurice Garin, comía en bares y bebía en fuentes a lo largo del recorrido y durante una carrera de 24 horas confesó haber comido 45 chuletas, 19 litros de chocolate caliente, 8 huevos cocidos, 7 litros de té, 5 litros de tapioca, 2 kilos de arroz, mucho vino tinto fuerte, café, champán y ostras. Aunque suene a lujo, la realidad es que estos ciclistas tenían que buscarse la vida, no había patrocinios ni avituallamiento durante la carrera, tenían que parar y comer donde buenamente podían y según el presupuesto con el que contaran.

A partir de 1962, cuando se permitieron los equipos patrocinados, terminó la era del «corredor carroñero». Los ciclistas pasaron a desayunar y cenar en equipo en los hoteles, donde, ya fuera de



ESTOCOLMO, 1912

la competición estricta, el vino siguió presente hasta los albores del siglo XXI. Como anécdota, Perico Delgado y Patxi Vila (director de rendimiento de equipos como Movistar o Bora-Hansgrohe), recordaban durante la retransmisión de la etapa de montaña del Tour de Francia



**A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX EL DEPORTE ERA AMATEUR Y LOS JUEGOS OLÍMPICOS ERAN UNA FIESTA DEPORTIVA. EL DEPORTISTA BEBÍA VINO PORQUE NO SE TOMABA EL DEPORTE TAN EN SERIO.**

de 2021 cómo Indurain tomaba un vaso de vino cada noche de Tour. «Es verdad que Miguel cenaba todos los días con un vaso de vino –comentó Delgado–. Al Tour llevábamos un buen número de botellas de rioja. A mí se me subía, pero a Miguel le sentaba genial».

## Vino, salud y rendimiento

A lo largo del siglo XX la posición respecto al alcohol y el rendimiento deportivo ha ido extremándose, desde una tolerancia relativa hasta el momento actual de «tolerancia cero». Hoy en día se considera un factor limitante del rendimiento deportivo. Y es que, como nos señala F. Xavier Medina, «desde el punto de vista nutricional hasta mediados del siglo XX ha sido un elemento valorado. No es hasta finales del siglo cuando se comienza a dar prioridad a su parte alcohólica. Actualmente se considera que cualquier ingesta de alcohol es negativa. Hasta ese momento añadía un aporte nutricional válido y en el deporte los atletas bebían vino».

Fernando García Oliveri, dietista-nutricionista del primer equipo del Real Valladolid, coordinador del Departamento de Nutrición del Club y director del Centro Equilátera, especializado en nutrición y salud deportiva, detalla la posición actual respecto al vino y el alcohol en el deporte. «Las recomendaciones sobre la ingesta de alcohol han ido cambiando a lo largo del tiempo. Sobre todo en este último siglo, los avances en ciencia han sido enormes y hemos ido viendo qué cosas son más o menos recomendables para la

salud y cuáles para el rendimiento. Desde un punto de vista nutricional, yo no recomiendo para la salud ningún tipo de bebida que tenga cualquier grado de etanol. Cualquier ingesta de alcohol, por mínima que sea, es siempre mucho más perjudicial que el beneficio que pueda tener a nivel de salud».

## Resveratrol, un amigo

FIVIN (Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición) realiza una importante labor de divulgación de la positiva relación del consumo moderado de vino y la salud, centrándose sobre todo en el poder del resveratrol. Un componente que no solo sería bueno para la salud de nuestro corazón sino también para el rendimiento deportivo. Según un estudio realizado por un equipo de la Universidad Alberta (Canadá) en 2012, publicado en *The Journal of Physiology*, «el resveratrol, un antioxidante presente en el vino tinto, tiene efectos beneficiosos en la función cardíaca y muscular similar a los del entrenamiento de resistencia. Cuando se combina la suplementación de resveratrol con el entrenamiento de ejercicio, se potencian los efectos positivos del ejercicio solo. Estudios en ratas han demostrado que

la capacidad de resistencia mejora cuando la dieta incluye resveratrol (4 gramos por kilo) durante un programa de entrenamiento de doce semanas. Esto se asocia con un aumento en la fuerza muscular, la función cardíaca y el metabolismo oxidativo. En resumen, el



### EL GANADOR DEL PRIMER MARATÓN DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS MODERNOS, EN EL TRANCURSO DE LA PRUEBA, SE DETUVO A UNOS 10 KILÓMETROS DE ATENAS, PARA BEBERSE UN VASO DE VINO.

resveratrol es un ayudante ergogénico efectivo que mejora el rendimiento físico en comparación con el ejercicio solo».

García Oliveri considera que los posibles beneficios del resveratrol quedan anulados por los negativos del etanol.

«Si hablamos del vino, normalmente se habla de los beneficios del resveratrol, pero se necesita mucha cantidad para acceder a esos beneficios. El hecho de que tenga alcohol hace que los nutricionistas no recomendemos su ingesta en general para la salud y en concreto para el rendimiento deportivo, ya que también se ha evidenciado que el alcohol en sí no ayuda a la recuperación después del ejercicio, sobre todo después de eventos deportivos, competiciones etc. No permite un descanso correcto, una recuperación muscular... Tiene un componente diurético, lo que hace que no permita una rehidratación correcta, por ejemplo».

## La psicología del vino

Se habla y se estudia mucho sobre la salud y el rendimiento deportivo desde el lado físico, pero quizá se obvia, como en general sucede en nuestra sociedad, ese lado mental, psicológico, del deportista de élite, que se ve sometido a presiones inhumanas durante periodos muy largos de su vida. Hace poco se hizo viral el momento en el que Kluss, ciclista del equipo Jumbo, se bebió casi de un trago una botella de espumoso para celebrar una victoria de etapa en la Vuelta Ciclista a España; salía a la luz que el ciclista norteamericano necesitaba una «válvula de escape» frente a los estrictos entrenamientos y parámetros nutricionales actuales, y se tomaba de vez en cuando una hamburguesa o una copa de vino para «liberar tensiones».

Fernando García Oliveri quiere diferenciar claramente el lado metabólico y el psicológico. «Una cosa es el rendimiento deportivo a través del aspecto físico, metabólico, y otro es el aspecto psicológico, en el que pueden intervenir otros muchos factores. El deportista puede tener su válvula de escape y afrontar su tensión con diferentes estrategias: en unos es escuchar música, en otros es relajarse y dar un paseo, otros prefieren salir con la familia y para otros, a lo mejor, es tomarse esa copa de vino. Pero eso no quita que esa copa de vino no afecte a su recuperación. Son dos cosas diferentes. Es el propio deportista el que tiene que valorar si asume esa menor recuperación a cambio de esa evasión. Él es el que tiene la última palabra».



TOUR DE FRANCIA, 1927

Xavier Medina también recalca que la elección de tomar esa copa de vino pertenece al ámbito privado: «Los deportistas tienen unas aspiraciones que van más allá de las de nutrirse y el deporte. En ese contexto de celebración, y de manera privada, es donde se puede entender el consumo moderado de vino, siempre fuera del ámbito de lo que es estrictamente necesario para su rendimiento deportivo. El estado psicológico, las diferentes presiones a las que se ven sometidos los deportistas de élite, es un campo que también hay que explorar. Se mira el lado físico pero el lado mental es el siguiente gran reto, también en el deporte».

Xavier Santa Bárbara defiende ese lado social, de celebración, festivo y liberador, que tiene el vino: «es un patrimonio cultural que los mediterráneos tenemos, tiene una parte social, es nuestra manera de desconectar. A alguien que ha quemado cinco mil o seis mil calorías, después de acabar una etapa que ha ganado o en la que le ha ido muy bien, se le junta el recuperar y el celebrar. En deportes como el ciclismo, esa copa de vino no va a tener ninguna repercusión en su rendimiento deportivo. Al contrario, le va a venir bien porque tiene ese componente social, de celebración, que también es necesario. A veces somos demasiado estrictos con esa alimentación y nos olvidamos de que para nosotros la alimentación es algo muy social. Ves a ese entrenador de fútbol que siempre pesa a los deportistas, que siempre está pendiente... igual está generando un estrés al deportista que no es necesario; todo tiene un contexto, igual tenemos que ser un poco más flexibles. El deporte de élite en sí tampoco es sano, seguramente es menos sano que esa copa de vino».

## El corredor amante del vino

Y como no hay mejor manera de predicar que con el ejemplo, charlamos con Martín Fiz, uno de nuestros deportistas más prestigiosos y un gran aficionado al vino. Con un medallero excepcional, campeón de Europa y del mundo de maratón, sigue en activo a los 61 años, sin renunciar a su copa de vino en las comidas. «No vamos a fomentar el alcohol entre los más jóvenes, pero sí que creo que

hay que apostar por nuestras bebidas autóctonas, locales, de territorio, que, tomadas con moderación y acompañadas de la gastronomía, no van a afectar a la salud. Yo sigo corriendo, sigo compitiendo, sigo participando en eventos y tengo una analítica bastante buena».

Vitoriano de pro, desde siempre se ha sentido muy vinculado a los vinos de Rioja Alavesa. Incluso Javier San Pedro, de Bodegas Vallobera, le hizo su propio reserva. «Vivo en Vitoria, provincia de Álava, los vinos de Rioja Alavesa siempre me han llamado la atención, no solo por el entorno de viñas, ese paisaje que tenemos todo el año tan maravilloso, sino también porque, simplemente, el vino me ha gustado desde que puedo beberlo».

Su filosofía deportiva pasa por no cambiar sus costumbres cuando va a competir. «Yo no cambio mis hábitos. Es decir, puedo tomarme un vino el día antes de competir, porque veo que no me va a perjudicar. Yo creo que a una persona que está acostumbrada a tomarse un vino, le va a venir bien». Viendo sus re-



**ACTUALMENTE SE CONSIDERA QUE CUALQUIER INGESTA DE ALCOHOL ES NEGATIVA. HASTA FINALES DEL SIGLO XX LOS ATLETAS BEBÍAN VINO PORQUE AÑADÍA UN APORTE NUTRICIONAL VÁLIDO.**

sultados está claro que a él le funciona. «El día anterior a cuando fui campeón del mundo me tomé mi copa de rigor y lo transmití así a los medios de comunicación. Me mandaron una caja de vinos desde las denominaciones de origen de vino españolas».

Como anécdota, nos cuenta cómo el vino se convirtió en protagonista de ese Mundial de Atletismo de Gotéborg (1995) en el que consiguió el oro. «La selección española hizo un acto que se llamaba Casa de España, donde se servie-



MARTÍN FIZ

ron vinos españoles y se convirtió en el punto de encuentro, no solo de la selección española, sino también de todas las selecciones del mundo. Se agotó».

## Los deportes más vinícolas

No vamos a tratar en este apartado el tema de deportistas con bodega, que en eso los futbolistas se llevan la palma, sino de aquellas disciplinas deportivas que han creado de una manera más habitual eventos con el vino como parte sustancial de las mismas. Y aquí, los reyes indiscutibles son el ciclismo y las marchas y maratones. Considerado uno de los diez maratones más bonitos del mundo, el *Maratón de los castillos del Médoc*, que se celebra el primer fin de semana de septiembre, se ha hecho muy popular no solo por recorrer los *châteaux* más bonitos del Médoc y sus viñedos, sino por todo lo que rodea a este acontecimiento, que dura un fin de semana y en el que los corredores disfrutan de la gastronomía y los vinos de Pauillac y sus alrededores, en una particular fiesta del vino en zapatillas deportivas.

Otro maratón que se ha dado a conocer a nivel internacional por razones *extradeportivas* es el de Londres. En su última edición, el experto en vino de origen inglés Tom Gilbey recorrió la prueba parando cada milla (1,6 kilómetros) para catar a ciegas e intentar adivinar en 25



vinos de distinta procedencia, uva, añada y valor, desde vinos de mesa hasta un par de riojas y un barolo. Gilbey terminó la maratón por debajo de las cinco horas y logró acertar la procedencia y el tipo de uva en siete de los 25 vinos, atinó algún dato en otros catorce y en cuatro se equivocó totalmente. Con ello recaudó 15.000 euros para la organización benéfica Sobell House, que ofrece cuidados paliativos a enfermos de cáncer.

En España, vinculadas con tres de nuestras denominaciones de origen más conocidas y potentes en enoturismo, contamos con la *Ribera Run* de la DO Ribera del Duero, la *Wine Run* de Rioja Alavesa y la *Sherry Maratón* de Jerez. Ribera Run, que tiene lugar a mediados de septiembre en el entorno de Peñafiel, propone diversos recorridos según el grado de preparación del atleta, desde treinta hasta siete kilómetros, y cuenta con atractivas actividades extradeportivas en la plaza del Coso y el castillo, con el vino y la gastronomía local como protagonistas.

La *Wine Run* de Rioja Alavesa, que tiene lugar a finales de octubre y que este año será en Elciego, tiene dos modalidades de maratón (10 y 20 kilómetros) y una marcha popular. Los atletas corren o caminan entre bodegas y viñedos justo tras la vendimia. Los participantes de la marcha popular reciben una copa de vino al recoger su dorsal, con la que pueden tomar durante el recorrido tres vi-



MARATÓN DE LOS CASTILLOS DEL MÉDOC

nos de las bodegas locales. Quienes participan en las carreras, reciben su copa al entrar en meta. Además, hay una feria del vino donde poder, ya tras el esfuerzo, reponerse con vino y gastronomía riojana.

En los 42,195 km (la distancia oficial de un maratón) de la *Sherry Maratón* los atletas recorren las calles más famosas de Jerez de la Frontera y los caminos entre viñas y albarizas del Marco de Jerez. Otras opciones menos potentes son disfrutarla andando con la categoría Sende-

rista, o haciendo *trekking* con bastones con la categoría Nordic Walking. Todo ello, claro está, acompañados de los vinos jerezanos y la gastronomía de la zona.

## ‘Enociclismo’ popular

Pasemos ahora a las dos ruedas. Existen muchas actividades de turismo que vinculan las rutas del vino con el ciclismo. Y es que conducir la bicicleta entre un paisaje de viñas, recorriendo pausadamente el mundo rural y parando de vez en cuando en aquel viñedo o en esta bodega no puede ser más atractivo. Hay rutas de cicloturismo creadas oficialmente en denominaciones de origen como Penedès, Ribera del Duero o Rioja y hasta muy recientemente existía una clásica Vuelta Ciclista por las Rutas del Vino. Pero no es lo habitual, como sí lo es en el *running*, encontrar competiciones donde se mezcle de una manera directa vino y ciclismo.

De una forma u otra, el vino sigue presente en nuestra vida deportiva, y aunque atrás quedaron los tiempos en los que se consideraba un suplemento nutricional, ese momento de celebración y brindis, de cultura y disfrute, tan típicamente mediterráneo, permanece vivo. Brindemos pues por nuestros medallistas olímpicos, levantemos nuestras copas y gritemos, en honor del Barón de Coubertin, «Citius, Altius, Fortius»: Más rápido, más alto, más fuerte. ■



WINE RUN, RIOJA ALAVESA

Bodegas

# Ramón Bilbao

---

## Centenaria emergente

---



EN SEPTIEMBRE SE CUMPLEN CIEN AÑOS DESDE QUE RAMÓN BILBAO MURGA REGISTRÓ LA MARCA CON SU NOMBRE; Y HACE UNOS MESES SE CUMPLIERON 25 DE QUE ZAMORA COMPANY COMPRARA LA BODEGA. UNOS AÑOS EN QUE, LO QUE ERA UNA MODESTA BODEGA RIOJANA, SE HA CONVERTIDO EN UN IMPERIO CON CERCA DE 500 HECTÁREAS DE VIÑEDO, Y UNA PRODUCCIÓN APROXIMADA DE UNOS SIETE MILLONES Y MEDIO DE BOTELLAS AL AÑO, REPARTIDAS ENTRE CINCO BODEGAS. Y CON UN ALTO NIVEL DE CALIDAD. UNA FIRMA QUE NO SE DUERME EN LOS LAURELES, PORQUE TIENE LA COSTUMBRE DE IR UNOS CUANTOS PASOS POR DELANTE DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.

TEXTO: ENRIQUE CALDUCH





**RAMÓN BILBAO**

Fue a primera hora de la mañana de un martes de marzo de 1999 cuando Rodolfo Bastida entró a las dependencias en Madrid de la empresa Zamora Company. Tenía una cita con Emilio Restoy Zamora, que era el presidente de la compañía. La firma, cartagenera, familiar, es la propietaria de una marca de prestigio como es el Licor 43. Este es el más vendido de todos los licores españoles, con una producción de más de un millón de cajas de doce botellas, que se exportan a varias docenas de países, con Alemania a la cabeza. La compañía había decidido invertir en el mundo del vino, y, naturalmente, seleccionaron Rioja. Para ello habían comprado una marca histórica, Ramón Bilbao, registrada el 29 de septiembre de 1924, y que entonces llevaba 75 años en el mercado.

Zamora Company no era especialista en vinos y buscaba contratar a un director para la bodega, que además fuera enólogo y pudiera llevar también la dirección técnica; para ello había abierto un proceso de selección. Rodolfo Bastida se presentó. Tenía sólo 31 años. Riojano, procedente de una familia de viticultores, era ingeniero agrónomo, tenía un master en viticultura y enología y otro en dirección de empresas. Y tenía experiencia porque durante unos años había trabajado en Bodegas Bretón, en Logroño.

A las 10 de la mañana se encontraron Restoy Zamora y Bastida en el despacho del primero y empezó la entrevista de trabajo. A las 14:00 horas el empresario propuso ir a comer y seguir allí hablando. Luego volvieron al despacho y continuaron hasta las 21:00 horas, aproximadamente, en que se fueron a cenar e insistir en los temas. Al separarse, más de 12 horas después, Bastida tuvo que buscar un hotel para quedarse a dormir, algo que no tenía previsto, y salir al día siguiente a Logroño. Pero tras esas horas, el uno tenía claro haber encontrado el director y enólogo que buscaba; y el otro tenía la sensación de que ya tenía trabajo, y por delante una tremenda responsabilidad.

## Bodega familiar

La bodega Ramón Bilbao en esos momentos, y a pesar de sus 75 años, no estaba precisamente muy boyante. Tenía las marcas típicas de crianza, reserva y



EMILIO RESTOY ZAMORA

gran reserva, y producía unas 500.000 botellas entre todas; pero su historia era más que interesante.

Ramón Bilbao Murga nació en Etxebarri, Vizcaya, en 1876. Tras pasar un tiempo trabajando en la ciudad de Bilbao, decidió, con 23 años, trasladarse, junto con su mujer y sus tres hijos, a Haro, que en 1899 era una ciudad de oportunidades. Compitió con Jerez en ser la primera ciudad española en tener alumbrado público. El Banco de España ha abierto una sucursal en el centro de la ciudad debido al movimiento económico de la zona. Hay un tren que lleva a Bilbao y que suele ir cargado de vino. En aquellos años, en Rioja, había unas 80.000 hectáreas de viñedo. Mucho más que ahora.

Monta un pequeño negocio donde vende productos importados, granos y otras cosas, pero el vino le atrae y se hace enseguida con una antigua bodega subterránea, del siglo XVI, excavada en la roca. Es el barrio donde proliferan ese tipo de bodeguitas, y lógicamente la calle se llama Las Cuevas. Ramón mantiene en su interior fudres, tinos y barricas; y un despacho de vinos de cara al exterior, donde ya en 1914 cuelga un cartel que reza *Vinos de Ramón Bilbao*. Sin embargo, no es hasta el 29 de septiembre

de 1924, diez años después, que se registra oficialmente la marca Ramón Bilbao. Es decir, hace cien años.

## Cambio de manos y mudanza

La bodega va marcando su historia. En 1929 muere el fundador y la empresa pasa a su hijo Enrique, casado con una mujer de Haro llamada Milagros Pozo. Es un hombre más preparado, ya que estudió en la Estación Enológica de Haro, fundada en 1882. Tras su muerte, en 1963, el negocio pasa a su hijo Ramón Bilbao Pozo, que fallece tres años después en un accidente de tráfico. Viuda y madre se ponen de acuerdo y la propiedad pasa a manos de Milagros Pozo. Poco a poco, la mujer, ya mayor, va vendiendo sus participaciones a otras familias conocidas de la zona, que en 1973 constituyen la sociedad Bodegas Ramón Bilbao, SL.

En esos años comienza la construcción de la bodega en su ubicación actual, a la salida de la ciudad de Haro. Es una bodega típica riojana de esos años, dedicada a hacer la gama clásica, donde en la elaboración dominan las maderas y las largas crianzas. También lo habitual en aquella época era no disponer de viñedo propio; se compraba la uva a viti-



RODOLFO BASTIDA

cultores cercanos. Tan sólo contaban con dos hectáreas de viñedo, alrededor de la bodega.

Dos hectáreas que se ha ido comiendo la instalación actual en sus continuas ampliaciones; aunque eso sí, a día de hoy dispone de 255 hectáreas, sólo en Rioja. Y eso se refleja en la producción. Han pasado 25 años desde que la familia Zamora compra la firma a sus anteriores propietarios y en estos momentos están produciendo nueve veces más, 4,5 millones de botellas, que el máximo al que llegó la firma hasta entonces, ese medio millón de botellas ya comentado.

## Nuevo aire para un clásico

El 19 de abril de 1999, el confirmado Rodolfo Bastida toma posesión de su puesto de director en la bodega. Allí trabajaba un equipo, incluido un enólogo, que fueron reconfirmados en sus puestos y todos permanecieron en la casa hasta sus jubilaciones. Hay que empezar a poner en marcha las líneas maestras de la larguísima reunión tenida un mes antes con Restoy Zamora.

En primer lugar, en Ramón Bilbao hay que ampliar la gama de producto; así que pone en marcha dos vinos nuevos,



el Edición Limitada, y sobre todo el que será desde ese primer momento la joya de la corona de la firma, Mirto. Para ello compró varios tinos de madera de 18.500 litros donde pone a fermentar los vinos, procedentes cada uno de un pueblo distinto, de los alrededores de Haro. Con el paso del tiempo van catando cada tino y al final seleccionan dos, que van para Mirto, y el resto va para el

Edición Limitada. Mirto es un vino de los que se llamaban de alta expresión, un vino moderno, muy frutal, de largo recorrido y de precio alto.

Bastida ya había participado en Bodegas Bretón en la elaboración de Dominio de Conté, uno de los primeros vinos modernos elaborados en Rioja, y sabía cómo enfocar Mirto. Su primera añada fue precisamente la del 99, y en estos 25 años se ha hinchado a ganar premios nacionales e internacionales, como, en la categoría de mejor vino español, en la International Wine Challenge del 2009, celebrada en Londres, y conocida como *los Oscar del vino*. La última en este mismo año en que, la bodega en general, acaba de ser galardonada, por la asociación de sumilleres británicos como «productor europeo del año».

La filosofía marcada por Restoy Zamora era «ofrecer vinos que puedan estar por encima de las expectativas que pueda tener el aficionado». En Ramón Bil-

bao, con la gama tradicional de crianza, reserva y gran reserva había que trabajar también quitando madera para dar fruta y ser muy fino con el crianza, que de alguna manera debería representar la punta de lanza de los ingresos de la bodega. Se consiguió, y después de todos estos años el Ramón Bilbao Crianza es una especie de valor refugio. Eso quiere decir que, si se va a un bar ilustrado, o

incluso normal, y se pregunta qué riojas tienen, y entre ellos sale este crianza, ya sabes que no vas a tener problema, porque la consistencia y regularidad de la gama es una de sus obsesiones.

## Gestación de un grupo

«Los vinos modernos que empezamos a hacer contagiaron a los clásicos que ya había en la bodega, explica Bastida. La fruta es el conductor de nuestros vinos. Es importante quitar madera, porque más madera no significa más calidad. Durante los dos primeros años viajé mucho, ahora también, claro, pero el objetivo era ver qué se cocía en el mercado internacional de vinos», añade.

En el famoso plan trazado en la oficina en Madrid en marzo, otro de los temas claves es buscar para elaborar vino en otras zonas españolas, con el objetivo de hacer una gama que resulte atractiva para los mercados internacionales, a los que se iba a atacar utilizando la red de



distribución de Licor 43. Bastida empieza a moverse y tres años después, en el 2002, se anuncia el nacimiento de un nuevo vino de lo que ya empieza a ser el Grupo Ramón Bilbao. Se trata de Mar de Frades, cien por cien Albariño, de la DO Rías Baixas.

Hay que reconocer que tuvieron buen ojo, tal y como se ha puesto ahora mismo de boyante esa denominación de

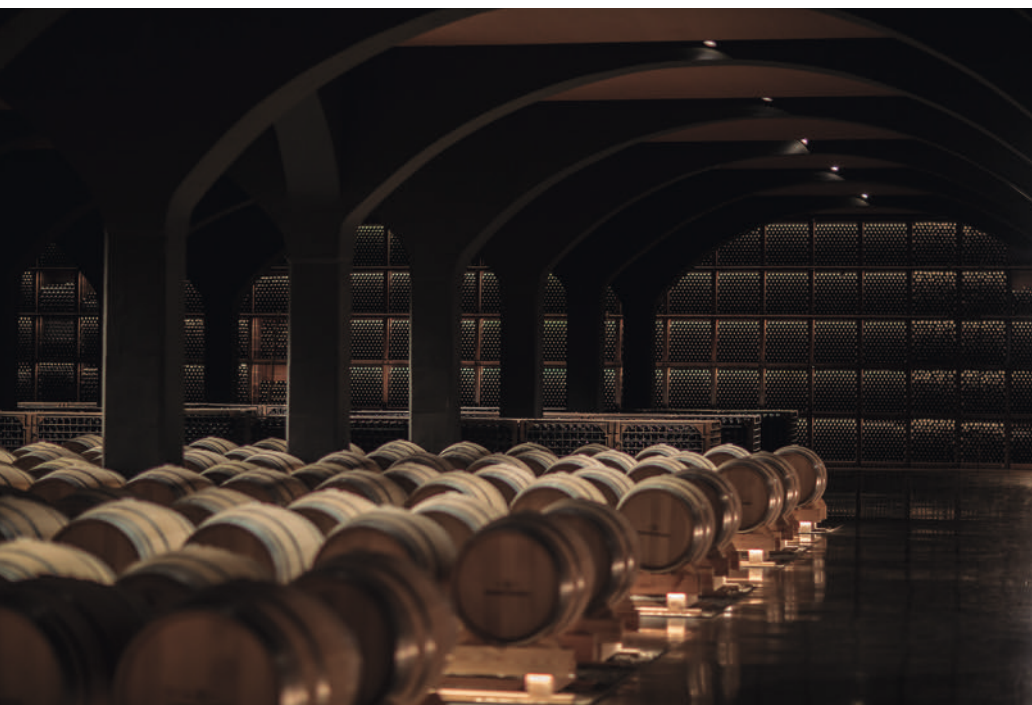
origen. Compraron la marca, el diseño de la botella, que les gustó, con su barquito de tinta termosensible que aparece cuando el vino tiene una temperatura óptima de consumo, las existencias y los depósitos; pero nada más.

El casco de la bodega no les interesaba porque estaba en un polígono industrial, y querían montar una bodega en medio de los viñedos. Por cierto, en cuanto a los

viñedos, cuando compraron la firma ésta no disponía ni de una miserable hectárea. En la actualidad, cuentan con 121 hectáreas de viñedo propio en Rías Baixas. Teniendo en cuenta el minifundismo local, conseguir una de las mayores extensiones de terreno en manos de una sola firma, ha debido ser una tarea de titanes.

Fue en el año 2006 cuando inauguraron su bodega en la finca Valiñas; y con el paso de los años, adquirieron la finca Monte Veiga, también plantada totalmente de Albariño, y a continuación Finca Lobeira, donde además tienen también Godello, Treixadura y Caíño. En total producen un millón y medio de botellas al año.

Al frente de la elaboración está la brillante enóloga Paula Fandiño, que como su apellido indica es gallega. Y es que, aunque Rodolfo Bastida es el jefe del departamento técnico de todas las bodegas, en cada una hay un enólogo que además es de la tierra. En los últimos años, han puesto en marcha la elaboración de un vino espumoso a base de Albariño que se hace por el método de champagne o cava, con segunda fermentación en botella, formando parte de la vanguardia de bodegas de Rías Baixas que elaboran espumosos.



zona de Cuzcurrita de Río Tirón, el extremo más occidental de la DOC Rioja, tras el cual ya se abren camino los páramos fríos burgaleses.

En el norte, las llamadas «Primeras vides de Rioja en ver salir el sol», una gracia de cuando fueron a revisar los viñedos Rodolfo Bastida y Rosana Lisa, una mañana muy temprano, y vieron amanecer sobre las cepas, dándose cuenta que después de ellos no había ya ningún viñedo. Fue entonces cuando los de marketing se les ocurrió la gracia de lo de las primeras vides. También un reserva Selección de Familia.

### En vanguardia

La penúltima es la línea *Early Harvest* (Cosecha Temprana) de vinos con sólo 11 grados de alcohol, de momento un blanco y un rosado, orientados a un público menos iniciado, sin duda para iniciarle; y donde ya se está preparando un tinto. Da la sensación de que siempre van un paso

## En Ribera y Rueda

Y si en el 2002 desembarcan en Galicia, al año siguiente, 2003, anuncian su presencia en Ribera del Duero con la bodega Cruz de Alba. Ya iban tres de las cuatro «erres» que todo gran grupo quiere tener: Rioja, Ribera, Rías Baixas y luego Rueda, la cuarta erre que poseerían en 2010, cuando pusieron en marcha Ramón Bilbao en esa denominación de origen.

En Cruz de Alba dirige la elaboración Sergio Ávila y en Rueda Sara Bañuelos, los dos castellanos. Cruz de Alba, con 40 hectáreas de viñedo, es un ejemplo de agricultura biodinámica garantizado por la certificadora Demeter. Ávila, parece más un jardinero y un zahorí que un enólogo, y tanto Bastida como la dirección de Zamora Company le han apoyado en su proyecto biodinámico, con unos resultados que están siendo excelentes.

En Rueda comenzaron aliándose con viticultores locales, pero no funcionó, así que montaron la bodega por su cuenta y le pusieron de nombre Ramón Bilbao. Producen un millón y medio de botellas, mientras que la elaboración en Ribera es de unas 200.000 botellas.

Pero donde más se concentran es en la casa madre, en Haro. Aquí surge muy pronto Viñedos en Altura, la idea de Bastida de ir defendiéndose del cambio cli-



ROSANA LISA

mático buscando zonas más altas de maduración más lenta. Luego Ramón Bilbao Edición Limitada Garnacha, basándose en las hectáreas compradas en las laderas de la sierra de Yerga, en Rioja Oriental. Tras ello, Límite Norte y Límite Sur, buscando los extremos y trabajando con Garnacha en el sur y con blancos, donde aparecen la Maturana Blanca y la Tempranillo Blanca, en el norte, en la

delante, o kilómetro y medio, depende, de las tendencias de futuro.

Al frente del departamento de innovación está la extraordinaria enóloga Rosana Lisa, que está metida en todos los jardines de la bodega de Haro y de la que se espera que sea la segunda mujer española en conseguir el título de Master of Wine, ya que de momento lleva aprobado todo. Pero donde ha sacado ya ma-



trícula de honor es con uno de los grandes proyectos vinícolas de la firma, Lalomba, una bodega diferente a Ramón Bilbao, aunque está incrustada dentro de las ampliadas instalaciones de Haro. Una bodega espectacular con sus depósitos de hormigón blanco, con arquitectura modernista, una maravilla.

Los Lalomba son vinos de finca, cuatro en total, con 17 hectáreas entre todas. Finca Lalinde, donde elaboran un rosado magnífico, entre otras cosas, porque es una finca preparada para hacer rosados, no una finca de tintos de la que luego se sacará algún rosadito; sino preparada para competir internacionalmente con este tipo de vinos, cuyo consumo avanza decididamente. Luego hay tres fincas más para elaborar tintos, que son Finca Ladero, Finca Valhonta y Finca Íles. Vinos de poca producción, precio alto, pero todos de lujo.

De momento por aquí andan los proyectos actuales del departamento de vinos de Zamora Company. De los de futuro se sabe poco, pero de que en algún momento nos sorprenderán, nadie lo duda. «La propiedad de la empresa y su departamento técnico, enológico, siempre hemos estado alineados», comenta Bastida. «Continuamente ha habido un interés por el marketing y la venta».

También, en estos 25 años que Zamora Company entró en el mundo del vino, la compañía ha dado un salto de gigante, aparte de Licor 43, son propietarios, no distribuidores, dueños, de marcas y elaboradores, como la ginebra Martin Miller's, pacharán Zoco, orujo El Afilador, limoncello Villa Massa; aparte de distribuir otros muchos espirituosos.

### Cultura del vino

Ramón Bilbao cumple 100 años y han decidido celebrarlo, en octubre, con toda una serie de actividades. Una de sus grandes iniciativas de marketing es su plataforma de comunicación y formación, que es la *Spanish Wine Academy*, fundada en 2017, y digamos que como planteamiento filosófico sería: «Mientras más conoces algo, más lo amas; mientras más te gusta el vino, más lo amas». Dentro de esta plataforma existe también el *Spanish Wine Master*, un concurso con el sumiller o aficionado que más conoce de vinos españoles. Se han realizado pruebas muy duras con catas a ciegas en Estados Unidos, México, Colombia, República Dominicana, Reino Unido y España. En cada país ha habido un ganador que, ahora, se enfrentarán en una gran final.

También se han convocado a cinco bodegas centenarias del mundo, cuyo nom-

bre aún es secreto, a dar una conferencia y presentar un vino cada uno. Igualmente habrá una cena de gala, y se catarán y presentarán los dos vinos especiales para el centenario, un Ramón Bilbao Gran Reserva del 2001, y un varietal de Garnacha 2015 con cien meses de depósito.

Es doble celebración. Por una parte, cien años desde que Ramón Bilbao registró la marca; y por otra, 25 desde que Zamora Company tuvo la brillante idea de meterse en el mundo del vino. En la segunda parte, desde que llegó la compañía cartagenera, se han puesto en marcha casi 500 hectáreas de viñedo, entre las cuatro denominaciones de origen. «Si de algo me siento orgulloso es de la viticultura, de las hectáreas que hemos puesto en funcionamiento», explica Bastida.

Emilio Restoy Zamora falleció hace algunos años, y tenía fama de ser muy buen gestor. También habría que decir que un lince y arriesgado, porque poner todo su negocio de vinos, inversiones sin



miedo, proyectos de todo tipo, en manos de un jovencuelo de 31 años, era correr un serio riesgo. Sin duda algo debió ver en Rodolfo Bastida en aquella larguísima reunión de marzo de 1999, que le convenció. Y tuvo razón, porque 25 años después Zamora Company es una de las firmas más poderosas de todo el panorama vinícola español, que exporta el 30 por ciento de su producción, y un gigante en el mercado nacional. Si hace cien años aquel vizcaíno que puso un cartelito en la puerta de su modesta bodeguita para vender vinos Ramón Bilbao, en la calle de Las Cuevas de Haro, viera en que se ha convertido la firma que lleva su nombre, no se lo podría creer. ■



**La**  
**HUMANIDAD**  
**es lo que**  
**nos mueve.**

**¿Te sumas?**  
**Envía HUMANIDAD**  
**al 28033**

Donación íntegra del coste del mensaje, 1,20 €, a favor de Médicos Sin Fronteras. Información legal y protección de datos: [msf.es/tus-datos-personales](http://msf.es/tus-datos-personales).





**MENSAJE EN UNA BOTELLA**  
MARÍA PILAR MOLESTINA

# Pistas digitales extranjeras

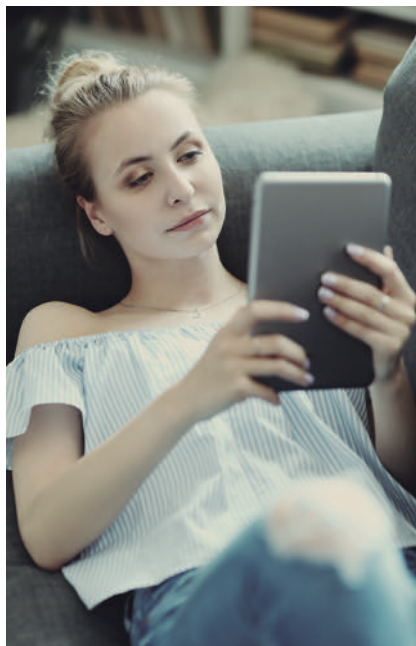
**B**uscar temas de vino en la red a veces se convierte en una tarea que exige paciencia y sentido crítico. Ni es interesante todo lo que hay por ahí ni resulta útil, informativo y mucho menos entretenido. En cualquier momento y lugar, siempre hay alguien escribiendo de vinos en algún rincón de un medio generalista, en una web especializada o en un blog. Dar con algo realmente interesante no es fácil porque muchos divagan, otros reproducen notas de prensa facilitadas por los interesados y la mayor parte están en el apartado «vinos que he probado», lo cual me parece muy bien para ellos, pero poco ilustrativo para alguien que les lee si no viene acompañado de algo más.

Aunque es cierto que hay maneras de saber qué se cuece y qué impacto tiene lo que aparece en redes, y de eso los profesionales del tema saben de sobra porque yo me he perdido definitivamente desde que wineblogwatch.arrr.net creo que murió, hay maneras de aclararse a nivel profesional y un experto de SEO (*Search Engine Optimization*, encargado de mejorar la visibilidad y posición en los motores de búsqueda de una web) tendrá mucho que decir. Desde que Google dejó atrás su *Page Rank*, Alexa se ha convertido en una de las principales herramientas para clasificar sitios web en temas de marketing digital y SEO. Para variar, es una aplicación del gigantesco Amazon, que clasifica sitios web por países y temáticas.

Este ranking es una medida del rendimiento de un sitio web en relación con todos los demás sitios de internet durante los últimos tres meses. Tienen una metodología que combina el promedio estimado de visitantes únicos diarios de un sitio y su número aproximado de páginas vistas. Quizás eso pone en su sitio a muchos autores y da pistas a los aludidos del interés que tiene aparecer o no en según qué sitios, pero eso es otro tema al que he aludido alguna otra vez y que compete a los departamentos y agencias de comunicación.

Lo que tiene interés es saber dónde sí hay que mirar como lector aficionado. En este caso me voy a referir a presencias en la red que aportan algo, comunican y realmente enganchan a los interesados en el vino. De sobra conocidos son los populares *Spanish Wine Lover*, donde muchos *frikis* encuentran su interlocu-

tor; el blog de José Peñín que desde su larga experiencia levanta polémica muchas veces y percepciones muy personales otras; *Enoarquía*, donde el Colectivo Tabernario se acerca al vino desde muchas perspectivas de andar por casa; *Aprender de Vino*, que como su nombre



indica es precisamente eso, con un lenguaje claro, preciso y muy divulgativo; *Terroaristas*, que da pistas de lo que el mundo de la sumillería mira; o el *Colectivo Decantado*, que habla desde la naturalidad y el desparpajo.

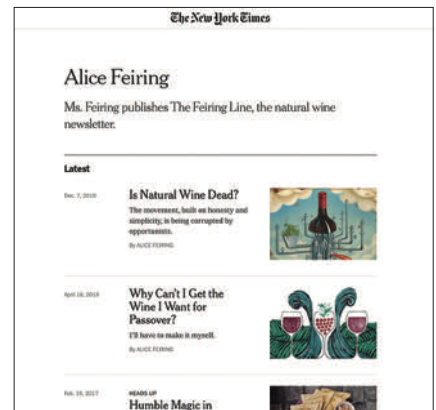
Son muchísimos los que me vienen a la cabeza así, a bote pronto, pero no es cuestión de hacer una lista de los que tenemos más cerca o que están en el

candelerero nacional en este momento. Os invito a dirigiros a blogs que desde otras latitudes miran al vino también desde una variedad de puntos de vista, que van desde aficionados muy centrados hasta profesionales del vino hechos y derechos. Y para los que la barrera del idioma implica trabas y pereza, recomiendo el traductor de Google que, aunque no es perfecto ni mucho menos, ayuda mucho y está mejorando constantemente. Al menos lo suficiente como para hacerse una buena idea de lo que se está leyendo, aunque literariamente a veces deje mucho que desear. Es mejor entenderse que pedir la perfección lingüística dado que no estamos en plan cervantino.

Un blog muy poco pretencioso y que aporta la perspectiva de un importador norteamericano es joedressner.com. Me encanta su afirmación de que el vino no es un vehículo de *egomanía* y autopromoción del crítico y que los verdaderos catadores son capaces de sucumbir a su propio ego y entender lo que realmente hay dentro de la botella. Está bastante centrado en pequeños productores de vinos franceses, pero no deja de dar pistas de lo que el aficionado americano busca.

El blog de Jamie Goode dentro de la web de wineanorak.com condensa sus colaboraciones más informales y honestas, lo cual es un punto de vista refrescante y cercano. Si lo que apetece leer son temas de vino relacionados con los negocios, la economía e incluso la política desde una perspectiva inteligente y sabia, DrVino.com es el blog de Tyler Colman. Después de enseñar ciencias políticas algunos años, ahora explora el sector con





otros ojos y con ejemplos e información donde se entrecruzan varias disciplinas.

Son muy de agradecer blogs como el de Alice Feiring, columnista de la revista Time, que habla desde su experiencia y que, como dice, «busca al Leon Trotsky, el Philp Roth del mundo del vino...» pero, sobre todo, quiere encontrar lo verdadero, aunque incluso le plantee discusiones. Para rarezas italianas, lo mejor es leer a Craig Camp, experto en el tema en

VinCibo.com donde se pueden establecer muchos paralelismos con el sector español de cara al exterior.

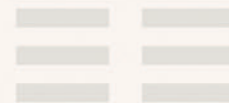
Regalarse con las imágenes del fotógrafo francés Bertrand Celce de wineterrroirs.com es no solo entretenido sino también revelador y presenta diversos personajes en sus recorridos por el viñedo francés. Un poco de todo se encuentra en los trabajados instagrams de @winefolly de Madeleine Puckett y de

su web llena de ilustraciones y gráficos esclarecedores y ágiles que invitan a seguir leyendo.

Hay todo un mundo de opiniones en las redes sociales que valen la pena, el problema es separar la paja del trigo para que la lectura sea un verdadero disfrute, para lo que no queda más que sumergirse en el mundo a base del boca a boca o del boca a oído o de lo leído al leído. ■



LAUS



Aromas del Somontano

www.bodegalaus.es



# Malbec

## Inesperado brillo en la purria

DESCARTADAS EN ALGUNOS DE SUS LARES ORIGINARIOS, LA UVA MALBEC TRIUNFÓ AL OTRO LADO DEL ATLÁNTICO HASTA CONVERTIRSE EN LA VARIEDAD NACIONAL ARGENTINA. MÁS O MENOS EN LAS MISMAS FECHAS EN LAS QUE EMIGRÓ A AMÉRICA, LLEGÓ A ESPAÑA DE LA MANO DE VEGA SICILIA. HACE MÁS DE DIEZ AÑOS QUE NO PARTICIPA EN SUS MÍTICOS VINOS, PERO SE ENSAYA EN OTROS.

TEXTO: A PROENSA



La enología moderna busca y encuentra nuevas alternativas entre las variedades de uva abandonadas en tiempos pasados. Variedades ancestrales, las uvas de los abuelos o cepas desconocidas pueblan ese cajón de los descartes en el que, entre los descubrimientos previsibles de uvas autóctonas, surgen algunos exotismos de interés. Tal vez por influjo de su exitoso viaje transoceánico, la tinta Malbec toma cierto brillo en medio de la purria de las uvas descartadas y un tanto a contracorriente, cuando retroceden los nombres internacionales.

Algunos autores sitúan el origen de la uva Malbec en la antigua Roma, que la exportaría a la Galia a partir del siglo I de nuestra era; otros mencionan el norte de Borgoña como su cuna. La ampelografía actual la sitúa como hija de dos variedades, Magedeline Noir de Charentes, una uva de mesa, y Prunelard, originaria de Gaillac, en el sureste de Francia.

Variedad productiva, se extendió por todo el territorio francés y prácticamente en cada lugar donde se implantó recibió un nombre. Así, en la actualidad se han registrado docenas de sinonimias; es tal vez la uva con más nombres conocidos, con Malbec, Côt Noir y Pressac como los más frecuentes. Es variedad de referencia en la zona de Cahors, donde recibe los nombres de Côt Noir y Pressac



y la aportación de Merlot y Tannat para componer los tintos más característicos de la zona.

También tuvo importancia en los vinos de Burdeos, al parecer introducida por un tal Monsieur Malbeck del que no ha quedado otra referencia que el nombre que la uva tomó de su apellido. Se asentó especialmente en las zonas productivas del centro de la región, sobre todo en Entre-Deux-Mers, Blaye y Côtes de Bourg. Su participación en la composición de los vinos bordeleses impulsó su expansión a mediados del siglo XIX.

## Malbec viajera

En 1853 llegó a Argentina, de la mano del agrónomo francés Michel Pouget, encargado de seguir en la región de Mendoza el ejemplo del impulso del viñedo iniciado en Chile unos años antes con la fundación de la Quinta Normal, a imagen de la Escuela Normal parisina. Según parece, el primer Malbec americano sería chileno.

La inmigrante variedad francesa se aclimató bien, especialmente en Mendoza, la principal zona vinícola argentina, y se convirtió en la variedad nacional del país. En la actualidad el 22 por ciento del viñedo argentino es de Malbec; un total de 46.565 hectáreas en datos de 2022, de las que el 87 por ciento está en Mendoza.

En el cono sur americano da unos vinos bastante diferentes a los oscuros y corpóreos tintos de Cahors, tal vez por los elevados rendimientos que se dan en los abundantemente regados viñedos situados al pie de la cordillera andina. Esas diferencias son notables, al punto que hacen pensar en que a América viajó un clon después extinguido en Europa. Y hay quien sostiene que la Malbec americana no es tal sino la provenzal Abouriou.

El poderío de la Malbec argentina supera en mucho a la superficie registrada en Francia, donde su sensibilidad ante la helada (la gran helada de 1956 casi la hizo desaparecer de la zona de Burdeos), al





XAVIER AUSÁS

«La veo como una **variedad de acompañamiento** de otras a las que puede aportar **acidez y color**».

corrimiento de flor y al mildiu, hizo que tras la filoxera fuera paulatinamente sustituida por Cabernet Franc y Merlot. En la actualidad apenas supera las 6.000 hectáreas, la mayor parte en Cahors, donde debe aportar al menos el 70 por ciento de la mezcla, y en el Languedoc.

La superficie que ocupa evoluciona de forma negativa, lo mismo que su prestigio. Alexis Lichine en su obra de referencia, *Enciclopedia de vinos y alcoholes de todos los países*, le dedica unas pocas palabras no muy amables: «Una de las cepas de cualidad menos noble que se utilizan para los vinos tintos de Burdeos, prolífica y de carácter ligero. También se cultiva en otras áreas, denominándose en ocasiones cot».

## Malbec del Duero

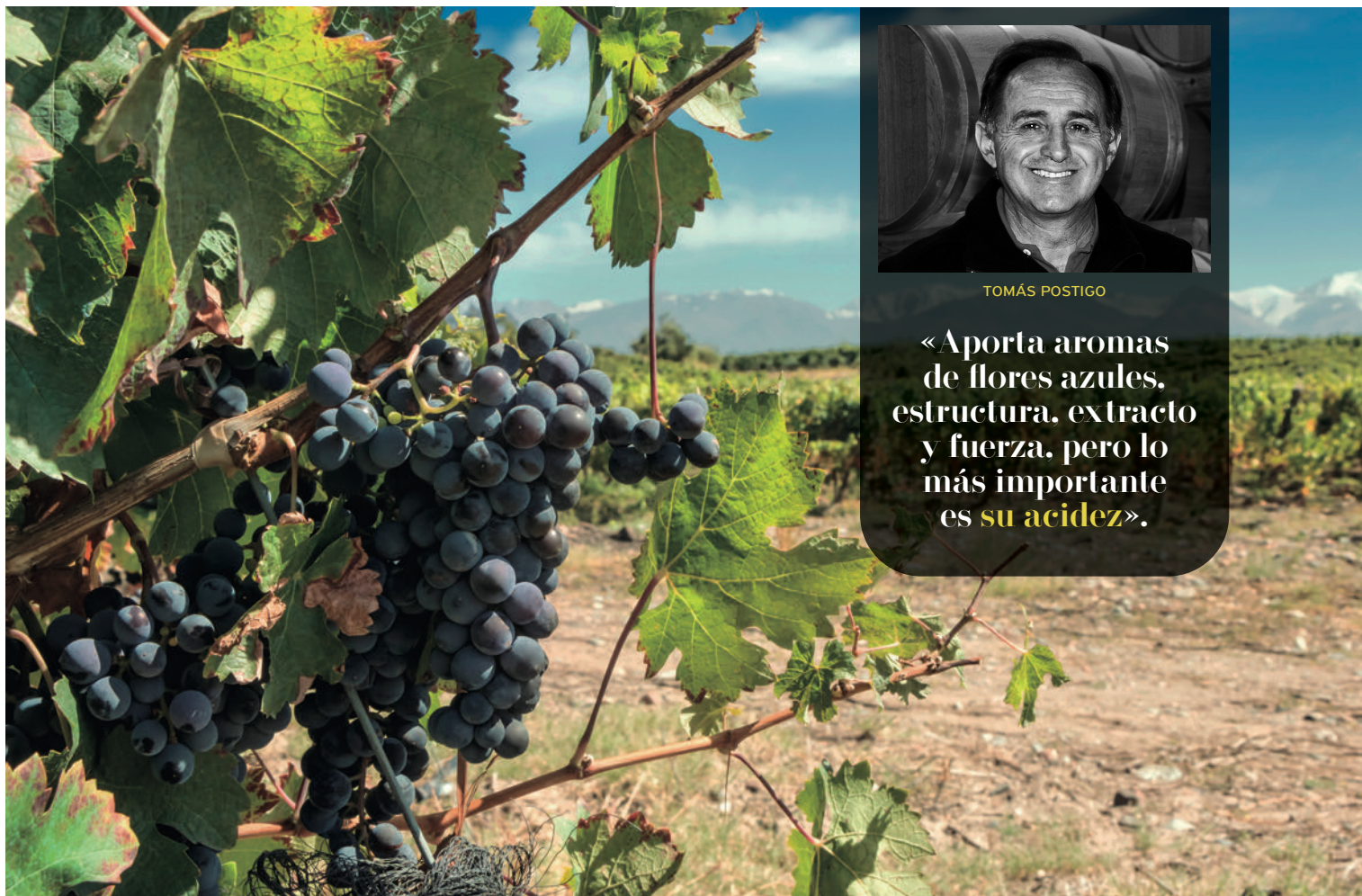
La variedad viajaría también a Brasil, a Estados Unidos, muy extendida, aun-

que en pequeñas cantidades, y Australia. Antes de perder prestigio en Francia, llegaría también a España incorporada en el paquete prestigioso de las variedades bordelesas, si bien, como en Burdeos, en proporciones minoritarias frente a Cabernet Sauvignon, Merlot e incluso Cabernet Franc. Es posible que llegara a orillas del Ebro, a las viñas de Riscal, Murrieta y los otros adelantados de la renovación del vino de Rioja, pero es seguro que Bodegas Vega Sicilia la llevó a la cuenca del Duero y la mantuvo en la composición de sus vinos durante un siglo.

Ya en el siglo XXI, dejó de participar en los Valbuena y Vega-Sicilia, aunque Enrique Macías, responsable de viñas de la bodega de Quintanilla, conserva una pequeña viña de media hectárea de Malbec muy vieja. Su magro producto se descarta desde 2010 y fue Xavier Ausás

el responsable: «Tal vez sería el clon, recuerda el enólogo ampurdanés, o que no está bien adaptada, pero es una variedad muy delicada; se corría mucho y el gran problema era su irregularidad, tanto en la producción como en la maduración. Es interesante en Argentina y en Cahors, pero la veo como una variedad de complemento, de acompañamiento de otras a las que puede aportar acidez y color. No obstante, en Vega Sicilia, tal vez por el clon, no daba mucho color».

Gonzalo Iturriaga, que sustituyó a Ausás en 2015, se encontró con la que para él era ya una vieja conocida. «Ya la había sufrido en Bodegas Habla (en Trujillo, Cáceres) y era muy problemática; es sensible al corrimiento de flor y da uvas enormes y muy poco color. No sé si es por el clima, por el suelo o por los clones que tenemos, pero no da calidad. Es una variedad de volumen no de concentración».



TOMÁS POSTIGO

«Aporta aromas de flores azules, estructura, extracto y fuerza, pero lo más importante es su acidez».

## Aromas y energía

Opinión radicalmente diferente la de Tomás Postigo, explorador incansable de alternativas para acompañar a la Tempranillo ribereña y a variantes de la propia autóctona: suelos, cota, maderas de crianza... y Malbec. Es un maestro en la gestión de las incómodas Cabernet y Merlot y ahora es adalid de la Malbec, con la que empezó a ensayar en 2013, primero con una viña de un proveedor. «Hicimos microvinificaciones y el resultado fue espectacular. Ahora participa en todos nuestros vinos, pero en proporciones muy pequeñas, no más del 5 por ciento, porque es muy dominante. Con un 5 por ciento se hace notar, si se sube al 30, por ejemplo, ya se hace con el vino».

Postigo valora la aportación de «aromas florales, de flores azules, la estructura, extracto y fuerza, pero lo más impor-

tante es su acidez. En la Tempranillo de nuestra zona nos hace mucha falta. Además, se comporta muy bien en la crianza en barrica». Y no comparte la opinión de los reticentes: «Es posible que hayan trabajado con un clon inadecuado para el terreno donde hayan plantado. Es muy importante el clon y también el lugar donde se pone la viña. La Malbec va muy bien en el páramo, en zonas altas, y bastante peor en el fondo del valle».

Peter Sysseck tampoco ve los inconvenientes. El autor de Pingus incluye una pequeña proporción de Malbec en Hacienda Monasterio y piensa que «en la Ribera del Duero va mucho mejor que Merlot. En Hacienda Monasterio plantamos Malbec en 1990, desde el principio, por recomendación de Mariano García, que me dijo que iba muy bien. Era variedad autorizada en la DO Ribera del Duero y estaba en Vega Sicilia; en Ha-

cienda Monasterio defiende la historia de la Ribera del Duero y Malbec está aquí desde que la trajo Eloy Lecanda hace más de cien años. Es parte de la historia de la Ribera y del vino español».

El enólogo danés defiende el patrimonio varietal español, pero también ese testimonio histórico. «En 1990 plantamos con una selección masal traída de Burdeos que era fantástica. Después, hubo que sustituir esa viña y pusimos un clon que no es tan bueno pero que responde muy bien». Sysseck no es partidario de un monovarietal: «Va bien en algunos vinos argentinos, muy pocos. Alguno en Mendoza o en la Patagonia, pero en nuestra zona lo veo como variedad para mezcla, no sólo por la limitación de la DO Ribera del Duero, que impone mayoría de Tempranillo, sino por el carácter de la uva. La defiende porque es muy interesante, porque da aromas



IGNACIO DE MIGUEL

«Es una **variedad ruda**, pero es una gozada para un ensamblaje porque da estructura, nervio y complejidad».



especiados, tiene un pH muy bueno y no da exceso de alcohol». Apunta una salvedad: «Se tiene que vinificar bien para no sacar rusticidad».

## La necesaria acidez

Entre los fieles a la variedad está el enólogo volante español por antonomasia, Ignacio de Miguel, que trabaja «encantado» con Malbec en Martúe, en la toledana DO Pago del Campo de La Guardia. «Ya tuve Malbec en la desaparecida Bodega Carabal (DO Ribera del Guadiana); era el 50 por ciento de Gulae (el vino top de esa bodega), lo que pasa es que no lo podíamos decir porque no estaba autorizada en la DO Ribera del Guadiana». En Martúe participa en dos vinos, en el top Gran Vino y en el Martúe básico.

«Me gusta mucho y es un recurso magnífico para mí, que me dedico a componer vinos. Tiene mucha persona-

lidad por sus aromas de hierbas aromáticas y especias, da algo menos de grado alcohólico y muy buena acidez, que es lo que nos falta en nuestras zonas cálidas. El problema es domarla porque es una bestia; a veces necesita tres o cuatro años en la barrica. Es una variedad ruda, pero es una gozada para un ensamblaje porque da estructura, nervio y complejidad. Es ideal para armar un vino, pero no para dominar, algo parecido a lo que pasa con la Petit Verdot», concluye Ignacio de Miguel.

Son excepciones en una variedad que, en España, aparece más en los libros que en los vinos. Es muy minoritaria y parece que lo seguirá siendo a pesar de las destacadas figuras que la defienden. Apenas supera las 200 hectáreas según los datos de 2022, aunque es variedad autorizada en ocho comunidades autónomas. Lidera la lista

Castilla-La Mancha, donde se registran 126 hectáreas a fecha 31 de julio 2022, según el *Inventario del potencial vitícola español*, del Ministerio de Agricultura, y que cuenta con algunos vinos varietales; seguida de Castilla y León, con 71,47, Cataluña, con 12,45, Navarra y Valencia, ambas con 0,23 y con un varietal valenciano, Casa Don Ángel, de Vera de Estenas. En Andalucía la estadística arroja 0,01 hectáreas y está autorizada, aunque sin extensión apreciable, en Extremadura, donde se incluyó en 2018, y País Vasco, que es la incorporación más reciente, autorizada desde 2021 junto a toda una lista de tipos de uvas internacionales. Está incluida en la lista de variedades de las denominaciones de origen Pago Campo de La Guardia, Costers del Segre, La Mancha, Ribera del Duero, Ribera del Guadiana, Sierras de Málaga y Valencia. ■

## ¿Virtudes o defectos?

# MODERNOS BAJO SOSPECHA

COMO CONTINUACIÓN DE LA COLUMNA LA LUNA DE ESTA REVISTA, ESCRITA POR SU DIRECTOR ANDRÉS PROENSA EN EL ÚLTIMO NÚMERO DE PLANETAVINO, DAMOS NUESTRA VISIÓN A LO COMENTADO Y COMPLETAMOS ESTAS IDEAS DESDE UN PUNTO DE VISTA MÁS TÉCNICO.

**E**n estos momentos, desde el punto de vista normativo la mención *vino natural* debe desaparecer del etiquetado de los vinos, pues se supone que todos los vinos elaborados dentro de las normas autorizadas legalmente lo son. Otro asunto es que, en estos momentos en la Unión Europea, se esté trabajando para calificar a los vinos elaborados con poca o ninguna intervención, tal y como se emana del espíritu de los actualmente denominados *vinos naturales*.

En la difusión y conocimiento de estos vinos, algunos prescriptores y aficionados, no solo admiten, sino que también exaltan, determinados aspectos sensoriales, que en la enología tradicional y académica se consideran como defectos más o menos graves en función de su intensidad y percepción sensorial. Los principales caracteres en litigio derivan fundamentalmente de la utilización del anhídrido sulfuroso en la elaboración y protección de los vinos, así como también de otras prácticas enológicas encaminadas a la conservación de los vinos.

El empleo del azufre en el mundo del vino se pierde en la noche de los tiempos. Fueron posiblemente los romanos quienes empezaron a emplear sistemáticamente el gas sulfuroso para la conservación de los vinos. Ellos conocían bien las propiedades antisépticas y medicinales de la combustión del azufre para la des-

infección de locales cerrados, una técnica que a su vez aprendieron de los griegos.

De ahí a su utilización en los envases vinarios vacíos no hay más que un paso y, en consecuencia, la disolución de la atmósfera gaseosa generada con el mosto o vino cuando se llenaban estos recipientes ocasionó un sorprendente hallazgo: una mayor estabilidad y durabilidad de los vinos. El llenado al completo de estos recipientes y su cierre hermético con materiales como la pez, yeso, barro, cera o resina, además de la adición de múltiples aderezos, completaban las medidas a tomar para intentar garantizar su inalterabilidad en el tiempo.

El dióxido de azufre como aditivo conservante de los vinos, sigue de plena actualidad. Han transcurrido más de dos mil años desde su utilización por los romanos hasta nuestros días y todavía no hemos sido capaces de encontrar un compuesto capaz de sustituirlo. Su polivalencia, con sus numerosas propiedades encerradas en una molécula tan sencilla y barata de producir como es el dióxido de azufre (SO<sub>2</sub>), hacen que siga de plena vigencia.

Tiene importantes propiedades antioxidantes, unidas a un efecto antiséptico en dosis bajas, donde permite el desarrollo de las levaduras y frena la multiplicación de las bacterias, especialmente lácticas. Eso posibilita la elaboración de los

mostos en su transformación en vinos. En dosis algo más elevadas se comporta como un excelente conservante de los vinos elaborados y envasados. Es además inocuo para la salud dentro de los límites legales establecidos, y, como antes hemos comentado, muy fácil de obtener e ínfimo el coste de producirlo.

Algunos reconocidos científicos han comentado en numerosas ocasiones que, sin la intervención de sulfuroso, los vinos, tal y como los conocemos y disfrutamos hoy día, no podrían existir. Cabe decir que también este compuesto se utiliza de manera muy profusa en la industria alimentaria. Y como botón de muestra, quizás se sorprendan si les digo que el sulfuroso es un aditivo habitual para el marisco, para evitar su oxidación y desarrollo de microorganismos indeseables. Hay muchos otros ejemplos más, que ahora no vienen al caso.

### EL BENDITO SULFITO MALDITO

Sin embargo, la corriente en los últimos años en la elaboración de «vinos naturales sin sulfitos añadidos», ha desembocado en la puesta en mercado de unos vinos que con frecuencia se alejan de los cánones establecidos en el concepto de calidad de los vinos. El primero de ellos es el olor o sabor a *brett*, cuyo origen es el desarrollo en el vino de una levadura aero-





## La corriente en los últimos años en la elaboración de «vinos naturales sin sulfitos añadidos», ha desembocado en la puesta en mercado de unos vinos que con frecuencia se alejan de los cánones establecidos en el concepto de calidad de los vinos.

bia denominada *Brettanomyces Dekkera*, que metaboliza determinados compuestos fenólicos de los vinos, especialmente en los tintos, apareciendo unos compuestos de carácter fenolado: el etil-4-fenol que se manifiesta con un claro olor animal, cuadra, sudor de caballo, etcétera. Y también el etil-4-guayacol, que presenta olores más fenolados o de farmacia. En los vinos tintos, el primer compuesto domina sobre el segundo. De manera menos corriente, también estos olores fenolados pueden aparecer en los blancos, donde se manifiesta el segundo compuesto y, en este caso, el vino toma un peculiar y desagradable olor a sidra pasada u oxidada.

Estos compuestos se forman principalmente durante el almacenamiento o crianza de los vinos. Esta levadura se desarrolla en la superficie del vino en aerobiosis, en condiciones de poca higiene y con bajos niveles de dióxido de azufre. Aparece en bodegas con barricas u otros envases mal higienizados, con limpieza defectuosa y una mala o nula aplicación del dióxido de azufre. Es un grave problema cuando una bodega se contamina con estas levaduras, pues resulta casi imposible erradicarlas. En la mayor parte de las bodegas que elaboran vinos con crianza, estas levaduras se controlan periódicamente midiendo su población; simplemente se tienen a raya, manteniendo bien llenos los recipientes que contienen el vino y combinando la acción antimicrobiana del dióxido de azufre con la acidez del vino. La limpieza y desinfección periódica de los envases, también resulta muy importante.

### GESTIÓN DEL OXÍGENO

El segundo punto de conflicto lo encontramos en las oxidaciones en los vinos, aspecto estrechamente relacionado con el anhídrido sulfuroso y también con un adecuado relleno de los recipientes vinarios. En los vinos tintos, esta circunstancia se presenta a la vista mediante un pardeado de su color, aun tratándose de vinos relativamente recientes, acompa-



LIMPIEZA DE BARRICAS

ñado de una nariz a fruta pasada y tonos polvorientos o de manzana pasada, procedentes de la formación de etanal por la oxidación del alcohol etílico. En los vinos blancos, su color gana en intensidad y toma tonos dorados llegando hasta cobrizos, con un carácter olfativo similar al de los tintos.



PASTILLA DE AZUFRE

El tercer aspecto son las reducciones en los vinos, entendiéndose por ello el desarrollo de un complejo conjunto de olores de naturaleza azufrada. En su mayor parte se manifiesta cuando es intenso, con un carácter desagradable, llegando a ser nauseabundo. Cuando son poco intensos y éstos se mezclan con los aromas agradables de los vinos, estos olores pueden manifestar un carácter que a algunos aficionados les parece interesante y a menudo lo asocian con el terruño o medio de cultivo del viñedo, especialmente si este es de origen volcánico. Nada más lejos de la realidad, pues todos ellos siempre proceden del metabolismo de las levaduras durante la fermentación alcohólica, o de la posterior conservación o evolución de los vinos, tanto en la bodega, como también durante su vida comercial.

Durante la fermentación alcohólica, las levaduras son capaces de captar todos los compuestos azufrados existentes en el mosto, para asimilarlos en el interior de

las células y transformarlos en una primera instancia en sulfuro de hidrógeno o sulfhídrico (SH<sub>2</sub>), que presenta un característico olor que recuerda a los huevos podridos, y posteriormente ser utilizado por las levaduras para la síntesis de aminoácidos azufrados necesarios para su supervivencia. El exceso de sulfuro de hidrógeno sintetizado y acumulado en el interior de las células de las levaduras puede ser tóxico para las mismas, por lo que en parte es expulsado hacia el exterior, apareciendo este mal olor en el mismo mosto en proceso de fermentación. Además, en parte se puede combinar con otras sustancias, como los alcoholes, formándose los denominados mercaptanos, por ejemplo el denominado mercaptoetanol que presenta un olor a goma quemada; o bien formando ésteres azufrados, donde destacan el acetato de metionilo, con olor a champiñón y vegetal podrido, y el acetato de etionilo, de olor quemado y sulfurado.

Pero también las levaduras pueden sintetizar y excretar dióxido de azufre (sulfuroso) en niveles de 10 a 30 miligramos/li-

tro, que por lo tanto puede aparecer en el vino elaborado, incluso en aquellos denominados *naturales*, que se elaboran en total ausencia de este compuesto, razón por la cual en estos vinos se suele señalar en la etiqueta el término «sin sulfitos añadidos» que reconoce la presencia natural de esta sustancia.

A partir de los aminoácidos azufrados existentes en el medio fermentativo, se forma una importante cantidad de sustancias que presentan olores muy desagradables. Partiendo de la metionina se generan compuestos como el metionol, de característico olor a coliflor cocida, dimetil-disulfuro, que provoca olor a espárrago, y metil-tioacetato, con olor a vegetal podrido. Del mismo modo, a partir de la cisteína se forma sulfuro de hidrógeno, con olor a huevo podrido, y dimetil-sulfuro, con tonos que recuerdan a trufa y aceituna. Además de los anteriores, también se pueden formar una gran cantidad de otras sustancias también de naturaleza azufrada, que también presentan olores desagradables.



## EVOLUCIÓN NATURAL

El cuarto carácter puede ser la acidez volátil, que presenta un característico olor a vinagre. El origen de esta sustancia puede ser muy diverso, pero siempre de origen bacteriano. En vendimia puede tratarse de bacterias del género *Gluconobacter* que metabolizan los azúcares del mosto hacia ácido acético, propio de una alteración de la uva denominada *podredumbre ácida*. Durante la fermentación alcohólica las levaduras siempre forman en su metabolismo pequeñas cantidades de ácido acético, cuyos niveles son siempre normales en los vinos y no tienen generalmente un impacto sensorial en los mismos.

En los vinos que realizan la fermentación maloláctica, también suben los niveles de la acidez volátil a partir de la actividad de las bacterias lácticas sobre el ácido málico. Generalmente no se alcanzan valores muy elevados, pero en determinadas condiciones adversas sí lo pueden ser. Y, por último, en los vinos elaborados, cuando estos se abandonan, exponiendo su superficie al aire, se pueden desarrollar sobre el vino un tenue velo de bacterias acéticas, pertenecientes al género *Acetobacter*, que desembocan el típico *picado*

## Algunos reconocidos científicos han comentado en numerosas ocasiones que, sin la intervención de sulfuroso, los vinos, tal y como los conocemos y disfrutamos hoy día, no podrían existir.

acético o avinagrado, con un característico olor a vinagre fácilmente reconocible.

La gran diferencia entre un elevado valor de acidez volátil generado por una fermentación maloláctica y un *picado acético* es que, en el primer caso, la percepción del ácido acético resulta más tenue e incluso podría llegar a ser agradable, porque el ácido acético en niveles moderados de hasta 0,8 a 1,0 gramos/litro, puede aportar frescura en boca y en la nariz hace que los aromas sean más profundos y punzantes. Pero en el segundo caso, en un *picado acético*, las bacterias acéticas, además de formar ácido acético, desarrollan un éster denominado acetato de etilo, cuyo olor es el del típico pegamento, que llega a ser desagradable y muy fácilmente perceptible.

### VINOS VELADOS

El quinto y último aspecto conflictivo, deriva de la formación de velos en los vinos, que en algunos casos pueden ser positivos o en otros pueden ser negativos. El término de *velo* designa el desarrollo de determinadas levaduras sobre la superficie del vino, generalmente de carácter o metabolismo aerobio, que toma visualmente el aspecto de una nata o velo de mayor o menor espesor, a veces de aspecto poco agradable.

En la ciencia de la enología, la aparición de un velo de levaduras sobre la superficie del vino está catalogado como una alteración del mismo, debido a la generación de compuestos poco agradables. Pero en el caso de ciertos vinos tradicionales, el desarrollo de determinadas levaduras de *velo* o *de flor*, como también se las llama, y en determinadas condiciones muy particulares, pueden provocar una transformación muy positiva en sus caracteres sensoriales, logrando vinos excepcionales.

Dentro de esta categoría, quizás los más conocidos y afamados del mundo con *crianza bajo velo* son los que pertenecen a las denominaciones de origen protegidas Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda, así como



VELO DE FLOR

también los de Montilla-Moriles y Condado de Huelva, todos ellos vinos generosos secos, aunque algunos tienen crianza oxidativa total o parcial, así como también otros son dulces, encuadrados como vinos generosos de licor.

La moda de los vinos bajo levaduras de velo se está extendiendo en estos momentos de forma viral hacia otras zonas productoras muy alejadas de su origen meridional. Muchos elaboradores, generalmente pequeños y apegados al viñedo, entre los que se encuentran algunos jerezanos, elaboran vinos normalmente blancos de añada, haciendo desarrollar un tenue *velo* de levaduras durante un tiempo no excesivamente largo, que ellos califican como «crianza biológica» por suponer que estas levaduras proceden del mismo viñedo. El objetivo de esta práctica es conseguir una cierta complejidad sensorial, que sutilmente acompaña a los caracteres varietales del vino en cuestión.

Estos vinos no se encabezan, sino que se dejan con su graduación alcohólica

natural, generalmente por debajo de los 15% vol. de alcohol. Por lo que resulta muy probable que el velo de levaduras desarrollado espontáneamente en la superficie del vino corresponda a una levadura defectuosa, como anteriormente hemos comentado (*Brettanomyces*, *Candida*, *Hansenula*, etc.) y que conducirá a la obtención de vinos poco apetecibles en los que aparecen olores mohosos y terrosos, y acompañado de una acidez volátil importante.

Para concluir este artículo, cabe decir que no todos los *vinos naturales* y/o los elaborados «sin sulfitos añadidos» pueden presentar alguno o todos los caracteres anteriormente citados. Pues aún sin la utilización de anhídrido sulfuroso, se pueden obtener vinos con prestaciones sensoriales de vinos más *canónicos*, es decir sin los defectos que señala la enología tradicional. Para conseguirlo se necesita mucha experiencia y *oficio* en la elaboración del vino, y esta forma de elaborar no está al alcance de todos. ■

19



70

## BODEGAS MARQUÈS DE CÀCERES



*Cincuenta años celebrando*

# TU MOMENTO *a tu manera*

AHORA COMO NUNCA ANTES

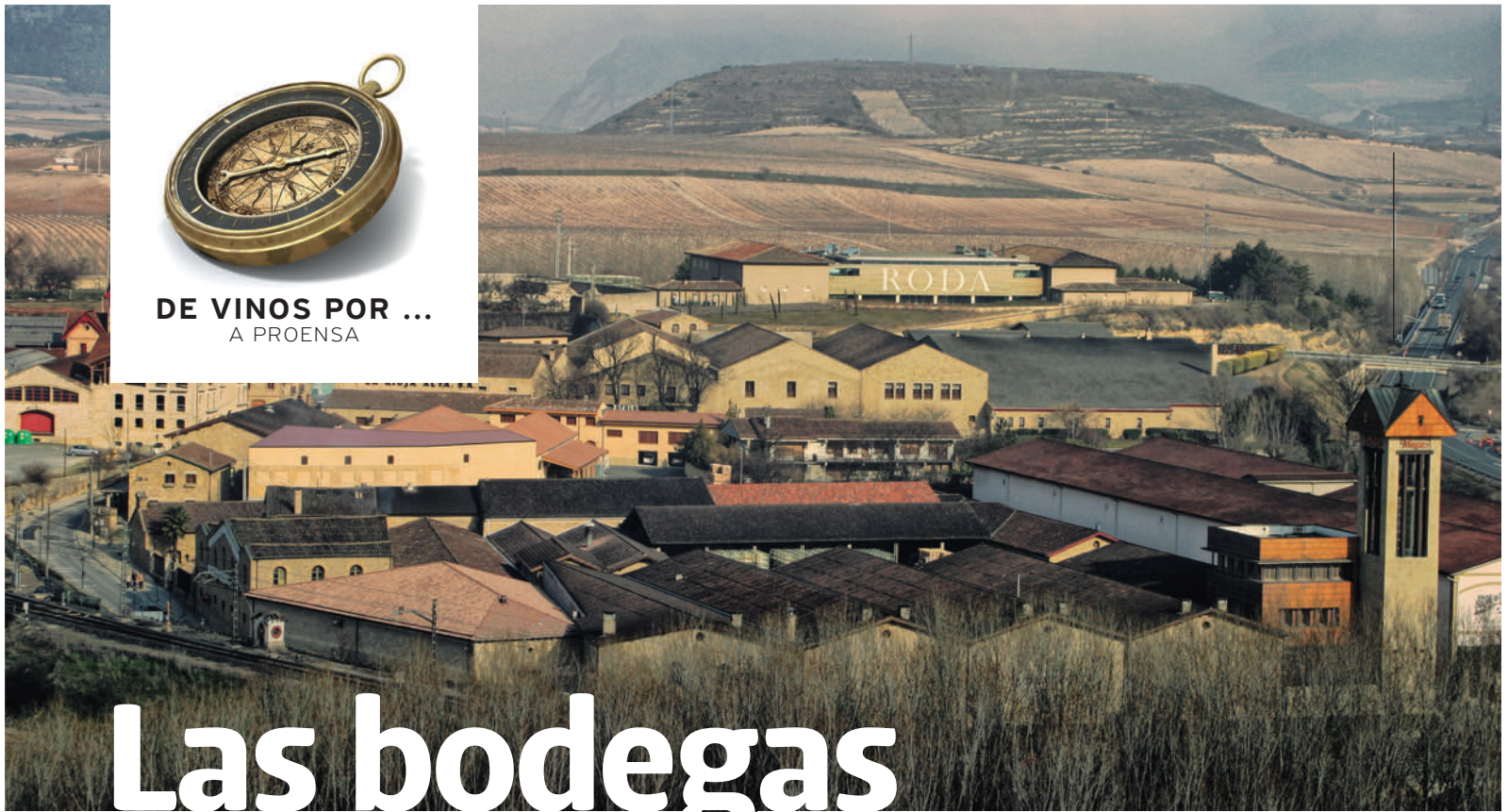
ENTENDEMOS QUE LA VIDA ES LA  
SUMA DE MOMENTOS Y, SOBRE TODO,  
LA ACTITUD CON LA QUE LA VIVAS

ABRAZA EL ARTE  
DE VIVIR A TU MANERA

[BODEGASMARQUESDECACERES.COM](http://BODEGASMARQUESDECACERES.COM)



DE VINOS POR ...  
A PROENSA



# Las bodegas de Haro

**H**aro se encuentra entre ese reducido puñado de ciudades del vino más visitadas por los aficionados. Junto con su vecina La Guardia, con Jerez de la Frontera o con Sant Sadurn d'Anoia, es uno de los principales centros de turismo enológico de España, seguramente sin rivales en lo que se refiere a número de visitantes. Sin embargo, en Haro el foco de atracción está fuera de la ciudad mientras que en las otras las bodegas comparten protagonismo con el centro urbano y sus atractivos artísticos. Incluso da la impresión de que los municipios de la capital de Rioja Alta han hecho lo posible por expulsar a los forasteros.

Haro es una ciudad cada vez más incómoda para los visitantes. Como ocurre en tantas localidades, parece que los ayuntamientos hayan declarado la guerra al coche, con cada vez más rígidas restricciones de circulación y de aparcamiento, lo que seguro que está muy bien para los nativos pero pone en fuga a los forasteros. Haro lo está notando a ojos vista: en el centro de la villa tal vez haya más locales comerciales vacíos que en actividad.

Los turistas se van directamente al Barrio de la Estación, que cuenta con amplios aparcamientos, o a los que ofrecen las bodegas situadas fuera de ese polígono industrial. Y no suben la cuesta que lleva al centro de Haro y a su popular calle de la Herradura, la tradicional zona de vinos jarrera. El viejo proyecto de instalar una pasarela, un ascensor o un teleférico desde el Barrio de la Estación hasta el mirador, cerca del centro urbano, fue por fin aprobado tras ser mirado con recelo desde el ayuntamiento, pero no tiene fecha de ejecución.

Las bodegas han contribuido con una oferta enoturística y gastronómica que tiene su reflejo anual en la Cata del Barrio de la Estación, jornada de puertas abiertas, previo pago, con catas y degustaciones de pinchos y tapas, que tiene un éxito contrasta-

ble, ha recibido premios a la iniciativa turística y ha concitado la atención internacional. Además, para el resto del año, una buena parte de las bodegas, las del polígono ferroviario y otras del extrarradio, han puesto en marcha iniciativas sugestivas, sobre todo con esa gastronomía en miniatura que son los pinchos que acompañan a la visita a las bodegas y a la degustación de sus vinos. A veces, puntos de atracción en sí mismas, con gentes que acuden directamente a sus barras o a sus mesas y prescindan de la visita a la sala de barricas o a la embotelladora.

Un anticipo de esa oferta se ofrece en la web [www.barriodelaestacion.com](http://www.barriodelaestacion.com), iniciativa que debería ser municipal pero es obra de las bodegas asociadas a la cata anual. Como lo son otras dos iniciativas colectivas. La ruta bautizada como *Barrio de la Estación Tours*, se organiza los viernes e incluye la visita a tres de las seis bodegas asociadas, con degustación de tres vinos premium y tres tapas. Dura tres horas y media y se organiza para grupos reducidos, máximo 12 personas, al precio de 60 euros por persona. El *Barrio de la Estación Passport* es un pasaporte que se adquiere al precio de 42 euros y abre las puertas a las seis bodegas de la Cata del Barrio de la Estación. Se puede

utilizar a lo largo del año, excepto diciembre-enero, e incluye la degustación de un vino premium y una tapa en cada una de las bodegas, además de la visita.

Una ruta atractiva puede empezar, fuera del barrio, en **Bodegas Ramón Bilbao**, con una amplia y bien montada tienda en la que se exponen los productos del grupo Zamora, tanto los de sus bodegas como los vinos y destilados que elabora o distribuye la compañía, además de otras elaboraciones y de objetos de *merchandising*. Como en su decoración y en su promoción hacen referencia al viaje, la tienda está concebida como las de los aeropuertos: hay que atravesar el área de venta para acceder a una zona de degustación, con barra y mesas altas, y, más al fondo, a un restaurante formal, todo ello en un ambiente relajado y sugestivo.

En el bar de vinos, con amplios horarios, se ofrecen los vinos por copas (de 2,5 a 5 €), servidos directamente o por un dispensador automático en el que se puede disponer de doce vinos. Acompañan tablas de quesos riojanos (22 €) y de chacinas de cerdo ibérico (20 €) y elaboraciones de cocina regional que cambian en función de la temporada y de la disponibilidad en la cocina. Hay paquetes cerrados, como el *pack degustación* (14 €), con tres vinos acompañados de quesos y embutidos.

También en el perímetro de la ciudad y también con facilidad para aparcar, están las instalaciones de otro clásico como **Bodegas Martínez Lacuesta** (Paraje de Ubieta, s/n), que se trasladó en 2009 desde su ubicación centenaria en el centro de Haro. La vecindad del cementerio puede provocar reparos en los aprensivos, pero su presencia es muy discreta y no ha de ser obstáculo para la visita, como no lo es la reforma que se está realizando en las instalaciones y que se inaugurará en febrero de 2025 para celebrar el 130 aniversario de la bodega.

En la visita se puede constatar la doble militancia de sus vinos, con la línea clásica y otra más renovada. Están disponibles, así como los buenos vermús de la casa, en el bar de vinos, donde se sirven por copas (2,60-7,80 € los vinos; entre 1,70 y 3,10 los vermús) acompañados de tapas. Se puede optar por la botella completa, con un descorche de 6 € sobre el precio de venta en la tienda, o por vinos de otras zonas, como Jerez o Cava. La bodega dispone de varias rutas e iniciativas para los visitantes que incluyen maridajes, catas y una *Visita vermut* específica, todo ello con catas acompañadas de tapas.

Tras esos aperitivos y tal vez tras una visita a la Estación Enológica de Haro, que está de paso pero no hay tapas ni degustaciones ni está abierta al público, la parada obligada es el Barrio de la Estación, donde todas las bodegas excepto una o dos están preparadas para recibir visitantes y ofrecen toda una panoplia de iniciativas en torno a las viñas, las bodegas y los vinos. Hay amplios aparcamientos junto a la estación ferroviaria y las bodegas están a un corto paseo.

En la entrada al barrio, nada más cruzar el puente sobre el Ebro, se encuentran las instalaciones primitivas de Bodegas Rioja Santiago, una casa centenaria sin actividad; pertenecen a otra bodega del barrio, La Rioja Alta, pero aún no tienen nuevo uso. La siguiente, en otro edificio que fue la ampliación de la misma bodega, es una firma dedicada a la venta directa que, sin embargo, no recibe visitas. Y, al lado, el último vecino del barrio, **Bodegas Tihom** (Av. Costa del Vino, 7). Es nuevo a medias; es la



BODEGAS RAMÓN BILBAO



BODEGAS MARTÍNEZ LACUESTA



BODEGAS TIHOM





CVNE

última bodega en llegar pero es el proyecto personal de un veterano, Jorge Muga, enólogo de Bodegas Muga. Sabe bien lo que es recibir visitas y su bodega cuenta con lo necesario para una toma de contacto que incluye visita a la bodega, degustación de dos vinos con una tapa (20 €). Una tentación para acceder al agradable bar de vinos, con terraza, donde se ofrecen los productos de la casa por botellas o por copas (de 3 a 6 €), con acompañamiento de tablas de quesos, conservas y chacinas (de 13 a 21 €).

Lo recomendable es dejar el coche en los aparcamientos públicos gratuitos que están unos metros más adelante para adentrarse en el núcleo del barrio. La primera bodega desde esos aparcamientos es **CVNE** (*la Cune* dicen en Haro), con su nave de crianza diseñada por Eiffel y sus calados del siglo XIX. La visita (25 € por persona) requiere cita previa e incluye un recorrido guiado por *La Aldea del Vino*, que es la bodega en la que envejecen los reserva y gran reserva de la bodega y la cata comentada de tres vinos, el blanco Monopole y los tintos Asúa crianza y reserva, acompañados de una tapa de queso de los Cameros.



BODEGAS BILBAÍNAS

Al lado, **Bodegas Bilbaínas** (Estación, 3) es la única que conserva el andén y el tramo de vías desde el que hace más de cien años se cargaban directamente los trenes con el vino destinado a la Alhóndiga de Bilbao, donde la empresa tenía sus oficinas centrales. La ahora filial del grupo Codorníu aprovecha el aparcamiento de la estación ferroviaria. Tiene una gama amplia de propuestas de enoturismo, siempre con cita previa, con la *Visita Raíces* (25 €) o la llamada *Prestige* (40 €), que incluyen visitas a las bodegas construidas en las diferentes etapas de la firma y termina con degustación de tres vinos, a las que suma otras, que incluyen menús de maridajes con el clásico *Viña Pomal* (menú 80 €) y el innovador *La Vicalanda* (115 €). En el bar de vinos y en la terraza-jardín se ofrecen los vinos del grupo y una lista de tapas para acompañar.



Un acceso peatonal lleva hasta un túnel que supera las vías del tren y lleva al corazón del barrio. Superado el trazado ferroviario, tres casas centenarias se suceden en la acera de la derecha, frente a las puertas cerradas de R López de Heredia Viña Tondonia, que sólo abre a profesionales y su zona de aparcamiento reservada a esas visitas privilegiadas.



BODEGAS MUGA

La primera es **Bodegas Muga** (Av. Vizcaya, s/n), todavía con la clásica divisa *Vinos finos de Rioja* en su fachada de piedra. La familia ofrece una gama amplísima de sugerencias y actividades para grupos, no todas dentro de las instalaciones. Cuenta con dos zonas para visitantes, *la casa*, que es el centro social de siempre, con un amplio comedor para grupos (mínimo ocho personas, restaurante privado, cocina regional), mesa redonda giratoria al estilo japonés, chimenea y una agradable terraza habilitada en lo que fue un miniaparcamiento, y *la torre*, construcción reciente y emblemática, que es la imagen de su tinto Torre Muga y ya forma parte esencial del perfil del barrio.

Allí hay bar de vinos, zona de degustación y, en la parte más alta, una sala de catas con vistas al barrio, a las viñas y a una parte de Haro. La familia ofrece una gama completa de visitas guiadas, con catas y experiencias singulares, entre ellas recorridos por los viñedos en ecológicos *segway* eléctricos o un viaje en globo, actividades al aire libre que, claro, están al albur de la climatología.



La siguiente es **Bodegas y Viñedos de Gómez Cruzado** (Av. Vizcaya, 6), la más pequeña del barrio, que aún debe maldecir la iniciativa de sus antiguos responsables, que vendieron el calado a Bodegas Roda. Hay en Gómez Cruzado una modesta instalación de enoturismo que suma una agradable terraza en el mismo patio de entrada a la bodega. Ofrece la degustación por copas de su gama de vinos (entre 3 y 8 euros la copa) en la sala de barricas o en la terraza. No se requiere cita previa. Además, tiene dos programas de visitas y cata de los vinos, cerrados y con reserva previa, a 25 y 50 euros.

La siguiente, literalmente puerta con puerta, es **La Rioja Alta** (Av. Vizcaya, 8). La verja da acceso a un aparcamiento bastante amplio y a dos espacios que comparten la función de venta y degustación, el clásico, en el acceso a la bodega, y el bar de vinos **El Garaje del Club de Cosecheros**, inaugurado en 2021 en lo que fue nave de maquinaria agrícola. Bonita y singular decoración para unos espacios abarrotados en fines de semana en el que la amplia gama de vinos del grupo, servidos por copas (de 2 a 57 €) e incluidas añadas antiguas, se acompaña de una amplia lista de tapas, por raciones (de 5,50 a 23 €) y medias raciones, con chacinas, conservas y algunos platos de cocina. La bodega ofrece visitas guiadas de unas dos horas de duración, en castellano e inglés, que terminan con degustación de los vinos. Además, hay tres comedores privados (para grupos de dos a treinta personas, con reserva previa) en los que ofrecen bien resuelta cocina riojana y platos innovadores junto a sus vinos.

Antes de desembocar en la carretera de Vitoria, la calle y el barrio terminan con **Bodegas Roda**, uno de los vecinos más recientes del barrio, al que llegó en 1987 pero no por ello el menos brillante. Cuenta también con zona de aparcamiento propia, donde abre sus puertas un bar de vinos, al que se accede directamente, sin pasar por la bodega. Se ofrecen los vinos de las dos bodegas (Bodegas Roda y la ribereña Bodegas La Horra) y el aceite mallorquín para aderezar la degustación de tapas sencillas. Desde el bar se accede al calado del siglo XIX, que lleva en línea recta a un muy agradable mirador sobre el río Ebro, con una única mesa de piedra que, previa reserva, puede ser un magnífico fin de jornada con la degustación tranquila de los buenos vinos de la casa.

Es el punto final de la actividad que llaman *Balcón del Ebro* (95 €), que incluye la visita a la bodega, cata comentada de los cuatro vinos de Bodegas Roda y los dos aceites. Para los más entrenados ofrecen la cata *Añadas Históricas* (85 €), con cuatro cosechas de Roda I y los aceites, o la *Vertical Roda* (70 €), también con cuatro cosechas de Roda y degustación de los dos aceites de oliva mallorquines, L'Amo y Aubocassa.

Todas esas bodegas ofrecen visitas a sus instalaciones y catas de sus vinos, los que producen en Rioja y los de sus filiales en otras zonas vinícolas, para configurar unas amplias posibilidades a los enófilos y una buena iniciación para neófitos. Y para forzar a repetir la visita.

En prácticamente todos los casos es necesario reservar y en muchas de las actividades se requiere un número mínimo de participantes, y también hay capacidad máxima. La información que se facilita en este reportaje puede cambiar en función de la época del año y de la programación de las bodegas. ■



BODEGAS Y VIÑEDOS DE GÓMEZ CRUZADO



EL GARAJE DEL CLUB DE COSECHEROS



BODEGAS RODA



**BRUTALISTA**  
ESPÍRITU VIAJERO

**B**rutalista es una original taberna de comidas contemporánea, en la que se ofrecen platos aparentemente «fusión», pero asentada en el recetario tradicional español, con una animada barra para los aficionados al vino.

Pablo López dejó el mundo publicitario para dedicarse a su gran pasión: la cocina. Pasó por varias casas, como Lera, Nakeima, Tripea, Kena o La Tasquita de Enfrente, antes de poner en marcha Brutalista en 2021. Él y Samuel Heras, formado en restaurantes como DSTAge o Marzeah, se conocieron oficiando en el mundo hostelero y han sido amigos, vecinos y compañeros de catas desde entonces. El reciente cierre de Puzzle, donde Samuel trabajaba en la cocina, les ha dado la oportunidad de arrancar esta aventura juntos.

Tras su apertura fue llegar y besar el santo. Los escabeches de Pablo, herencia de la cocina del zamorano restaurante Lera, y platos como la codorniz frita lo convirtieron en el restaurante del que todo el mundo hablaba. Su estética funcional y brutalista (el estilo arquitectónico que inspiró su nombre) completan una oferta que dejó de ser secreta y que

ahora es ampliamente reconocida por quienes «controlan» dónde comer bien en Madrid. Para un máximo de veinte personas y diferentes menús degustación de 31 a 55 €, además de la carta. Su apuesta se resume en producto de calidad, con pinceladas de técnicas asiáticas y la sencillez de una cocina alejada de las modas que imperan en la abundante hostelería madrileña. Y el vino, un imprescindible.

Grandes vinos por copas y platos como los mejillones con palo cortado y jengibre, papada escabechada con pimentón, o un mollete de muflón, se suman a una oferta en la que también se incluyen vinos naturales (el nombre del local también les llevó a explorar esta parcela vinícola). Etiquetas de vinos generosos, de La Palma y de pequeños productores de Francia o Croacia son algunos ejemplos de una carta dinámica, amplia y cambiante. Los precios de la copa oscilan entre 5,50 y 6 euros, aunque, al tener una oferta muy amplia, algunos pueden alcanzar los 8 o 10. ■ **Mar Romero**



**BRUTALISTA**  
JUAN ÁLVAREZ MENDIZÁBAL, 34  
MADRID. TEL.: 911 595 777  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 40-50 €



**LA ZARCERA**  
BIEN DE INTERÉS VINÍCOLA

**S**iendo precisos La Zarcera del Barrio de Bodegas de Baltanás es parte del conjunto arquitectónico enológico que forman las 374 bodegas medievales que en 2015 fueron declaradas bien de interés cultural (BIC) en esta localidad que pertenece a la comarca del Cerrato palentino. Julia López y Patxi Garrido decidieron volver desde Navarra a la tierra de la familia materna de este cocinero. Compraron la única bodega con casa de este barrio, la única en la que se podía vivir. La restauración llevó algunos años y en 2020 abrieron este centro enoturístico lleno de encanto que se mimetiza con el entorno y combina una oferta con varios servicios: una taberna donde se da de comer con tapas, raciones, pinchos y vinos de la zona, una tienda de productos locales y artesanos, la organización de visitas a las numerosas bodegas e información de toda la comarca. De esto último se ocupa Julia desde su empresa llamada Turismo Cerrato, que ofrece rutas para todos los gustos. Un trabajo, el de los dos, que en 2022 fue reconocido con el Premio al Mejor Establecimiento Enoturístico de España por parte de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) y de Rutas del Vino de España.



**LA ZARCERA**  
DISEMINADOS, BODEGA 196  
BALTRANÁS (PALENCIA).  
TEL.: 669 191 377  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 25-30 €

Patxi solo cocina para las personas que reservan y su oferta gastronómica se amplía con dos menús degustación de 30 y 32 euros, el más caro incluye el lechazo asado palentino. Hay otro, que se ofrece solo en las cenas, a 24 euros por persona.

La carta de vinos se basa en pequeñas producciones de las denominaciones de origen Arlanza, Cigales y Ribera del Duero. No hay una oferta de vinos por copas al uso, ya que se abre la botella que elija el cliente aunque solo vaya a tomarse una copa. Para rosados y blancos los precios oscilan entre 1,70 y 2,50 euros y para los tintos con crianza entre 2,30 y 3,60 euros la copa. La oferta se completa con cervezas y vermuts artesanos. Abierto hasta las 12 de la noche, «solo se cierra el 31 de febrero», así pues, siempre es buen momento para visitar este patrimonio único en Europa. ■ **Mar Romero**





**PABÚ**  
EL VERDADERO PLACER VERDE

Una cocina que no se parece a ninguna, atractiva, seductora, original y llena de frescura, con una intensidad sávida y aromática espectacular. El joven Coco Montes es un mago del verde, de la huerta, de las plantas, hace verdaderas virguerías y construye platos de gran enjundia y enorme calado. Las verduras, hortalizas, cereales y frutas son la columna vertebral de su cocina, aunque como ellos mismos dicen, «también incluimos pescados, carnes y aves cuando son de extraordinaria calidad». A este joven chef madrileño; se le nota el «puntazo verdulero» de su estancia junto a Alain Passard, del parisino L'Arpege, casa que renunció a las carnes cuando las vacas locas. «Elaboramos nueve platos cada día que se pueden tomar con flexibilidad completa». Se puede escoger entre el menú largo que incluye los nueve del día (150 €), o por los siete del corto (110 €), si no, se puede optar por elegir. A pesar de ser un local espacioso, sólo tiene mesas para 30 comensales porque la comodidad en esta casa es una prioridad. Al igual que la insonorización, se puede conversar perfectamente.

En el capítulo líquido las opciones son muchas y originales. La carta está diseñada de manera muy particular, no mandan las zonas ni las DDOO, exceptuando los champagnes que están ordenados por zonas. Recomiendan preguntar por los champagnes del día porque cambian y se sirven por copas o por medias copas. Cocteles de aperitivo y cervezas especiales. También una curiosa selección de sidras españolas y francesas, de sakes y de excelentes generosos españoles de Jerez y de Montilla, vinos de Hungría, de Chile, de Italia, de Francia, Los vinos blancos se ordenan por ligeros, medios, intensos, blancos con maceración de pieles. Tintos y rosados internacionales, peninsulares, canarios, vinos dulces interesantes como el «supurao» riojano, los rancieros catalanes, madeiras, portos, malvasías... Espléndida selección de destilados y aguardientes de todo el mundo. También, y para compensar, una gran variedad de tés del mundo entero e infusiones caseras. Un lugar muy especial y cuidado al máximo detalle. Los vinos están subiditos de precio, eso sí. ■ Paz Ivison



**PABÚ**  
PANAMÁ, 4. MADRID  
TEL.: 689 696 726  
PRECIO APROXIMADO  
POR PERSONA  
(SIN VINO): 100-180 €



**O SEGREDO DO RETIRO**  
MERECE UN ALTO EN EL CAMINO

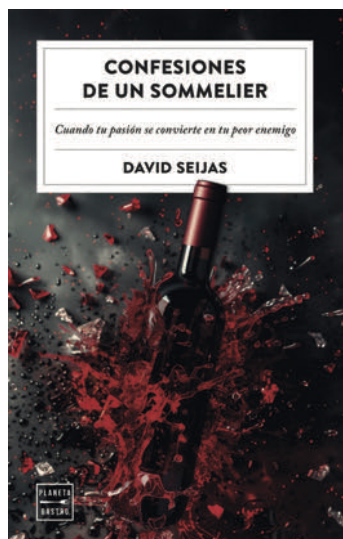
Durante décadas la ruta de las Rías Baixas no era una fiesta a la hora de hacer parada. El bar España de Rueda o una tortilla en A Gudiña, eran magras alternativas. En Verín y alrededores se paraba igual o menos que hoy. Y, sin embargo, ahora, cuando la ruta se aleja de la travesía urbana, sí hay una buena opción. Uno de esos restaurantes que se señalaban en las guías como «merece un rodeo» por la cocina, alejada tanto de rutinas regionales como de peligrosos alardes creativos, por los vinos, y por el cuidado entorno.

La familia Prieto compró en 1998 un caserón del siglo XVII en ruinas. Pusieron manos a la obra en una restauración que se demoró diez años antes de que pusieran en marcha el pequeño hotel O Retiro do Conde. Su hijo, José Luis Prieto, estudió dirección hotelera en Santiago de Compostela y marchó a seguir formación en Alemania y Australia. Su vocación era la cocina y cumplió con ella a la vuelta, en 2002, cuando montó el restaurante en lo que era la bodega de la casa. Lugar acogedor, con un espléndido jardín, bien atendido, con una carta corta y atractiva, con productos de temporada y de cercanía, en una interpretación actual y de bien entendida creatividad elaborada a partir de fórmulas tradicionales. La lista cambia con frecuencia y, además de la relación de platos, se ofrecen dos menús degustación (37,50 y 50 €).

También se cambia con frecuencia la oferta vinícola, seleccionada por José Luis Prieto con preferencia por las bodegas pequeñas de tipo familiar. Son unas tres decenas de referencias que resultan suficientes porque están bien elegidas. Etiquetas gallegas sobre todo, con un buen rincón para los vinos locales de la DO Monterrei y tributo obligado a zonas de prestigio, como Rioja o Ribera del Duero, y algunos vinos internacionales, de Francia, Alemania o Italia, siempre en buenas condiciones de temperatura y con vajilla de calidad. Precios razonables en todos los apartados, acordes con una calidad que remite a un lugar para afrontarlo con tiempo, no como una parada en el camino. Y, si se tercia, hay seis habitaciones en el hotel O Retiro do Conde, en el piso de arriba. ■ AP



**O SEGREDO DO RETIRO**  
ALBARELLOS, 2. VILAZA (ORENSE)  
TEL.: 682 860 605  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 60 €



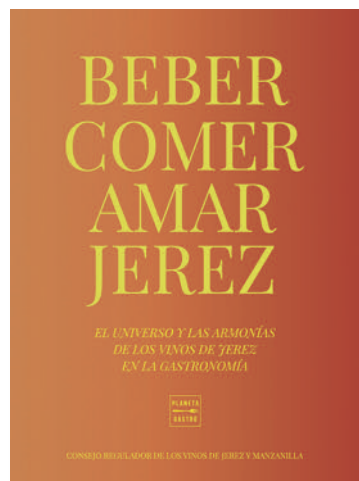
**DAVID SEIJAS**  
PLANETA GASTRO  
256 PÁGINAS. 20,95 €  
TAMBIÉN PUBLICADO EN CATALÁN  
POR ARA LIBRES

## Confesiones de un sommelier LECCIÓN DE VIDA Y DE OFICIO

El calificativo de *imprescindible* se aplica con demasiada liberalidad a todo tipo de creaciones, desde un vino hasta un documental y, por supuesto a un libro. En este caso es justo obviar la repulsión que el término puede llegar a provocar para aplicar a *Confesiones de un sommelier* esa manida expresión o al menos la de *altamente recomendable*. Debería ser de lectura obligada en escuelas de hostelería y de sumillería pero también para comunicadores, catadores, enólogos y todo tipo de vinateros, gentes con un oficio que los hace discurrir a diario en el filo de la navaja. Y ya se sabe que el menor resbalón en ese trayecto es casi letal.

El vino y las bebidas alcohólicas, como también la elaboración de otros productos alimenticios y gozosos, son sectores en los que el trabajo se mezcla con la pasión y el riesgo de excesos es constante. Otra cosa es que se confiese. David Seijas, sumiller que fue de El Bulli y ahora creador de marcas propias de vinos de distintas denominaciones de origen bajo el sello de Gallina de Piel Wines, se confiesa. «Cuando la pasión se convierte en tu peor enemigo» es el subtítulo elegido para un libro que es al mismo tiempo autobiografía y manual de sumillería.

Y es una operación a corazón abierto en la que confiesa su adicción, sobrevenida a través de una pasión que no le ha abandonado. Como cantaba, en otras circunstancias, Freddie Mercury «mucho amor te matará» y Seijas cuenta su trayecto hacia ese suicidio diferido provocado por el amor a su profesión y al objeto de su profesión y por los riesgos que ese roce cotidiano conlleva. Un libro valiente con un triple mérito: el coraje necesario para seguir en el sector, aplicando a su actual etapa sus dotes de extraordinario catador pero sin poder consumir vino; la frialdad e inteligencia imprescindibles para no ir al otro extremo y pasar del amor al odio, y el talento para casi novelar su vida y contar su trayecto profesional y personal. Una confesión y una lección, con reflexiones serenas, discurso amable y sin aspavientos. Para descubrirse. **AP**



**VARIOS AUTORES**  
PLANETA GASTRO  
280 PÁGINAS. 39,50 €

## Beber, comer, amar Jerez COMPAÑERO DEL ALMA DE LA GASTRONOMÍA

Utilizando el título de la deliciosa película de director chino Ang Lee, que narra la vida de un gran chef de Taiwán y sus tres hijas, se acaba de presentar este gran libro editado por Planeta Gastro, auspiciado y coordinado por el Consejo Regulador de la DO Jerez. Muy a propósito puesto que la columna vertebral de la obra es el vino de Jerez como compañero del alma de la gastronomía. Es una gran historia de amor sobre la mesa, la comida, la gastronomía... que se edita tras el 20 Aniversario de la Copa Jerez. Una obra monumental escrita por una buena cantidad de autores, más de 30 personas, y cada uno de ellos con su perspectiva particular.

Explora, a través de las voces de los más grandes expertos del momento, las características únicas que los convierten en los más gastronómicos del mundo. Ferran Adrià (Elbulli Foundation), Ángel León (Aponiente), José Andrés (ThinkFoodGroup), Josep Roca (El Celler de Can Roca), François Chartier (sumiller internacional), Heston Blumenthal (The Fat Duck), Jancis Robinson (crítica de vinos)... Chefs, sumilleres y expertos en gastronomía aportan sus conocimientos y experiencias para analizar cómo los vinos de Jerez han revolucionado la forma en que los profesionales del sector entienden y abordan el maridaje en la alta cocina. El libro ofrece un compendio de narrativas gastronómicas sorprendentes y armonías míticas que han dejado una huella indeleble en los mejores restaurantes del mundo, además de las exitosas propuestas desarrolladas por los vencedores de las distintas ediciones de la Copa Jerez, todas ellas ejemplo de cómo los vinos del Marco han protagonizado las experiencias culinarias más revolucionarias. Está prologado por César Saldaña, el presidente del Consejo Regulador, que describe lo que han significado estos últimos 25 años cuando los jereces se pusieron sobre los manteles de lino de los grandes restaurantes del mundo. De ahí el nacimiento de Copa Jerez, la prestigiosa competición internacional de armonías con vinos de Jerez de la que se cumplen 20 años. Una competición gastronómica que ha sido pionera en poner de relieve la importancia del diálogo cocina-sala en la experiencia gastronómica. **Paz Ivson**

## Enoturismo y rutas del vino en Castilla-La Mancha DE VINOS POR EL MAYOR VIÑEDO



Muchos kilómetros ha tenido que recorrer la autora, profesional del turismo y periodista, y mucho esfuerzo ha tenido que aplicar en la recopilación de datos, que en esto de contar historias sabemos lo difícil que resulta arrancar la información a bodegas e instituciones. La pujanza que muestra el turismo enológico (el dato de 17 millones de enoturistas es esclarecedor) ha hecho que muchas bodegas se sumen a la ola, unas con reticencia, otras con entusiasmo, casi todas con cierto retraso. El libro de Alicia Estrada va más allá de un recorrido por las seis rutas

del vino con las que cuenta Castilla-La Mancha y es mucho más que una guía turística. Seis propuestas, una para cada una de las principales denominaciones de origen de la región, que encierran muchos destinos. A ellas suma un capítulo final dedicado a otras comarcas vinícolas. El vino, las viñas y las bodegas son una buena excusa para conocer una región que parece resignada a ser zona de paso, una especie de terra incógnita de la que muchos apenas conocen otra cosa que las carreteras que la atraviesan. Esta guía pone el acento sobre lo mucho que ese viajero despistado no se puede perder: monumentos, paisajes, fiestas, actividades culturales y, claro, vinos. **UPM**

ALICIA ESTRADA. GEOPLANETA. 272 PÁGINAS. 24,50 €

## Parejas perfectas FÓRMULAS ACADÉMICAS



Un cocinero experto y un escritor especializado ya parecen formar una pareja perfecta a la hora de desarrollar un libro de estas características. Sin embargo, no son ellos los protagonistas. Como buenos comunicadores, dan la palabra a los productos y a la vieja buena alquimia de la cocina sensata, la que sin estridencias encuentra la ensambladura perfecta de dos elementos para conformar un resultado armonioso. *Parejas perfectas* no es un libro de maridajes de vinos y platos, aunque no puede evitar la referencia clásica al oporto con el queso stilton o la ostra con manzanilla, así como a otros más sorprendentes, como los callos y el champán.

Tampoco es un libro de recetas clásico sino un divertido recorrido por fórmulas académicas y otras más innovadoras resueltas con rigor y adornadas con relatos, anécdotas y vivencias.

Juanjo López, heredó de sus padres La Tasquita de Enfrente, casa de comidas ilustrada, a un paso de la Gran Vía madrileña, y con ese establecimiento de referencia, al que llegó después de 40 años en el sector de los seguros, le legaron el amor por la cocina bien resuelta. Él aporta el arte en los fogones y Pepe Barrena, toda una vida dedicado a la comunicación gastronómica, los recursos literarios de su larga y amplia experiencia. **MNÑ**

JUANJO LÓPEZ Y PEPE BARRENA. PLANETA GASTRO. 205 PÁGINAS. 20,95 €



## Francisco Díaz Yubero LA VIEJA GUARDIA

Investigador, político y, sobre todo, hombre del vino, Francisco Díaz Yubero fue durante años una figura omnipresente en el entorno del vino riojano y uno de los artífices de un estilo que hizo al rioja el vino más vendido en España. Tuvo un papel fundamental en el diseño del estilo del popular tinto Campo Viejo y, con él, dibujó un perfil del vino de Rioja admitido y alabado por muchos como la tipicidad del vino de Rioja. Por emulación, influiría en la definición del perfil comercial de los vinos tintos en amplias zonas de España.

Paco Díaz Yubero (sólo los papeles le llamaban Francisco) nació en Madrid en 1943, se doctoró en Ingeniería Agrónoma en la Universidad Politécnica de Valencia en 1979 y desarrolló su vida profesional en La Rioja, primero como investigador en la Universidad de La Rioja, después en una larga etapa en distintos cargos técnicos y de responsabilidad en Bodegas Campo Viejo, antes de asesorar a distintas bodegas de la DOC Rioja e incluso participar en la fundación de otras, como Bodegas Altanza. Tuvo también una vida política. Fue concejal en el Ayuntamiento de Logroño en la primera legislatura democrática, entre 1979 y 1983, bajo las siglas de la Unión de Centro Democrático (UCD). Fue uno de los fundadores del Partido Riojano Progresista, después Partido Riojano, con el que fue diputado en el Parlamento de La Rioja entre 1983 y 1987. En el ámbito vinícola, fue presidente de la Federación Española del Vino (FEV) entre 1996 y 1998. Paco Díaz Yubero falleció el 28 de junio pasado, con 81 años de edad.

# SUSCRÍBASE Y AHORRE DINERO

Reciba cada dos meses PLANETAVINO en su domicilio y ahorre más de un treinta por ciento de su precio de portada.



## SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO (6 NÚMEROS):

30€ \*, en lugar de 36€  
de su precio de portada.

## SUSCRIPCIÓN POR DOS AÑOS (12 NÚMEROS):

50€ \*, en lugar de 72€  
de su precio de portada.

\* Precio para envíos a España.

**TAMBIÉN EDICIÓN DIGITAL**  
[proensa.com/planetavino](http://proensa.com/planetavino)

MÁS INFORMACIÓN EN  
[www.proensa.com](http://www.proensa.com)

**CUMPLIMENTE Y ENVÍE EL BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN A**

PLANETAVINO  
AVENIDA DEL CARDENAL HERRERA ORIA, 299 - BAJO B. 28035 MADRID  
TEL.: 686 620 750. CORREO ELECTRÓNICO: [planetavino@proensa.com](mailto:planetavino@proensa.com)

NOMBRE Y APELLIDOS

NIF (IMPRESINDIBLE PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA)

DIRECCIÓN

TELÉFONO

CÓDIGO POSTAL

LOCALIDAD

PROVINCIA

PAÍS

CORREO ELECTRÓNICO

DESEO SUSCRIBIRME POR EL PERIODO DE

UN AÑO (6 NÚMEROS) AL PRECIO DE 30€

A PARTIR DEL NÚMERO \_\_\_\_\_ DE PLANETAVINO

DOS AÑOS (12 NÚMEROS) AL PRECIO DE 50€

CORRESPONDIENTE AL MES DE \_\_\_\_\_

FORMA DE PAGO

CHEQUE ADJUNTO Nº

DEL BANCO/CAJA

CARGO EN CUENTA Nº

FIRMA

IBAN

BIC



## MOMENTO DE PAZ

PAZ IVISON

# Remakes clásicos

La industria del vino no se resiste al éxito de los remakes, de las adaptaciones de grandes clásicos que, en otros sectores, especialmente el del cine, se prodigan constantemente y con considerable éxito. Frankenstein, Casino Royale, Drácula, La Guerra de las Galaxias, La Mosca...

Sin lugar a dudas las temáticas preferidas para estas adaptaciones son las de miedo, terror, espionaje, guerra fría, ciencia ficción, dramas, catástrofes... Exceptuando Romeo y Julieta, las historias de amor, las comedias románticas y alegres, no suelen ser objeto de *remake*. Se ve que, lamentablemente, no nos gusta evadirnos de la dura realidad, sino que la industria cinematográfica insiste en enfatizarla.

En el caso de los *remakes* enológicos la cosa cambia puesto que son las marcas las protagonistas de los mismos, más allá del argumento, claro está. Es el caso de Rioja Bordón, una marca centenaria, que, si bien nunca dejó de existir, su presencia se fue prácticamente difuminando en años recientes. En su día era casi indispensable pues era uno de los riojas más conocidos de la segunda mitad del siglo XX, en parte debido a la azarosa vida de Bodegas-Franco Españolas,

comprada por Rumasa en los años ochenta y posteriormente adjudicadas a Marcos Eguizábal. El relevo generacional representado por su nieto, Borja Eguizábal, se hace notar con la incorporación como directora técnica de la enóloga Emma Villajos, con más de veinte años de trayectoria profesional. Y con ella, el *remake* de Rioja Bordón en tres versiones, blanco y rosado '23, frescos, descarados y frutales, de Viura el primero, Tempranillo y Viura el segundo, y un tinto crianza '19, mezcla de tempranillos de viñedos procedentes de Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rioja Media, en las laderas de la Sierra de la Demanda con orientación norte.

Caso aparte merece la conocidísima marca Solar de Samaniego, que nos suena a todos los que ya tenemos una edad, tal vez por el famoso fabulista Félix María de Samaniego, de noble y poderosa familia alavesa, de Laguardia, que en el siglo XVIII destacaba por su afición a la crítica mordaz contra la política y la religión. Destacó con sus famosas fábulas y sus correspondientes moralejas, como *La zorra y las uvas*, que es una de las más conocidas, precisamente un *remake* de otra escrita medio siglo antes de Cristo por el griego Esopo.

A todos nos sonaba, insisto, pero probablemente fuera por la Cofradía Solar de Samaniego, un canal de venta directa desde la bodega que la firma creó en 1980 y que constituía el único medio de conseguir los vinos, ya que no estaban presentes ni en bares, ni restaurantes. Había que inscribirse previamente como miembro en la más exitosa y enológica cofradía.

Una especie de pionera tienda *online* –sin que existiera ni de lejos el uso de internet– que llegó a sumar 80.000 socios, superando con creces a cualquier club de vinos o similar. ¡¡Todo un boom!!

Recientemente, los responsables han decidido abrir las puertas de algunas de sus elaboraciones al canal Horeca y han arrancado con dos tintos de corte clásico, Solar de Samaniego reserva '19 y Solar de Samaniego crianza '20.



BEBER ENTRE LÍNEAS

Ambos cuentan con el asesoramiento del prestigioso enólogo José Hidalgo Togoies. Por supuesto que la Cofradía sigue su procesión triunfal con sus 80.000 «nazarenos cofrades» fieles a la marca. La bodega ha puesto en marcha también recientemente Beber Entre Líneas, un proyecto que fusiona las culturas del vino y la literatura y que nace de la histórica finca La Escobosa, propiedad vitícola desde el siglo XVII, precisamente de la familia del célebre fabulista. ■



# CATA BIODINÁMICA

## DÍAS DE FRUTO

El vino potencia la armonía de todos sus matices: los más evidentemente frutales, por supuesto, pero también los que derivan del equilibrio logrado en la maduración de la uva.

## DÍAS DE FLOR

Tras los días de fruto, los de flor son los más favorables para la cata. Es un momento en el que los vinos se muestran especialmente fragantes y delicados.

## DÍAS DE HOJA

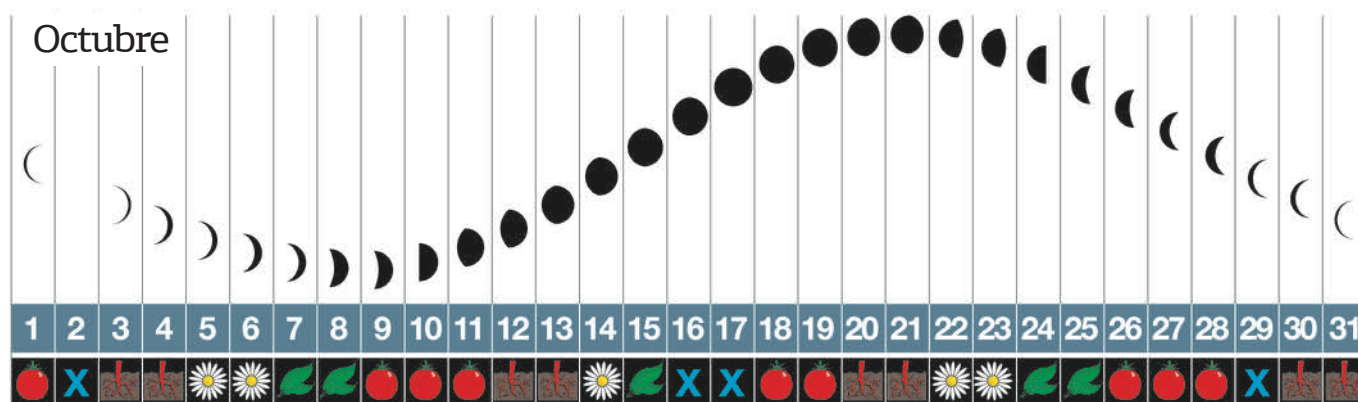
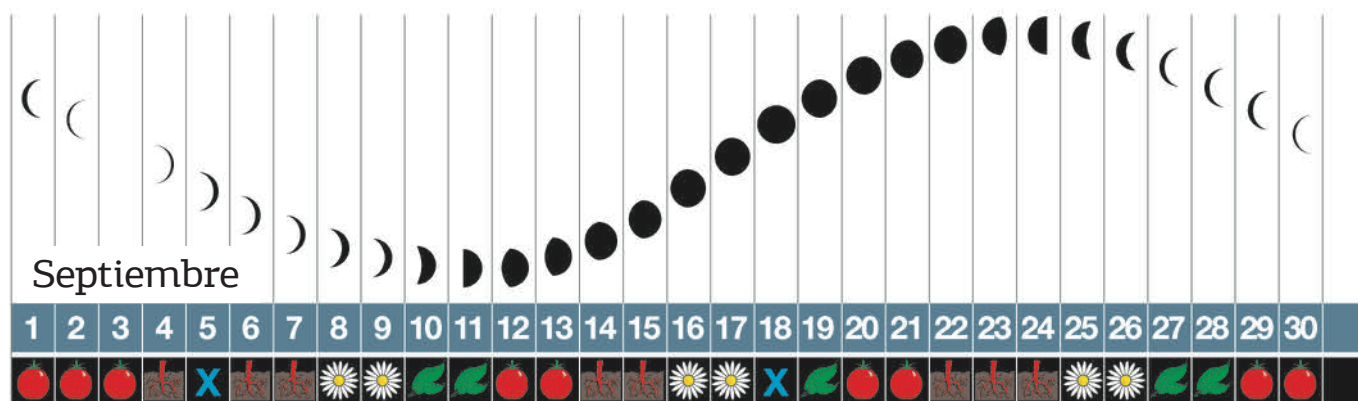
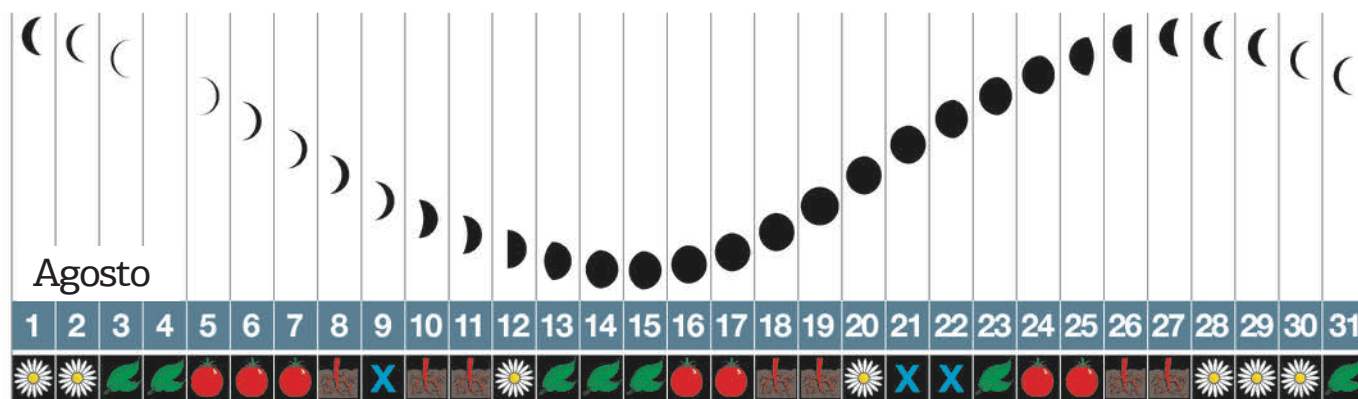
Se potencian los aromas vegetales. Aunque no es un buen día para catar, puede ser un momento propicio para vinos generosos o blancos jóvenes en los que destacan las notas herbáceas.

## DÍAS DE RAÍZ

Aumentan los matices tánicos, la fruta se esconde y es el momento adecuado para percibir la vinculación de una cepa a un suelo concreto, a un enclave específico y singular.

## NODO LUNAR

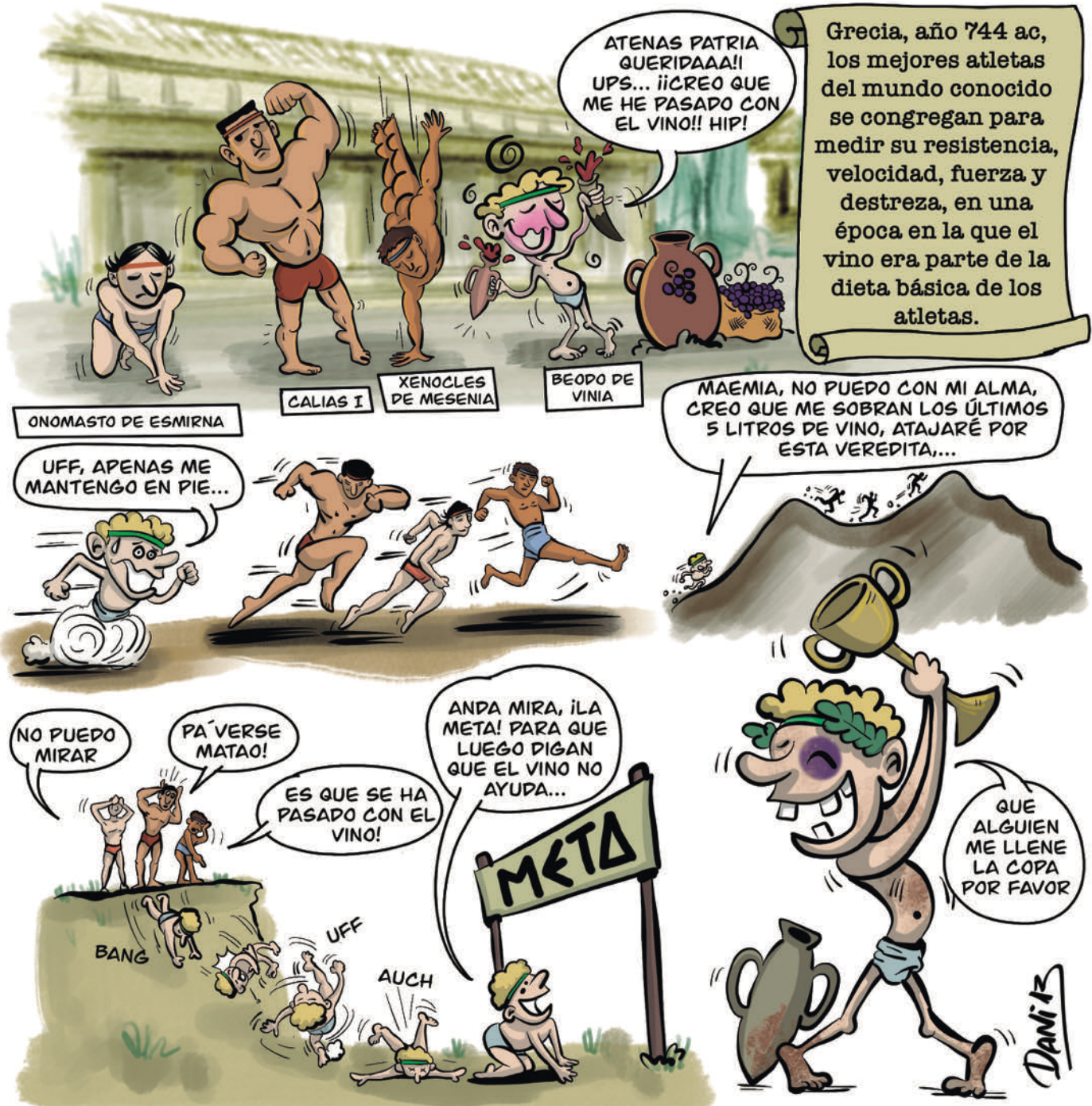
Es el día negativo en el que se desaconseja cualquier actividad en la agricultura o en la cata. En días de nodo lunar no hay que pensar siquiera en abrir una botella de buen vino.







## Beneficios del vino en el deporte





LA PENULTIMA  
CARLOS DELGADO

# Un futuro insostenible

**S**eamos sinceros, el futuro vitivinícola español y, por extensión, el europeo y mundial, solo puede ser la refutación del pasado. Lo siento por los nostálgicos de la arcadia feliz, donde se bebía vino a la menor ocasión y cualquier pretexto. Siempre en las comidas hogareñas, bajo la atenta mirada del padre-patrón, guardián del sifón primero y La Casera después. Época en que la mayoría de edad se alcanzaba con la primera y desafortunada borrachera. Luego, la cuadrilla y el peregrinaje de tasca en tasca. Épocas de los casi cien litros por habitante y año (70 en los años setenta).

Hoy, los cálculos más optimistas lo cifran en 24 litros (2023), fea cifra. Al parecer es una tendencia que, con leves oscilaciones alcistas, no parece que vaya a remontar significativamente. Así que el futuro en esto del bebercio solo puede ser peor. Y, por si éramos pocos, parió la abuela climática, con sus sofocos de olas de calor, sus tiritonas y su tersa piel seca.

Y ahora, algunos datos socio-económicos a nivel europeo porque lo que ocurra dependerá en gran medida de la UE: tres millones de empleos directos, un valor de mercado superior a 100.000 millones de euros, con un balance fiscal positivo de 52.000 millones. No es poco, pero eso no tiene en cuenta los *intangibles*: culturales, de imagen y marca, de calidad de vida, sociales, o la sana desinhibición y la creativa euforia.

Porque el vino es mucho más que una rentable (hoy no tanto) mercancía: es una señal de identidad de toda una civilización nacida en el Mediterráneo y felizmente globalizada. De ahí que la caída del consumo mundial de vino en 2023, estimada en 221 millones de hectolitros (un descenso del 2,6 por ciento en comparación con la ya de por sí bajas cifras de 2022), sea un mal presagio. Tanto más si a los efectos negativos del incremento de los costes de producción y distribución, impulsado por las presiones inflacionistas que han elevado los precios del vino, añadimos los efectos de las condiciones climáticas extremas y las enfermedades fúngicas generalizadas que afectaron gravemente a muchos viñedos en todo el mundo.

Dicho de forma resumida, el sector vitivinícola europeo se enfrenta a una tormenta perfecta de desafíos: cambio climático, inflación, complejidad regulatoria. A lo que cabe añadir la suicida demonización del alcohol sin las necesari-

rias matizaciones, que es donde está la diferencia. Como dijo Paracelso, el veneno está en la dosis. Es decir, frente a los riesgos de alcoholismo étílico por vino (desde Noé sabemos que siempre existirá) la educación para que se busque en el vino el placer sensorial de su polifonía aromática, la excitación de su caricia bucal, el suave estímulo, la inspiración, el avivar del ingenio y la superposición cuántica con el paisaje que lo engendró.



Dicho lo cual, vayamos a lo que podemos y debemos hacer. Mejor dicho, que lo diga alguien más involucrado, Mauricio González-Gordon, presidente del Comité Europeo de Empresas Vitivinícolas (CE-EV): «Fenómenos meteorológicos extremos impredecibles, inflación, aumento de los costes de producción, incertidumbre geopolítica, demonización de las bebidas alcohólicas... El sector vitivinícola europeo se enfrenta a una serie de retos estructurales y coyunturales que ponen en riesgo

su sostenibilidad a largo plazo... es nuestro patrimonio, nuestras zonas rurales y su economía lo que está en riesgo».

En el *Manifiesto sobre el futuro del sector vitivinícola en la UE*, presentado el 21 de mayo ante las elecciones europeas, describe la compleja situación de las empresas del sector e identifica soluciones para aplicar un enfoque coherente e integrado en el marco de la nueva legislatura.

Resumo: reforzar una Política Agrícola Común (PAC) orientada al mercado; conciliar tradición e innovación en la legislación de la UE; apoyar la resiliencia climática y la transición verde; reforzar el mercado único de la UE; mantener una estrategia comercial ambiciosa; adoptar una política sanitaria de la UE coordinada y basada en la ciencia. Ambicioso, necesario, ¿realista? Tengo mis dudas. Por ejemplo, apelar a la «política sanitaria basada en la ciencia» habitualmente choca con un concepto *reduccionista* de la salud, donde los factores *intangibles* mencionados no suelen tener ningún papel, como sabiamente denunció en su día el gran Grande Covián, Francisco.

No basta con publicitar el eslogan «bebe con moderación», sino con algo más acorde con las ciencias humanas: «bebe con conocimiento». Está bien armonizar las normativas divergentes entre los países de la UE, pero eso choca con los intereses de países, productores y consumidores. Tal vez fuera más oportuno crear un *Plan Estratégico* bien dotado económicamente, que ayude al sector en su difícil y lento proceso adaptativo a los efectos de fenómenos meteorológicos extremos que inciden directamente en la calidad de las añadas y la producción de uva. Plan que debería formar parte de la transición verde, donde nuestros viñedos pueden jugar un importante papel. ■





WINEinMODERATION

ELIGE | COMPARTE | CUIDA

"El vino solo se disfruta con moderación"

Viña Lanciano es el nombre de este espectacular enclave de 72 hectáreas, abrazado por un meandro del río Ebro, en el límite natural de Rioja Alta y Rioja Alavesa. Una ubicación privilegiada, al abrigo de la sierra de Cantabria, que favorece un microclima en cada una de sus 22 parcelas, en las que respetamos al máximo el equilibrio lógico de la naturaleza mediante una viticultura sostenible.

Un viñado mágico, con vestigios de historia antigua, como los restos del puente de Mantible de origen romano que protagoniza su etiqueta. Viña Lanciano condensa la filosofía y el saber hacer de LAN desde sus inicios.

PART OF  
SOGRAPE



La Rioja Alta, S.A.

VIÑA ARANA

50  
EST. 1974

ANIVERSARIO



RIOJALTA.COM