

NACIERON CON NOSOTROS / COMPAÑEROS DE VIAJE / LOS NÚMEROS DEL VINO

planet4Vino

REVISTA DE VINOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

20
AÑOS

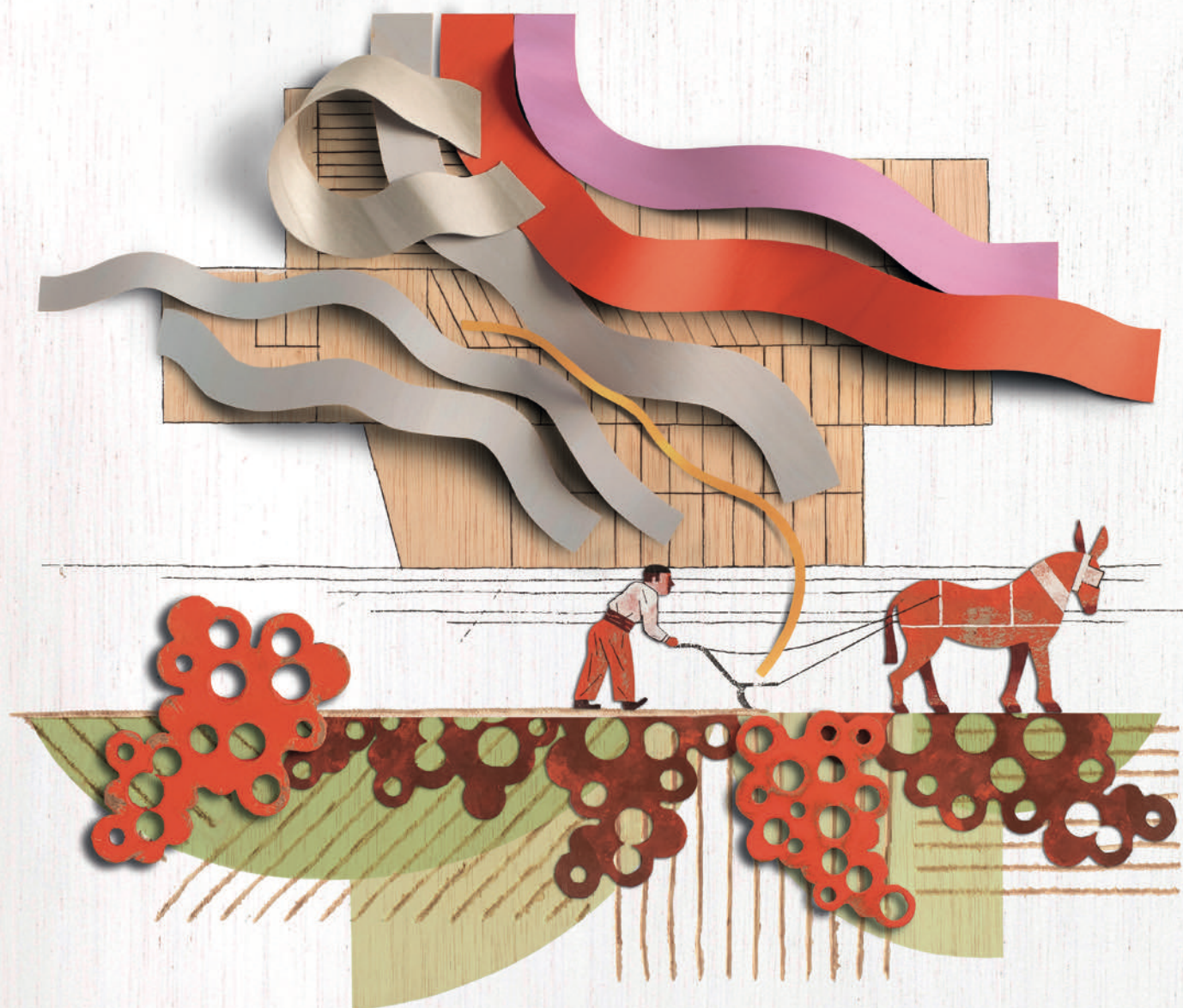
(only Spain) 6,00 €

número 120
JUNIO / JULIO 2025



Risk All

Arriesgar desde 1858 nos ha llevado
a ser el mejor viñedo del mundo.



HEREDEROS DEL
MARQUÉS DE RISCAL

THE BEST VINEYARD
IN THE WORLD 2024



www.risk-all.com



LA LUNA
ANDRÉS PROENSA

Contar el vino

Se cumplen veinte años desde que se puso en marcha este proyecto periodístico. El tiempo pasa y ese discurrir se hace notar en muchas cosas, pero esta modesta editorial está empeñada en defender criterios de independencia, rigor y profesionalidad que no son sino respeto a nuestros lectores. Con dificultades, se mantiene la filosofía. Y es gracias a la fidelidad de los lectores y al apoyo publicitario explícito de un buen número de empresas. Y a la paciencia y entrega de nuestros colaboradores.

Este cronista odia la conjugación de la primera persona, en singular y en plural, en reportajes, noticias, crónicas y hasta en columnas de opinión. Pensamos que el protagonista no es el que cuenta la historia, sino la bodega, el vino, la zona y, sobre todo, las personas que son reflejadas en el artículo periodístico. Por una vez, se traiciona ese principio y, con motivo del veinte aniversario de la revista, hablamos algo de nosotros. Algo que se hizo en el número uno, cuando se presentó el equipo inicial de la revista, y en el número cien, con un tratamiento un tanto informal del ampliado plantel de colaboradores.

El número uno de PlanetAVino, aparecido en junio de 2005, proclamaba la intención de la revista de aplicar «los códigos de deontología profesional del periodista, que no son otra cosa que la garantía para el lector de que va a recibir una información que puede ser errónea por la falta de acierto de quienes la elaboran, pero que no será inducida por motivos espurios». Veinte años después, en un ámbito en el que abundan los francotiradores disfrazados de periodistas y la publicidad disfrazada de información, ese principio elemental parece más vigente que nunca.

Hace veinte años el mundo vivía un buen momento, con un reconocimiento casi universal de sus buenas prestaciones como bebida sofisticada, con una carga cultural indudable, como vehículo para las relaciones sociales e incluso saludable si se consume de forma inteligente. Un panorama radicalmente distinto al que se vive en la actualidad,

aunque ya entonces asomaba las orejas el feo espectro de la desinformación.

El mundo del vino en general, y en particular el vino español, ofrecía constantes novedades positivas, sobre todo por el desarrollo de nuevos tipos de vino, nuevas marcas de calidad, el descubrimiento de zonas productoras de interés y la reivindicación de variedades de uva



que empezaban a romper la monotonía de los nombres más internacionales.

Según los principios clásicos de la profesión, el trabajo de la prensa es contar historias, emitir opiniones, valorar calidades y, dado el caso, criticar actitudes o estilos del que ha de ser el auténtico protagonista de una publicación como esta: el vino y lo que le rodea: países, zonas, bodegas y las gentes que hacen el vino, que lo venden y que informan sobre ese elemento tan ligado a la cultura de nuestro entorno.

El periodista y el medio de comunicación son una vía para llevar al consumidor esa información. En la medida de lo posible, debe quedar al margen, evitar ser el protagonista. Y ha de hacer su trabajo libre de presiones externas de cualquier tipo y con un planteamiento honesto hacia sus lectores. Por desgracia, es bastante frecuente que se mezcle la información con la publicidad; los propios publicitarios a veces parece que confían poco en su profesión a juzgar por los intentos de mezclar ambos tipos de información. En VadeVino Editorial se repudia de forma radical una práctica que es un fraude para el lector y una competencia desleal con respecto a otros medios de comunicación y a otros productores. Se expresa de forma explícita en las páginas de la revista, algo que ha provocado reacciones a veces airadas.

Es el criterio con el que se puso en marcha VadeVino Editorial en 2002, con el lanzamiento de la primera edición de la Guía Proensa, se mantuvo con el costoso proyecto de PlanetAVino y es el que nos mueve casi un cuarto de siglo después. No se batan marcas de supervivencia, al contrario. No es una suerte porque refleja una realidad complicada, pero PlanetAVino sigue siendo el medio impreso más joven de la prensa especializada en información vinícola, pero sigue cumpliendo años gracias a los suscriptores que nos son fieles y al respaldo de empresas que nos apoyan con su publicidad y con la compra de ejemplares. Y a la aportación impagable de nuestro lujoso plantel de colaboradores. ■

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. 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

DIRECTOR
Andrés Proensa
(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 Tógore,
Paz Ivison, Fernando Lázaro, Salvador Manjón,
M^a 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)

FOTOGRAFÍA
Álvaro Fernández Prieto
(fotos@alvarofprieto.com)

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

SECRETARIA DE REDACCIÓN
María Jesús Hernández
Correo electrónico: 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

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

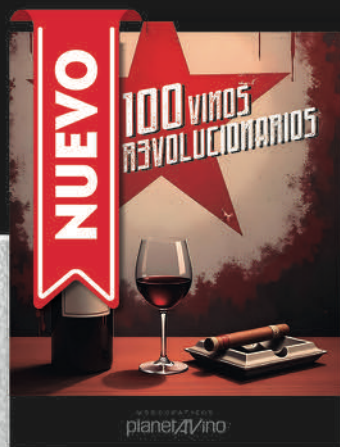
IMPRIME
Villena Artes Gráficas

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.

LOS LIBROS DE VADEVINO EDITORIAL



Los monográficos de **Planetavino**
para su biblioteca vinícola o para
obsequiar a sus amigos.



PIDA SU EJEMPLAR EN
www.proensa.com



NACIERON CON NOSOTROS

En junio de 2005 salió a la calle el primer número de PlanetAVino. La revista nació para contar historias y dar testimonio de las cosas que pasan. Aquí se resumen las más importantes que ocurrieron hace veinte años.



EL VINO Y OTROS ALCOHOLES

Durante miles de años, el ser humano ha vivido con diferentes productos que le proporcionaban momentos de euforia, que en muchas civilizaciones se interpretaron como acercamiento a los propios dioses.



LOS NÚMEROS DEL VINO

En veinte años el vino ha experimentado un cambio radical en muchos sentidos. Se citan nuevos estilos, nuevos vinos, modas... Esa entropía se refleja tanto en las estadísticas como en la propia normativa vinícola.



Saber Más VEINTE AÑOS DESPUÉS

Una mirada a los cambios en las técnicas vitivinícolas y en la tecnología experimentados desde que nació PlanetAVino, con atención necesaria al recorrido futuro que se intuye.

LA LUNA DE ANDRÉS PROENSA 3
Contar el vino

NOTICIAS 6
Crónica: Hace 20 años
Monográfico 100 vinos revolucionarios

EL CATALEJO, DE PEDRO BALLESTEROS 13
De los aranceles a las autonomías

ESTRENOS 14

VINOS Y BODEGAS 16
Vino Primero de Fariña / Bodega Ameztoi

**MENSAJE EN UNA BOTELLA, 50
DE M^a PILAR MOLESTINA**
La nariz recuerda

72 DE VINOS POR ...
Tabernas centenarias de Madrid

77 PISTAS
El Pradal / Ricardo Tremiño

78 BARRA LIBRE
Palabra de vinatero
Libros

80 CATA BIODINÁMICA

81 LA OTRA CARA, DE DANI PACIOS

82 GUERRA Y PAZ, DE PAZ IVISON
El alcohol no es cosa de cerdos

Hace veinte años LÁGRIMAS EN LA LLUVIA

PLANETAVINO CUMPLE VEINTE AÑOS. UN PROYECTO PUESTO EN MARCHA POR UN TRÍO DE LOCOS, DESPUÉS REDUCIDO A DÚO, RESPALDADOS POR UNA BANDA DE COLABORADORES/AMIGOS, LA MAYOR PARTE DE LOS CUALES SE MANTIENEN HEROICAMENTE EN EL STAFF DE LA REVISTA, POR LO QUE SEA, TAL VEZ PORQUE CIERTAS LOCURAS SON CONTAGIOSAS. DOS DÉCADAS EN LAS QUE SE HA MANTENIDO LA FILOSOFÍA DE LA REVISTA MIENTRAS EL MUNDO DEL VINO EVOLUCIONABA A VELOCIDAD ACELERADA. EN TODO EL PLANETA, PERO EN ESPECIAL EN ESPAÑA. UN PROCESO APASIONANTE QUE EN ESTA REVISTA HEMOS INTENTADO OBSERVAR DE CERCA, VIVIRLO E INTERPRETARLO PARA PODER CONTARLO.

«Yo he visto cosas que vosotros no creeríais». Es la frase con la que el replicante Roy Batty, interpretado por Rutger Hauer, abre el monólogo conocido como *Lágrimas en la lluvia*, uno de los momentos cumbre de la genial película *Blade Runner*. En este caso se puede conjugar en primera persona porque en este primer cuarto de siglo todos hemos visto cosas en el mundo del vino, en el mundo en general, que no podríamos imaginar cuando nació la centuria. Y no es «lo que nos faltaba por ver», que afirma la popular frase hecha, que la dinámica sigue.

En menos de veinte años, en 2007, hemos visto y oído el desafortunado «¿Quién te ha dicho a ti que quiero que conduzcas por mí? ¿Quién te ha dicho a ti las copas de vino que tengo o no tengo que beber? Deja que las beba tranquilamente», proferido por un expresidente del Gobierno de España para replicar una campaña y una nueva normativa de otro Gobierno de España que buscaba reducir las muertes en carretera provocadas por excesos de velocidad, de alcohol y otras causas. Ahora enfrentamos una desaforada política de *tolerancia cero* (la intransigente expresión suena a cada paso por cualquier motivo) que lleva al extremo cero la tasa de alcohol permitida para conducir. Se enmarca en una ofensiva feroz contra el consumo de alcohol en cualquier circunstancia que pone como símbolo la copa de vino, ejemplo de consumo racional pero una producción que no suele tener detrás compañías poderosas.



Y con una cierta esquizofrenia. Hay una parte de los gobiernos y de los partidos políticos que defienden el cultivo de la vid (ecológico, frontera del desierto, que fija población en el campo) y la producción de vino (emblema y motor de la civilización occidental desde su propia gestación, con tal vez más de diez mil años acompañando al hombre), actividades con un innegable impacto económico y cultural. Sentados en el mismo consejo de ministros y en los mismos escaños, surgen feroces opositores a cualquier modo de consumo a cualquier edad y en cualquier situación. Mientras se perfilaban esas campañas, el vino ha descubierto y demostrado valores que se intuían. Es conocida su acción bactericida y antiséptica, reflejada

incluso en pasajes bíblicos, pero la ciencia contemporánea ha sacado a la luz otros efectos beneficiosos para la salud física (el valor mental y social se le supone desde siempre) ahora negados con una pasión digna de mejores motivaciones.

CAMBIO DE PARADIGMAS

También ha evolucionado, en ciertos sentidos de forma espectacular, en las técnicas de cultivo de la vid, de elaboración y de los propios estilos del producto final. Unos técnicos cada vez mejor preparados han llevado filosofías de calidad a todos los rincones de manera que, como dijo otro político, aunque se refería al país en general, al vino español actual «no le reconoce ni la madre que lo parió».

Hace veinte años el referente mundial era Robert Parker y sus tintos pastosos, negros, ricos en alcohol y en sensaciones de madera nueva, vinos tan sutiles como un puñetazo en la nariz, que, sin embargo, habían cambiado el estilo incluso de vinos de zonas legendarias (otras no se vieron afectadas, como Jerez y Oporto, descubiertas tarde por el norteamericano). El vino de mayor prestigio era ese tinto, al que se añadían apelativos tan poco atinados como «vinos de alta expresión» o «vinos de autor». Ya en ese tiempo había síntomas de cambio, reacciones ante los excesos de esa corriente enológica. Asomaban vinos tintos más sutiles, frutales, finos, y se iniciaba una tendencia hacia los vinos más frescos, los blancos con menos roble, los rosados, que salían de las catacumbas, y los siempre presentes espumosos. Las tendencias de pensamiento único, marcadas por el protagonismo de las más famosas variedades francesas, abrían paso a filosofías más pegadas al terreno, a la reivindicación y en su caso recuperación de variedades de uva ancestrales y a modelos más cercanos. Y a esas conclusiones llegó toda una nueva generación de enólogos preparados no solo en escuelas y facultades sino también en experiencias en zonas vinícolas de todo el mundo. Una visión universal del vino que los ha alejado del pensamiento único y los ha llevado a explorar lo que tenían, más o menos oculto, cerca de casa.

SUCESIÓN DE CRISIS

Esa evolución no llegó a verse alterada de forma significativa por los altibajos anímicos que ha vivido el vino. Sin duda hubo momentos felices, pero se percibieron a toro pasado. El mundo del vino vive en permanente queja por crisis más o menos profundas en periodos que, indefectiblemente, son más tarde recordados como tiempos felices. Cuando nació la revista había pasado el *efecto dos mil*, reemplazado por una etapa de vacas gordas cuando el vino era la panacea y su consumo se abría paso en lugares exóticos, como Asia, incluido el gigante chino pero también mercados emergentes, como Vietnam o Corea, y apuestas como India. Fueron momentos



en los que surgían nuevas bodegas por doquier, muchas impulsadas por empresarios procedentes de sectores ajenos al mundo del vino, en la mayor parte de los casos desconocedores de los entresijos comerciales y de los ritmos del negocio pero entregados al encanto del vino.

Esa falta de pericia hizo que muchos de esos proyectos estuvieran inermes cuando llegaron las primeras curvas, que fue pronto. La crisis mundial de 2008-2009 no fue aparentemente devastadora en la industria vinícola porque no son negocios en los que se cuelgue el cartel de «se vende» o «se traspasa», pero sin duda había mar de fondo. La crisis económica fue más profunda porque esas nuevas bodegas no supieron o no pudieron crear una red comercial suficiente para dar salida a su producto y mantener la cuenta de resultados. Buscaron aliviar sus almacenes y sus cuentas por la vía de bajar los precios, con lo que arrastraron a otras bodegas en un bucle lamentable. Así se vinieron abajo proyectos rutilantes y hasta se vieron afectadas denominaciones de origen que se presumían protagonistas del futuro. La crisis comercial, por saturación de marcas o por escasez de buenos distribuidores, se ha mantenido, al menos en el ánimo de los protagonistas. Y se ha metido en pozos profundos por los cambios de hábitos de los

consumidores, que ya no tienen al vino como producto cotidiano en las mesas, ni siquiera en las de los restaurantes, que siguen siendo crueles con el precio, y por las crisis sucesivas: la de la pandemia del Covid-19, la derivada de la incierta situación mundial y la guerra de los aranceles, que tiene en vilo al sector del vino en mercados de la importancia de Estados Unidos. Y la que viene con todo lo que acarrea el nuevo clima, confirmado su cambio en este siglo, que traerá problemas serios con el cultivo, con la maduración, con el alcohol y con la disponibilidad de agua.

LOS MEJORES VINOS

De forma paralela, España ha asistido a un proceso espectacular de cambio en los perfiles de los vinos, con una mejora evidente en el nivel de calidad, en el dibujo de rasgos peculiares, derivados de unas elaboraciones más sofisticadas y de la puesta en valor de otras variedades de uva, minoritarias algunas, casi desaparecidas otras. Han llegado nuevas ideas, de manera que no es hipérbole afirmar que nunca se han elaborado en España vinos tan buenos ni hubo nunca tantos de alta calidad.

El objetivo de situar alguna marca en el podio de la calidad, en lo más alto de las calificaciones de la prensa especializada y, también, de romper barreras de precio que parecían inalcanzables, llevó a las bodegas nuevas filosofías de trabajo:

cambios en la viña, en la elección de las fechas de vendimia, en el trato y la selección de la materia prima y en las elaboraciones, tecnología cada vez más sofisticada, atención a las barricas (origen de la madera, características y tamaños de los envases, toneleros...) y hasta mayor cuidado en los transportes, incluidos contenedores climatizados. Todo eso estaba dirigido a la gama alta, a los vinos de prestigio, pero esas filosofías y esas tecnologías se extienden como en cascada a las gamas inferiores del catálogo para compensar, con creces casi siempre, la sangría que supone la extracción de la porción más selecta del fruto. Así han crecido las referencias que proponen las bodegas, con frecuencia reflejadas en distintas líneas y marcas, y se ha elevado el nivel general, con vinos accesibles de alta calidad. En la actualidad, ya desde hace algunos años, los vinos top españoles miran de frente y sin complejos a los más famosos del mundo, aunque a veces son acusados de sus precios «demasiado bajos» para que se sitúen en sus mismos estratos de consideración por el público y la crítica. Una paradoja sorprendente que resta importancia al precio favorable: en la actualidad el vino español es imbatible en segmentos de precio como el entorno de los veinte euros (precio final de venta en tiendas de vinos), pero sigue estando en segunda línea en el escalón más alto. Algo lógico porque es un recién llegado y en ese escalón el paso del tiempo es fundamental para labrar un prestigio sólido.

España es el primer vendedor mundial de vinos a granel (y cultiva esa faceta; son españoles los organizadores de la más importante feria de venta de vinos a granel) y mantiene sólida presencia en las grandes superficies. Sin embargo, poco a poco gana posiciones en los segmentos intermedios y en esos cómodos estratos en los que unos céntimos e incluso unos euros no pesan a la hora de vender una partida de vino o de decidir comprar una u otra marca en la tienda o en el restaurante.

NUEVAS FILOSOFÍAS

Junto a esa tendencia cualitativa, han surgido nuevas doctrinas enológicas y se han impulsado otras ya existentes en las

que, por desgracia, el concepto calidad se sacrifica en nombre de otros argumentos que parece que han alcanzado categoría de tendencia. En lo positivo, en estos años se ha superado en gran medida la carga negativa de conceptos como ecológico, que hasta hace no demasiado tiempo era sinónimo de vino mediocre. Eso queda para la aplicación más radical de los criterios de la agricultura y la elaboración ecológica. Los más fanáticos se enfadan cuando se les pregunta en qué árbol crece el acero inoxidable de sus depósitos, pero participan en una guerra abierta contra el uso del sulfuroso, recurso enológico para proteger los vinos empleado desde hace al menos dos mil años.



Son también partidarios de algo que designan como «no intervención», plasmado en eso de los «vinos naturales». Son filosofías enológicas que de alguna manera niegan no sólo el papel del enólogo sino también lo evidente: el cultivo de la vid y la elaboración del vino actuales son el fruto, muchas veces feliz, de la intervención humana en todos los pasos del proceso, desde la domesticación y selección de las vides más apetecidas hasta el diseño de las copas en las que se consume.

El argumento de la negación, no *sulfuroso* o *no intervención*, no conduce a la calidad ni al fin último actual del

vino, que es el placer. Es posible que haya quien perdone un vino turbio, con malos olores, con una volátil al borde del vinagre o con contaminaciones bacterianas, pero parece un precio muy alto para unos productos que ni siquiera salvan el mundo.

Caso bien distinto son otras tendencias actuales, como las podas de respeto, una concepción sensata de la biodinámica y, por encima de todo, la palabra de moda acuñada en estos años, la sostenibilidad. Es un concepto que implica criterios ecológicos, económicos y sociales en un compendio vital para el ámbito agrario. También reciente es la renovada lucha contra el grado alcohólico, que, por supuesto y dadas las técnicas

empleadas, da vinos opuestos a las filosofías ecológicas radicales. Se aplican distintas técnicas en el cultivo para limitar la formación de azúcares y bajar el grado alcohólico, aunque los riesgos de sensaciones de inmadurez no compensan el magro descenso del grado. Lo que se impone es la manipulación de mostos y vinos con técnicas que no son nada naturales.

Es un tema candente en los últimos años. No son novedad los vinos total o parcialmente desalcoholizados, propuestos ya en los años noventa por casas como Familia Torres o el grupo Matarromera, pioneros en ese territorio. Sí es novedad que la OIV ya los haya



incluido en la categoría vino, derogando la definición clásica de vino como producto con más del 9% vol. de alcohol. La búsqueda de vinos más ligeros ha impulsado unos productos en los que, hoy por hoy, cualquier parecido con el vino es pura coincidencia.

EL MAPA VINÍCOLA

En 2003, cuando faltaban dos años para el nacimiento de PlanetAVino se produjeron dos novedades que se presentaban como trascendentales. En ese año surgieron las primeras denominaciones de origen de pago y se promulgó la Ley del Vino. No se puede decir que una y otra fueran iniciativas de éxito. La categoría denominación de origen de pago, una indicación, por cierto, no recogida en la normativa europea, se presentaba como la cima de la pirámide de las indicaciones geográficas cuando en realidad, tal como está planteada, es una figura excéntrica, no surge de una denominación de origen convencional y no es otra cosa que una denominación de origen individual, para una finca (con alguna excepción) propiedad de una bodega. La paradoja es que fueron impulsadas por bodegas y vinateros que durante años clamaron contra el *corsé* que suponen las normas de una denominación de origen. Se ve que un corsé hecho a medida aprieta menos. Las primeras fueron reconocidas por la comunidad autónoma de

Castilla-La Mancha y entre ellas estaba la de su principal muñidor, Carlos Falcó, marqués de Griñón. La región es líder en este capítulo de denominaciones de origen singulares, con trece nombres, incluida la incorporación más reciente, la DO Finca Río Negro. Después la figura se extendió a otras regiones, algunas de las cuales fueron muy reticentes. Hay vinos de pago en Castilla y León, que tiene tres; Navarra suma cinco; Aragón cuenta con dos y Valencia aporta cuatro a la lista. En Cataluña se dibujó la figura de los *vi de finca*, que surgen en las denominaciones de origen (no podría ser de otra forma: en la región tienen denominación de origen casi hasta las viñas de los viveros), lo mismo que los *viñedos singulares* de la DOC Rioja y los *parajes calificados* de la DO Cava. Son figuras surgidas en estos años. La creación de esas figuras es consecuencia del desarrollo de lo que se denomina indicaciones geográficas menores, desarrolladas para dar cobertura más precisa a singularidades que van más allá de las viejas subzonas. Abrió camino la DOC Priorato, con una zonificación municipal pero no exactamente, y siguieron Bierzo, Rioja y hasta la DO Ribera del Duero, cuya institución colectiva no se caracteriza precisamente por su agilidad. Todo lo contrario de lo que ocurrió con la ley del vino de 2003, aprobada después de un periodo largo de consultas, en las

que cada parte tiraba hacia su beneficio, aun a riesgo de rasgar el lienzo, y antes de otro periodo de recursos y oposición, sobre todo desde algunas comunidades autónomas, siempre muy celosas ante cualquier sospecha de que algo invade mínimamente sus sagradas competencias.

Durante la tramitación de la nueva norma, llamada a sustituir a la Ley del Vino de 1970, un senador afirmó que «la ley del vino cabe en un folio». Y tenía razón. La ley llegó con pocas novedades y muy mediatizada por las sugerencias de diferentes sectores. Y, además, fue efímero. La Organización Común del Mercado (OCM) de la Unión Europea, reglamento de superior jerarquía aprobado en 2007, dejaba sin contenido una buena parte del articulado de la norma aprobada solo cuatro años antes. La OCM es como la constitución del vino europeo, un largo articulado en el que se ven esfuerzos por acoger todas las singularidades de un sector con historia milenaria que ha alumbrado una extraordinaria riqueza de técnicas de cultivo, elaboración y crianza para un catálogo impresionante de vinos diferentes. Tras la OCM, la UE ha desarrollado más normas que afectan al vino, como las relativas a los envases, al medio ambiente o al desperdicio alimentario. Sin contar con la ofensiva que ya está aquí contra el consumo de bebidas alcohólicas, acusadas de todo tipo de males para la mente y para el cuerpo, incluidos efectos cancerígenos. Y lo que se les ocurra a las desaforadas nuevas ligas antialcohólicas. Han sido veinte años apasionantes que llegaron después de otros veinte no menos llenos de hitos destacables. Todo ello ha contribuido a dibujar el panorama vinícola actual. «Todos esos momentos se perderán en el tiempo, como lágrimas en la lluvia. Hora de morir». Olvidemos la última frase con la que Roy Batty terminaba su lamento. Aunque las dificultades se multiplican no pensamos que sea hora de morir. El objetivo es aplicar una expresión muy periodística: Seguiremos informando. Mientras el cuerpo aguante y contemos con la complicidad de los lectores y el respaldo de los que nos apoyan con su publicidad. ■

100 vinos revolucionarios

MARCAS QUE CAMBIARON EL VINO

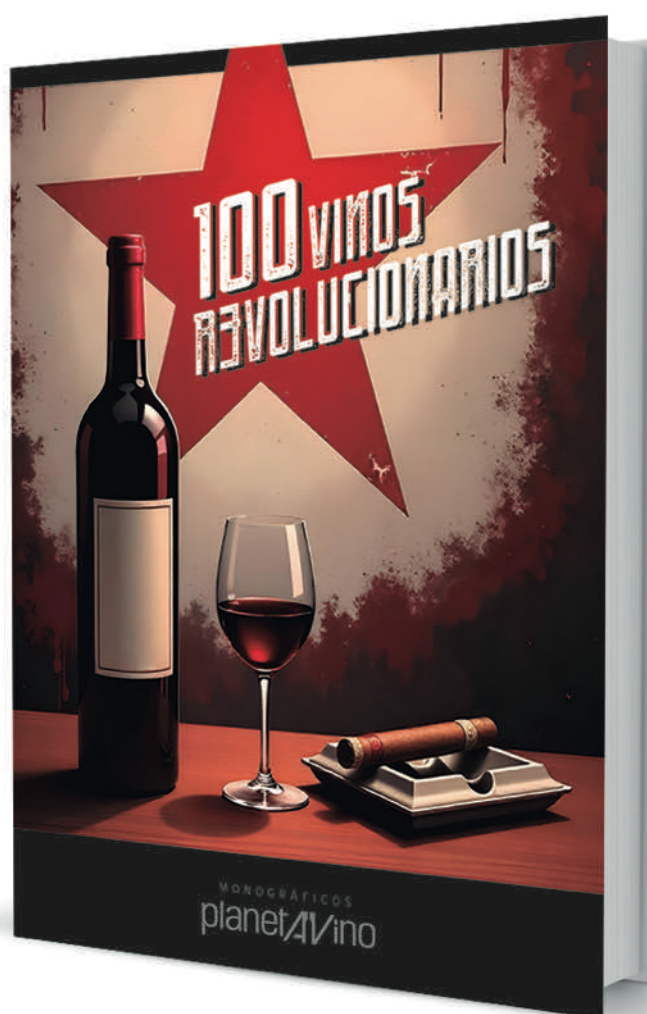
VEINTE AÑOS DE PLANETAVINO Y DIEZ DE SU EDICIÓN ESPECIAL, LOS MONOGRÁFICOS QUE CADA MES DE JUNIO (SALVO IMPONDERABLES COMO UNA PANDEMIA Y OTRAS MINUCIAS) TIENEN UNA CITA CON LA CULTURA DEL VINO A TRAVÉS DE CIENTO PÍLDORAS INFORMATIVAS. EN ESTA DÉCIMA EDICIÓN DE NUEVO SE MIRA A LA HISTORIA PARA, SIN PERDER DE VISTA QUE SON LABOR HUMANA, RENDIR HOMENAJE A CIENTO VINOS QUE HAN TENIDO UN PAPEL ESTELAR EN EL CAMBIO DEL VINO ESPAÑOL.

« Hay décadas donde nada ocurre. Hay semanas donde ocurren décadas». La frase, atribuida a Lenin, viene a la mente cuando, generalmente con motivo de un aniversario redondo, se valora el avance en cualquier actividad. La mirada al pasado tiende a comprimir los recuerdos y los hitos de una revolución toman la forma de una entropía alocada, de la lucha entre el pasado y el presente, en la definición de revolución de Fidel Castro. Nadie duda que en el vino español se ha producido una revolución que, en algunos casos, toma la forma de determinadas marcas, bodegas y vinateros, visionarios que cambiaron el rumbo de sus bodegas, muchas veces de zonas completas, y con ello de todo un país.

En PlanetAVino manda la actualidad, se reflejan las novedades del momento, pero esa realidad es el capítulo reciente de un proceso. Y es bueno mirar atrás para valorar lo avanzado, comprender la actualidad y tomar fuerzas para seguir el camino. En nuestras publicaciones aspiramos sólo a dar cuenta de esos avances y, modestamente, a alentar a los auténticos protagonistas. En esta décima edición son protagonistas cien de las marcas que se pusieron al frente de esos movimientos modernizadores en sus distintas facetas, fuera descubriendo nuevos caminos, adoptando los abiertos en otras latitudes o recuperando sabidurías ancestrales.

100 vinos revolucionarios mantiene el esquema y las intenciones con las que nacieron los monográficos de PlanetAVino en 2016. El hilo conductor es el redondo número cien, casi siempre una limitación autoimpuesta, como lo es la propia concepción de la publicación, con textos cortos que son una invitación a profundizar en los temas o pinceladas para componer un paisaje que ayude a comprender la realidad. Una vez más, el criterio de selección está abierto a opiniones; en este caso podrían haber sido 120 o más vinos meritorios y cada uno echará en falta alguna marca. Es inevitable.

Cada capítulo cuenta a grandes rasgos el origen y trayectoria de las cien marcas y procura interpretar su influencia en distintos procesos y diferentes épocas de las bodegas y, sobre todo, de sus zonas de producción. Sin olvidar que son obra humana y que, siempre, hay detrás un personaje y un



CIENT VINOS REVOLUCIONARIOS
VADEVINO EDITORIAL
AUTORES: PLANETAVINO
152 PÁGINAS. 15 € (IVA INCLUIDO)

Diez monográficos de PlanetAVino

Fiel a su cita anual, el monográfico aparece en el mes de junio, excepto el año de la maldita pandemia, que nos cerraron la imprenta con el libro en máquinas y salimos en septiembre. Diez comparecencias que siempre llegan sin cargo adicional a los suscriptores de la revista, pero que siguen a la venta con el precio del primer día, 15 euros. Algunas de esas ediciones ya en sus últimos ejemplares disponibles.

- 100 COSAS QUE HAY QUE SABER PARA ENTENDER EL VINO ACTUAL, 2016.
- 100 HISTORIAS DEL VINO ESPAÑOL, 2017.
- 100 FIGURAS HISTÓRICAS DEL VINO ESPAÑOL, 2018.
- 100 BODEGAS PARA EL FUTURO, 2019.
- 100 CREADORES DEL VINO ESPAÑOL, 2020.
- EL VINO EN 100 PALABRAS, 2021.
- 100 VINATEROS PARA EL FUTURO, 2022.
- 100 MARCAS HISTÓRICAS DEL VINO ESPAÑOL, 2023.
- 100 BODEGAS CENTENARIAS, 2024.
- 100 VINOS REVOLUCIONARIOS, 2025.

equipo. Se busca poner de relieve que, en ocasiones, todo un proceso de cambio se puede explicar sólo por el trayecto de una marca concreta, una bodega o un vinatero. Y que no es un proceso natural, sino fruto de la intervención humana.

Como es habitual, los cien capítulos centrales llegan tras un reportaje amplio sobre un aspecto relacionado con la temática de la publicación. En este caso abre 100 vinos revolucionarios un informe titulado *El vino moderno, de la bodega-cuadra a la bodega-lechería*. Es la continuación del capítulo inicial del monográfico de 2024, titulado *La bodega, la cuna y la escuela del vino*, en el que se recorría la historia del espacio físico donde se elabora y se envejecen los vinos, y las tecnologías empleadas en esa labor, que terminaba con la revolución que supuso la llegada de las plagas americanas a partir de la segunda mitad del siglo XIX. En ese tiempo se aceleró la faceta vitivinícola de la revolución industrial y sus consecuencias sociales.

Los cambios radicales en la viticultura y enología tuvieron antecedentes previos pero se puede considerar esa etapa como el inicio de un proceso que se ha acelerado hasta cotas impensables en las últimas décadas. Eso se relata en un informe que no pretende ser otra cosa que una exposición de los cambios experimentados en aspectos importantes del proceso de elaboración del vino. Son los cambios que alumbraron la gestación y materialización de los **100 vinos revolucionarios** elegidos. ■

BARÓN DE LEY, EN LA RIBERA DEL DUERO

El grupo Barón de Ley ha puesto el pie en la DO Ribera del Duero. Ha comprado varias fincas en el término burgalés de Caleruega, cercano a Peñaranda de Duero, a una altitud de 960 metros sobre el mar, en las que va a plantar en torno a 300 hectáreas de viñedo. Está previsto inaugurar bodega en 2028, aunque ya este mismo otoño saldrá al mercado el primer vino, un tinto de la cosecha '24. Será la segunda salida del grupo fuera de la DOC Rioja, donde cuenta con dos bodegas, El Coto de Rioja y Barón de Ley. En 1999 puso en marcha Bodegas Finca Museum, en la DO Cigales, después de descartar la propia Ribera del Duero, Rueda, Toro y Ribera del Guadiana. En Extremadura entró por la vía de las chacinas de cerdo ibérico con la creación de Dehesa Barón de Ley.

ASOCIACIONES QUE CRECEN

Parece en retroceso el tradicional individualismo del sector del vino, con importantes y constantes incorporaciones de nuevos nombres a las distintas asociaciones profesionales. La Asociación de Bodegas para la Calidad (ABC), la antigua Asociación de Bodegas Centenarias, saluda la llegada de Bodegas Benjamin de Rothschild & Vega Sicilia, que será el décimo miembro del colectivo, al mismo tiempo que celebra la aceptación en el consejo regulador de la DOC Rioja de su iniciativa de adoptar el «criterio de valor» en la representatividad del órgano rector. En ámbito nacional, la principal patronal del sector, la Federación Española del Vino, registra la incorporación de Bodegas Sommos (DO Somontano), de las cinco bodegas del grupo Familia Martínez Zabala y las cuatro de Cosecha Galicia, el nuevo nombre del grupo Grandes Pagos Galegos, que ahora controla la cervecera Hijos de Rivera (Estrella Galicia).

CENCIBEL FUERA DE VINOS DE MADRID

La supresión de la sinonimia Cencibel para Tempranillo o Tinto Fino en las normas de la DO Vinos de Madrid es el dato más curioso de la nueva norma de esa IGP, aprobada en octubre y ratificada por la UE en abril. Sí se admiten en cambio los nombres de Negral para Garnacha Tintorera y Macabeo como sinonimia de Viura. Además, entre otros cambios de carácter técnico, se incorporan al elenco de autorizadas, como secundarias, las variedades Garnacha Blanca y Listán Prieto.

LAS UVAS DE COSTERS DEL SEGRE

Los cambios en la larga lista de variedades de uva y el retoque del amplio y variado ámbito geográfico (se incorporan municipios completos que antes estaban solo en parte), son los datos más importantes entre los cambios profundos introducidos en el nuevo pliego de condiciones de la DO Costers del Segre, que implican datos analíticos y descripciones organolépticas, entre otros aspectos. Están incluidas cuatro uvas blancas como *recomendadas*, Garnacha Blanca, Macabeo, Parellada y Xarel·lo, y catorce *autorizadas*. En las tintas son *recomendadas* otras cuatro, Cariñena, Garnacha, Garnacha Tintorera y Tempranillo o Ull de Llebre, y hay otras catorce *autorizadas* o secundarias.

NOMBRES

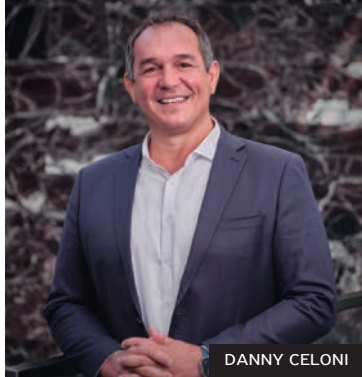
Guillermo de Aranzabal Bittner, sexta generación de una de las familias fundadoras de la bodega de Haro, ha sido nombrado director general del grupo La Rioja Alta, reemplaza por jubilación a Ángel Barrasa que ocupó el cargo durante veinte años. Pere Llopart y Roc Gramona son los nuevos presidente y vicepresidente, respectivamente, de Corpinnat; sustituyen a Ton Mata y Xavier Nadal. Marta Cortizas, del restaurante El Celler de Can Roca, ha sido elegida mejor sumiller de España en el certamen que organiza la Unión Española de Asociaciones de sumillerers (UAES). La acompañaron en el podium Anna Casabona, de Juvé & Camps, y Diego Alfonso Tornel, de Paradisus Gran Canaria.

Vinarchy Nace un gigante

Toma su nombre del francés *vin* y del griego antiguo *archy*, que al parecer significa liderazgo. Toda una declaración de intenciones en una corporación recién nacida que aspira a liderar el vino mundial, una posición que ya el grupo Australian Wine Holdco Limited (AWH), propiedad de un consorcio de fondos de inversión, ha anunciado la creación de Vinarchy, fruto de lo que se presenta como fusión de dos poderosos grupos internacionales, su filial Accolade Wines y el francés Pernod Ricard. Accolade Wines pertenecía a la norteamericana Constellation Brands hasta que en 2018 fue vendida a Carlyle, el primer fondo de inversión del mundo, que ese mismo año compró algo más del 60 por ciento del grupo español Raventós Codorníu, si bien en algunas fuentes se



especula con la intención de Carlyle de vender esa participación. Constellation Brands, por su parte, parece más interesada ahora en la cerveza (es propietaria de la mejicana Corona) y en el cannabis para uso terapéutico y recreativo desde su filial en Canadá, país en el que está legalizada la marihuana. Pernod Ricard, nacida de la fusión de los dos principales productores franceses de pastis, compró en 2005 Allied Domecq, con lo que se consolidó como gran potencia en el sector de los destilados. En la operación asimiló el grupo bodeguero español, que a su vez había incorporado las bodegas del grupo Bodegas y Bebidas. La filial



DANNY CELONI

española inició un proceso de desmantelamiento del grupo bodeguero, repartió las dos bodegas Domecq (Jerez entre Osborne y Caballero, Rioja fue para Marqués de Riscal y Muerza) y cerró o vendió la mayor parte de las bodegas, aunque conservó nombres potentes: Bodegas Campo Viejo, Bodegas Azpilicueta o Bodegas Ysios, en la DOC Rioja, y Bodegas Tarsus, en la DO Ribera del Duero, que son las integrantes actuales del conglomerado.

El máximo ejecutivo de Vinarchy, Ben Clark, que procede de Accolade Wines, manifestó la intención del nuevo gigante de «liderar el futuro del sector vinícola. Seremos una empresa enfocada exclusivamente en vino, con escala, alcance, capacidad, recursos, talento y un excepcional portafolio de marcas líderes. Queremos redefinir el sector del vino. El sector vitivinícola mundial se enfrenta a profundos retos estructurales. El consumo mundial de vino lleva años disminuyendo, como consecuencia de los cambios en las preferencias de los consumidores y de la tendencia hacia bebidas con menor graduación alcohólica. Vinarchy será atrevida y creativa a la hora de hacer frente a esos retos». Cuenta con once bodegas en Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica y España, que suman una producción de más de 380 millones de botellas de vino al año y una facturación en 2024 de unos dos mil millones de dólares australianos (algo más de 1.100 millones de euros).

En mayo Vinarchy comunicaba el nombramiento de Danny Celoni como CEO global de la compañía. Celoni procede de Carlton and United Berwerries, propiedad de la cervecera Asahi, y antes ocupó cargos directivos en Diageo y PepsiCo.

«Paquete vino» de la UE División de opiniones

Aunque en general la acogida ha sido positiva, se detecta cierta división de opiniones en torno al llamado «paquete vino», el conjunto de iniciativas perfilado por la Comisión Europea (CE) en apoyo al sector del vino. Como rasgos más significativos destacan la cesión a los estados miembros de algunas de las iniciativas en cuanto a producción y ayudas, cambios en las normas de comercialización y etiquetado y apoyo a la promoción en terceros países.

La CE se reafirma en la consideración del vino como elemento esencial en la cultura y la economía europeas, vinculado a sus tradiciones y esencias en aspectos como la fijación de población en el entorno rural. Para hacer frente a los nuevos retos que se plantean para el vino, caso de los aspectos sanitarios, el cambio en los hábitos de consumo o el nuevo clima, se creó el Grupo de Alto Nivel sobre Política Vitivinícola (GAN), encargado de proponer políticas diseñadas en colaboración con las organizaciones del sector y los propios estados miembros. Esos trabajos se han traducido en el llamado «paquete vino», un conjunto de recomendaciones generales que el comisario de agricultura, Christophe Hansen, se comprometió a transformar en medidas legislativas concretas. Se recuerda que la UE produce el 60 por ciento del vino mundial y acumula el 60 por ciento del valor de la exportación mundial de vino.

Destaca el amparo a medidas para afrontar los excedentes vinícolas, entre las que se cuentan el arranque de viñedo o el apoyo a la cosecha en verde y la ampliación a cinco años de las campañas de promoción en terceros países, que ahora son de tres años de duración. Además, recomiendan ayudas para el impulso del turismo del vino como contribución al desarrollo económico en las zonas rurales.

El cuanto a la comercialización, se prevén cambios en las normas de etiquetado para armonizar las del conjunto de la Unión Europea, reducir los costes de los productores, simplificar el comercio del vino en el mercado interno de la UE y hacerlas más accesibles para los consumidores. En ese capítulo que incluye facilitar la comercialización de nuevos productos, en referencia a los vinos desalcoholizados total o parcialmente. Finalmente, se recomiendan medidas de apoyo al sector frente a las consecuencias del cambio climático. Se autorizará que los estados miembros aumenten hasta en un 80 por ciento las ayudas en este sentido aprobadas por la UE.



EL CATALEJO
PEDRO BALLESTEROS MW

De los aranceles a las autonomías

Estamos pasando unos tiempos muy raros, quizás un poco tristes, sobre todo bastante inseguros. Somos un país exportador que está viendo cómo, por diferentes razones, una serie de mercados no crecen, se caen o amenazan con convertirse en conflictivos.

Tenemos una debilidad. Como el argumento comercial de la mayoría de nuestras exportaciones es un precio imbatible, muchos de nuestros vinos son extremadamente sensibles tanto a una situación económica en destino difícil como a aumentos artificiales de los precios en destino, los tristes aranceles. Bueno, esto es parte del negocio de exportación, es lo que toca. Con el vino sin prestigio no hay, en mi opinión, nada que hacer más que aguantar y diversificar.

Sin embargo, para muchos otros vinos hay alternativas. Los nombres de origen, cuando adquieren un prestigio, no son tan fácilmente sustituibles en situaciones de crisis. Se pueden entonces desarrollar estrategias colectivas de construcción de prestigio. Tenemos un buen ejemplo.

Italia es un país que viene de un origen tan humilde como el nuestro. Hasta el año 1993, cuando graciosamente cedieron el trono a España, fue el líder mundial del vino barato. Ante la que está cayendo, han diseñado una estrategia nacional de promoción en Estados Unidos y otros mercados.

Señalo dos cosas en esta estrategia. Primera, que se basa en construir más prestigio. Saben que intentar absorber los aranceles o ser todavía más barato es pegarse un tiro en el pie, más ante la incertidumbre actual. La segunda es que es una estrategia italiana. Es decir, una estrategia nacional.

Creo que en España estamos muy capacitados para hacer lo primero. Tenemos gente e instituciones, ICEX y OIVE, por ejemplo, para ello. Y numerosos grandes nombres de origen con grandes vinos. Sin embargo, tengo muchas dudas de que lo hagamos, porque en lo segundo, lo de una estrategia española, vamos de cráneo.

En este llamado estado de las autonomías resulta que los dineros públicos de

o en EEUU, Cataluña, Castilla o Euskadi son ignorados. Quizás no tanto como Guizhou o Shaanxi en España, que por cierto tienen más población y relevancia mundial que esas tres gloriosas regiones. Da igual.

Cuando vivía fuera, pude conocer a bastantes presidentes y consejeros autonómicos. Era muy sencillo, porque iban a Bruselas a actos de promoción que no le importaban a nadie, acompañados de

algunos periodistas locales pagados por todos. El objetivo era salir en la prensa de su región, lo demás daba igual. Sigo viendo en la prensa pretendidas misiones de esos impresentables. Se lo digo clarito: es un uso abusivo de nuestros impuestos, no den credibilidad alguna a esas noticias.

Los italianos no tienen ni menos historia que nosotros, ni menos diversidad. Y la saben presentar. Pero bien saben que el nombre Italia merece cuidarlo, piense lo que piense cada uno en su casa. Y que cada uno hable de su contribución a Italia desde su origen. Cada

región italiana lleva el nombre Italia en sus labios. No por amor, sino porque conviene, por inteligencia. Los italianos se ríen a carcajadas ante los majaderos autonómicos que van por el mundo presumiendo de no ser españoles o diciendo que el gobierno español es una basura. Somos únicos en el mundo, aunque sea en insensatez.

De verdad, lo de las autonomías es muy fuerte. Pobres españoles, entre los que me incluyo. ■



promoción del vino se malgastan en campañas de regiones que ni importan a nadie ni dan resultado alguno. No hay una región española que contribuya a un esfuerzo nacional, sino al revés, todas intentan quitar recursos al Estado, recursos que pagamos todos. ¿Para qué? Para mantener cargos y carguitos, aunque sea a costa de no crear riqueza para nadie.

Fuera de España, hay un solo nombre que suena, y se llama España. En China

DIMENSIÓN HUMANA



Pujanza '24

BLANCO

BODEGAS Y VIÑEDOS PUJANZA

ZONA: DOC RIOJA

VARIEDAD: VIURA

ELABORACIÓN Y CRIANZA:

FERMENTACIÓN EN DEPÓSITOS DE ACERO

INOXIDABLE Y BARRICAS DE ROBLE

FRANCÉS DE 500 L.; 5 MESES EN

BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L.

EVOLUCIÓN: 2028-2029. PRECIO: 20,50 €

92 Carlos San Pedro tiene cierta tendencia natural a explorar caminos nuevos y otra querencia singular y acentuada por el cambio. Ha culminado la obra de ampliación de la bodega, ahora más cómoda, con más espacio para la misma producción y para la atención a visitantes. Y, como para celebrarlo, ha modificado la marca básica: desaparece Hado, convertido en Pujanza genérico; el resto hacen referencia a las viñas de origen. También hay algún retoque sutil en las etiquetas y ha ampliado la gama con su tercer blanco, con la marca genérica Pujanza por proceder de distintas viñas de su propiedad.

Se podría decir que es el segundo, aunque la tercera marca. Los otros dos son el mismo, uno, Añadas Frías, hace honor a la marca y sale solo en ocasiones singulares; otro, SJ Anteportatlatina, es el mismo pero de añadas que no cumplen la exigencia de Añadas Frías. A veces, la diferencia es clara; otras, cuestión de matices que sólo el criterio y la fina pituitaria del vinatero es capaz de discernir. Y no es cuestión comercial, que Añadas Frías se funde cada vez como mantequilla al fuego. El tercero en liza es un blanco de dimensión humana, varietal de Viura perfilado en rasgos de variedad y de zona pero con toques distintivos de elaboración y crianza, sin maloláctica para guardar frescura y con fina expresión frutal, de singular intensidad dada la sobria variedad. Paso de boca ágil, vivo, suave, equilibrado y fino, marca de la casa pero esta vez de más amplio espectro.

EXPANSIÓN PROVINCIAL



Carroa '21

TINTO. BODEGAS PROTOS

ZONA: DO RIBERA DEL DUERO

VARIEDAD: TINTO FINO

CRIANZA: UN TERCIO, MALOLÁCTICA EN

BARRICAS NUEVAS DE ROBLE FRANCÉS; 16

MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS,

8 EN TINOS DE ROBLE, 15 EN BOTELLERO

EVOLUCIÓN: HASTA 2035. PRECIO: 48 €

95 Bodegas Protos tiene viñas a lo largo de la geografía de la DO Ribera del Duero y tres centros de elaboración cerca de esos viñedos. Su expansión fuera de la zona, con bodegas en Rueda y Cigales especializadas en blancos y rosados, respectivamente, ha sido acompañada por otra interna, en las tres provincias principales de la Ribera, y parece que puede haber reflejo en una gama de vinos que aporta novedades casi cada año. Cuenta con la gama completa (roble, crianza, reserva y gran reserva), un vino de finca (Grajo Viejo) y Protos 27, homenaje a la fundación de la bodega, y ahora incorpora un tinto provincial. Otra zonificación que se le ha pasado al consejo regulador de la DO Ribera del Duero. Carroa, un término que puede hacer referencia a las cercanías de Roa (tal vez cara a Roa o frente a Roa), procede de las viñas que Protos tiene en lo más valorado de la cotizada Ribera de Burgos, en términos de Roa, Anguix, Boada y Quintanamavirgo. Sigue la línea de las últimas cosechas de la bodega, en busca de frescura sin perder raigambre de zona y de variedad. Tinto de guarda y de corto plazo, con nariz profunda, rica en matices bien engarzados sobre base frutal (frutillos, flores azules) y mineral. Fresco y consistente en la boca, centro carnoso, taninos firmes pero sin puntas rudas, acidez suficiente, sabroso, equilibrado, expresivo y sugestivo en los aromas de boca a pesar de que apenas ha iniciado su desarrollo, con dominio frutal y sutiles matices de maderas finas, especias, minerales y florales, con fresco toque de regaliz en el largo posgusto.

COMO EN CASA



Our Hands by Jesús Mendoza '23

TINTO. JESÚS MENDOZA VITICULTOR

ZONA: DOC RIOJA

VARIEDADES: 95% TEMPRANILLO,

5% GARNACHA, GRACIANO, MAZUELO

Y MENCÍA

CRIANZA: MALOLÁCTICA Y 12 MESES EN

BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS

EVOLUCIÓN: 2032-2033. PRECIO: 100 €

95 Después de un cuarto de siglo de estrecha relación profesional y personal, que devino en ligazón familiar, Jesús Mendoza es el continuador natural de la obra construida bajo la batuta de Fernando Remírez de Ganuza. Las largas jornadas desarrolladas en la bodega de Samaniego hacen que el enólogo esté allí como en su casa. Así lo ha entendido José Ramón Urtasun, el que fue socio del fundador y después propietario de la empresa, que no ha consentido que el proyecto familiar de Jesús Mendoza y Cristina Remírez de Ganuza tenga otro hogar que su bodega. Our Hands by Jesús Mendoza es el fruto de las cinco hectáreas de viñedo, repartidas en varias parcelas, que el matrimonio ha atesorado en San Vicente de la Sonsierra, patria chica del autor del vino, que tiene especial predilección. por el pago de Valseca, al que en el pueblo describen como «el tercer valle de San Vicente». El vino se sitúa claramente en el perfil de vanguardia del tinto actual de Rioja, con frescura y finura y bien anclado en los rasgos de zona. Fórmula varietal con aportación exótica, que es lo que hay en las viñas viejas, en las que afloran variedades burocráticamente no reglamentarias. La fruta (frutillos, frutas rojas, tonos florales) es protagonista en una nariz cristalina y profunda, con muchos matices minerales, balsámicos o tinta apenas matizados por un fino toque de crianza. En la boca es consistente y fluido, con fino relieve tánico y excelente equilibrio, fresca acidez, potencia en los sabores y en los aromas de boca, sugestivo, complejo y largo posgusto sávido y aromático.



Neso '22

TINTO. BODEGA TESALIA

ZONA: VT CÁDIZ. VARIEDAD: SYRAH
CRIANZA: MALOLÁCTICA EN TINOS DE ROBLE DE 5.000 L., 9 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS, 12 EN BOTELLERO
EVOLUCIÓN: 2028-2029. PRECIO: 85 €

95 Dos cosas parecen estar fuera de duda. Una, que la uva Syrah se adapta incomparablemente mejor a las zonas meridionales que otras variedades que fueron recurrentes. Otra, que Ignacio de Miguel, asesor de Bodega Tesalia, es un maestro en el manejo de esa variedad. Neso, por el momento el top de la gama de Tesalia, que ya suma cuatro tintos y copa la cima de calidad en la prometedora comarca de Arcos de la Frontera, es muestra de ambas circunstancias. Un tinto de perfil mediterráneo pero en absoluto pastoso, con sensaciones de madurez pero con frescura, notas florales, especiadas y balsámicas para complementar los aromas de fruta roja. Con volumen y centro carnoso, sensaciones de solidez (buen tanino) y frescura (acidez suficiente), sabroso, expresivo, con sugestivo posgusto.



Ochoa Labrit Garnacha '22

TINTO. BODEGAS OCHOA

ZONA: DO NAVARRA. VARIEDAD: GARNACHA
CRIANZA: 6 MESES EN BARRICAS USADAS DE ROBLE FRANCÉS, LA MITAD DEL VINO, Y DEPÓSITO DE HORMIGÓN, 6 MESES EN BOTELLERO
EVOLUCIÓN: 2028-2029. PRECIO: 14,25 €

92 Pasos prudentes pero firmes en el relevo generacional de Bodegas Ochoa. Las hijas de Javier Ochoa y Mariví Alemán han cambiado las presentaciones de los vinos, con un cierto toque vintage en algunos matices que también se dan en el perfil de los vinos, de la mano de Adriana Ochoa, enóloga valiosa que también ha recuperado la uva Garnacha para la causa. ¿Quién se lo iba a decir a su padre, que en los años ochenta fomentaba las llamadas «variedades mejorantes»? Son otros tiempos y se diría que otras garnachas a juzgar por la limpieza, finura, frescura y pureza de este nuevo Labrit. Aromático y bien perfilado en los rasgos frutales, su rasgo primordial en una sugestiva sensación de frescura, equilibrio y fruta en sazón.



Blaneo Garnacha '22

TINTO. PAGOS DE ARAIZ

ZONA: DO NAVARRA. VARIEDAD: GARNACHA
CRIANZA: 8 MESES EN BARRICA, 12 EN BOTELLERO
EVOLUCIÓN: 2029-2030. PRECIO: 16 €

92 La filial navarra del grupo Masaveu Vinos celebra veinte años de la salida al mercado de su primer vino con el que parece el cierre de su gama de vinos en una propuesta que habla de la madurez de las 150 hectáreas de viña de la finca, que empezaron a plantar en 2000. Dos líneas, Pagos de Araiz y Blaneo, que reflejan la actualidad de la DO Navarra: se omiten variedades como Cabernet Sauvignon y Merlot, de difícil adaptación en la zona, se acogen otras, como Syrah y Chardonnay, se reivindican valores autóctonos tradicionales, como el rosado o la uva Garnacha. El rosado ha dado muestras de su entidad, la Garnacha se examina en tinto con un varietal bien perfilado en su carácter frutal (fruta roja, clavel, hierro) matizado por bien media crianza. Fresco y equilibrado en la boca, paso fluido, amplio y frutal en aromas, fino.



Talla de Diamante '24

BLANCO SEMIDULCE. BODEGAS FRANCO-ESPAÑOLAS

ZONA: DOC RIOJA
VARIEDADES: VIURA Y TEMPRANILLO BLANCO
EVOLUCIÓN: HASTA 2026-2027. PRECIO: 8,50 €

82 La parte de la familia Eguizabal que continúa en el negocio del vino, aplica en su histórica bodega logroñesa un principio imperfecto de continuidad. Se mantiene en los parámetros clásicos que marca la historia de la bodega pero con ciertos giros de estilo y de renovada elaboración. Todo con cautela porque parece que cuesta modificar los rasgos de vinos tan firmemente asentados en el imaginario de los consumidores como Diamante, una de las marcas señeras de la zona. Tal vez por eso la inclusión de una variedad nueva como Tempranillo Blanco ha impuesto la creación de una nueva marca. Talla de Diamante es un semidulce limpio (no tan frecuente como debería) en sus rasgos frutales, con notas de manzana fresca y madura y un tono floral y cítrico que recuerda al mosto fresco. Suave y fluido, con dulzor matizado por buena acidez para un paso de boca amable y fácil.

Abadía de San Quirce
BODEGA — ESTD. 1998

RIBERA DEL DUERO

Tel. 947 544 070
www.bodegasabadiasquirce.com

NUEVA COLECCIÓN VIÑEDOS HISTÓRICOS
Descúbrela.

TR3SMANO
Serie n.º 1, 2021

TR3SMANO
RIBERA DEL DUERO | DENOMINACIÓN DE ORIGEN

25 ANIVERSARIO BODEGAS LOS ASTRALES

ASTRALES
RIBERA DEL DUERO

+34 647 641 947
www.astrales.es
administracion@astrales.es

Vino Primero de Fariña

EL ÁTOMO Y EL CARBONO

SE CUMPLEN VEINTE AÑOS DEL CONCURSO DE PINTURA QUE ORGANIZA BODEGAS FARIÑA PARA ELEGIR LA ILUSTRACIÓN DE SU TINTO JOVEN, VINO PRIMERO. UN CERTAMEN QUE ES YA UN CLÁSICO, COMO LO ES EL VINO QUE LO SUSTENTA. UN TINTO DEL AÑO, DE MACERACIÓN CARBÓNICA, NACIDO UNA DÉCADA ANTES DE LA EXPERIENCIA NUCLEAR. NI MÁS NI MENOS.



En junio de 1995 el Gobierno francés realizó una nueva experiencia nuclear en el atolón de Mururoa, donde realizaba pruebas con armas atómicas desde los años sesenta, pruebas que eran a cielo abierto hasta los noventa y después subterráneas. Para quienes aún hoy defienden que el átomo es limpio e inocuo, a pesar de que sus residuos son peligrosos durante al menos diez mil años (hace diez mil años no había vino fuera de las aldeas del Cáucaso), basta que sepan que esas experiencias han sido responsables del hundimiento de esa formación de coral situada en la Polinesia francesa.

Era una más de los dos centenares de pruebas realizadas con armamento nuclear por el ejército francés en un islote cuyo nombre significa *isla del gran secreto* en el idioma de esa región. Sin embargo, tuvo consecuencias imprevistas: en algunos países, con especial incidencia en los mercados escandinavos, se puso en marcha con éxito una campaña de boicot a los productos franceses en protesta precisamente por esas pruebas nucleares.

Uno de los afectados fue el vino y, en ese capítulo, el *beaujolais*, el vino del año de esa región de la cuenca del Ródano que se pone a la venta en noviembre, pocas semanas después de la vendimia. En esa fecha la zona productora organi-

za una fiesta que marca la salida al mercado del vino con el emblema «*le beaujolais nouveau est arrivé*» (el *beaujolais* nuevo ha llegado) que es todo un éxito comercial. Lograron que la fiesta se reflejara en los principales mercados,



MANUEL FARIÑA

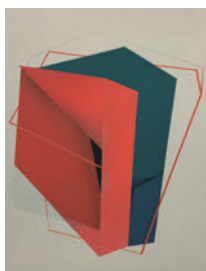


siguiente se amplió a Bélgica, Suiza y Alemania y se consolidó una vez superados los efectos de la campaña contra los productos franceses. Además, era un vino que se vendía en exportación antes de la cosecha, bajo pedido previo cuando la uva aún estaba en el campo sin madurar.

La bodega de Toro decidió que cada año cambiaría las etiquetas para trasladar a la presentación del vino la variabilidad de las diferentes cosechas. Las dos primeras se ilustraron con obras del holandés Gustaaf Vanderbraak, al que sustituyó la salmantina Salud Parada hasta la cosecha '05, con la única excepción del zamorano Fernando Lozano Bordell quien ilustró Primero '02.

en especial en los siempre sedientos destinos del norte de Europa, el alemán, el holandés, el británico y los escandinavos.

Ante la campaña incipiente de boicoteo, cuyos resultados estaban por ver pero había iniciativas llamativas, como la negativa de una cadena de supermercados danesa a vender productos franceses o el descenso en las ventas en Alemania, algunos de los agentes del vino francés en esos destinos comerciales se inquietaron y buscaron alternativas. No era fácil, Esa aparición tan precoz del vino requiere vendimias muy tempranas y elaboraciones especiales. En la zona francesa utilizan una variedad menor en cuanto a calidad pero productiva, la Gamay, con un cultivo específico en un tiempo en el que todavía no eran evidentes los efectos del nuevo clima, y una elaboración también especial, la maceración carbónica.



saber el resultado de la experiencia. Fariña se puso en marcha de inmediato. Las condiciones de la DO Toro, tan duras tanto en el frío invierno como en el tórrido verano, son adecuadas para una maduración temprana del fruto y la variedad Tinta de Toro ofrece prestaciones sobradas para cumplir con el objetivo.

Bodegas Fariña se comprometió a elaborar esa cantidad pero acordó con el holandés producir más para venderlo en España. El Vino Primero '95 inaugural se vendió en Holanda y España, al año

En 2005 se creó el Concurso de Pintura Abstracta Primero, cuyo corto plazo de inscripción se abre en primavera y el fallo se da a conocer en junio. La obra ganadora recibe un premio de tres mil euros, pasa a integrar la colección que se expone en el Museo Fariña, en la bodega de Toro, y es reproducida en las 150.000 etiquetas de la cosecha siguiente. Se celebran veinte años del concurso de pintura, una colección multicolor para un vino que treinta años después de su lanzamiento mantiene su estilo como versión fresca y frutal del tinto de Toro. ■

VINO Y ARTE MODERNO

Coenecoop Wine, compañía holandesa que importaba los vinos de Bodegas Fariña, propuso a Manuel Fariña elaborar un sustituto al *beaujolais* y planteó la compra de cien mil botellas, todavía sin

Ameztoi

CINCO GENERACIONES DE CHACOLÍ

POCOS PAISAJES TAN ESPECTACULARES PUEDEN CONTEMPLARSE COMO EL DE LA BODEGA AMEZTOI, FRENTE AL CANTÁBRICO. UN ENTORNO SE IMPREGNA DE LA HUMEDAD DE UNA BRUMA CASI PERMANENTE, IDÓNEO PARA CONOCER EL TXACOLÍ DE UNA BODEGA FAMILIAR QUE ELABORA Y PRODUCE DESDE 1820 EN UNA BÚSQUEDA PERMANENTE DE LA MEJOR VERSIÓN DE ESTE VINO DE MAR.

A trescientos metros de altura y a un kilómetro del mar en línea recta, la bodega Ameztoi continúa la tradición milenaria del cultivo de la vid en esta zona privilegiada para sacar partido a las variedades autóctonas Hondarribi Zuri y Hondarribi Beltza.

Inaxio Ameztoi representa la quinta generación y el esfuerzo que, junto con otros viticultores de la zona, impulsó la creación de la denominación de origen en 1989, con el nombre de Getariako Txakolina, para que el txacolí de Getaria viva actualmente un momento de esplendor con autenticidad y calidad en todos los procesos de elaboración. En los últimos años propietarios y viticultores, valientes como él, han buscado otras líneas de producción en la región.

«El secreto es la viña», comenta este viticultor que quiso romper con lo establecido y gracias a sus visitas a otras zonas vinícolas, en el año 2000 cambió esa



forma de elaborar tan rústica y rural que producía un vino de una calidad dudosa. Comenzó por el control de las diferentes parcelas de sus 52 hectáreas de viñedo para obtener el máximo provecho en cuanto a calidad. Introdujo también la figura del enólogo para trabajar de una forma más profesional en un vino que se elabora desde el siglo IX en los caseríos, que se utilizó como aprovechamiento y como moneda de trueque de comerciantes y navegantes.

Ha pasado a ser, sobre todo en los últimos diez años, un vino que Inaxio Ameztoi define como «fresco, con la chispa del carbónico residual típico de esta zona, con una punzante acidez que limpia el paladar y hace más atractivo cualquier

producto gastronómico que tengamos delante; ayuda a cualquier plato a tener más protagonismo. Nada que ver con lo que se hacía hace veinte años. Ahora hablamos del txacolí como un vino elegante, sofisticado, con una burbuja residual natural, con el carbónico que potencia su aroma y mantiene su sabor largo tiempo. Lo que buscamos, tanto en esta bodega como en la denominación de origen, es demostrar que producimos con mucho cariño, como se producía hace siglos, con las manos. Demostramos con esta uva antes denostada y de la que nunca se creyó en sus posibilidades, que conociendo bien el campo, la variedad y el clima, podemos crear vinos muy diferentes y versátiles», concluye.





VÍNCULO ENTRE LA TIERRA Y EL MAR

En esta línea de costa donde se encuentra la bodega las precipitaciones son abundantes y las temperaturas suaves tanto en invierno como en verano, sin riesgo de heladas: El enemigo es el mildiu, por eso domina el emparrado, la conducción tradicional lógica para alejar las uvas de la humedad del suelo, en esta zona en la que la pluviometría puede alcanzar los 1.600 mm. anuales, aunque con el cambio climático hay veranos muy secos y calurosos como fue el de 2022. Con este



INAXIO AMEZTOI

sistema se garantiza la calidad de la uva, controlando también su exposición al sol.

La localización tan cerca del mar impide que los vinos puedan ser ecológicos. Sin embargo, la humectación constante del mar y la brisa atlántica les confiere una agradable mineralidad y salinidad que es su sello de identidad.

Todo el trabajo en la viña es manual por su abrupta orografía con desniveles muy altos, por lo que se hace necesario un sistema de terrazas para dar al viticultor un sistema seguro y evitar accidentes y por otro lado, esto les permite retener el agua y la materia orgánica de la tierra y sus nutrientes. La vendimia conlleva cuatro o cinco semanas de septiembre con unos 70 vendimiadores por día en sus 52 hectáreas, que suponen un 17 por ciento del total de la denominación de origen. El resto se reparte entre las otras 33 bodegas inscritas.

DIFERENTES PERFILES

Ameztoui tiene grandes parcelas en primera línea de mar, pero también en la zona interior, lo que hace que la evolución y el resultado final de la variedad Hondarribi cambie según la zona. Así obtienen uvas de perfiles diferentes que les permiten elaborar ocho o nueve txacolí distintos dependiendo de la añada y muy dispares entre ellos.

Su entrada de gama es el vino joven blanco, rosado o tinto; también elaboran espumosos con el método tradicional

con ocho años de crianza (actualmente en el mercado su añada '16). Su vino de vendimia tardía con pasificación noble (secan la uva en la propia viña), es de la añada '20. La bodega es pionera en elaborar vinos de guarda desde el año 2000, esa fecha fue importante por la voluntad de salir de las barras y entrar en las cartas de los restaurantes cambiando la noción tradicional. El cambio lo representa su vino criado sobre lías en acero inoxidable durante ocho meses con uvas de control parcelario. La añada '24 sale en junio. Es un txacolí de perfil tradicional pero mucho más elegante y sofisticado.

Con la crianza en madera comenzaron en 2015, en barricas de roble francés para salir al mercado después de seis meses de barrica y unos cuatro años en botellero. «Seguimos manteniendo las barricas



grandes que compró mi padre en los años setenta, cuando ya se dedicó a vivir exclusivamente de la elaboración de txacolí hasta que en 1989, con la denominación de origen, se empezó a usar el inox; en ellas todavía prueba la gente el vino antes de comprarlo», explica el bodeguero.

Ameztoui, Rubentis, Stimatum, Primus, Kirkilla (el sobrenombre de la familia), 9.6, son algunas de sus marcas además de cremas y licores. Exportan alrededor de un 35 por ciento de su producción, principalmente a Estados Unidos, donde fueron pioneros en la introducción de es-



te vino. Cuentan con presencia en Reino Unido, Dinamarca, Japón, China, Puerto Rico y Hawaii, entre otros. A nivel nacional, su presencia se va afianzando, aunque es la asignatura pendiente.

INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Por esa cercanía con el mar en Amestoi cultivan bajo el sistema de producción integrada. La base del suelo es de arcilla, sobre la que se asienta una capa de arenisca. La complicada orografía y los numerosos días de lluvia durante todo el año, hacen de las cubiertas vegetales algo histórico. Se trata de una cubierta vegetal espontánea, ya que la alta tasa pluviométrica garantiza humedad suficiente tanto para la hierba como para que el cultivo complete su ciclo correctamente.



Las cubiertas vegetales no sólo ponen en valor la biodiversidad y la importancia vital de un ecosistema donde todos sus elementos naturales estén en equilibrio con el ecosistema agrícola, sino que, en cuanto a optimización y ahorro de recursos, suponen una apuesta en la gestión de la explotación. Esto se traduce en un menor gasto en combustible para las labores agrícolas y un menor consumo de fitosanitarios para mantener el suelo limpio.

Con una honda cultura basada en la sostenibilidad, aprovechan los recursos mediante la aerotermia para conseguir

agua caliente a bajo coste; la recuperación del agua de lluvia –gracias a un depósito de 70.000 litros– para sulfatar y para la limpieza de sus instalaciones y las tinas de la vendimia; la extracción y recogida de dióxido de carbono de la fermentación para transformarlo en aire a presión que se usa como propulsor, y próximamente, la instalación de placas solares.

UN HOTEL BOUTIQUE

Detrás de un txacolí siempre hay un caserío familiar y una historia de recuperación de tradiciones. En ese caserío que preside los viñedos de Amestoi la consecuencia natural ha sido un hotel boutique que construyeron hace tres años con cinco habitaciones que, de momento, componen una primera fase. Todas son diferentes,

basadas en el concepto de confortabilidad y modernidad, bautizadas con el nombre de cada uno de los vinos de la bodega, con el paisaje como protagonista en todas las estancias y sin perder el espíritu de la construcción genuina.

Una gran terraza con barra y zonas para comer o cenar conecta la zona tienda-exposición con la cocina-comedor del hotel y permite el acceso al exterior.

El gusto por lo bien hecho, por el disfrute de los placeres y la constante búsqueda en la innovación, forma parte del ADN de este entorno y de esta bodega histórica. ■



VIÑA SALCEDA

Los paisajes de Rioja

PUBLIRREPORTAJE

El río Ebro, que corre a muy pocos metros de las instalaciones de Viña Salceda, es como una invitación a recorrer los paisajes de Rioja y sus viñas, desde los montes Obarenes hasta las laderas de la sierra de Yerga, con el telón de fondo de la imponente sierra Cantabria. Paisajes y suelos que conforman una rica diversidad y que son bien conocidos por David González, figura clave en la articulación del proyecto de Viña Salceda, a la que aporta su dilatada y fructífera experiencia.

Paisaje y factor humano, los dos hilos conductores de unos vinos que circulan a ritmos de modernidad en una bodega que ha superado el medio siglo de historia y renueva su apuesta por vinos auténticos, elegante expresión del



David González

terruño. Vinos que hablan de su origen en los parajes más especiales, de los pueblos y las zonas de la multicolor geografía de la DOC Rioja. Bajo la dirección de David González, Viña Salceda se afianza en su filosofía de armonizar los valores clásicos de Rioja –crianzas generosas, buena acidez y capacidad de envejecimiento– con la frescura y ligereza que exigen los paladares actuales, incorporando variedades que aportan mayor riqueza y complejidad a sus vinos. Viña Salceda encuentra la inspiración en esta diversidad para resaltar la singularidad de cada enclave, con precisión y respeto por el viñedo.

Un modelo que pone el foco en parajes excepcionales con viñedos únicos que se distinguen por sus distintas variedades de uva, climas, tipos de suelo y técnicas de vinificación: la frescura y elegancia en los vinos de Garnacha del Alto Najerilla, la concentración y frutuosidad en La Sonsierra, la profundidad y complejidad de los vinos de Montes Obarenes, y la riqueza aromática que define las riberas del Ebro y el Cidacos. Criterios de calidad, paisaje y terruño que se reflejan en dos gamas de vinos. Los de la familia Atempo, un blanco sobre lías y un tinto crianza, reinterpretan el estilo clásico de Rioja con un enfoque contemporáneo. Parajes es la línea más exclusiva; explora la singularidad de los *terroirs*, destacando la autenticidad y el carácter único de cada parcela. El primer vino de esta colección es La Rellanilla, un Tempranillo de altitud de Laguardia que inaugura la mención «Vino de Pueblo» en su etiqueta. A fin de año llegarán dos nuevos Parajes, dos tintos con los que el enólogo interpreta dos zonas poco distantes pero muy distintas, la Sonsierra y el alto Najerilla, en una elegante fusión de tradición y modernidad. ●



Hace
20 años

Nacieron con nosotros

AUNQUE EL PLANTEL DE PROFESIONALES QUE NUTREN EL STAFF DE LA REVISTA ES INSUPERABLE, PERIÓDICAMENTE SE ENRIQUECE CON ALTAS NOTABLES Y TAMBIÉN REGISTRA ALGUNAS BAJAS, LA DIRECCIÓN DE LA REVISTA SE HA PROPUESTO HABLAR LO MENOS POSIBLE DE LA PUBLICACIÓN. Y NO PERMITIR REPRODUCIR LOS VERSOS DEL FAMOSO TANGO. NO OBSTANTE, COMO OBSERVADORES Y TRANSMISORES DE LO QUE SE MUEVE EN EL MUNDO DEL VINO, ES INEVITABLE HACER ALGUNA REFERENCIA A LO PUBLICADO HACE VEINTE AÑOS. UN SOMERO REPASO QUE PONE DE RELIEVE EL CAMINO IMPORTANTE QUE SE HA RECORRIDO EN EL MUNDO DEL VINO.

TEXTO: ANDRÉS PROENSA



Cuando nació la revista, el mundo de la información vinícola gozaba aún de salud razonable. Había seis guías especializadas, entre ellas la Guía Proensa, que salió a finales de 2002. A las más destacadas dimos cancha desde el primer año y en años sucesivos con informes en los que se señalaban los vinos en los que coincidían, que no son pocos. Tres de ellas (Todovino, Guía de Oro y Anuario de Vinos El País) han desaparecido, junto con alguna otra de breve trayectoria, caso de la Guía Viandar. A cambio, en estos veinte años nacieron otras dos, Guía de Vinos y Aceites de La Semana Vitivinícola y 365 Vinos al Año.

También había varias revistas, algunas especializadas en vinos y otras dedicadas a la gastronomía con sección de vinos, entre ellas dos de las tres más veteranas de temática enogastronómica. Hubo bajas en ambos sectores: Sobremesa, Sibaritas, Restauradores, Gastronomía y Enología y Vinos de España pasaron a ser un recuerdo en las hemerotecas, lo mismo que Viandar, cerrada en 2004 y algún otro intento de vida fugaz. También hubo contrapartida: ese mismo año 2005 llegó Mercados del Vino y la Distribución y, después, nació la aragonesa Gastro. El resto, con alguna excepción, boquea como pez fuera del agua pero sobrevive. De momento.

Domecq El principio del fin

En primavera, mientras PlanetAVino nacía, una histórica del vino español empezaba a morir. En ambientes de las altas finanzas de los espirituosos no era un secreto que el grupo Allied Domecq estaba en venta ni que la multinacional francesa Pernod Ricard aspiraba a echar mano a la británica Diageo en el liderazgo de la clasificación de los grandes grupos del sector de bebidas alcohólicas. Confluencia de intereses: los franceses lanzaron una oferta de casi once mil millones de euros y ganaron en la pugna a otros aspirantes, entre ellos Nueva Rumasa.



Inmediatamente después, habría cambios de cromos y se iniciaría el despiece de un conglomerado bodeguero que había asimilado también al grupo Bodegas y Bebidas. La norteamericana Fortune Brands (sus activos más conocidos eran el bourbon Jim Beam y el malta Dalmore) se quedó con Harveys, productora del famoso Bristol Cream, y con marcas como los brandies Terry y Fundador, el anís Castellana, el whisky Dyc o la ginebra Larios. Más tarde, se vendieron o cerraron distintas filiales de Bodegas y Bebidas y desaparecieron Pedro Domecq (Jerez) y Bodegas Domecq (Rioja) y sus marcas se repartieron entre Osborne y Caballero, las de Jerez, y entre Muruve y Marqués de Riscal, las marcas, viñas e instalaciones de Rioja. El apellido Domecq pasó a la historia en su versión histórica, aunque hay al menos dos ramas de la familia que siguen o han recuperado actividad vinícola.



EL MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN LO ELIGES TÚ...



“...este para la cena con los amigos...”

(EL BUEN AMIGO)



“...este para nuestro aniversario...”

(EL ENAMORADO)



“...este por mi futuro ascenso...”

(EL OPTIMISTA)



“...este, ¡ para mí solo...!”

(EL EGOÍSTA)

Muga

PARA COMPARTIR MOMENTOS SUBLIMES

Bodegas Muga - Haro (La Rioja)

Tel.: 941 304 777

Tel. visitas: 941 306 060

www.bodegasmuga.com



Siglo de crisis

En el año 2005 ya se había olvidado el llamado *efecto 2000*, un presunto caos mundial atribuido al cambio de fecha en los ordenadores. Recuerda a ciertas supersticiones y, por supuesto no se cumplió, pero las consecuencias de la sicosis duraron algún tiempo y fue la enésima crisis del vino. La primera de una serie que tendría continuidad con las sucesivas crisis mundiales, la sobreenvenida a partir de 2008 o la de la pandemia, a las que se suman las propias del vino, como el cambio de hábitos, el descenso del consumo, el nuevo clima o Trump, para configurar un panorama que aboca a la depresión.

ron 55 estrenos. Era una selección de los mejores vinos de las catas de novedades, que sumaron casi dos centenares de nuevas etiquetas. Con ser importante el número, lo relevante es la relación de vinos reseñados, con algunos nombres que hoy son referentes entre los más grandes, por valoración o por presencia comercial, junto a otros que tuvieron fugaces apariciones y alguno que fue una decepción tras un inicio prometedor. El panorama de las estrellas tiene de todo, astros poderosos junto a estrellas de menos brillo y otras que se comportan como las perseguidas de agosto, de potente fulgor pero paso efímero.



El ambiente tuvo el lado positivo de estimular la creatividad de los vinateros para, de grado o por la fuerza, alumbrar nuevos vinos y no solo nuevas marcas sino también variantes para las marcas existentes y nuevos estilos de vino. PlanetAVino nació con una sección, *Estrenos*, dedicada a esas novedades, no a nuevas cosechas de marcas existentes sino exclusivamente a marcas nuevas o nuevos tipos de vinos con la marca conocida. Solo en ese primer año, en el que salieron cuatro números de la revista, se consigna-

Previsiones

Los astros y las estrellas fugaces eran fruto de los caminos que tomaba el vino español del momento, para las que la revista también tenía una minisección específica, *Tendencias*, con la que quería consignar lo que asomaba en el horizonte. No se trata aquí de condecorarnos a nosotros mismos, que los oropeles pesan más que las medallas de un mariscal soviético, pero es justo reseñar que adelantamos la querencia por los *Tintos elegantes* (número 1) en tiempos en los

Hijos de Rivera Estrella Galicia hace vino

Por el momento sigue siendo un caso insólito, pero hace veinte años Hijos de Rivera, empresa gallega propietaria de la marca Estrella Galicia, fue pionera en la entrada de cerveceras en el mundo del vino. En 2005 crearon el grupo Terramaior Bodegas, con viñas y marcas propias, aunque sin bodegas, en Rías Baixas y otras zonas y con la compra de la mayor parte de las acciones de Ponte da Boga, en la DO Ribeira Sacra. Era el primer paso: en 2023 compró el grupo Grandes Pagos Gallegos de Viticultura Tradicional, fundado en 2003 por el empresario Carlos Mouriño, propietario del club Celta de Vigo. Estrella Galicia y Ponte da Boga se hermanaban con Quinta Couselo (DO Rías Baixas), Pazo Casanova y Finca Viñoa (DO Ribeiro) y Fragas do Lecer (DO Monterrei). La apuesta sigue con la creación de una distribuidora de vinos, con marcas propias y ajenas, que toma fuerza en Galicia para dar el salto al ámbito nacional.

DO Rías Baixas El albariño es mío

El año 2005 nació con la llegada de un ribeiro singular, Colección Costeira Albariño do Ribeiro, monovarietal creado por la cooperativa de Ribadavia con una variedad que siempre estuvo en la DO Ribeiro y en el resto de las zonas gallegas, pero se hizo famosa en la vecina DO Rías Baixas. Aunque no era el primer albariño elaborado fuera de la DO Rías Baixas, hubo insólitas reacciones, con voces que acusaban a la bodega hegemónica de la DO Ribeiro de «intromisión desleal» y hasta el presidente de la Xunta, Manuel Fraga Iribarne, manifestó que la iniciativa «non parece o mais intelixente». Fue tormenta en un vaso de vino, un intento de asumir algo parecido a la propiedad de un tipo de uva que empezaba a proliferar en distintas zonas de España y del extranjero. El absurdo duró poco y tampoco fue muy larga la existencia del vino que lo provocó.

MAR DE FRADES

ALBARIÑO ATLÁNTICO

Galicia es nuestra tierra
y el océano nuestra esencia
más pura. Al compás de sus
olas hemos creado la
Colección Paisajes Atlánticos:
Finca Valiñas, Finca Monteveiga
y Finca Lobeira. Viaja a la D.O.
Rías Baixas descubriendo sus
diferentes localizaciones,
climas y suelos a través de
tres perfiles de albariño que
reflejan su propio terruño.





MÁS QUE VINOS

que aún dominaban los vinos-mermelada, el buen comportamiento del *Cava en la botella* (PV nº 2), en culto a las *Uvas maduras* (PV nº 3) o el inicio del fin de la fiebre por las *Botellas pesadas* (PV nº 4), proceso en el que aún estamos.

El prurito de pitonisos no es nada si se compara con los aciertos de nuestro sabio de cabecera, José Hidalgo Togados, que en su sección técnica Saber Más, en la revista desde el número uno, acostumbra a ponerse la túnica de profeta. En el primer año nos contó los caminos para obtener el título de enólogo (PV nº 1), criticó la moda de los hoy repudiados vinos concentrados (PV nº 2) y anunció el futuro de los vinos ecológicos (PV nº 3) y de los blancos y espumosos en Rioja (PV nº 4). Temas que hoy son de pura actualidad. Y abrió 2006 con *El vino y el cambio climático* (PV nº15).

Glamour bodeguero

Aparcada la crisis general y aunque permanecía la vinícola, que es una depresión de nunca acabar, eran años de bonanza en algunas zonas. Crecía sin parar Rioja y también Rueda y en otras áreas emergentes, como la Ribera del Duero, colgaban el añorado car-

tel de «lo tengo todo vendido». Al mismo tiempo que buscaban nuevos horizontes para elaborar vinos blancos, no tanto para adelantarse al fenómeno actual de impulso de los vinos ligeros como para completar la gama. Salvo excepciones que se cuentan con los dedos y una mano, y sobran dedos, no confiaban en absoluto en su Albillo local y había una especie de peregrinación a las hospitalarias bodegas de la DO Rueda y al tirón comercial de sus vinos de Verdejo.

Esa inconfesa buena etapa se traducía en nuevas bodegas, algunas de modestos fundamentos, como el proyecto de Rafael Palacios en la DO Valdeorras o la mancha Más Que Vinos, que estrenó su ejemplar tinto La Plazuela a finales de 2004, otras con bodegas-monumento firmadas por afamados arquitectos, algunas capricho de millonarios y otras rodeadas de glamour en su lanzamiento, como Bodegas Cepa 21, filial hoy desgajada de una de las triunfantes de la DO Ribera del Duero, Bodegas Emilio Moro. Todavía no había llegado la debacle de las *bodegas del ladrillo*, antojos de constructores enriquecidos, que vendría a finales de la primera década de este siglo.

Pagos de Araiz Masaveu crece

El grupo Masaveu, propietario desde 1975 de Bodegas Murúa (DOC Rioja), en Elciego, inició su expansión en 2000 con la compra de Bodegas Fillaboa (DO Rías Baixas) y de una gran finca en Olite (Navarra), además de poner en marcha una sidrera, Valverán, en su tierra de origen, Asturias; después compró Leda (VT Castilla y León) y una participación en Aalto Bodegas y Viñedos (DO Ribera del Duero). La primera de las bodegas ya tenía trayectoria comercial desde los años ochenta, además de una tradición interrumpida de finales del siglo XIX.



En la segunda hubo un periodo de adaptación del terreno antes de plantar las 150 hectáreas de viñedo y de construir una bodega con mérito arquitectónico y que alberga una importante colección de arte, dos rasgos que son comunes a las bodegas del grupo. Su estreno se produjo en 2005, con el lanzamiento de un rosado y un tinto del año, a los que siguió un tinto crianza, todos con la marca Pagos de Araiz. Posteriormente incorporó una línea superior con la marca Blaneo.

ENATE

Arte en esencia



Las IGP y otras normas

En la actualidad sigue siendo noticia el ajuste fino en el dibujo del mapa de las indicaciones geográficas protegidas (IGP) en sus distintas categorías. Ajuste fino porque se trata de dar nuevas pinceladas a una legislación que cubre prácticamente todo el viñedo patrio, con excepciones en zonas en las que el viñedo es un cultivo residual, aunque en algunas de ellas se reanima mientras aparece en otras en las que no hay noticias de que existiera viña en momento alguno.

En 2003 se aprobó la tercera Ley del Vino de la historia de España. La primera llegó nada más proclamarse la Segunda República, en 1931, y nunca fue realmente aplicada, como tantos proyectos de esa época, aunque ya ponía orden en aspectos como las denominaciones de origen. La segunda cuando se iniciaba la agonía de la dictadura, en 1971, y fue la que puso las bases del estado actual de cosas, impulsó la elaboración de catastros vitícolas (hasta que llegaron, ya en los ochenta, no se sabía exactamente cuánta viña había en España, qué variedades y otros datos de interés) y desató la fiebre por las denominaciones de origen.

La tercera, la de 2003, se reveló innecesaria. Los largos debates con representantes del sector fueron como esos depredadores que se disputan una presa y con los tirones destrozan a la pobre víctima. La Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino nació ya bastante desgarrada, sufrió nuevos jirones por la promulgación de leyes autonómicas y fue rematada por la OCM del vino (Organización Común del Mercado) de 2008, norma básica europea que derogaba buena parte del articulado de la ley española.

Su logro mayor fue dar el pistoletazo de salida para las denominaciones de origen de pago, por más que ya estuvieran contempladas en la normativa anterior. Su reconocimiento, como todo lo relativo a indicaciones de origen, quedaba en manos de las comunidades autónomas. Algunas ya manifestaron su intención de no contemplar esa categoría, aunque en casos como el de la Comunidad Valenciana, Castilla y León o Navarra, se desdijeron después. Otras no perdieron tiempo en reconocer denominaciones de origen de pago.

Castilla-La Mancha, que ya se había adelantado al aprobar la IGP Vinos de la Tierra de Castilla, para serio disgusto de la Junta de Castilla y León y

Rafael Palacios Veni, vidi, vici

«Vine, vi y vencí». La frase de Julio César tras su victoria sobre un díscolo rey del Ponto se puede aplicar a la llegada y despegue inmediato del proyecto de Rafael Palacios en la DO Valdeorras. En este caso el papel del romano lo jugó Palacios y la zona ejerció de resistente al genio. En 2002, al salir de la bodega familiar, Bodegas Palacios Remondo (DOC Rioja), donde elaboró dos vinos notables, blanco Placet y tinto Dos Viñedos, comenzó a colaborar con una bodega de la zona gallega en una etapa de toma de contacto con la uva Godello.



Enseguida empezó a comprar pequeñas parcelas de viñas viejas en el valle del Bibei y en 2004 puso en marcha su proyecto, en bodega alquilada, y elaboró el primer As Sortes, que vio la luz algo más tarde, en otoño de 2005. Después, ha protagonizado una carrera fulgurante y ha desarrollado una gama con un estupendo Louro y dos grandes blancos de viña única, Sorte O Soro y Sorte Antiga. Vinos que abrieron nuevos horizontes de excelencia en la zona.



CARLOS Y XANDRA FALCÓ

Escuela de Enología San Gabriel Docencia emergente

No faltan en España escuelas de enología con prestigio antiguo, caso de las de Madrid, Requena o Falset, ni facultades con fama reciente, como Tarragona, La Rioja o la Politécnica de Madrid. No es tan frecuente que emerjan nuevas alternativas, como la que prepara el Basque Culinary Center, que de momento es un proyecto, o la escuela de Enología San Gabriel, abierta hace veinte años en un cotizado entorno vitícola, el término de La Aguilera, pedanía de Aranda de Duero que merece la indicación geográfica en las etiquetas de los vinos de la DO Ribera del Duero que proceden de sus viñas. La escuela, a la que casi todos se refieren como los gabrielistas más que por su nombre oficial, está situada en un entorno adecuado, rodeada de viñas. En apenas dos décadas se ha labrado un prestigio notable y a sus aulas llegan futuros enólogos no solo de la comarca sino también de otras zonas. Gabrielistas es un proyecto nacido en 2000 con la construcción de la bodega San Gabriel, base de un centro de formación profesional que fue aprobado por la Junta de Castilla y León en noviembre de 2002 con el nombre oficial de Centro Privado de Formación Profesional Específica Nuestra Señora de las Viñas, de La Aguilera (Burgos). Se estrenó en



el curso 2005/2006 con un grado medio de Elaboración de vino y otras bebidas. Los dos primeros cursos se impartieron sin contar con subvención pública, aunque el Instituto de los Hermanos de San Gabriel, congregación impulsora del centro, contó con la colaboración de la diputación de Burgos y tres entidades financieras. En el tercer curso ya era centro educativo concertado. En 2011 la que ya se llamaba Escuela de Enología San Gabriel se transformó en centro integrado de formación profesional, lo que le habilitaba para impartir desde 2019 los estudios de Grado Superior en Vitivinicultura y diferentes certificados de profesionalidad, entre ellos dos impartidos *online*: Experto Universitario en Enología, Sumillería y Enoturismo y el Máster Profesional en la Industria Agroalimentaria. Al mismo tiempo, desarrollaba una amplia carta de cursos para desempleados y formación profesional a la carta para empresas. Se ampliaron las instalaciones del centro y también la panoplia de enseñanza, con la creación de cursos de calderería y soldadura, un grado superior de Automatización y Robótica Industrial y, más recientemente, los de Formación para la Movilidad Segura y Sostenible, Educación Infantil y Panificación y Repostería.



Gracias por estos 20 años
al lado de los grandes
vinos de España

Enhorabuena a todo el equipo de PlanetAVino

FAMILIA RODERO VILLA
BODEGAS EN RIBERA DEL DUERO Y VALDEORRAS

PAGO DE LOS
CAPELLANES

O LUAR
DO SIL

tímida protesta de la Comunidad de Madrid, se destacó como la campeona de las denominaciones de origen de pago. Abrió el capítulo con Pago de Valdepusa, la finca y bodega del marqués de Griñón, relevante defensor de la modernidad entendida como rechazo al llamado *corsé* de las denominaciones de origen. Junto a ella, Finca Élez, iniciativa de Manuel Manzaneque, actor, director y productor teatral. En abril de 2005 se ratificó la DO Pago Guijoso. Hoy hay en la región catorce de esas IGP individuales.

Otras regiones optaron por IGP de vinos de la tierra, caso de Andalucía, que suma 16. En 2005 se puso en marcha una en La Rioja, la IGP Valles de Sadacia, que ampara vinos de la variedad Moscatel. Sin embargo, a lo que aspira la mayoría es a la denominación de origen en sus dos categorías, denominación de origen protegida (DOP) y denominación de origen de vinos de calidad, cuyas diferencias son tan de matiz que resultan inapreciables. En 2005 Castilla-La Mancha aprobó la DO Uclés, que *mordía* una pequeña porción conculchense de la DO La Mancha, Canarias aprobó la DO La Gomera y Castilla y León aportó nada menos que cinco, en la clase *vinos de calidad*: Arlanza, Arribes,

Tierra del Vino de Zamora, Valles de Benavente y Tierra de León, que luego cambió a DO León.

En diciembre se produjo un hecho histórico por insólito. En tiempos de sediciones varias, se asistió a la fusión de dos denominaciones de origen. En 1999 se creó la DO Monte Lentiscal para la zona vinícola más destacada de Gran Canaria; en 2003 se aprobó la DO Gran Canaria para el viñedo disperso en el resto de la isla. Sólo dos años más tarde se decidió que lo sensato es contar con una sola IGP, la DO Gran Canaria, en la que se contemplase la subzona Monte Lentiscal. Se esperaba que la iniciativa fuera imitada en la otra isla grande del archipiélago, Tenerife, en la que toda su geografía, excepto el Parque Natural de las Cañadas del Teide, es una sucesión de cinco denominaciones de origen. No hubo caso.

Conflictos y polémicas

En 2005 se hablaba de la desafortunada iniciativa, respaldada por el partido político que dice ser partido de estado, del boicot a los productos catalanes, que se había materializado en el bloqueo al cava en la campaña de fin de año. Freixenet, Codorníu y Torres, compañías

Bodegas Cepa 21 Reflejo de una época

Su principal promotor y responsable de la bodega, José Moro, parece arrepentido de la imagen que rodeó el lanzamiento de esta bodega. Los oropeles de los que se rodeó eclipsaron el sustrato de viñas e instalaciones de un proyecto sugestivo, como si se hubieran puesto en un escaparate luces tan potentes que dificultaran la visión del propio producto expuesto. Era el reflejo de una época boyante, sobre todo en ciertas zonas y de manera especial en la DO Ribera del Duero.



Bodegas Emilio Moro subía como un cohete, con sus Malleolus cabalgando junto a las marcas punteras y con el respaldo de un potente Resalso, su vino base. Era una de las bodegas que repetían aquello de «lo tengo todo vendido» a las pocas semanas de lanzar cada referencia. Con buen criterio, no quisieron que la demanda les sacara del carril del éxito: sus viñas, el entorno de Pesquera de Duero y las dimensiones de la bodega. Optaron por crecer fuera de casa con la creación de una segunda bodega, a pocos kilómetros pero con condiciones diferentes, marcada por su situación y la de sus viñas, en la orilla izquierda del Duero. En 2005 nació Bodegas Cepa 21. Aprovecharon para desplegar una propuesta distinta, con un tinto Cepa 21 de perfil más moderno, más fresco y menos pastoso que lo que marcaban las tendencias del momento. Además, era una apuesta por una concepción moderna del turismo enológico, una bodega moderna y atractiva, concebida para abrir las puertas a las visitas y con un restaurante de mérito gastronómico. Tras la escisión familiar, José Moro se hizo cargo de Bodegas Cepa 21 y mantiene la filosofía que él mismo diseñó.



19



70

BODEGAS MARQUÈS DE CÀCERES



MÁS QUE UN VINO, *una decisión*

A LOS AMANTES DEL VINO, GRACIAS POR SER PARTE DE ESTE CAMINO.
A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR, GRACIAS POR VALORAR NUESTRA ESENCIA.

Brindamos por este reconocimiento, pero sobre todo, brindamos por ti.

NOSOTROS SEGUIREMOS FIELES A NUESTRO PROPÓSITO, CREAR VINOS QUE HABLEN POR SÍ MISMOS.
PARA QUE TU PUEDAS DISFRUTARLOS SIN COMPLICACIONES, PERO SIEMPRE A TU MANERA.

Los 10 mejores Estrenos de 2005

Más de cincuenta vinos nuevos se asomaron a las páginas de PlanetAVino en 2005; a ellos cabe sumar otros siete que salieron al mercado a finales de ese año pero fueron reseñados en el primer número de 2006. Entre ellos destacan una serie de marcas que hoy están sólidamente asentadas entre las mejores de sus zonas respectivas y del conjunto del vino patrio en una lista que bien podría ilustrar la oferta vinícola de cualquier restaurante de postín. Por orden de aparición, con el nombre original, cambiado en algunos casos, y con precios de hace veinte años (entre paréntesis calificaciones en la última Guía Proensa y precios actuales).



Caudalia '03

87/100 (92)

BLANCO. BODEGAS VALLOBERA
DOC RIOJA. 9 € (15)

Javier San Pedro Randez se adelantó a la búsqueda de nuevos caminos para la Viura que hoy están en boga. Caudalia nació como vino del año y en las últimas cosechas ha virado hacia un estilo de complejidad y distinción.



Malleolus de Sanchomartín '02

97/100 (97)

TINTO. BODEGAS EMILIO MORO
DO RIBERA DEL DUERO. 100 € (137)

Malleolus fue un cambio de rumbo en una joven bodega ribereña. Después de ese tronco nacieron otros brotes, primero Malleolus de Valderramiro, después Sanchomartín, que son interpretaciones de viñas seleccionadas.



Cerrado del Castillo de Cuzcurrita '01

92/100 (98)

TINTO. BODEGAS CASTILLO DE CUZCURRITA
DOC RIOJA. 33 € (55)

Castillo, viña y bodega en un auténtico clos, un conjunto perimetrado por una tapia que es casi una muralla. Cerrado fue el segundo vino de una gama de alto nivel que se enriqueció después con Tilo y el blanco Blanca del Castillo.



As Sortes 04

96/100 (99)

BLANCO. RAFAEL PALACIOS
DO VALDEORRAS. 20 € (55)

El estreno en Valdeorras del riojano Rafael Palacios, que aportó una concepción radicalmente distinta para el Godello. Fue el primer paso de un camino que ha llevado a la bodega a la cima del vino blanco español.



Cepa 21 '02

93/100 (93)

TINTO. BODEGAS CEPA 21
DO RIBERA DEL DUERO. 22 € (20,50)

Estreno adornado con todos los oropeles, que tal vez empañaron un tanto la realidad de un vino que proponía un estilo nuevo en la Ribera del Duero. Tinto cosmopolita y versátil, algo desmarcado de los cánones ribereños.



Carmelo Rodero Viñas de Valtarreña '98

80/100 (100)

TINTO. BODEGAS RODERO
DO RIBERA DEL DUERO. 35 € (61)

Exponente de una de las viñas favoritas de Carmelo Rodero. Noble fuerza y bien dibujado carácter del corazón de la cotizada Ribera de Burgos. Cambió la marca a Pago de Valtarreña a la vez que ganaba en finura y carácter propio.



Estrecho '03

90/100 (93)

TINTO. BODEGAS E MENDOZA
DO ALICANTE. 20 € (23)

La bodega más destacada de la DO Alicante nació rindiendo culto a las variedades internacionales. Estrecho fue su primera y brillante toma de contacto con las viñas viejas y de secano de la autóctona Monastrell.



María Alonso del Yerro '03

87/100 (97)

TINTO. VIÑEDOS ALONSO DEL YERRO
DO RIBERA DEL DUERO. 32 € (65)

La segunda parte de un estreno en dos entregas, en primavera llegó Alonso del Yerro y en otoño el vino top de la reducida gama. Puro Tinto Fino y pura Ribera de Burgos en un referente de la cara refinada de la DO Ribera del Duero.



Martú Especial '03

82/100 (92)

TINTO. BODEGAS MARTÚ
DO CAMPO DE LAGUARDIA. 12,50 € (24)

La bodega ha tenido una trayectoria un tanto azarosa y hubo cambio de nombre y también en la marca top de la casa. Nacido como Martú Especial es ahora Martú Gran Vino. Conserva estilo y ganó en empaque y frescura.



Guitián Barrica de Acacia '04

95/100

BLANCO. BODEGA LA TAPADA
DO VALDEORRAS. 18 € (30)

La familia Guitián y su director técnico, José Hidalgo Togores, han explorado todas las variantes con su Godello. La barrica de acacia respeta y ensalza la variedad en un vino que no sale todos los años, sólo los más propicios.

cuyos representantes no son precisamente secesionistas ni peligrosos bolcheviques, fueron los principales afectados (por ser las marcas más destacadas) de la ignorancia anticatalana, que sonaba a esa actitud de los maltratadores contra la mujeres a las que presuntamente aman. Un «te quiero a bofetadas» que en el caso del cava se tradujo en una miserable pérdida de un seis por ciento en el mercado nacional, compensado por una subida superior en las exportaciones.

En el fragor de la batalla, en la que también parece que sufrieron, aunque menos, los producidos fuera de Cataluña pero dentro de la DO Cava, crecieron dos tendencias: las noticias falsas, que ne-



gaban la evidencia de la estadística para atribuir a la campaña un éxito mayor del que realmente obtuvo, y la producción de espumosos fuera de la DO Cava.

En otro orden de cosas, 2005 vio un capítulo más en el declinar del Salón Internacional del Vino, enésimo intento de poner en marcha en Madrid una gran feria vinícola. El apoyo del marqués de Griñón o del club de vinos Vinoselección, los cambios de nombre (pasó a ser Iberwine) y de fechas o los intentos de colaboración con ferias de otros países, como Portugal o Italia, no aportaron estímulo suficiente para una exposición que celebró a finales de 2005 su sexta y última edición.

No se puede decir que no lo intentaran. Lo que quedó en un solo intento fue el Congreso de Críticos Gastronómicos celebrado en Gijón en mayo.



www.proensa.com



@proensapuntocom

FAMILIA LUIS CAÑAS

BODEGAS Y VIÑEDOS

SIEMBRA EL CAMBIO

«Siembra el cambio» es un proyecto de Familia Luis Cañas, que tiene como meta conservar y mejorar la biodiversidad en los viñedos de Rioja Alavesa.



"Desde 2021, 130 personas se movilizan cada año y han logrado plantar más de 500 árboles"

En edad madura estos árboles retendrán al año una media de 50 Kgs de CO2 cada uno

Desde 2021

Agradecemos la participación de:

Maria Ángeles y Vera/ Marga, Javier, Ainara, Jorge, Igor, Alex, Enzo, y Abril/ Antonio/ Felicitas y Rogelio/ Begoña / Emilio, Paula y Unax / Aritz, /rache, Maialen y Xabier / Arkaitz, María, Paola y Antía / Roberto, Miguel, Alazne y Naia /Aitor, Aimar, Ibai y Luis/ Gorka, Jorge y Sara/ Jorge, Miguel Angel, Asier, Ángel, Paula y Paola / Luis Antonio/ Iñaki, Naia, Naroa y Miren/ Antonio y Iker /Francisco Gil y Txispas / Manuel/ Carmelo y Roque/ Eduardo, Mark y Lukas /Ernesto, Belén y Sofía / José Miguel, Gonzalo, María y Mikel /Faustino/ Jorge, Angel, Paula y Nora/ Gorka, Esther, Maider y Aitor / Alejandro, Fernando y Alejandro/ José Angel y Joseba / Aitor, Luken, Aimar y Mikel / José Angel, Pedro Alberto, Gloria y Amparo / Eduardo, Marga, Laura y Lone / Alicia, Cipri y Nayla /Alejandro/ Unai / Garikoitz y Kimetz / David y Gontzal / Alfredo, Gema, Iván y Nicolás/ Miguel Angel / Pedro Pablo y Eunete / Donato / José Luis /Txelus /Txema Sonia/ Marcos/ Tomás Luis/ Daniel / Pantxo / Mark / Luis Ayala

¿Y TÚ, SIEMBRAS CON NOSOTROS?

Se ignora el objetivo de una reunión impulsada entre otros por el considerado gran poder fáctico del sector, Rafael Ansón, todo un personaje. El Congreso tuvo más que razonable éxito en la convocatoria, un desarrollo errático y unas conclusiones insustanciales que nunca fueron votadas y que se dieron a conocer casi antes de la ceremonia de clausura, como si ya estuvieran escritas. No hubo segunda edición.

Malos humos con consecuencias

El año en que se puso en marcha PlanetAVino terminó con otra norma po-

cindario y sigue encendiendo puros y cigarrillos en lugares prohibidos, incluso con actitud agresiva. Sin embargo, la ciudadanía en general aceptó las limitaciones con total naturalidad.

En cuanto a la hostelería, al parecer siempre al borde del abismo y necesitada de protección, no hubo drama, como no lo ha habido con otras catástrofes, como las normas de seguridad vial que castigan el manejo de máquinas bajo los efectos del alcohol y los estupefacientes. La única consecuencia conocida es que al despejar el humo quedaron en evidencia olores y suciedades en los establecimientos menos recomendables.



lémica, la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, más conocida como ley antitabaco, que se publicó en el BOE al día siguiente y entró en vigor el 1 de enero de 2006.

Fue una bomba, se vaticinaron enfrentamientos en las calles, ruina en la hostelería, profusión de multas y condenas penales... Lástima por los agoreros. Siempre hay quien se retrata y se pasa por el forro el respeto al ve-

Los humos salieron de bares, restaurantes y discotecas y se trasladaron a la calle, a vías públicas convertidas en un gran cenicero.

Otra consecuencia indeseable es que el éxito de la Ley 28/2005 es todo un estímulo para los que hoy propugnan repetir experiencia con las bebidas alcohólicas. Propugnan tolerancia cero para defender una estrambótica reedición de la vieja Ley Seca norteamericana, que también tuvo consecuencias poco ejemplares mientras estuvo en vigor. ■

Mercados del Vino y la Distribución El vino salmón

El salmón se asocia en prensa a los diarios económicos por el color del papel en el que en general están impresos. El color y el carácter es el que da Mónica Muñoz Blanco a Mercados del Vino y la Distribución, el periódico que edita y dirige y que apareció en marzo de 2005. Es casi compañero de paritorio de PlanetAVino, o al menos calentó la incubadora, y coincide en ser continuidad, en estilo y contenidos, de otra publicación frustrada.



Mónica Muñoz lleva una temporada larga en la información vinícola. Llevó el vino a uno de los programas líderes de la radio, Herrera en Cope, fue directora general y copropietaria del grupo Peñín y después editó Negocios del Vino y la Restauración, antecedente inmediato de Mercados del Vino en salmón, filosofía, formato y contenidos. Coincidencia en todo excepto en la asociación con la desaparecida María Isabel Mijares, que duró poco, el tiempo justo de abortar el primer proyecto y alumbrar el segundo. Mercados del Vino tiene una versión digital, un periódico semanal que casi cada martes adelanta el contenido del periódico con las noticias candentes del sector en vertientes legislativas, empresariales e institucionales. Y cada año otorga los Premios Mercados del Vino, que entrega en una gala que es cita imprescindible para los más insignes personajes del sector, tanto bodegueros, sumilleres, distribuidores y prensa especializada como, sobre todo, representantes de las instituciones del vino.



Juvé & Camps

El valor de abrir camino

**El vino y
otros alcoholes**

Compañeros de viaje



EL VINO ACOMPAÑA A LA HUMANIDAD DESDE HACE ALGO MÁS DE 6.000 AÑOS, LA CERVEZA UN POQUITO MÁS Y SE DICE QUE LA MÁS ANTIGUA BEBIDA CON ALCOHOL ES EL HIDROMIEL. TODAS ELLAS, Y OTRAS, SE PRODUCEN DE FORMA NATURAL POR LA FERMENTACIÓN O TRASFORMACIÓN DE AZÚCAR EN ALCOHOL. UN PRODUCTO NATURAL QUE SE DESCUBRIÓ PORQUE ESTABA AHÍ. LOS ÁRABES APORTARON LA DESTILACIÓN Y ABRIERON LA PUERTA A OTRAS BEBIDAS LLAMADAS ESPIRITUOSAS. SOBRE TODAS ELLAS, METIDAS EN EL MISMO SACO, APARECEN AMENAZAS DE LOS RADICALES ANTI ALCOHOL QUE SIN DUDA PRODUCIRÁN PROBLEMAS. DE MOMENTO, AQUÍ TIENEN UN POCO DE HISTORIA DE ESTOS FELICES COMPAÑEROS DE VIAJE.

TEXTO: ENRIQUE CALDUCH



Se llamaba John Pemberton y era farmacéutico en Atlanta, Georgia, Estados Unidos. Estaba preparando, en 1884, un brebaje con hoja de coca, nuez de cola y vino para imitar una bebida muy popular que era el Vino Mari-ni. En 1886, en el condado de Fulton, donde estaba Atlanta, se declaró la ley seca, otra más por aquella época, con prohibición total del consumo de cualquier alcohol. El hombre quitó el vino, metió agua carbonatada y al invento lo llamó Coca Cola. Se vendió primero en su farmacia y luego se distribuía por muchas otras más, como un producto saludable y muy recomendado. Durante decenas de años se sigue vendiendo de forma masiva, empezando por los niños, en todo el mundo.

El puritanismo religioso está muy arraigado en Estados Unidos. Arrancó primero con el *Movimiento por la Templanza*, una organización anti alcohol que contaba con un personaje histórico, Carrie Nation, una mujer grandona de 1,90 de estatura, que entraba con sus compañeras en los bares, armada con un hacha, y hacía picadillo las botellas expuestas.

Grupos poderosos, como la Asociación de *Mujeres Cristianas Abstemias*, se convirtieron en un lobby tremendo, apoyado por predicadores protestantes en todo el país. El resultado es que, en enero de 1920, a nivel federal de todo el país, se aprobó la XVIII enmienda y se instauró la Ley Seca por la que estaba prohibido cualquier producto que llevara alcohol. Una ley que duró 13 años, hasta diciembre del 33, en que se eliminó.

El vino, en farmacia

No hay estudios que indiquen muy bien los efectos positivos de aquella abstinencia; pero de los negativos hay más que suficientes. La prohibición estimuló el deseo de consumir, y para cubrirlo surgió el gangsterismo, el crimen organizado, la corrupción en jueces, políticos, policías... el triunfo de la metralleta Thompson.

Sin embargo, había con el vino pequeñas e insignificantes rendijas. Una para los oficios religiosos de cristianos y judíos; y otra, por prescripción médica. Recuerdo en la infancia, un disco que había

por casa, de Concha Piquer, que se llamaba *Suspiros de España*, en la que la cantante y unos amigos españoles celebraban la Nochebuena en Nueva York. Piquer presumía que astutamente se había hecho con una receta y había comprado en la farmacia vino español. Me imagino el vino colocado en las estanterías de las boticas esperando recetas. ¡Qué bien, el vino en las farmacias estadounidenses! Como muchos años antes la Coca Cola.

Pero hablando de vino, vayamos unos años atrás, concretamente dos millones de ellos. Utilizando como fuente el *Tratado de Viticultura*, de José Hidalgo, ilustre sabio compañero en las páginas de

Chokh, en el Cáucaso, donde se han hallado pepitas de uva fechadas hacia 5000 a.n.e. Por otra parte, el fruto de la vitis es de uva tinta, nada más; y el que posteriormente aparecieran uvas blancas es por efecto de mutaciones, el albinismo.

Nacido en el harén

El hombre deja de cazar, se hace sedentario, descubre un fruto silvestre que son las uvas. Le gusta, y decide cultivarlas como fruto, y poco después por casualidad aparece el vino. Hay muchas leyendas para muchos productos: que si el brandy es porque alguien se dejó olvidada una barrica llena de aguardiente y cuando la descubrió años después, ¡qué



este medio, al final del Plioceno (Terciario) aparece la *Vitis Vinífera Silvestris*, después de las glaciaciones del Cuaternario, refugiada en la parte oriental del Mar Negro, en la actual Georgia. Allí estaba lejos de las aguas frías del Atlántico y protegida de los vientos glaciares siberianos por la cadena montañosa del Cáucaso. En este entorno con veranos cálidos y lluviosos la *Vitis Vinífera* consiguió perpetuarse primero, y luego, hacia el 4000 a.n.e. se expansiona hacia los grandes ríos, como Nilo, Éufrates, Tigris donde en poco tiempo se desarrolla su cultivo, y en consecuencia comienza la producción de vino.

El indicio más antiguo que se tiene de *Vitis Vinífera* es una localidad llamada

maravilla! Lo mismo que el queso. Un pastor también mesopotámico recogió leche de cabra, se la cargó a la espalda en un recipiente, que debía haber tenido alguna enzima antes dentro y, tras unos cuantos kilómetros bajo el sol y el calor, al abrir el recipiente se encontró con que el suero se había separado de la cuajada y que aquello era queso.

La leyenda en el caso del vino, tal vez tan falsa como las demás, no deja de ser graciosa, y yo la he utilizado mucho para explicar el fenómeno de la maceración carbónica. Un rey persa, supuestamente Jamshid, era muy aficionado a las uvas, y sus sirvientes le ponían grandes recipientes para que fuera disfrutando de los granos. Por el peso las uvas, las de

UN COMPROMISO FAMILIAR CON LA NATURALEZA

CINCO GENERACIONES COMO PRODUCTORES DE VINO NOS AYUDAN A TENER PERSPECTIVA. CREEMOS QUE ES NECESARIA UNA NUEVA FORMA DE ENTENDER EL VINO PARA HACER FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO. CON ESTA VISIÓN HEMOS CONSEGUIDO REDUCIR NUESTRA HUELLA DE CARBONO EN UN 40%, DE 2008 A 2024, A LA VEZ QUE RECUPERAMOS ANTIGUAS VARIEDADES DE UVA Y APOSTAMOS POR LA VITICULTURA ORGÁNICA Y REGENERATIVA. MÁS ALLÁ DE LA SOSTENIBILIDAD, NUESTRO LEGADO ES CUIDAR LA TIERRA PARA LAS FUTURAS GENERACIONES.

Felicidades a Planeta Vino por estos 20 años de trayectoria como publicación de referencia, promoviendo el conocimiento y la pasión por la cultura del vino.

MIGUEL Y MIREIA TORRES MACZASSEK.
5ª GENERACIÓN EN ELS TOSSALS (DOQ PRIORAT)



Descubre más
sobre el programa
de Torres & Earth



WWW.TORRES.ES



abajo se iban rompiendo, iniciándose el proceso de la aparición del vino, al fondo del recipiente. Aquello por el color y olor se consideraba venenoso. La favorita del rey en el harem, estaba dejando de serlo, y conmovida y celosa decidió suicidarse. Con una copa recogió aquel líquido y se lo bebió de un trago. Sorprendida porque no se moría, se echó un par de copitas más y lo único que consiguió fue una especie de euforia, aparte de que aquello estaba muy rico. Llamó al rey, se lo explicó, bebieron juntos y volvió a su puesto de favorita, pero cum laude. Se había descubierto el vino.

Vinos autóctonos

De la zona de Asia Menor y la costa este del Mediterráneo, fundamentalmente los fenicios y luego los romanos, extienden el cultivo de la vid al Mediterráneo Occidental. Esta es la teoría más reconocida; pero volviendo al Tratado de Viticultura de José Hidalgo, hay otra, llamada *teoría indigenista*, que indica que ya había *Vitis Vinífera* en el Mediterráneo Occidental antes de que llegaran los fenicios. Concretamente en la Península Ibérica se calcula que aparecieron estos comerciantes sobre el 1000 a.n.e., y se ha encontrado en el yacimiento de El Prado, en Jumilla, pepitas de uvas y adornos hechos con ellas, pertenecientes al 2000 a.n.e., es decir mil años antes; e incluso en Huelva, yacimientos arqueológicos de viñedos, sobre el 3000 a.n.e.

El vino se convierte rápidamente, además de placer y euforizante, en algo fundamental, que es como alimento, y, además, sano. El agua es el mayor amigo y enemigo del hombre. Sin agua no se puede vivir, incluso del 50 al 70 por ciento de nuestra masa corporal es agua; pero la mayor causa de mortalidad del hombre, a lo largo de la historia, es precisamente el agua. No potable, emponzoñada, contaminada...

En el caso del vino, tras la fermentación, es un producto antiséptico, saludable. En las travesías largas por mar, el agua se pudre, el vino no; por eso todos los barcos iban cargados de vino para beber. Los conquistadores españoles en América, enfrentados a lo desconocido, preferían consumir vino antes de sufrir una amibiasis por beber en cualquier charco. El vino calma la sed, es seguro y



transmite calorías, es decir, energía. Un alimento fundamental.

De cualquier manera, la *Vitis Vinífera*, el viñedo, sólo puede prosperar en determinados climas, los situados entre 30° y 50° de latitud norte, y 30° a 40° de latitud sur. En la República del Ecuador, por donde pasa precisamente su línea, hay una bodega que se llama Dos Hemisferios. La monta la más poderosa cadena de supermercados del país, Super Maxi, para tener un vino nacional y, aunque caro, ellos le dan salida. Traen cepas de Europa, ponen a un enólogo chileno, salen dos cosechas al año; al vino lo chapitalizan, por un lado: y le meten tartárico por otro, es decir que se lo inventan. Y los viñedos se están podando continuamente. Y esto es fundamental, porque si un día se cansan y dejan de hacer ese vino y abandonan las cepas, estas, en muy poco tiempo, se convertirían en lianas, para que paseara Tarzán, como José Hidalgo ya analizaba en su Tratado sobre la *Vitis Vinífera Silvestris*.

El vino, tras la fermentación, es un producto antiséptico, saludable. En las travesías largas por mar, el agua se pudre, el vino no.

Cerveza y pan

Pero eso es en el clima ecuatorial. ¿Y en los climas fríos, o fuera de los paralelos ya comentados? En algunos pueblos se elaboraba hidromiel, pero el gran invento es la cerveza. Procede de la fermentación de cereales, como el trigo, la cebada; y viene ligado, además, a otra fermentación fundamental, la necesaria para elaborar el pan. Su origen es hacia el 7000 a.n.e., an-

terior a la aparición del vino, y se identifica en Mesopotamia, concretamente en el pueblo sumerio. Ya tenían domesticados los cereales. Los granos de las espigas, pongamos de trigo, se mezclaban con agua para ablandarlos y poder machacarlos, la pasta resultante fermentaba, luego se ponía al sol y así surgía el pan. La aparición de levaduras en el ambiente, como en el vino, mejoraban ese pan, así como la invención de los hornos primitivos.

La aparición de la cerveza fue casual, claro. Mezclando el pan con el agua aquel producto fermentaba y transformaba el azúcar en alcohol. El líquido se guardaba aparte y luego se consumía. Eran las mujeres sumerias las encargadas de la elaboración de la cerveza, los hombres lo tenían prohibido.

Donde se desarrolló en el mundo antiguo la cerveza de forma extraordinaria fue en Egipto, que pasó además a formar parte de la alimentación cotidiana del pueblo, igual que el pan. Se disponen de datos del 3000 a.n.e.

PUBLIRREPORTAJE

Brindis al sol: el lado más fresco de Bodegas Emilio Moro

Los Godello Polvorete, El Zarzal y La Revelía y el rosado Elalba de Emilio Moro nacen para capturar la esencia de una temporada llena de frescura, alegría y color.

La llegada del buen tiempo invita a disfrutar de vinos que despiertan los sentidos, invitan a parar el tiempo y celebran los pequeños placeres de la vida. **Bodegas Emilio Moro propone un viaje al lado más fresco del vino** con cuatro propuestas que reinterpretan su esencia desde una mirada vibrante y optimista. Cuatro vinos que dan la oportunidad de vivir, de soñar y a celebrar cada día en torno al vino, con emoción, viveza y autenticidad.

Polvorete es un Godello alegre, expresivo y lleno de matices, perfecto para los primeros brindis al sol y los encuentros que se alargan. **El Zarzal**, con más estructura y complejidad, es

ideal para descubrir el alma de la variedad con carácter, frescura y equilibrio. **La Revelía** eleva la Godello a su máxima expresión, con una elegancia, profundidad y personalidad únicas. Y **Elalba de Emilio Moro**, el primer rosado de la bodega, conquista con su delicadeza y esa frescura que invita a vivir el momento con intensidad.

Cuatro formas de entender el vino desde la **autenticidad del viñedo**, el valor de la **tradición** y la inconfundible **personalidad** de Bodegas Emilio Moro.



El lado más fresco de la Ribera del Duero y El Bierzo representado con vinos que expresan la diversidad del terruño de cada región y ofrecen su alma.

Luz, frescura y carácter: la esencia del verano embotellado en cuatro joyas de Emilio Moro.



Empezaron como los sumerios, mezclando pan con agua y dejando que fermentara de forma natural, aunque a menudo utilizaban también el azúcar de los dátiles. Luego fue evolucionando de forma extraordinaria, y en la época de Ramsés II hay datos que indican que se elaboraban unos cuatro millones de litros de cerveza al año. También se consumía vino, pero se reservaba para las élites, mientras que la cerveza era una bebida más popular. Muchos faraones se enterraban con jarras de sus vinos favoritos, lo que ha permitido a los antropólogos e investigadores sacar muchos datos. La cerveza, como el vino, también tiene virtudes antisépticas.

Otros 'vinos'

La idea es fermentar con una levadura que se encuentra en el aire, y transformar el azúcar en alcohol, como es el caso del hidromiel, que como su nombre indica es agua con miel. Se habla de que puede ser anterior a la cerveza porque en un asentamiento neolítico en Jiahu, en China, han aparecido restos datados en el 7000 a.n.e. Se usaba mucho en los pueblos europeos, hasta que apareció el vino, que redujo su consumo y luego fue perdiendo terreno entre los que no producían vino, pero sí cerveza. Al final quedó circunscrito a los nórdicos escandinavos o vikingos.

La cerveza procede de la fermentación de cereales, como el trigo y la cebada, y viene ligada a otra fermentación fundamental, la necesaria para elaborar el pan.

El hidromiel, según su mitología, era el único alimento que consumía su dios Odín. Eso sí, cualquiera podía ponerse hasta las trancas, una vez muerto, en el paraíso del Valhalla, pero no estaba prohibido. Según los vikingos, las parejas de recién casados, en la primera luna llena, después de la boda, debían beber bien de hidromiel para asegurar la fertilidad. De ahí se dice que procede la expresión *luna de miel*.

Otro de los grandes productos que se dan por todo el mundo, y principalmente en Europa (Francia y España, básicamente) es la sidra. Estamos ante lo mismo: se machacan las manzanas hasta hacer una papilla que fermentará para transformar su azúcar en alcohol.

Muy de moda, gracias a la proliferación de restaurantes japoneses, es el sa-

ke o vino de arroz, como lo llaman. Sus orígenes proceden de China, hacia 4800 a.n.e.; se extendió por el río Yangtsé y de ahí pasó a Japón. A partir del siglo III los japoneses conocen el arroz y empiezan a cultivarlo; de aquella época se supone que arranca esta bebida. Consiste en la fermentación de arroz con agua; como la cerveza: cebada y agua; o como el masato de Colombia y América del Sur, maíz y agua; o como el pulque mejicano, que es la fermentación de la raíz de aove con agua. Y así en todo el mundo.

Querida *Saccharomyces*

La culpa de todo este proceso es de una familia de nombre un poco complicado: *Saccharomyces*, levaduras que producen la fermentación, la transformación del azúcar en alcohol. Están en todas partes a nuestro alrededor, en el sillón donde esté leyendo este artículo, en la misma revista, encima de la cama, en cualquier sitio. Pruebe a coger unas uvas en época de vendimia. Estrújelas y póngalas en un vaso o en un plato, y déjelas unos días. Y fermentará. Luego no lo toquen y seguirá el proceso, aparecerán las bacterias, también en el ambiente, llamadas *acetobacter*, que transformarán ese vino en vinagre; y ya si lo dejan, terminará siendo agua.

Claro que ya desde la antigüedad se trabajaba con limpieza, delicadeza, habilidad, para que esos fermentados sean ricos, se conserven lo mejor posible, se puedan beber con placer. Con el paso de milenios se ha afinado, se han hecho productos más placenteros, se controlan las cantidades de alcohol, que en definitiva no es excesivo si no se abusa; pero la madre de todas las jugadas son esas levaduras que están en el aire. Estas bebidas son productos que otorga la naturaleza, que se inventaron solos porque ya estaban ahí.

Los cristianos introdujeron el vino en su liturgia, ni más ni menos que convirtiéndolo en la sangre de Cristo. Los judíos, en la Biblia, hablan del tema escandaloso de Noé, que tras descubrir el viñedo y el vino, cogió una borrachera tremenda y se quedó tirado y desnudo en medio de su tienda. De la Europa mediterránea, fundamentalmente desde España y Portugal pasó al Nuevo Mundo, a América.



Destilados

El vino se consume donde se produce, donde se lleva o donde se compra. La cerveza, se consume fácilmente por medio mundo, es también la gran bebida africana, por ejemplo; pero los musulmanes vetan, además del vino, todo el resto de bebidas con alcohol fruto de la fermentación. Ya en el paraíso puede pasar como los vikingos, beber vino eternamente acompañado de las huríes. Pero el resultado es que la cuna del vino está sin vino.

Sin embargo, se les ocurrió inventar otra cosa. El proceso de destilación, y esto no es un producto natural, simplemente el avance de la ciencia. Aunque ya se habla de alquimistas (alquimia es una palabra árabe) en el mundo griego o en el Egipto romano, es a partir del siglo VIII cuando los musulmanes, que por cierto entraron en el 711 en la Península Ibérica, se dedican a producir alambiques o alquitaras (palabras árabes también) para destilar.

La técnica está muy desarrollada, y se cita en el siglo IX a un tal Al-Kindi en Irak, cerca de Damasco, se supone, como uno de los grandes expertos en destilación. También en China, en el siglo XII, se han encontrado alambiques. Y es con la dinastía Yuan, siglos XIII-XIV, cuando avanza decididamente el consumo de bebidas destiladas.

Nuestros musulmanes buscan el alcohol puro y lo encuentran. Se necesita, en primer lugar, una bebida que ya contenga alcohol, fruto de la fermentación. El vino es perfecto y lo más natural. El proceso, por contarlo muy sencillamente, es que se calienta la base del alambique donde está el vino, al hervir, las sustancias más volátiles, es decir el alcohol, se separan de lo demás y se hace gaseoso, lo primero. Y luego ese alcohol gaseoso se enfría para que vuelva a ser líquido. Y ahí lo tenemos, con sucesivos procesos se llega a obtener alcohol casi puro.

Es un extraordinario invento. El alcohol cura heridas, es trasmisor de aromas para perfumería y esencias, que se desarrolla muchísimo gracias a su invención. A lo largo de los años y siglos, la destilación tiene extraordinarias aplicaciones industriales; pero también desde el principio surgen las bebidas espirituosas, que no son un producto alimenticio.





Solo o en aromática compañía

El más natural, decíamos, es el vino, que destilado produce un aguardiente que criado en madera de roble dará lugar al cognac, armagnac y otros brandies. En las bodegas Pedro Domecq, en Jerez, tras la leyenda del aguardiente olvidado en una barrica, sacan el brandy Fundador hace ahora 150 años. La familia Torres en Cataluña los trabajan también, y en La Mancha, de donde proceden las uvas Airén con las que se hace el vino que luego se destilará, también hay unos brandies muy reconocidos.

La destilación y las bebidas espirituosas, al margen del vino, tienen un punto en común, y es que partimos de un producto que tenga almidón, como los cereales: cebada, trigo, maíz; las patatas para el vodka; la raíz de agave para el tequila y el mezcal... y todo ello necesita de una enzima para transformar el almidón en azúcar. Por ejemplo, la cebada germinada con agua, produce esa enzima, que a la larga, tras todo el proceso, terminará siendo un whisky. Esa papi-lla, pasta o lo que salga se fermenta para que ese azúcar se transforme en alcohol; y ahí ya se puede destilar. Lo que sale es alcohol, que hay que rebajar con agua y luego puede ir a madera para envejecer y tomar aromas; o simplemente añadirle otros productos, botánicos, les llaman.

También los hay más puros como los aguardientes de orujos españoles, *bagazos* portugueses, *grappas* italianas y otros. O mezclándolos con matalahúva, para hacer anises como los que hay en toda la cuenca mediterránea, incluyendo los raquis turcos, los ouzos griegos y nombres sonoros cercanos, como cazalla.

Llevan acompañando a la humanidad desde siglos, pero no es un producto alimenticio como el vino o la cerveza, ni siquiera gastronómico. Su elevado nivel de alcohol, 40° si no es más, es placentero, pero un fácil exceso puede llevar más fácilmente a las consecuencias de la embriaguez; y es el argumento de peso, para que los puritanos y prohibicionistas metan a todos en el mismo saco, y de paso atacar al vino.

La combinación de un producto fermentado con un destilado, es muy esca-



so, y nosotros tenemos un ejemplo en los vinos generosos. Antiguamente para enviar vino desde la Península a las colonias españolas de América o Asia, el traqueteo del barco y los cambios de temperatura, al cruzar el ecuador, por ejemplo, hacía que los vinos se embarcaran lo más fortificados que fuera posible, en alcohol y en azúcar. Los vinos eran fundamentalmente dulces.

Y hay polémica sobre cuál fue el primer vino que dio la vuelta al mundo en la expedición de Magallanes. Unos dicen que procedía de la zona de Jerez, un vino que era distinto al actual; y otros sostienen que fue un fondillón alicantino. De cualquier manera, los vinos de Jerez actuales están *encabezados* con alcohol vínico para poder resistir sin picarse en las travesías durante la exportación. El más popular, el fino, a 15 grados. Por cierto, el vino en forma natural no suele llegar a 16 grados, porque las levaduras no pueden transformar ese azúcar en alcohol, si hay demasiada.

Los destilados acompañan a la humanidad desde siglos, pero no es un producto alimenticio como el vino o la cerveza, ni siquiera gastronómico.

Alimentación saludable

Han pasado unos seis mil años, desde que apareció la *Vitis Vinífera* (la *Vitis Silvestris* estaba en el planeta antes que el hombre), tenemos vinos y seguimos disfrutándolos. Con el paso de los milenios se ha ido sofisticando, mejorando, nunca en el mundo ha habido mejores vinos y eso incluye a los españoles. Fue en 1948, y buscando el motivo porque en la ma-

yoría de países mediterráneos la longevidad de sus habitantes era muy superior a las de otros países, y en el caso de España aún mucho más, se descubrió lo que se llama dieta mediterránea, la más saludable del mundo a base de frutas, legumbres, verduras, pescado azul, aceite de oliva... y vino, preferentemente tinto.

De alguna manera eso tuvo mucha influencia unos años después. El consumo de vino se ha ido extendiendo a todos los lugares del planeta, pero faltaba todavía un salto. En el país económicamente más poderoso del mundo, Estados Unidos, el consumo per cápita era bastante bajo hasta noviembre de 1991, y a partir de ese momento, casi de golpe se duplicó. El tema tiene su gracia. Fue cuando Morley Saler, el famoso presentador del programa más serio de investigación de la televisión norteamericana, *60 minutos* de la CBS, entonces con 25 años de antigüedad y cien millones de espectadores de promedio, soltó la bomba de la *paradoja francesa*. El programa se man-

IMPERIAL

*El vino icónico de España.
Desde 1920.*



tiene actualmente en la misma cadena, y ha sido noticia hace nada porque el presidente norteamericano Trump se ha querellado contra la cadena.

Pero volvamos al tema, de la *paradoja francesa*. El espacio contó con una apabullante cantidad de datos médicos y estadísticos, así como entrevistas a especialistas en dietética. Se centraba en la comparación entre franceses de Lyon (la capital gastronómica de Francia) que no practican la dieta mediterránea, si no que guisan a base de mantequillas y natas, con los norteamericanos, que naturalmente tampoco practican la beneficiosa dieta. El resultado era *paradójico*, ya que los norteamericanos, con un con-

los ataques al corazón». Según los especialistas, y fundamentalmente el doctor Renaud, la clave está en las plaquetas, esas células del sistema circulatorio que están para que se coagule la sangre y no nos desangremos con cualquier herida. Éstas se fijan en las paredes de las arterias y provocan enfermedades coronarias. El vino hace sobre ellas un efecto de lavado, y digamos que las arrastra.

Otro dato interesante partió de un estudio de la School of Public Health de Harvard en el que observaron a 44.000 norteamericanos de entre 40 y 75 años, y los que consumían moderadamente vino tenían de un 25 a 40 por ciento menos enfermedades coronarias.



sumo un 30 por ciento menor de grasas, más ejercicio y fumando muchísimo menos que los franceses, tenían tres veces más posibilidades que estos de sufrir ataques al corazón.

El Dr. Elisson, de la Universidad de Boston, analizaba que, si la dieta francesa la tomaban los norteamericanos, sus enfermedades de corazón se dispararían, y todos se preguntaban: ¿Qué protege a los franceses? La clave está en el vino que los europeos beben en cada comida. Estados Unidos era uno de los países que menor cantidad de vino bebía del mundo, y es el que mayor cantidad de enfermedades del corazón sufre. La zona donde menos vino se consume en EE.UU., «paradójicamente», se conoce como «el callejón de

Morley Saler se atrevió a decir en su programa que numerosos especialistas norteamericanos le habían comentado que, si de ellos dependiera, sustituirían la leche de los comedores escolares por un pequeño vasito de vino tinto muy aguado. El público que veía la emisión no daba crédito a sus oídos, y la puntilla la dio Renaud asegurando tranquilamente ante las cámaras que «es bien sabido que un consumo moderado de alcohol puede evitar hasta un 50 por ciento de enfermedades cardiovasculares».

A partir de ese día el consumo de vino en Estados Unidos se disparó llegando a duplicarse en muy poco tiempo. Y de ahí hasta ahora. Luego aparecerían las investigaciones sobre el resveratrol, un

pigmento en las pieles de las uvas tintas que previene el cáncer.

Campañas contra el vino

Existe en España, a imitación de otros modelos en otros países, una organización que se llama FIVIN (Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición) que continuamente está sacando informes científicos sobre las ventajas del consumo de vino con moderación, y que se puede consultar por Internet. Pero hay enormes nubarrones y se va a un choque de trenes. Sectores anti consumo de alcohol de todo tipo niegan esos informes, e incluso la Organización Mundial de la Salud (OMS) presenta los suyos en los que indica que el consumo de vino debe de ser cero. Cero patatero. Es verdad que los cardiólogos no están de acuerdo, pero la OMS es tajante. Nada, ni un dedalito, nada. Ni esas gotitas que se echaba a los niños en el agua en mi infancia para mancharla, ni ese pan mojado en vino con azúcar que se les daba a los niños de las zonas vinícolas para merendar. Mejor bollería industrial y una Coca Cola, supongo.

Por cierto, la OMS sostiene que las bebidas azucaradas pueden producir obesidad y diabetes, pero no recomienda su eliminación del mercado. Y volviendo al vino y la actualidad. ¿Alguien sabe qué propondrá el nuevo Papa para sustituir el vino, sangre de Cristo, por otra cosa?

Sorprende tanta radicalidad. Llevamos más de seis mil años envenenándonos y nos enteramos ahora. Bueno habrá estudios y contra estudios; pero lo que más miedo da es que los más militantes, radicales, puritanos anti alcohol, utilicen la aseveración de la OMS, que parece hecha para eso, para ir poquito a poco, atacando en las etiquetas, en la información. Ya hay una ley en España de consumo de vino, por ejemplo, para proteger a los jóvenes. Se amenaza que nos convirtiremos en el país más restrictivo del mundo a la hora de conducir sin un milímetro de alcohol, ni un zurito ni un corto. Aquella dosis que era media caña. Su sueño húmedo es trasplantar la famosa Ley Seca norteamericana a nuestro país. ¿Entrará una nueva Carrie Nación con un hacha en el bareto de la esquina? Dicen que las Thompson han mejorado mucho con el paso del tiempo. ■

+
**A
F**

Aula de Formación de la DOCA Priorat,
donde la tierra es el origen

+
**A
F**

AULA DE FORMACIÓ
DOQ PRIORAT

www.doqpriorat.com

DOQ Priorat, c. Major, 2, 43737 Torroja del Priorat (Tarragona)

Síguenos en las redes sociales: @d.o.q.priorat @doqpriorat

QU · PRIORAT · C.R. DE LA DENOMINACIO D'ORIGEN

PDRcat 2022 Generalitat de Catalunya Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Unió Europea Fons Europeus Agrícoles de Desenvolupament Rural Europa Investeix en les zones rurals

COSTA DAURADA Patrimoni de Turisme Diputació Tarragona

WINEinMODERATION.eu Art de Vivre



Aula de Formación de la DOCA Priorat,
donde la tierra es el origen





**MENSAJE EN
UNA BOTELLA**
MARÍA PILAR MOLESTINA

La nariz recuerda

¿Cómo es que algunas cafeterías huelen a café incluso con las cafeteras y molinillos de café apagados? ¿Por qué muchos productos de limpieza huelen a limón? Los ambientadores con olor a pino son los más populares ¿por qué? Todo esto es resultado de una estrategia de ventas que atrapa y convence a través de la nariz. Muchos lugares tienen un determinado olor distintivo difícil de olvidar. Una panadería huele a masa recién horneada; una cafetería a café, bollos, canela y vainilla; y un coche nuevo huele a un conjunto de materiales que relacionamos con producto nuevo, aunque no nos detengamos a desmenuzar sus notas. Pero estos olores ¿son reales? Hay algunos que evidentemente sí, pero otros tienen un poco de ayuda.

De forma consciente o no, los humanos recordamos un 35 por ciento de lo que olemos, un 5 por ciento de lo que vemos, 2 por ciento de lo que oímos y solo un 1 por ciento de lo que tocamos. Con estas cifras, el olfato es lo que mejor nos ayuda a recordar. Actualmente, hay toda una ciencia de marketing olfativo que ayuda a fidelizar y atraer determinados espacios, situaciones o cosas a través de los aromas e influye en el comportamiento y las emociones del cliente. Lo que empezó siendo una herramienta de ambientación ha evolucionado hasta ser una sofisticada estrategia que se vale de la tecnología y la información de *big data* para ofrecer la mejor experiencia.

Nada nuevo bajo el sol porque ya en tiempos de Cleopatra el mundo de los aromas estaba muy desarrollado. Sabemos hoy el importante papel que tuvo el mundo del perfume en el antiguo Egipto gracias a los numerosos hallaz-



gos arqueológicos en las tumbas de los faraones. Cleopatra, gran conocedora del mundo de las fragancias y sus efectos en las personas, para conquistar a Marco Antonio parece ser que organizó su llegada por el Nilo en una impresionante nave cuyas velas había mandado impregnar de un intenso perfume que anunciara su llegada. ¡Eso es hacer una entrada triunfal gracias al marketing olfativo!

En el siglo XXI ya hay muchas empresas que están aprovechando estos conocimientos para aplicarlos en productos y establecimientos de modo que ayuden a conquistar por la nariz. Las que más están aprovechando estas técnicas son las del sector del lujo donde priman las tiendas de moda, pero también el hotelero, los centros de estética y spas, los centros comerciales, locales de ocio, etcétera. Los clientes de estos lugares recordarán de forma mucho más agrada-

ble su experiencia precisamente por el recuerdo del olor. El marketing olfativo es una técnica de comunicación bastante sofisticada que estimula sensorialmente a través de los olores, esencias y fragancias generando mayor impacto. Se ha llegado al punto que ya se habla de *odotipo* o logotipo olfativo.

En la actualidad, las compras tienden mucho al online y por esto las tiendas físicas cuidan al máximo la experiencia del cliente *in situ*. Para que los clientes alarguen su estancia en un establecimiento, además de una temperatura agradable y música ambiental, para sentirse realmente cómodos el olfato es un gran aliado. El objetivo principal es que un producto genere un estímulo racional y emocional, para llegar a la mente y al corazón de los consumidores potenciales. ¿No sería genial que una tienda de vinos tuviera un ligero aroma a roble y vainilla y recordará sutilmente a una nave de barricas?

Cada empresa tiene sus propias características y diferentes objetivos, pero jugar con el olfato puede ser toda una innovación. Para la inauguración de una tienda de vinos en Perth (Australia) se organizó un túnel de recepción que pasaba por todos los aromas más característicos del vino, del más joven al más viejo. La entrada se hacía entre notas de fruta roja con notas cítricas y se iba pasando por las distintas fases de evolución de un vino hasta terminar entre notas de madera, especias y cuero al final del túnel.

Hay muchos ejemplos de comercios que han explotado el marketing olfativo





con muy buenos resultados. En los parques temáticos de Walt Disney domina el olor de palomitas o galletas, según la zona, porque despiertan el apetito e incentivan las compras. En algunas salas de cine han adoptado esta táctica y rocían las salas con este olor en lugar de los ambientadores más disruptivos y cargantes.

Aunque en los modelos actuales de coches la madera brilla por su ausencia, Rolls Royce pone olor a madera en sus coches para que los clientes tengan la misma sensación que en los modelos antiguos más icónicos. A estas alturas, ya a nadie sorprende que un sofá absolutamente sintético huela a cuero natural que da sensación de mayor calidad. La cadena Westin de hoteles utiliza una fragancia exclusiva en sus vestíbulos y áreas comunes para crear una atmósfera de lujosa tranquilidad y este aroma se ha vuelto parte de la identidad de la marca.

En la colección de libros infantiles de Jerónimo Stilton siempre hay alguna página que huele a chocolate, fresa o aromas *dulces* que complementa la aventura del personaje y es un gran gancho de compra. La mayor vuelta de tuerca en este campo fue hace más de diez años, cuando el grupo de artistas Greatest Hits, junto con un proveedor de marketing de aromas, consiguió captar el olor de los

dispositivos de Apple, más concretamente el del Mac Book Pro para ambientar su exposición. Un *perfume* que evoca el olor y por tanto la sensación de abrir el embalaje de un producto de los de Cupertino con el que se sienten atraídos los frikis tecnológicos.

A nadie se le escapa que la nariz atrapa y conquista. Todo lo que nos rodea tiene un olor, una fragancia y un perfume que nos condiciona en positivo o en negativo. No es raro que para ilustrar una cata muchas veces se utilice una nariz cerca de una copa para describirla gráficamente. Da igual que los olores floten en el ambiente, que se perciba en los elementos que nos rodean o que encontremos aromas concretos en una copa de vino, lo importante es saber que es la puerta de entrada a un mundo de sensaciones que provocan una reacción de compra, de acercamiento, de placer o de rechazo y distanciamiento. Y esta sensación, queda en el recuerdo y condiciona. ■



**Los números
del vino español**

El cambio eterno

SI ECHAMOS LA VISTA ATRÁS, EN EL AÑO 2005 EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL SE ENCONTRABA EN PLENA TRANSFORMACIÓN. PARECE EL ESTADO ETERNO DEL SECTOR. LA ADHESIÓN A LA UE HABÍA MARCADO UNA MODERNIZACIÓN ACELERADA DE BODEGAS Y VIÑEDOS, Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL VINO ESPAÑOL VIVÍA UN AUGE SIN PRECEDENTES.

TEXTO: SALVADOR MANIÓN Y VICENT ESCAMILLA



Dos décadas después, ¿el panorama es muy distinto? Lo que sí es seguro es que, en muchos aspectos, resulta más incierto que entonces. España sigue siendo el país con mayor superficie de viñedo del mundo y uno de los grandes productores globales, pero el descenso del consumo interno, el impacto de nuevas tendencias en los mercados internacionales, la presión sobre los precios de la uva, los efectos del cambio climático y una guerra comercial cuyas consecuencias finales son, en estos momentos, impredecibles, han configurado un escenario complejo.

pañol. Dos décadas de luces y sombras que han modelado un paradigma que hoy se enfrenta a una de sus mayores pruebas de resiliencia.

A lo largo de estos veinte años, el sector ha tenido que adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y exigente. La globalización ha impulsado el auge de nuevos actores en el mercado internacional, mientras que los cambios en los hábitos de consumo han relegado al vino a un papel secundario en muchas mesas, especialmente entre las generaciones más jóvenes, para las que no encontramos la forma de conectar; o sencillamente, pretendemos hacerlo de una forma

Viña menguante

En 2005, España contaba, según los datos que obran en poder de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), con 1.128.035 hectáreas de viñedo, representábamos entonces el 15 por ciento de la superficie mundial de este cultivo milenario. ¿Qué ha ocurrido en veinte años? Atendiendo a la misma fuente, pues que, desde el año 2011, el área implantada con viñedos bajó de la barrera del millón de hectáreas, fruto, entre otros motivos, de los planes de arranque subvencionados por la UE para tratar de regular la producción.

En 2023, último dato disponible de la serie estadística de la OIV, nuestro peso en el total de superficie mundial de viñedo, con 945.061 hectáreas, era de sólo el 13 por ciento del global. Dos puntos porcentuales de diferencia que esconden algo más que una mera pérdida de masa vegetal, sino que evidencian un acelerón en la globalización y un mayor peso de lo que convenimos en llamar el Nuevo Mundo vitivinícola. O, dicho de otra manera: nuestros competidores se han multiplicado.

Como hemos señalado, en esta evolución fue crucial el arranque primado de viñedo. Entre las campañas 2008/09 y 2010/11, el viñedo español sufrió una de las mayores reducciones de superficie de su historia reciente debido al programa de arranque impulsado por la Unión Europea. En ese periodo, desaparecieron cerca de 94.000 hectáreas de viñedo, lo que representó el 8,28 por ciento del total plantado en 2008. Para ponerlo en perspectiva, esta pérdida equivale a haber eliminado de un plumazo todo el viñedo actualmente existente en Castilla y León.

La comunidad más afectada fue, con diferencia, Castilla-La Mancha, que concentró el 73,14 por ciento de las hectáreas arrancadas, con cerca de 68.500 hectáreas menos, lo que supuso una merma del 11,8 por ciento de su superficie vitícola en apenas tres campañas. Navarra también experimentó un fuerte impacto, con una reducción de casi el 15 por ciento de su viñedo respecto a la superficie que tenía en 2008.

Y hay serias amenazas para un Levante español en el que los efectos del cambio climático resultan más evidentes en



En este reportaje vamos a intentar analizar cómo se ha forjado esta evolución y qué factores han llevado al sector a una encrucijada en la que la rentabilidad del viñedo y de muchas bodegas, así como el propio relevo generacional suponen unos desafíos que el vino español va a verse obligado (siempre lo ha hecho) a superar.

Abordaremos la evolución de la superficie vitícola y los cambios en los rendimientos, el comportamiento del consumo en España y fuera de nuestras fronteras, la evolución de las exportaciones y sus desafíos, el impacto de la regulación comunitaria y nacional, y los nuevos riesgos que se ciernen sobre el vino es-

que no es adecuada a su forma de vida. Al mismo tiempo, la creciente concentración de la distribución ha puesto a muchas bodegas en una posición de debilidad negociadora, presionando a la baja los precios y comprometiendo la rentabilidad.

A ello se suman retos estructurales como el envejecimiento del viñedo y del propio sector productor, el encarecimiento de los costes de producción y la incertidumbre regulatoria en ámbitos clave como el etiquetado, la sostenibilidad y las políticas fiscales. En este contexto, comprender las claves que han llevado al vino español a su situación actual es esencial para afrontar el futuro con mayor claridad y determinación.



© PAUL ODONGO

#NuestraLíneaRoja

**Hay fronteras que
nunca deben cruzarse**

Di 'no' a los ataques a civiles y médicos



las paupérrimas cosechas obtenidas y los graves efectos que sobre el viñedo están teniendo los cada vez más prolongados episodios de sequía, que están poniendo en riesgo la misma supervivencia de la planta.

Arranque mal dirigido

Pero, ¿qué tipo de viñedo desapareció bajo esta reestructuración forzada? La respuesta parece clara: no fueron las viñas jóvenes y productivas, sino las más viejas, aquellas que, por su baja rentabilidad, estaban en manos de viticultores de edad avanzada, muchos de los cuales optaron por abandonar la actividad ante la falta de relevo generacional y la presión económica.

Este arranque masivo dejó una huella profunda en la estructura productiva del país, con una notable reducción de



viñedos tradicionales, en muchos casos de variedades autóctonas (que ahora se presentan como uno de los grandes acicates para recuperar el consumo y el mensaje de nuestros vinos) y de conducción en vaso, y una consolidación del viñedo más mecanizable y orientado a la producción en espaldera. Las consecuencias de aquella decisión aún resuenan en el presente y afectan a la disponibilidad de materia prima, la diversidad vitícola y el equilibrio del mercado.

Según los datos oficiales del MAPA (basados en los registros vitícolas de cada comunidad autónoma) desde 2005 y hasta 2024 el potencial vitícola (superficie efectivamente plantada, más autorizaciones) ha bajado un 21 por ciento. En ese mismo periodo, la superficie plantada de viñedo ha perdido 190.817 hectáreas, al pasar de

Los cambios en los hábitos de consumo han relegado al vino a un papel secundario en muchas mesas, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

1.104.512 a 913.695 hectáreas (-17,98 por ciento) a 31 de julio de 2024.

La intervención a la que está sujeto el sector impide la libre plantación del viñedo. Es necesario primero un derecho de plantación sólo otorgable por el Ministerio de Agricultura y que la legislación comunitaria limita la discrecionalidad del estado miembro a un máximo del uno por ciento de su superficie como nuevas hectáreas. Su carácter transmisible generó un importante movimiento de aquellos derechos de zonas desfavorecidas por sus bajos precios, hacia aquellas otras comunidades digamos que más rentables.

Una situación a la que primero se le intentó poner coto mediante la autorización por parte de las dos regiones implicadas, (cedente y receptora) y que más tarde, visto el escaso efecto de la misma, obligó a transformar los derechos en concesiones administrativas a las que se privó de la posibilidad de transmisión independiente de la parcela afectada.

Diversidad en retroceso

A pesar del creciente interés por las variedades minoritarias, autóctonas y recuperadas en los últimos años (tanto por necesidades de mercado, como de adaptación al cambio climático), la estructura varietal del viñedo español sigue marcada por una fuerte concentración. Según los últimos datos del Ministerio de Agricultura, las diez variedades más plantadas representan el 75 por ciento de la superficie total del país. En conjunto, Tempranillo, Airén, Garnacha Tinta, Macabeo, Bobal, Garnacha Tintorera, Monastrell, Verdejo, Pardina y Cabernet Sauvignon suman 687.391 hectáreas, dejando poco margen para la diversificación efectiva.

El liderazgo varietal sigue en manos de Tempranillo y sus sinonimias, con 195.076 hectáreas, el 21 por ciento del total nacional, seguido de cerca por Airén, que aún mantiene 185.614 hectáreas. Sin embargo, la evolución de estas variedades en las últimas dos décadas muestra dinámicas muy diferenciadas. Mientras que Tempranillo ha crecido un 66 por ciento desde la media registrada entre 2000 y 2007, Airén ha perdido el 45 por ciento de su superficie en el mismo periodo.

En el segmento de las blancas, entre las 15 primeras, la variedad con mayor dinamismo ha sido Chardonnay, que ya supera las 12.000 hectáreas en 2024, tras un espectacular crecimiento del 527 por ciento. Le sigue Verdejo, que ha pasado de 5.380 hectáreas en el promedio 2000-2007 a 25.208 en la actualidad, con un alza del 369 por ciento.

En el caso de las tintas, Syrah es la que más ha incrementado su presencia, pasando de apenas 791 hectáreas en ese periodo de referencia a 15.402 en 2024, con un crecimiento del 1.847 por ciento. Otras variedades como Garnacha Tinto-



rera (+468 por ciento), Merlot (+224) y Cabernet Sauvignon (+200) han mostrado también un fuerte avance en el medio plazo, aunque esta última ha comenzado a ceder terreno (-6 por ciento respecto a 2023), al igual que Merlot (-2 por ciento).

Otras variedades han sufrido un claro retroceso. Más allá de Airén, destaca la pérdida de superficie de dos variedades mediterráneas clave como Monastrell (-49 por ciento) y Bobal (-44 por ciento), además del pronunciado descenso de Pardina, que ha visto reducida su presencia en un 60 por ciento, afectando principalmente a Extremadura. Estos datos evidencian una doble realidad: por un lado, una apuesta creciente por variedades más adaptadas a los mercados y las condiciones actuales, y por otro, la continua erosión de ciertas cepas tradicionales, posiblemente no beneficiadas de las *tendencias*.

Producción al alza

Un potencial en retroceso, pero más productivo, gracias, en gran parte, a esos fondos europeos que han llegado en forma de PASVE (ahora ISV), llamados a regular la producción y adaptarla a los mercados. Su *medida estrella*, sin duda, ha sido la reestructuración y reconversión varietal. A través de ella, en el periodo 2001-2023, se han reestructurado 483.255 hectáreas de viñedo, el equivalente, nada menos que al 52 por ciento de la superficie plantada en nuestro país al final del periodo.

Junto a ello, el progresivo avance (en muchas ocasiones por mera supervivencia) del regadío, como factor de productividad asociado al viñedo. En las dos últimas décadas, el viñedo español ha experimentado una transformación profunda en su manejo hídrico, con un peso creciente del regadío sobre el total de la superficie cultivada. Si en 2005 sólo el 25,2 por ciento del viñedo de transformación contaba con riego, en 2024 este porcentaje se ha elevado hasta el 40,8 por ciento, lo que representa un incremento relativo del 30,63 por ciento.

En términos absolutos, mientras la superficie total de viñedo de transformación ha caído cerca de un 20 por ciento, la extensión de viñedo en regadío refleja una clara apuesta del sector por la estabilidad productiva y la optimización de rendimientos. Con datos que resultan concluyentes, al duplicar en estos veinte años, las 166.310 hectáreas existentes en regadío en 2005 a más de 371.000 hectáreas en 2024; mientras que las de secano se reducían a poco más de la mitad, pasando de las 970.000 a las menos de 540.000 actuales.

Esta mayor implantación del regadío responde a la necesidad de garantizar producciones más homogéneas en el tiempo, minimizando el impacto de la variabilidad climática y asegurando una mayor regularidad en la calidad de la uva. A medida que el cambio climático impone condiciones más



*Se abre Camino
al Atlántico*



Martín Códax
ALBARÍÑO

extremas, con episodios de sequía prolongada y olas de calor cada vez más frecuentes, disponer de una dotación hídrica adecuada se ha convertido en un factor clave para la rentabilidad del viñedo.

Además, el riego permite ajustar los rendimientos a las necesidades del mercado, favoreciendo una producción más eficiente y mejorando la competitividad de las explotaciones. Lo que plantea también desafíos en términos de sostenibilidad, eficiencia en el uso del agua y regulación de los recursos hídricos, cuestiones que marcarán el futuro del sector en los próximos años.

El precio de la tierra

El valor de la tierra destinada a este cultivo muestra una diferencia importante entre modalidades tradicionales (mayoritarias y más baratas) y modalidades intensivas. El valor también varía de forma relevante en función de la zona geográfica, asociada a las distintas denominaciones de origen. A nivel nacional, el precio del suelo muestra una tendencia ligeramente alcista en el valor de ambas modalidades de riego, más estable en regadío.

De hecho, el viñedo en regadío registra una tendencia alcista moderada desde 2014, con un breve periodo de estabilización de precios entre 2018 y 2020, tras el cual se registró una nueva tendencia alcista suave. El crecimiento medio en los últimos cinco años es de 1,1 por ciento, hasta alcanzar un valor medio en 2023 de 28.500 €/ha.

Por su parte, el viñedo implantado en secano mantuvo una tendencia alcista desde 2015 con una interrupción en 2020 (periodo COVID) que supuso ligeras caídas, seguida de un rebote puntual en 2021. El crecimiento medio en los últimos cinco años es del 1,9 por ciento y su valor medio en 2023 es de 25.300 €/ha.

Más viña ecológica

También será clave para entender el actual y próximo paradigma vitivinícola español la producción ecológica, con consumidores cada vez más concienciados, mercados más receptivos y productores más preparados para asumir el reto. Las condiciones agroclimáticas propias de la vitivinicultura española suponen un aliciente constante para la



evolución de la superficie de viñedo ecológico en nuestro país.

En una línea al alza progresiva, en 2023, según los últimos datos hechos públicos por el Ministerio de Agricultura, el área total de viñedo ecológico alcanzó el nuevo récord (se bate año tras año) de 166.285,92 hectáreas. Atendiendo sólo al dato de viñedo destinado a la producción de uvas para vino (la inmensa mayoría, con el 99,8 por ciento del total), la superficie en régimen ecológico es de 165.947,96 hectáreas. Supone un incremento del 11 por ciento, respecto al dato de 2022. Son cifras muy positivas que se elevan a estratosféricas si se toma como referencia el 2005, cuando la superficie total de viñedo en sistema ecológico era de 15.991 hectáreas (una subida del 939,9 por ciento).

Más vino

Con estas *armas* (viñedo), España ha mantenido una media productiva de 2005 a 2024 de 41,2 millones de hectolitros de vino y mosto, con picos importantes en ese periodo, como veremos a continuación. Una media superior, incluso, a la del periodo 1995-2004 (36,2 por ciento), a pesar de la pérdida de masa vegetal. Entre 2005 y 2024 las mayores producciones se dieron en 2013 (53,5 millones de hectolitros) y 2018 (50,4), especialmente condicionante la

de esa última vendimia, pues sus efectos (y los de sus stocks) se sumaron a los confinamientos por el Covid en 2020 y los cambios en los hábitos de consumo que acarreó.

Un mantenimiento de la producción sólo posible a base de hacer cada vez más productiva una planta a la que se le exigen producciones para las que la tierra no está preparada y requiere de la utilización de fertilizantes, la mayoría de las veces en forma de potasio que tiene su traslado en la reducción de pH. Dato básico para la elaboración de vinos de largas crianzas.

Una producción, más o menos estabilizada (con la lógica dependencia de los factores agroclimáticos, más acusados en el último lustro), pero que alberga dinámicas internas importantes, no tanto en la hegemonía territorial de Castilla-La Mancha, sino en lo referente a cómo repartimos esa producción.

En el caso del vino, en las dos últimas décadas (campañas 2005/2006 a 2024/25), el destino de la producción vinícola en España ha experimentado un cambio significativo, con una progresiva revalorización de las categorías con indicación geográfica y una reducción drástica del vino sin IGP. En la campaña 2005/06, los vinos sin indicación geográfica (antiguos vinos de mesa) representaban el 58,96 por ciento de la pro-

ducción total, mientras que en 2024/25 su peso se ha reducido al 23,27 por ciento, lo que supone una caída de 35,69 puntos porcentuales. Esta tendencia se explica, en parte, por la creación de la categoría de vinos varietales, inexistente en 2005/06, que actualmente alcanza el 29,94 por ciento del total.

Crecen los blancos

Paralelamente, los vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) han aumentado ligeramente su presencia, pasando del 34,08 al 35,64 por ciento (+1,56 puntos), mientras que los de Indicación Geográfica Protegida (IGP) han experimentado un crecimiento mayor, subiendo del 6,96 al 11,16 por ciento (+4,20 puntos).

El reparto de la producción entre vinos tintos/rosados y blancos también ha mostrado una evolución destacada. En 2005/06, los tintos y rosados representaban el 53,62 por ciento de la producción, frente al 46,38 por ciento de los blancos. Sin embargo, en 2024/25 la situación se

El liderazgo varietal sigue en manos de Tempranillo y sus sinonimias, con el 21% del total nacional, seguido de cerca por Airén, que aún mantiene 185.614 hectáreas.

ha invertido: los blancos han ganado protagonismo hasta alcanzar el 58,24 por ciento del total (+11,86 puntos), mientras que los tintos y rosados han reducido su cuota al 41,76 por ciento (-11,86 puntos). Este cambio refleja tanto una adaptación del viñedo español a la demanda del mercado, con un auge del consumo de blancos y espumosos, como una mayor valorización de variedades blancas en segmentos con mayor valor añadido.

En los últimos veinte años, la producción de mosto ha ganado peso dentro del conjunto de la transformación vitivinícola en España, reflejando un cambio en el destino de la uva. Mientras que en la campaña 2005/06 el mosto representaba sólo el 10,48 por ciento del total, en 2024/25 esta proporción ha ascendido hasta el 15,61 por ciento, lo que supone un incremento del 34,73 por ciento, alcanzando los 5,74 millones de hectolitros (frente a los 4,26 millones de entonces).

Esta evolución responde, en gran parte, a la creciente diversificación de los productos derivados de la uva, a la adaptación del sector a nuevas oportunidades de mercado en la industria del zumo y a una optimización del uso de la materia prima en un contexto de precios ajustados y cambios en el consumo.

Con todo, España sigue en la terna de los tres principales productores de vino del mundo, con una media del 14 por ciento de la producción mundial en el periodo 2005-2024 (contabilizando sólo



vino, sin mostos), frente al 18 por ciento de participación de Italia o el 16 por ciento que ostenta Francia. Si se toma la foto fija de ambos años, España ha pasado de un 13 por ciento del total mundial, a un 14,55, mientras que Italia ha perdido cuota (del 18,3 al 17,75 por ciento), lo mismo que Francia (del 18,86 al 15,98 por ciento), lo que implica que los *nuevos jugadores* están arañando su parte.

Directrices europeas

Especial mención requiere el marco regulatorio, propio del sector con su primera Organización Común de Mercado (OCM) desde 1962 en la entonces Comunidad Económica Europea y cuyos principales objetivos eran la estabilización de los mercados, la garantía de un nivel de vida equitativo para los viticultores y el incremento de la productividad. Y como podremos ver, no siempre se han alcanzado. En 1970 llegó la primera reforma de calado con el Reglamento (CEE) nº 816/1970, que completaba el primer texto con:

1. Régimen de precios e intervención, que incluía medidas referidas al almacenamiento privado y la destilación.
2. Un régimen de comercio con terceros países, con el establecimiento de un Arancel Aduanero Común y una compensación por los impuestos soportados y restituciones a la exportación.

Los vinos blancos han ganado protagonismo hasta alcanzar el 58,24 por ciento del total, mientras que los tintos y rosados han reducido su cuota al 41,76 por ciento.

3. Establecimiento de reglas para la producción y el control de plantación, así como para diversas prácticas y tratamientos enológicos. Adicionalmente, también se incorporaron provisiones específicas para los Vinos de Calidad Producidos en una Región Determinada (VCPRD).

En 1976, en un intento de ajustar el potencial vitícola a las necesidades del mercado, se aprobó el Reglamento (CEE) nº 1162/1976, en el que se estableció la prohibición de plantar nuevos viñedos de manera temporal, que se ha extendido hasta el 31 de diciembre de 2030.

La segunda OCM del sector vino se definió en el Reglamento (CE) nº 1493/1995, el cual introdujo cambios sustanciales como la eliminación del ré-

gimen de precios y la simplificación de las medidas de destilación. Las principales directrices fueron:

- Mantener el equilibrio mejorado entre la oferta y la demanda del mercado comunitario.
- Permitir a los productores aprovechar los mercados en expansión.
- Dar al sector la posibilidad de hacerse más competitivo a largo plazo.
- Eliminar el recurso a la intervención como salida artificial para la producción excedentaria.
- Apoyar al mercado vitivinícola y, por eso mismo, favorecer la continuidad de los abastecimientos en productos de la destilación de vino de los segmentos del sector del alcohol de boca que, tradicionalmente, utilizan dicho alcohol.
- Tener en cuenta la diversidad regional.
- Dar carácter oficial a las posibles funciones de las agrupaciones de productores y de las organizaciones sectoriales.

Segunda OCM del vino

Para la consecución de los objetivos definidos, la segunda OCM del vino se articuló, principalmente, en torno a los siguientes pilares:

- Prohibición temporal de plantación de vides con variedades clasificadas como de uva de vinificación hasta el 31 de julio de 2010.
- Concesión de una prima por abandono, a fijar por los Estados miembro.
- Creación de un régimen de reestructuración y reconversión de viñedos.
- Establecimiento de un régimen de ayudas para el almacenamiento privado.
- Provisión de un nuevo régimen de destilación: se prohíben el sobreprensado de uvas, el prensado de lías de vino y la refermentación de orujos de uva con fines distintos a la destilación.
- Concesión de ayudas a determinados usos, como el mosto de uva concentrado, y el mosto de uva concentrado rectificado producidos en la Unión Europea.
- Detalle de las prácticas y tratamientos autorizados: aumento artificial del grado alcohólico natural, acidificación, desacidificación, edulcoración, etc.
- Indicación expresa de los productos que no pueden proponerse directamente para el consumo humano.



- Establecimiento de normas sobre la designación, denominación y presentación de los productos, así como sobre la protección de determinadas indicaciones, menciones y términos.
- Desarrollo de las normas y requisitos comunes para la elaboración de los Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas (VCPRD).
- Provisión de un sistema de derechos de importación y de restituciones por exportación, respetando siempre los acuerdos alcanzados en las negociaciones de la Ronda de Uruguay (1986-1993).

Política Agraria Común (PAC)

La PAC se reformó sustancialmente en 2003 sin que conllevara modificaciones en la OCM del vino. Posteriormente, en el año 2008 y coincidiendo con el chequeo que se hizo a la aplicación de dicha reforma de la PAC, se aprobó el Reglamento (CE) nº 479/20087, dirigido únicamente al sector vitivinícola, que se encontraba sumido en una situación excedentaria y de bajos precios. Los objetivos del nuevo Reglamento son los siguientes:

- Aumentar la competitividad de los productores vinícolas comunitarios.
- Consolidar la fama de calidad de los vinos comunitarios.
- Recuperar antiguos mercados y conquistar otros nuevos.
- Crear un régimen vitivinícola basado en normas claras, sencillas y eficaces que permita equilibrar la oferta y la demanda y que preserve las mejores tradiciones de la producción vitivinícola comunitaria, potencie el tejido social de numerosas zonas rurales y garantice que la producción respete el medio ambiente.

Las medidas previstas para la consecución de dichos objetivos:

- Control del potencial productivo, a través del establecimiento de un régimen de arranque primado de tres años de duración para 175.000 hectáreas.
- Eliminación de la prohibición transitoria de nuevas plantaciones a partir del 31 de diciembre de 2015, aunque dejando opción a los Estados miembro de mantener dicha prohibición en sus territorios, o en parte de ellos, hasta el 31 de diciembre de 2018.
- Agrupación de los VCPRD bajo el sistema de etiquetado de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y los vinos de mesa con indicación geográfica, bajo el sistema de etiquetado de las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP).
- Se establece un régimen nacional de apoyo presupuestario para que los países productores puedan elegir, dentro de un menú cerrado de medidas, aquellas que mejor se adapten a sus necesidades, desarrollando así sus propios Planes

CARROA

VINO DE GUARDA

CARROA



LAS 50 MARCAS MÁS ADMIRADAS DEL MUNDO

EST. 1927

Protos



DESCÚBRELO

Nacionales de Apoyo (PNA) al sector. Estas medidas se clasifican en tres grupos:

1. Nuevas medidas: régimen de Pago único, promoción en los mercados de terceros países, ayudas a la inversión, cosecha en verde, mutualidades y seguro de cosechas.
 2. Medidas que se mantienen de la segunda OCM: reestructuración y reconversión de viñedos, y destilación de subproductos.
 3. Medidas transitorias (mantenidas hasta el 31 de julio de 2012 para mitigar los efectos del fin de las medidas tradicionales de mercado): destilación de alcohol para usos de boca, destilación de crisis y utilización de mosto de uva concentrado.
- Eliminación de las restituciones a la exportación contenidas en el Reglamento (CE) nº 1493/1999.

Para el sector del vino la predisposición hacia lo saludable abre opciones a generar vinos más jóvenes, con menos cantidad de alcohol y más frescos y ligeros.

- Firma de acuerdos interinos sobre comercio y medidas complementarias entre la UE y otros países europeos. Estos acuerdos establecen exenciones arancelarias y reglas de protección recíproca de las denominaciones de origen.



- Establecimiento de un Arancel Aduanero Común de 32 €/hectolitro para los vinos espumosos y otros vinos y mostos de uva cuya fermentación se ha impedido o cortado añadiéndole alcohol.
- Firma de acuerdos bilaterales entre la UE y distintos socios comerciales para el reconocimiento mutuo de las denominaciones de origen.

El régimen actual

Aunque la OCM de 2008 es la regulación marco actualmente vigente, la reforma de la PAC para el periodo 2014-2020 incluye nuevas normas que afectan a lo dispuesto para el sector vitivinícola europeo en el Reglamento (UE) nº 1308/2013.

Las disposiciones contenidas en este Reglamento afectan principalmente a

tres de los cuatro capítulos de provisiones reglamentarias examinados en el apartado anterior manteniéndose las disposiciones sobre los intercambios comerciales con terceros países:

- Abolición de la prohibición de plantación de nuevos viñedos: en su lugar, se establece un régimen de autorizaciones para plantación de vid, aplicable entre el 1 de enero de 2016 y el 31 de diciembre de 2030, y con una revisión intermedia por parte de la Comisión para evaluar su funcionamiento y, en su caso, formular las propuestas pertinentes.
- Reformar la PAC con base en los potenciales desafíos, objetivos y orientaciones expuestas en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones que lleva por título «La PAC en el horizonte de 2020: Responder a los retos futuros en el ámbito territorial, de los recursos naturales y alimentario».
- Se introducen modificaciones en el catálogo de medidas que los Estados miembro van a poder valorar para la composición de sus planes nacionales:
 - La ayuda prevista en el capítulo «Promoción», referida a las medidas de información y promoción de los vinos de la UE, se extiende a actividades promocionales dentro de los estados miembros.
 - A los objetivos de las medidas para la reestructuración y reconversión de viñedos se incorpora la contribución a la mejora de los sistemas de producción sostenibles y la huella ambiental del sector.
 - Se introduce por primera vez la innovación en el sector vitivinícola.

Las denominaciones de origen

El artículo 93 del Reglamento introduce clarificaciones sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas: en el caso de las denominaciones de origen se acepta que el embotellado pueda realizarse fuera de la zona geográfica que determina la denominación de origen; respecto a las IGP, se define el porcentaje máximo de uvas que pueden tener su origen fuera de la zona geográfica.

fica delimitada y se concreta la procedencia de las mismas.

La normativa española actualmente vigente (la Ley 24/2003 de la Viña y el Vino, derogada en su mayoría por la Ley 6/2015 de DOP e IGP de ámbito territorial supraautonómico) se centra en:

- La caracterización de los distintos tipos de vino.
- Los tipos de elaboración.
- Los mecanismos de control.
- El desarrollo de un modelo de calidad consistente con las normas de la UE.

Medidas de apoyo

Uno de los objetivos clave de los dos últimos reglamentos europeos que contenían disposiciones específicas aplicables al sector vitivinícola, ha sido conciliar las posturas y necesidades propias de los distintos países. A través de un catálogo cerrado de medidas que los países podían elegir y financiar a través de los respectivos sobres nacionales, cada estado miembro ha configurado su propio Plan Nacional de Apoyo al sector.



España fue el único de los tres que se decantó por la medida de pago único, dándole además una importancia notable (casi el 40 por ciento de la previsión de ese año).

Por su parte, y aunque la partida más importante es la referida a reestructuración y reconversión, Francia llevó a cabo una apuesta firme por las inversiones, sobre todo si se compara con Italia y España. Italia fue el único que recogió la vendimia en verde y destinó prácticamente el doble de fondos a promoción en terceros países que España y Francia.

Tendencias del mercado

Las tendencias demográficas actuales vienen marcadas principalmente por una población más envejecida, un crecimiento de las clases media y media-alta y la entrada en consumo de las generaciones Y, caracterizadas por la *Universalidad*, con una fuerte vinculación con las redes sociales y el modo de vida asociado a las mismas.

¡SED DE ROSADO!

Los rosados están viviendo su mejor momento. Perfectos para cualquier ocasión, son frescos, ligeros e increíblemente gastronómicos, de ahí que se hayan vuelto imprescindibles en las cartas de los mejores restaurantes.

NAVARRA, LA REGIÓN DEL ROSADO POR EXCELENCIA

Si hay una región que brilla por sus rosados es Navarra. Los expertos coinciden: los mejores rosados del país nacen aquí, gracias a un terroir único y una tradición vitivinícola que apuesta por la calidad sin concesiones. Su secreto está en la Garnacha Tinta y en su método de elaboración histórico de sangrado.



NAVARRA, LA JOYA ESCONDIDA

Navarra es un tesoro esperando a ser descubierto, no es de extrañar, que esté en el radar de los descubridores de tendencia. Gastrónomos, sumilleres, críticos y amantes del vino, ven en Navarra el potencial de una región vitivinícola por redescubrir. En ella, encuentran auténticos hallazgos vinícolas con una insuperable relación calidad-placer.

RECOMENDACIONES DEL SUMILLER

 <p>ESLAVA ROSÉ 2024</p> <p>Bodega Eslava Zona: Baja Montaña, D.O. Navarra 8€</p>	 <p>AROA LARROSA 2024</p> <p>Bodegas Aroa Zona: Tierra Estella, D.O. Navarra 9,15€</p>	 <p>ARTAZURI ROSADO 2024</p> <p>Bodegas Artazu Zona: Valdizarbe, D.O. Navarra 9,60€</p>	 <p>MARCO REAL PEQUEÑAS PRODUCCIONES ROSÉ BLUSH</p> <p>Bodegas Marco Real Zona: Ribera Alta, D.O. Navarra 8,50€</p>	 <p>ROSÉ GRAN CUVÉE ESPECIAL</p> <p>Pago de Cirsus Zona: Ribera Baja, D.O. Navarra 10,37€</p>
--	--	---	--	---

Con hábitos saludables caracterizados por llevar una alimentación equilibrada, hacer ejercicio, dormir bien, moderar el consumo de alcohol, no auto medicarse o evitar fumar, son algunos de estos hábitos. Para el sector del vino esta predisposición hacia lo saludable abre opciones a generar nuevos productos vinculados a la viticultura sostenible, ecológica o biológica; a los vinos más jóvenes, con poca crianza y menos cantidad de alcohol y más frescos y ligeros; a una mayor preocupación por la calidad, etcétera.

Aunque se ve condicionado por nuevas formas de consumo: aumento del consumo en el hogar como consecuencia del endurecimiento de la Legislación Vial; apuesta por una gran calidad en el producto y su producción (lujo); tendencia hacia la diferenciación y nuevas formas de ocio como los viajes de enoturismo, que se han consolidado como que ofrece experiencias inolvidables que conectan a los visitantes con el territorio y el origen.

Las bodegas lo consideran un pilar clave en su modelo de negocio, afianzándose como una herramienta estratégica para generar más ingresos, construir y fortalecer la marca y fidelizar a los consumidores. Integrándolo en sus estrategias globales de marketing y ventas.

Este cambio de concepto de vino como alimento por vino como experiencia, ha generado un notable descenso en el consumo, actualmente en torno a los veintiún litros per cápita. Se pueden establecer las siguientes pautas de consumo:

- Las dos bebidas con mayor porcentaje de consumo semanal la cerveza y el vino tinto.
- Los consumidores ocasionales van imponiéndose a los frecuentes (consumen al menos una vez a la semana), representando una relación de uno de cada tres.
- Los momentos de consumo con mayor relevancia son una comida o cena fuera de casa, de tapas en un bar y pasando el rato con amigos o familiares en casa.
- El hogar se mantiene como el principal lugar de consumo; desciende el consumo en bares/restaurantes y ad-

quiere un notable peso el llamado tercer canal (compras directas en bodegas, internet, clubes de vinos).

- El vino se consume preferentemente en compañía.
- Los vinos con mayor porcentaje de consumo siguen siendo el tinto y, en menor medida, el blanco y espumoso.
- Desciende el consumo en momentos de fiesta a favor del consumo dentro de una situación más cotidiana, en nuestra rutina habitual. Son los principales motivos de consumo el disfrutar de un buen producto y el relajarse y olvidarse de los problemas del día a día.

nes de hectolitros de consumo aparente. Luego llegó el COVID, sus confinamientos y los efectos que todos conocemos y que, en términos de vino supuso alcanzar el mínimo histórico de consumo reciente, en el interanual a febrero de 2021, con un acumulado de 8,8 millones de hectolitros. Para pasar a instalarse, desde noviembre de 2022 en un *suelo de consumo* de 9,6-9,7 millones de hectolitros.

Para cerrar este somero repaso a estas dos décadas de vino en España, cabe destacar que el dato del acumulado interanual a enero de 2025, calculado a través de las diferencias entre las en-



Un dato optimista

Y todo esto, trasladado a cifras relativas al consumo se traduce en que, mientras que en 2005, según datos OIV, España asumía un consumo interno total de 14,29 millones de hectolitros de vino, en la actualidad se mueve en un entorno algo menos de 10 millones de hectolitros. Dejándonos por el camino más de un 30 por ciento de un consumo esencial para el mantenimiento del sector y crucial para trazar sus estrategias de valorización interna.

En los últimos años, el máximo reciente de consumo interno en nuestro país se alcanzó justo antes de la pandemia, en febrero de 2020, con 11,1 millo-

tradas y salidas de vino declaradas al Infovi, parece confirmar una evolución positiva ya consignada en meses anteriores. Es un elemento de optimismo al cual agarrarnos. De hecho, el consumo aparente queda en 9,88 millones de hectolitros y experimenta una recuperación del dos por ciento respecto a los 9,69 millones de hectolitros del dato de enero de 2024.

Por tanto, el ejercicio 2025 comienza con la misma tónica con la que cerró 2024. Recordemos que el dato interanual de diciembre fue de 9,87 millones de hectolitros y que supuso entonces el dato de consumo interno más elevado desde el interanual de octubre de 2022. ■



PRIMERO
30 AÑOS DE VINO Y ARTE

Fariña



ABADAL

www.abadal.net

WINE-MODERATION
ELIGE - COMPARTE - GUIDA
EL VINO DEBIE DE CONSUMIRSE CON MODERACIÓN



ALVEAR



BODEGAS ALVEAR - MONTILLA

WWW.ALVEAR.ES



Rías Baixas
DENOMINACION DE ORIGEN



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

VEINTE AÑOS DESPUÉS

HAN PASADO 20 AÑOS DESDE QUE APARECIÓ POR PRIMERA VEZ LA REVISTA PLANETAVINO DIRIGIDA POR ANDRÉS PROENSA, QUIEN DESDE EL PRINCIPIO, ME ENCOMENDÓ ESCRIBIR ACERCA DE LA DIVULGACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TÉCNICOS EN VITICULTURA Y ENOLOGÍA. DESDE ENTONCES HE INTENTADO TRANSMITIRLOS A SUS LECTORES, SIEMPRE DE UNA MANERA SENCILLA PARA QUE PUEDA SER COMPRENDIDA POR TODOS. EN ESTE NÚMERO, ANDRÉS ME PIDE QUE ECHE LA VISTA ATRÁS Y RELATE LO SUCEDIDO EN ESTAS DOS DÉCADAS ACERCA DE LOS CAMBIOS EN ESTAS MATERIAS. Y, SOBRE TODO, QUE TAMBIÉN MIRE HACIA DELANTE Y TRATE DE VATICINAR CUAL PODRÍA SER SU DEVENIR.

En viticultura el principal cambio ha sido, sin duda alguna, la consideración del viñedo en la calidad y personalidad de los vinos. Queda ya muy atrás el tiempo donde existía un divorcio entre el cultivo del viñedo y la elaboración de los vinos. El enólogo recibía la uva sin mayor consideración, y basaba únicamente la calidad del vino en pura y dura tecnología, sin valorar que la verdadera calidad y carácter de los vinos se encuentra en el viñedo y su medio de cultivo. En la actualidad es el enólogo quien debe elaborar los vinos, pero sabiendo interpretar la vendimia que recibe y no solo involucrándose en la última etapa de maduración de la uva, sino también en el cultivo y todo lo que tenga que ver con el mismo.

Sin embargo, en los últimos años los términos antes planteados se están invirtiendo. En algunos casos es el viticultor que cultiva la viña, muchas veces de forma directa y personal, quien luego elabora los vinos intentando expresar en ellos el viñedo y su entorno. Aparece entonces el concepto de *viñador* o viticultor que elabora sus propios vinos, a veces con no muchos conocimientos enológicos pero con una innegable sinceridad y voluntad de que el vino lleve la impronta de su medio de cultivo. Ge-

neralmente, esta figura corresponde a pequeños viticultores, con producciones escasas, mientras que los anteriores corresponden a bodegas más grandes y tradicionales, con viñedos en propiedad o de otros viticultores aunque controlados por las mismas.

Sin duda alguna, en un futuro próximo estas dos formas de entender el vino seguirán cohabitando, pero con algunos matices. Las bodegas de mayor tamaño se acercarán todavía más al concepto viñedo, e incluso adoptando parcialmente el modelo *viñador* para parcelas muy elegidas y de pequeñas dimensiones, con producciones muy restringidas y de alto valor. Mientras que el modelo *viñador* puro seguirá en auge. Muchos de estos desaparecerán por la inviabilidad económica de un proyecto vitivinícola de pequeño tamaño, pero otros irán surgiendo con el mismo planteamiento.

En este caso, cabe distinguir dos tipos de *viñadores*, aquellos que realmente intentan desarrollar un modelo de vida a través del cultivo del viñedo y elaboración de su vino, que es digno de encomio por el titánico esfuerzo que esto requiere. Y un segundo tipo, los que buscan este mismo concepto, pero partiendo de una actividad económica principal y ajena al vino; en ese caso, el desarrollo de

un pequeño proyecto vitivinícola les resulta divertido y atractivo, pero que no les supone un gran esfuerzo económico en su desarrollo. En los Estados Unidos a este tipo de personas o de proyecto lo denominan como *gentleman farmers*, que no solo centran su atención en el vino, sino también en otras actividades de producción agraria, pero muy selecta.

VITICULTURA DE PRECISIÓN

Siguiendo con el ámbito vitícola, en las últimas dos décadas surge un interesante desarrollo tecnológico para el control del viñedo, denominado *viticultura de precisión*. Esta es una nueva herramienta para el control y diagnóstico de todo lo relacionado con el fruto y la vegetación del viñedo, buscando una mejora de la productividad y de su calidad, acompañado de un notable ahorro de costes y con un mayor respeto por el medio ambiente. Se basa en la obtención de una gran cantidad de información fiable y procedente de la aplicación de la tecnología más moderna: informática, satélites, tratamiento de imágenes, sensores, actuadores, etcétera.

Con toda esta información puesta a disposición del viticultor más o menos tecnificado, se pretende que, de una manera muy sencilla y visual, pueda cono-



20

cer el estado de su viñedo y pueda actuar en consecuencia para conseguir una óptima cosecha de uva en cuanto a cantidad y calidad. Con esta tecnología, se puede evaluar una gran cantidad de parámetros, como por ejemplo, necesidades hídricas, estado nutricional y carencias, desarrollo de enfermedades, nivel de fotosíntesis o actividad vegetativa, superficie foliar, estimación de producción, etcétera.

Como cabe suponer, los avances en esta nueva tecnología en un futuro pueden ser casi infinitos, sobre todo con el desarrollo de la inteligencia artificial, tan en boga estos días, así como también con la aparición de nuevos sensores que podrían ser aplicados al viñedo para su monitorización en tiempo real y de una manera más fiable.

VIÑAS ECOLÓGICAS

Cambiando radicalmente de asunto y también dentro de la viticultura, hace unos años apareció con mucha fuerza el cultivo del viñedo y elaboración de sus vinos bajo el paraguas del concepto agricultura ecológica. Aplicado al viñedo, se define como viticultura ecológica (*eco*), biológica (*bio*), orgánica, biodinámica o biológico-dinámica. Consiste en un sistema agrario cuyo objetivo fundamental es la obtención de alimentos de máxima calidad respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad de la tierra mediante la utilización óptima de los recursos y sin el empleo de productos síntesis.

En los últimos tiempos, este sistema de producción ha despertado un enorme interés. Se presenta como respuesta a los grandes problemas aparecidos por el uso y el abuso indiscriminado de determinados productos fitosanitarios de síntesis, destinados a la producción, elaboración y conservación de los alimentos. Productos que, además de llegar a provocar una degradación del medio ambiente, pueden suponer una reducción de la calidad y tipicidad de los alimentos producidos e incluso llegar a presentar una toxicidad en su consumo.

El desarrollo de esta modalidad de cultivo es imparable. Ha pasado en nuestro país de tan solo unas 10.000 hectáreas de viñedo ecológico en el año 2010, a más de 170.000 hectáreas en el año 2024. Supone ya cerca de un 20 por



ciento del viñedo español, que es además el primer país en el mundo que adopta esta forma de cultivo, seguida a distancia por Francia e Italia.

El incremento de la superficie de viñedo ecológico en los próximos años será muy importante, pues, aparte de las consideraciones antes expuestas en su definición, la normativa europea en la utilización de productos fitosanitarios es y va a ser cada vez más restrictiva y sostenible. En un futuro no muy lejano se vislumbra una producción ecológica para la totalidad del viñedo europeo.

BIODINÁMICOS

Dentro de esta corriente, cabe diferenciar el término de viñedo o vino ecológico de los denominados *biodinámicos* que, perteneciendo legalmente a los primeros, se diferencian por ir más allá de la agricultura ecológica. En este tipo de vinos no sólo interviene el concepto de absoluto respeto hacia el medio ambiente, sino también la intervención de fuerzas cósmicas no tenidas en cuenta por la tecnología actual, así como la utilización de *preparados biodinámicos*. A su amparo se desarrolla una nueva forma de vivir, practicando la viticultura en perfecta unión con la naturaleza.

La viticultura biodinámica tiene su origen en la filosofía de pensadores centroeuropeos, entre los que destaca Rudolf Steiner, como iniciador en el pasado siglo de una nueva forma de practicar la agricultura, y en estos últimos años, el viticultor francés Nicolas Joly, autor de la obra *El vino del cielo a la tierra*.

La agricultura biodinámica como tal no está sujeta a una normativa específica. Sin embargo, está regulada por la



Queda ya muy atrás el tiempo donde existía un divorcio entre el cultivo del viñedo y la elaboración de los vinos. El enólogo recibía la uva sin mayor consideración, y basaba únicamente la calidad del vino en pura y dura tecnología.

marca privada *Demeter*, registrada mundialmente para la agricultura biodinámica, que puede ser concedida a los productos después de tres años de practicar este tipo de agricultura.

Cuestión aparte son los denominados *vinos naturales*, obtenidos con el mínimo de intervención posible, tanto en el cultivo del viñedo y la obtención de las uvas como en el proceso de elaboración en bodega y su transformación en vino. Este término se usa principalmente para distinguirlo de los otros vinos biológicos

UVAS DE CASA

En veinte años hemos pasado de un boom de las variedades foráneas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Chardonnay, Sauvignon Blanc y muchas otras más, por el aprecio de las variedades autóctonas, hasta no hace mucho tiempo denostadas. Se llega incluso más lejos, con el rescate de viníferas locales en trance de extinción. La razón de este cambio de paradigma, pasa primero por una tendencia internacional de descenso del gusto hacia las variedades de fa-

CAMBIA EL GUSTO

En otro orden de cosas, en estas dos décadas se vienen produciendo cambios de tendencia a nivel internacional en el consumo de los vinos. Por una parte, destaca el auge de los blancos, rosados y espumosos, en detrimento de los tintos. La explicación a este imparable fenómeno, que sin duda continuará en los próximos años, está en el cambio en la forma de vida de las personas hacia alimentos más ligeros y saludables. Los consumidores de vinos prefieren los blancos a los tintos, más fáciles de beber, frescos, ligeros, aromáticos y de menor graduación alcohólica.

Los productores de tintos intentan revertir esta tendencia, con la elaboración de vinos más ligeros. Eso explica el cambio hacia variedades autóctonas, con una menor carga fenólica y de estructura, una reducida o nula presencia de madera y con aromas de carácter más varietal, así como también con graduaciones alcohólicas más moderadas.

En este sentido, desde no hace muchos años surge la tendencia de los vinos desalcoholizados y las bebidas derivadas de vino con baja graduación alcohólica. Son los conocidos como *vinos Nolo*, que hemos relatado en el número anterior de PlanetAVino, y que resumimos a continuación.

Existe una gran confusión sobre estos productos vínicos de baja graduación alcohólica, que pueden ser clasificados en tres categorías. Una primera de vinos desalcoholizados, en los que se ha eliminado parte o casi la totalidad del alcohol que contienen. Con más de 9% vol. de alcohol pueden seguir denominándose *vino*. Después, hasta 0,5% se pueden llamar *vino desalcoholizado*; y, por fin, por debajo de 0,5%, *vino sin alcohol* 0,0.

La segunda categoría son los *mostos parcialmente fermentados*, donde se interrumpe la fermentación alcohólica para obtener una bebida con un grado alcohólico moderado situado entre



cos o ecológicos, los cuales se elaboran con uvas procedentes de agricultura ecológica, ya que estos pueden elaborarse utilizando determinadas técnicas y aditivos autorizadas. En la actualidad, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación prohíbe la utilización de la expresión *vino natural*, que está pendiente de regulación.

En ese grupo se encuentran los *vinos sin sulfitos añadidos*, en cuya elaboración queda excluida la utilización del dióxido de azufre, aunque pueden contener un pequeño nivel de sulfitos de forma natural procedentes de la fermentación alcohólica por las levaduras.

ma mundial, para apreciarse en la actualidad las variedades locales.

Son viníferas apreciadas por estar especialmente adaptadas a nuestras condiciones climáticas y, sobre todo, por poseer una personalidad inimitable, cuya autenticidad está siendo buscada por los aficionados o consumidores. En estos momentos estamos en pleno auge de esta tendencia, que sin duda ha venido a quedarse en nuestro mundo. El rescate de variedades relictas en trance de extinción, es ahora una tendencia digna de encomio para las personas y entidades implicadas en esta tarea.



1% vol. y tres quintas partes de su grado alcohol potencial, así como una importante cantidad de azúcares residuales naturales procedentes del mosto. Se presentan generalmente con gas carbónico. Si se encuentra entre uno y tres bares de presión se puede llamar frizzante.

La tercera categoría son las *bebidas aromatizadas a base de vino*, *cócteles aromatizados de productos vitivinícolas* y *cócteles de vino*, todos ellos elaborados a partir de un vino, pero con la adición de agua, aromas, gas carbónico y azúcares, con una graduación alcohólica inferior a 7% vol.

SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

En la enología, durante las últimas dos décadas, también se han producido importantes cambios. Podemos destacar la detección e identificación de nuevos defectos o alteraciones en los vinos, así como las soluciones técnicas a estos nuevos problemas. Dentro de ellos, quizás el más importante ha sido el denominado *olor o sabor a corcho*, identificado con los haloanisoles, compuestos que, en cantidades muy pequeñas, son capaces de producir este grave defecto sensorial en los vinos. Ese problema ha obligado

al sector fabricante de los tapones de corcho a buscar soluciones, entre los que destacan los sistemas de detección de estos compuestos en la misma fábrica, evitando o reduciendo el problema para las bodegas.

En esa línea está también el desarrollo de los denominados *tapones técnicos*, fabricados a partir de fragmentos de corcho, pero manipulados para eliminar la

presencia de estas sustancias. Esto también ha llevado a las bodegas a utilizar sistemas de cierre diferentes al corcho, como los tapones sintéticos, metálicos de rosca, etcétera.

Un segundo defecto en los vinos son los gustos fenolados producidos por el desarrollo de levaduras *Brettanomyces / Dekkera*, que pueden aparecer sobre todo en vinos tintos criados en envases de madera, formando los compuestos etil-4-fenol y etil-4-guayacol, con olores poco agradables a establo, sudor de caballo e incluso a farmacia. La mejor solución a este problema son las medidas preventivas, evitando que esta levadura se desarrolle en los vinos, pero también existen formas de reducir o eliminar estos compuestos cuando aparecen en los vinos.

CONTAMINACIONES BIOLÓGICAS

Varios defectos más han aparecido en este tiempo, como son las aminas biógenas, entre las que se encuentra la histamina, que pueden aparecer en los vinos tintos que realizaron la fermentación maloláctica. O también las micotoxinas como la ocratoxina A, que puede aparecer en vinos procedentes de vendimias maduras en condiciones de humedad. O en vinos blancos y rosados el denominado *sabor a luz*, cuando las botellas de vino se exponen a determina-

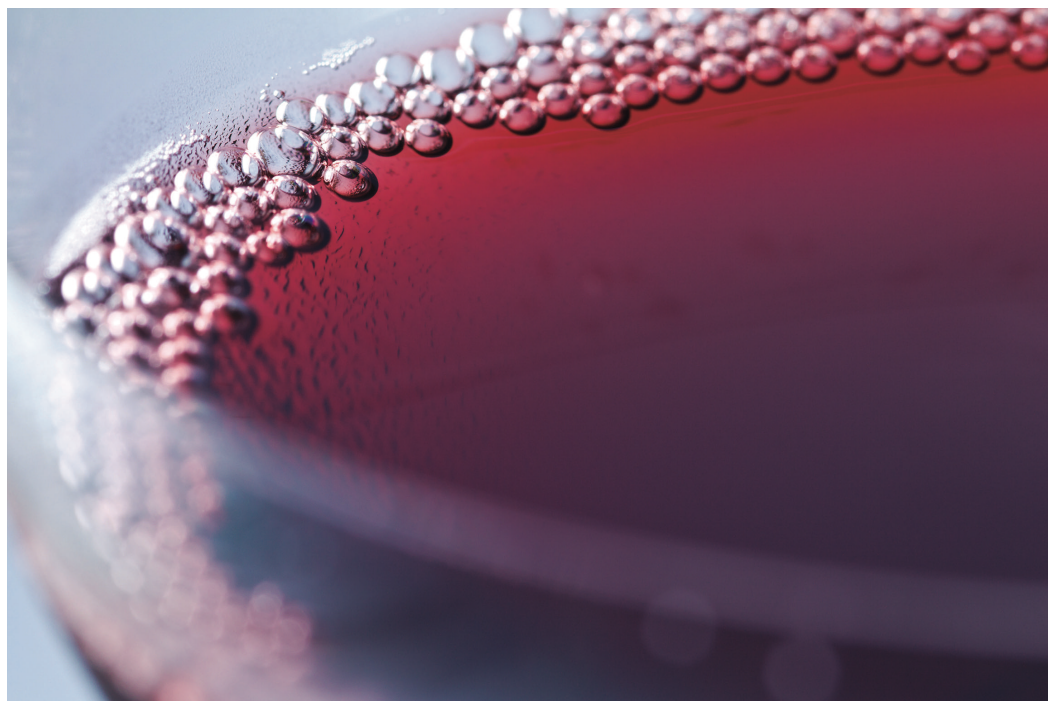


En la actualidad es el enólogo quien debe elaborar los vinos, pero sabiendo interpretar la vendimia que recibe y no solo involucrándose en la última etapa de maduración de la uva, sino también en el cultivo y todo lo que tenga que ver con el mismo.

das luminarias, como por ejemplo los fluorescentes, produciéndose un olor defectuoso a coliflor cocida o lana mojada. O algunos defectos de aroma y/o color que pueden aparecer en los vinos blancos producidos por el estrés térmico e hídrico de las vendimias blancas durante su maduración, que se denominan respectivamente como *envejecimiento atípico*, con olores de reducción, y el *pin-k*, donde los vinos blancos toman un color rosado característico. Todos estos defectos, los pusimos de manifiesto hace más de diez años en las páginas de esta revista bajo el título *Nuevos defectos en los vinos*.

TÉCNICAS NOVEDOSAS

Otras innovaciones han sido de carácter técnico, desarrolladas por la ciencia enológica, y progresivamente autorizadas por la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV), así como también por la Unión Europea. Destacan sobre todo las técnicas de estabilización tartárica de los vinos con la utilización de productos como la goma de celulosa (carboximetilcelulosa) y/o el poliaspartato potásico. Así como tam-



bién la utilización de equipos de resinas de intercambio catiónico o de electrodiálisis, que además sirven para corregir la acidez de los mostos y vinos.

Correcciones de acidez que también se pueden realizar con nuevos ácidos orgánicos autorizados, como son el ácido láctico y más recientemente el ácido fumárico.

En el campo de la filtración o limpieza de los vinos, en estos años ha surgido un nuevo tipo de filtros, denominados *tangenciales* por su forma de trabajar. Su virtud está en la sustitución de otros filtros tradicionales, como son los de placas o los de tierras fósiles, estos últimos cada vez más denostados por los residuos que vierten al medio ambiente.

La estabilización microbiana también ha tenido un desarrollo en este tiempo, con la autorización de quitosano para el control de microorganismos, especialmente autorizado para impedir el desarrollo de las levaduras *Brettanomyces* / *Dekkera* antes citadas. O incluso para la eliminación de microorganismos en el embotellado de los vinos dulces, mediante un compuesto denominado Velcorin (dicarbonato de dimetilo). ■





DE VINOS POR ...
MARA SÁNCHEZ

Tabernas centenarias de Madrid

Con el reconocimiento que conlleva el paso del tiempo, para este nuestro especial cumpleaños proponemos un recorrido por algunas de las tabernas centenarias del centro de Madrid en las que el amplio anecdótico que conservan contribuye a parte de su atractivo. Lugares importantes en la vida de esta ciudad y algunos de ellos testigos de excepción de momentos históricos para el devenir del país.

El centro de Madrid conserva bares, bodegas y restaurantes con el clasicismo por bandera, donde en un tiempo lo de tomar vinos era casi santo y seña si bien a día de hoy en lo que toca a la cuestión vinícola son varios los que merecen un «necesita mejorar». En cualquier caso, son direcciones con peso suficiente para hacer parada, deleitarse en su interior y en las que siempre será factible tomar una copa de vino.

De visita recomendable por la larga historia que encierran y han visto sus paredes, también es verdad que muchas de las tabernas centenarias que siguen abiertas en Madrid se han rendido al turista en su más extensa acepción, con lo que el cliente local que las visita no siempre resulta satisfecho.

Por supuesto que generalizar sería injusto porque varios de esos establecimientos perduran en buena forma en lo que a comer y beber respecta. La experiencia, además, se produce en unos entornos cuyas paredes han sido testigos de excepción de capítulos históricos de esta ciudad y también del país. Y quizá por su edad, lo que tal vez exige mirarlos con otros ojos por ser más justos, aunque no es común su adaptación a los nuevos tiempos y públicos.

Las tabernas centenarias madrileñas definieron una manera de vivir. Fueron lugar de referencia para personajes ilustres, espacios en los que tendrían lugar reuniones determinantes para la vida social y política del país, y cuentan que el color rojo de la fachada que todavía

conservan servía para que el cliente no instruido (habitual cuando no todo el mundo sabía leer) entendiera que en aquel lugar se vendía vino, lo que se comunicaba con el color propio del tinto. Mucho ha llovido, aunque en la cosa vinícola no todos se han esforzado, porque es cierto además que en estos establecimientos el castizo vermouth disfruta de predicamento.

Con todo, son varias las direcciones con solera que merecen parada en la capital, algunas ahora ya en manos distintas a las de sus fundadores dados los años transcurridos. La mayoría participan en el Círculo de Restaurantes Centenarios, una asociación que reúne a esos locales con más de un siglo de vida repartidos por muchos rincones del país,



TABERNA ANTONIO SÁNCHEZ

memoria viva y en el que no sólo hay tabernas sino también restaurantes, cafés, antiguos ultramarinos, pastelerías...

Es en este punto que merece mención especial **Botín** (Cuchilleros, 17), nunca taberna pero protagonista inseparable de esta ciudad por los trescientos años que cumple en 2025, que le encaraman a lo alto del podio como el restaurante más antiguo del mundo. Por una razón distinta nombremos también al restaurante **La Bola** (La Bola, 5), fundada en 1868, sólo comedor (nacía como casa de comidas) pero reconocido y visitado a diario por un cocido que los ha convertido en referencia. De su perfil todavía se conservan bastantes, por fortuna, reseñables pero no tantos con una barra que complemente los salones aunque alguno saldrá en este recorrido.

De momento comenzamos por una de las tabernas con más peso histórico, **Casa Labra** (Tetuán, 12), abierta en 1860, donde el 1 de mayo de 1879 se fundó el Partido Socialista Obrero Español y a día de hoy sólo con oferta de barra, terraza incluida y de las que más



visitantes recibe a diario dada su localización a pocos pasos de la Puerta del Sol. Lugar afamado por el bacalao rebozado, pero no tanto para tomar un vino en condiciones como sí en los que lo acompañan en este recorrido, y en algunos de manera destacada por oferta y servicio.

No por eso podemos dejar de referir otros con encanto aunque menos vino. Es el caso de **La Venencia** (Echegaray, 7), donde sólo ofertan vinos de botas que rellenan con distintos tipos de generosos y sirven directamente de dichos recipientes. Un lugar emblemático, que no ha cambiado un ápice desde su apertura en 1920, por lo que no hay duda que pertenece a otro siglo. Chatos de bota, unas pocas tapas frías para acompañar, la cuenta con tiza en su barra de madera y unos propietarios que no sonríen ni al más simpático. Y más: no admiten propinas ni fotos. Pues, con todo, un lugar de éxito donde en ocasiones es muy dificultoso hacerse un sitio.

Importante por los vinos que maneja es **Bodegas Rosell** (General Lacy, 14), éste no está en la almendra central capitalina pero bastante cerca de la Estación de Atocha y un auténtico referente que llena a diario de visita obligada para aficionados al vino. Fundada en 1920, desde entonces mantiene el alma de aquellos bares de antaño, empezando por el decorado. Propiedad de la familia que le da nombre, en aquellos inicios abría en lo que fuera un despacho de vinos a granel para convertirse en taberna con una fachada de coloridos azulejos de Talavera en la que se publicita el vino de Valdepeñas, dicen que seña de identidad



BODEGAS ROSELL

de las bodegas de finales del siglo XIX. La suya es obra de comienzos del siglo XX, del pintor sevillano Alfonso Romero Mesa, representante destacado de la edad de oro de este arte urbano en Madrid, artífice también de los retablos de la plaza de toros de Las Ventas y la fachada del Villa Rosa, entre otros.

De puertas para adentro, son pocas las tabernas de este estilo que reúnen más de doscientas referencias de vinos procedentes de diversidad de rincones del país, entre las que hay etiquetas para distintos gustos y perfiles. Añade una buena selección por copas que mueven mensualmente. Al frente, Manolo Rosell, un reconocido profesional, quien dispensa el mejor servicio, cristería incluida. Para acompañar, cocina casera tradicional, con variedad de raciones.



EL ANCIANO REY DE LOS VINOS

Para continuar por los alrededores del centro, antes de meternos allí mismo, **Taberna Antonio Sánchez** (Mesón de Paredes, 13) presume de ser la más antigua de Madrid y, como ellos mismos dicen, cruzar la puerta es como acceder «a una auténtica cápsula del tiempo» por la que también han pasado ilustres de distintas generaciones. Lugar castizo, de cocina tradicional y una dignísima carta de vinos, que sorprende por la variedad y diversidad de procedencias, y en la que tienen selección por copas y por botellas. Es más, se animan con la organización de catas.

También hay que acordarse de **El Anciano Rey de los Vinos** (Bailén, 19), frente al Palacio Real y la Catedral de la Almudena, otra institución en el vivir



EL ANCIANO REY DE LOS VINOS

tabernario de la ciudad. Fundado en 1909 habita un edificio construido a finales del siglo XIX, donde antes hubo un establecimiento en el que se servía café de puchero, aguardiente y té como en otras botillerías y tabernas de la época. Su fundador, Luis Montón regentó tres tabernas más, donde introdujo sus propios vinos, en las calles de La Paz, Fuen-carral y Leganitos. Cerrada durante la Guerra Civil, llegado el año 40 reabrió y decoró el interior con los azulejos que todavía hoy conserva. Dos años después Morón pasó la gestión a su sobrino Abilio Manzanal Ortega, aunque de las cuatro tabernas sólo conservaron la de Bailén y la de La Paz, pero ésta pasó a tener otro nombre. En 1948 El Anciano cambió de manos y pasó a la actual familia propietaria. Lo que poco ha cambiado es el espíritu del lugar, más allá de los necesarios retoques decorativos y de mobiliario. Con una extensa oferta culinaria plagada de clásicos madrileños y del recetario popular general, es otro lugar donde los vinos (por copas o por botellas)

no son demasiados pero hay etiquetas de diversas zonas, con predominio de Ribera del Duero y Rioja.

Malacatín (La Ruda, 5) es otro acierto para salir de vinos en el popular barrio de Cascorro. Ahora regentado por la cuarta generación, todo empezó con Julián Díaz, un joven conquense que llegó a Madrid a finales del siglo XIX para labrarse un futuro. Así comenzó como mozo de almacén en una tienda de La Ruda y a la muerte del dueño éste le dejó en herencia el negocio, convertido en 1890 en la venta Vinos Díaz. El nombre cambió a causa de un mendigo que rondaba la zona. Buscaba algo de limosna o una copita de vino cantando con su guitarra, con la que tocaba una melodía en la que decía «Tin, tin, tin, Malacatín tin, tin, tin». Así empezó a ganarse los favores y simpatía de Julián y su familia, todos implicados en el negocio, y gracias a él comenzaron a conocer su taberna co-



MALACATÍN

mo «Julián el de Malacatín». En los años cincuenta una de sus hijas registraría oficialmente el nombre del negocio familiar como Malacatín. Cocina casera, tradicional, ya sea en forma de tapeo o a la mesa, y para acompañar una surtida carta de vinos para gustos variados.

En el barrio de Lavapiés la iniciativa vecinal consiguió que **Bodegas Alfaro** (Ave María, 10) no echara el cierre. Fue la familia Alfaro quien la puso en pie a principios del siglo XX y actualmente la regenta Ángel Rodríguez, uno de sus asiduos clientes, que la conserva como una institución del tapeo que era. Además de lugar de encuentro para disfrutar del flamenco –como bien anuncian pizarras y carteles– con una copa de Je-



LA ARDOSA

rez acompañada de salazones, conservas, unas chacinas o cualquier otro de sus sencillos platos. Cuentan que es una de las tabernas más antiguas de Madrid, que nacía como despacho de vinos con azulejos blancos y grandes tinajas para el vino a granel. Reformado a finales de los noventa, es de entonces que data la piedra vista de las paredes, que desnudaron.

Acercándonos a lo que se considera el centro, esto depende de quién lo considere, podemos referir otras direcciones con larga tradición aunque los vinos no sean su fuerte ni reclamo principal. Pero es verdad que **La Dolores** (plaza de Jesús, 4) es un referente para el aperitivo madrileño, si bien sus acólitos valoran más cómo tiran la cerveza que la oferta vinícola.

Caso similar al de **La Ardosa** (Colón, 13), con su icónica puerta roja y vidrieras doradas. Centenaria, castiza, lugar por el que pasa en algún momento quien acude a la capital si bien con sus muchos fieles parroquianos ya le sobraría; y es que son muchos los ratos en los que se hace imposible entrar. Buen picoteo, el mejor ambiente –si bien bullicioso en ocasiones por el gentío–, y algún que otro vino para quien no gusta de cerveza, en esta casa líquido dominante junto al vermouth.

Y luego hay que pasar por **Lhardy** (Carrera de San Jerónimo, 8), otro cargado de historia dada su larga vida: se fun-



LA DOLORES

dó en 1839. Actualmente es propiedad de Pescaderías Coruñesas, que acudió al rescate evitando el cierre. Conserva todo aquello que la define tanto en contenido como en continente. Es decir que se puede seguir disfrutando de sus clásicos culinarios y hacer una parada en la tienda degustación que tiene a la entrada para tomar al menos un espumoso o el clásico Jerez de Lhardy.

Esta casa fue fundada como una pastelería por el suizo Emilio Lhardy –apelidado realmente Huguenin–. En su trastienda se preparaban los productos típicos de su lugar de origen, como los bollos suizos, los croissants y los canapés, una novedad en la repostería madrileña de la época. A los pocos meses, las buenas expectativas llevaron a Lhardy a ampliar el negocio e instaló una charcutería y un lujoso restaurante. Desde entonces, se convirtió en lugar de encuentro y reunión de aristócratas, políticos e intelectuales y se fue haciendo costumbre degustar un buen jerez a la hora del aperitivo. También fue creciendo la fama de su gastronomía y los banquetes que se celebraban en sus salones, sobre todo en el conocido salón japonés del primer piso, al que solían acudir con frecuencia personajes de la talla de Isabel II, Alfonso XII, Espartero, Prim, O'Donnell, Serrano y Pérez Galdós, entre otros.

En 1880 el decorador Rafael Guerrero, padre de la reconocida actriz María Guerrero, se encargó de dar una nueva imagen al local, resaltando la elegancia de su fachada con cristalerías y maderas

de caoba traídas de la antigua colonia de Cuba. Todos estos matices han llevado a considerar a Lhardy como el primer restaurante de lujo que se instaló en Madrid («pionero del comer fino», dejó escrito Galdós), rango que conserva en la actualidad, al igual que su decoración decimonónica y su tradición gastronómica.

Casa Manolo (Jovellanos, 7) es el lugar donde más políticos uno puede ver por metro cuadrado. No es grande, es verdad, pero estar en la parte de atrás del Congreso de Diputados tiene mucho que ver. Data de 1896 y es otra de esas típicas tabernas por las que parece no haber pasado el tiempo cuando entras, miras el decorado y te apoyas en su barra de mármol, con una altura de las que no permite acodarse. Pero no queda más remedio que intentar hacerse fuerte porque espacio no sobra, con las mesas al límite de lo que hace las veces de pasillo, por llamarlo de alguna forma.

Todo da igual porque el éxito lo tiene asegurado entre esos congresistas y el público que le proporciona el Teatro de la Zarzuela, en la acera de enfrente. Suma a esto sus vecinos, curiosos y cualquiera de los caminantes que transitan por los alrededores. Tiene actividad desde primera hora de la mañana; empiezan con los cafés pero es en la hora del aperitivo uno de los momentos álgidos y de mayor ambiente, con lugar para un vino si bien las cañas se hacen fuertes. Regentada por el nieto de su fundador, tiene opciones para el tipo de tapeo o almuerzo que uno quiera desde la sencillez. Por recordar algún acontecimiento relevante, desde su interior se vivieron hechos tan históricos como el 23F o el nacimiento de la Constitución.

Ahora sí, empezamos a recorrer el corazón del casco histórico, por ejemplo con un primer alto en **Casa Alberto** (Huertas, 18), fundada en 1827 en pleno barrio de Las Letras, como reza en la placa colocada por el Ayuntamiento de Madrid en el suelo de su entrada. De aquel tiempo es el edificio actual, construido sobre otro anterior, de mediados del siglo XVI y donde vivió Miguel de



Cervantes. Una taberna plagada de recuerdos literarios, taurinos, teatrales... y especializada en la cocina madrileña tradicional con clásicos como los callos, el bacalao, los caracoles o el rabo de toro, para los que pueden ofrecer algún vino por copas en una selección no demasiado original.

De entre el vecindario histórico de la plaza Mayor es **Los Galayos** (Botoneras, 5) una de las direcciones en las que se puede disfrutar en la barra de una bodega con buena selección para acompañar unas tapas, más allá de comer cochinillo asado, reclamo compartido entre los locales que conviven en la plaza y alrededores. Su historia se remonta a 1894 cuando era Casa Rojo y sólo servían tapas y aperitivos. Miguel Grande (esposa e hijos siguen al frente) abanderó el cambio generacional y fue fundamental



LHARDY



LOS GALAYOS



TABERNA ÁNGEL SIERRA

para que el local continuara en el tiempo. Una historia que le llevó a ser cervecería antes que restaurante; ha sido escenario de reuniones destacadas como la última de la Generación del 27 antes de la Guerra de España en el homenaje a Luis Cernuda. Una celebración literaria en la que, entre vinos, Cernuda estaba acompañado de Vicente Aleixandre, Federico García Lorca, Pedro Salinas, Rafael Alberti, Pablo Neruda, Miguel Hernández, José Bergamín, Manuel Altolaguirre, María Teresa León o Concha Méndez, entre otros. Hay documento gráfico para acreditarlo. De vuelta a la actualidad, importantes los frisos de madera del XIX que hay en la barra de la entrada principal, tallada a mano, en un espacio que permanece abierto desde las nueve de la mañana.

El color rojo de la fachada que todavía conservan servía para que el cliente no instruido entendiera que en aquel lugar se vendía vino, lo que se comunicaba con el color propio del tinto.

No muy lejos se localiza **Ricla** (Cuchilleros, 6), abierta por primera vez en 1867 y cuyo nombre responde al pueblo aragonés de origen de sus fundadores. Un pequeñísimo local, pero en el que no faltan las tinajas de vino como declaración de intenciones, para elegir entre algunas botellas o directamente un chato de la tinaja. Cuentan que la cueva en la que guardaban grandes tinajas fue refugio antibombas para los vecinos durante la Guerra de España.

También del barrio es **Casa Paco** (Puerta Cerrada, 11), con una barra ambientadísima cualquier fin de semana y más cuando hay celebración del tipo que sea en el centro de Madrid. Su primera fundación fue en 1870 cuando abrió como taberna de vino (los chatos de antaño), cartas y dominó, pero en 1933 fue refundada por Francisco Morales y convertida en casa de comidas, donde se reunían tratantes de ganado, joyeros, carboneros, toreros, artistas, escritores... Muchos nombres conocidos entre ellos, como Ava Gardner, Ernest Hemingway, Palomo Linares, Paco Rabal o Fernando Fernán Gómez. Afamado por su cocido de los martes, tiene otros tantos clásicos de nuestro recetario más tradicional, con una bodega en sintonía y alguna referencia servida por copas.

Y terminamos en la zona de Chueca visitando, primero, uno de sus clásicos, la **Taberna Ángel Sierra** (Gravina, 11).

No tiene pérdida porque reside en la misma plaza del barrio. Castiza, mítica, forrada de madera por dentro y por fuera y donde no cabe un alfiler sobre todo los fines de semana. También tiene una visita y algún vino puede ofrecer aunque de nuevo aquí tiene más fuerza el resto de competidores líquidos.

A poca distancia se encuentra **La Carmencita** (Libertad, 16) que dice ser la segunda taberna más antigua de Madrid dado que abrió en 1854 como casa de comidas. Ambiente y estilo que conserva en esta su nueva etapa bajo la batuta del grupo hostelero DeLuz. Un espacio recoleto y muy acogedor, distribuido en mesitas en las que comer, picar, beber... Cocina de producto, si se quiere para compartir, y una bodeguita reducida pero con cierta gracia. ■



CASA PACO



LA CARMENCITA



EL PRADAL
CALIDAD EN EL POLÍGONO

Se puede establecer una categoría entre los restaurantes para los establecimientos de polígonos industriales. Singulares locales en los que el comensal se puede codear con monos de trabajo y trajes de ejecutivo y en los que se pueden encontrar ejemplos notables de calidad. El Pradal, cabeza de un grupo con otros dos restaurantes: Groucho, a 10 minutos a pie, y Noi, en el centro de Madrid, entra en esa categoría de restaurantes ilustrados de polígono industrial, aunque en este caso favorecido por un entorno atípico, en el que las empresas son en gran parte tiendas con amplio espacio y productos de nivel, con vecinos como la sede de una cadena de televisión y con viviendas mezcladas, de manera que parece más una zona comercial que un polígono industrial convencional. Quizá por eso la dinámica de los precios de los alquileres también llegó a esta zona y ha impuesto la mudanza del restaurante a un espacio cercano y algo más reducido pero no menos refinado, en el que ha reabierto el pasado 12 de febrero tras poco más de un mes.

El Pradal encaja en ese carácter de búsqueda sofisticación, con decoración cuidada y ambiente grato, con cocina abierta, aunque un telón rojo puede aislar el escenario, con servicio eficiente y bien dirigido por José Antonio Eugencios, el patrón, que puso en marcha el primer El Pradal en 2014.

Cocina versátil, para todos los gustos, sustentada en la calidad del producto y con cuatro ejes principales: la parrilla, la gama de arroces, un reivindicado capítulo de chacinas y los refinados postres en una carta amplia pero no excesiva, llena de sugestivas propuestas.

Acompaña bien la lista de vinos, que puede ser el quinto eje por variedad y calidad. Supera las 150 referencias, nacionales y toques internacionales, bien guardadas en una cava que está a cargo de Frida Tuta, sumiller (¿o sumillera?) discreta y profesional que cambia con frecuencia la oferta, incluye novedades de nivel y de última hora y es fiable en sus recomendaciones. ■ CPM



EL PRADAL
LANZAROTE, 19
SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES
(MADRID). TEL.: 916 639 532
PRECIO APROXIMADO POR PERSONA
(SIN VINO): 60 €



RICARDO TEMIÑO
MENÚ ÚNICO CON SOL Y ESTRELLA

Ricardo y su pareja, Cristina Lázaro, llevan una década atendiendo y dando de comer en el restaurante La Fábrica, un referente en Burgos que concentra a parroquia burgalesa y a muchos de los visitantes que llegan a la ciudad. Antes en una dirección distinta a la que ahora comparte, en la céntrica calle San Juan, con el espacio gastronómico, Ricardo Temiño Restaurante, que estrenaban hace poco más de un año y que ya cuentan con una primera estrella Michelin además de un sol Repsol.

La exitosa carta, menús incluidos, que cada día ofrecen en las mesas de La Fábrica, comparte equipo y fogones con el único menú de 16 pases que viste la oferta de su nuevo espacio gastronómico. Ese menú único responde al nombre de *Camino* y está inspirado en los muchos peregrinos del Camino de Santiago que circulan por su calle a lo largo del año. Es la razón por la que hay productos y elaboraciones en las que se perciben diversas influencias, si bien el recetario castellano más reconocible aparece en la base. Una propuesta en la que Ricardo muestra su creatividad y el dominio de distintas técnicas.

Camino es un viaje de 16 estaciones acompañado de un interesante repertorio vinícola que tiene a Cristina Lázaro al frente. Junto a ella, un equipo de varios sumilleres que conocen muy bien el producto que manejan como demuestran en la presentación de cada vino que sirven. Hay que decir que el menú degustación se puede pedir con maridaje (45 €) o directamente elegir entre los centenares de referencias que tienen en la bodega para acompañar los distintos platos.

Lo cierto es que también esa cava, con más de 450 referencias, es un enorme atractivo para los aficionados a la cosa líquida. Una oferta en la que, por supuesto, están representados todos los territorios vinícolas castellanos pero además hay una diversidad apabullante, forráneos incluidos. Un bodegón por supuesto disponible también para los comensales de La Fábrica, porque esta es una de las ventajas que tiene el compartir ubicación. ■ Mara Sánchez



RICARDO TEMIÑO RESTAURANTE
SAN JUAN, 3. BURGOS
TEL.: 947 040 420
PRECIO APROXIMADO POR
PERSONA (SIN VINO): 90 €



PALABRA DE VINATERO

RAMON FRANCÀS

Corpinnat muestra su «esencia»

La tercera edición de la Cata de Vinos Base Corpinnat reunió a más de 400 personas el pasado 2 de febrero, a las puertas de la quinta edición de la Barcelona Wine Week (BWW). Hacía dos años que no se celebraba esta cita anual en la que se mezclan profesionales y aficionados. El fallecimiento del vicepresidente de Gramona, Xavier Gramona, y del responsable de prensa de Corpinnat, Josep Maria Flores, llevaron a suspender la edición prevista para el año pasado.

Profesionales del sector, sumilleres, importadores, distribuidores, prensa especializada, así como aficionados y amantes del mundo del vino descubrieron «la esencia de Corpinnat», catando los vinos base de la cosecha 2024. En la mesa de cada elaborador se pudieron degustar los vinos base de la vendimia de 2024 en el Penedès, complicada por la prolongada sequía y las impenitentes altas temperaturas. Se ofrecieron tanto las variedades por separado como sus ensamblajes, elaborados íntegramente en cada bodega. Fueron muestras que, con el paso del tiempo, se convertirán en espumosos de larga crianza. Además, también se pudo comparar un espumoso Corpinnat acabado con su correspondiente vino base de la cosecha 2024 e «interpretar su potencial de crianza».

Este año, como novedad, se programaron tres catas dirigidas en tres idiomas (catalán, castellano e inglés) «para profundizar en la grandeza de los vinos base y su importancia en los Corpinnat de larga crianza». Las tres catas dirigidas, con un aforo limitado a 30 personas por sesión, las protagonizaron Arantxa de Cara, de Can Descregut, Jaume Gramona, de Gramona, y Jessica Madigan, de Cisteller. Durante toda la jornada los asistentes pudieron disfrutar también de una cata de copas Riedel Experience, de la mano de Euroselecció.

Ramon Jané, enólogo y copropietario de la bodega Mas Candí de Les Gunyols, de Avinyonet del Penedès, se muestra convencido de que esta iniciativa de Corpinnat supone «un aprendizaje y algo curioso» para los consumidores. No pocos asistentes le comentaron que nunca antes habían degustado un vino base.

Paco de la Rosa Torelló, enólogo y codirector de la bodega Torelló, de Gelida, destaca que un 20 por ciento de los asistentes fueron internacionales, y que las catas dirigidas se llenaron ya una semana antes de la celebración del evento. Para este enólogo también «es destacable que la gente pague por venir a una iniciativa tan interesante como la cata de vinos base», y que es «un aliciente» para los asistentes poder conversar con los propietarios y enólogos. Leo Gramona, miembro de la sexta generación familiar propietaria de Gramona, remarca el nivel del acto, y no tiene dudas de que este es «uno de los acontecimientos más potentes que se celebran alrededor de la Barcelona «Wine Week».

Para Ramon Parera, enólogo y copropietario de Celler Pardas que estrenó un interesante sumoll de larga crianza, la Cata de Vinos Base Corpinnat «es uno de los actos más especiales que se presentan dentro del mundo de los vinos espumosos puesto que se da importancia al



vino». En este sentido añade que siempre se habla de las segundas fermentaciones alcohólicas, pero recuerda que «todo parte de la uva, que se convierte en vino». Cree que es «muy interesante» que los profesionales y los consumidores en general puedan descubrir «el punto de partida» de los espumosos de larga crianza. Por su parte, Marcel Sabaté, enólogo y copropietario de Sabaté i Coca, señala el «éxito» de esta iniciativa celebrada un domingo por la tarde ante tan gran oferta de actos coincidiendo con la BWW.

ENTRE 8 Y 19 AÑOS DE CRIANZA

Por otra parte, el 3 de febrero, ya dentro del recinto ferial de la BWW, Corpinnat propuso una cata de altura con productos de más de cien meses de crianza en botella. 48 personas fueron los afortunados asistentes que cataron nueve espu-



mosos. La cata la dirigieron Ton Mata y Xavier Nadal, presidente y vicepresidente respectivamente de la marca colectiva Corpinnat. Algunos de los espumosos degustados formaban parte de la enoteca privada de las bodegas y fueron especialmente degollados para esta cata exclusiva con vinos efervescentes de entre 8 y 19 años de crianza. Se cató Huguet de Can Feixes Reserva Brut Nature '15 (magnum), Gramona III Lustros '14 (magnum), Júlia Bernet Maria Bernet '14, Gran Torelló Grans Anyades '13, Llopart Original 1887 Enoteca Familiar '10, Sabaté i Coca Reserva Familiar '08 (magnum), Can Descregut Antología Memòria '09, Recaredo Serral del Vell '06 y Nadal RNG10 Brut Nature '04.

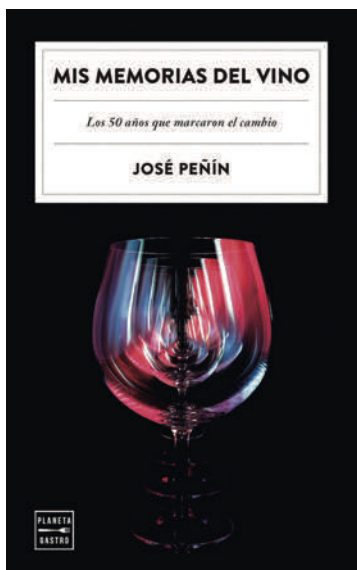
Las bodegas elaboradoras de espumosos del Penedès que forman parte de la marca colectiva europea Corpinnat cerraron 2024 con una caída del 2,63 por ciento en volumen (2,2 millones de botellas) pero crecieron en facturación un 1,7 por ciento (26,8 millones de euros).



Exportan el 17 por ciento de la producción a un total de 66 países. En los resultados han vuelto a tener especial incidencia los efectos de la sequía. En el pasado año cosecharon 4,5 millones de kilos de uva, de los que adquirieron un 60 por ciento a viticultores externos.

Corpinnat fijó en 0,88 euros el kilo de uva el precio mínimo a pagar en la última cosecha, aunque aseguran que acabaron pagando a los viticultores externos 1,09 euros por kilo. Y han reiterado que «si comparamos Corpinnat con las 11 denominaciones de origen catalanas nos situaríamos en la cuarta posición en cuanto a volumen de negocio, la octava respecto al número de botellas comercializadas y la primera en cuanto al precio medio de venta por botella». Aseguran que el precio medio unitario de venta está por encima de los 21 euros por botella.

Corpinnat ha vuelto a lamentar que «hasta el día de hoy siempre se nos han negado las ayudas que sí han recibido todas las DO catalanas, incluso en los momentos en que la pandemia paralizó las ventas de nuestras bodegas». Su presidente, Ton Mata, ha manifestado que «Corpinnat no es un club de amigos, sino una asociación de elaboradores con el reglamento más exigente de Europa». ■



MIS MEMORIAS DEL VINO
LOS 50 AÑOS QUE MARCARON
EL CAMBIO
JOSÉ PEÑÍN. PLANETA GASTRO
704 PÁGINAS. 24,95 €

Mis memorias del vino LAS COSAS DE PEÑÍN

Unas memorias se asemejan a una olla podrida (el término nada tiene que ver con podredumbre, sino con poder, guiso *poderido* o poderoso, de mesas pudientes), la madre de cocidos, escudellas y similares. En esa olla cuecen carnes diversas, aves de corral, caza y chacinias junto a verduras y hortalizas y una mezcla de legumbres, en la más ortodoxa garbanzos y alubias. En la olla podrida del comunicador de vinos más grande de todos los tiempos cabe casi todo. Hay poco del género crónica, precisamente porque se prescinde casi por completo de la cronología, lo que permite al autor ser prolijo en algunos episodios mientras pasa como de puntillas por otros.

Hay bastante de novela y, claro, de autobiografía, trufada de autobombo (todo el rato, desde la introducción hasta el índice onomástico) y justificación, con algo de confesión (por ejemplo, se declara abstemio inicial, que ahora bebe algo, pero poco, lo que muestra como virtud) pero sin la necesaria contrición. Y falta el sazonomiento necesario, el vertido de bilis y fobias que recomienda cualquier sicoanalista argentino principiante, que en esta obra aparece muy matizado, quizá para evitar respuestas. Sí hay en cambio el componente dulce que interviene con frecuencia en la cocina moderna, en forma de filias expresas, sobre todo hacia los personajes destacados desaparecidos. El conjunto, lo que viene a ser el retrato de una obra como unas memorias, tan subjetiva y poco rigurosa como corresponde a un tiempo en el que no son fiables ni los historiadores.

Las memorias de Peñín son como un paisaje, a ratos impresionista, otros cubista a veces surrealista, de medio siglo del vino español, aunque ahí también se toma la licencia de redondear la cifra. Hay argumentos para todo en una biografía profesional en la que se compatibilizaba el reportaje y la crítica con la venta de vinos, con marcas propias (Mirador) o ajenas (Campillo), con las labores de comunicación y asesoría (uno de los capítulos era mostrar el camino para obtener altas calificaciones en la Guía Peñín, previo pago, claro) para bodegas cuyos vinos eran luego valorados y calificados en su guía. Un batiburrillo podrido (por poderoso: más de setecientas páginas) que tiene todo el interés de conocer a fondo las cosas de Peñín. **AP**

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.



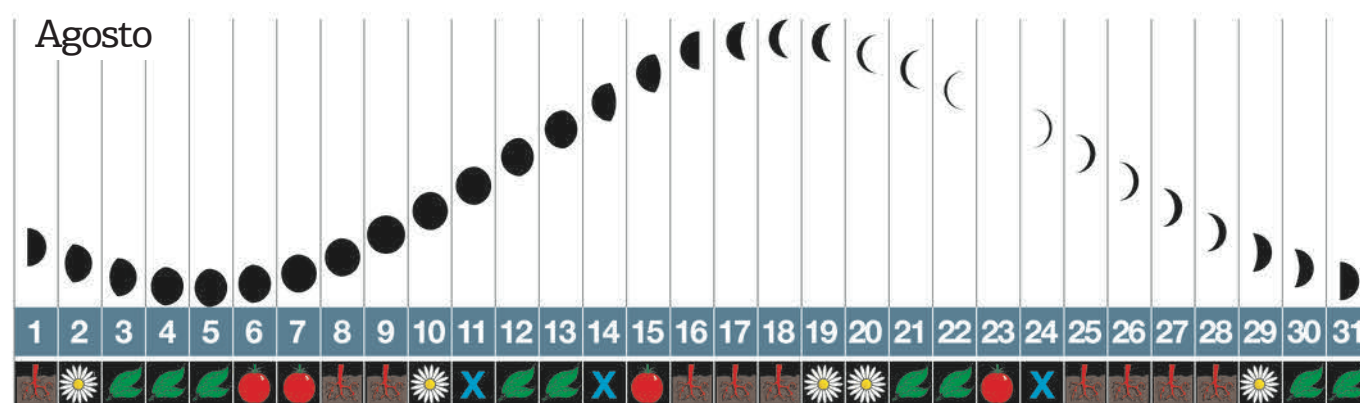
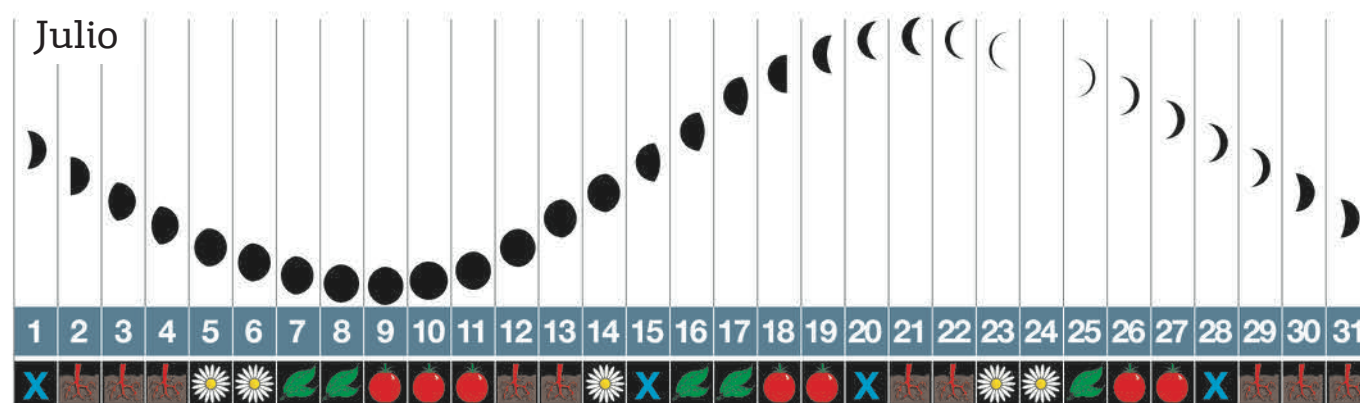
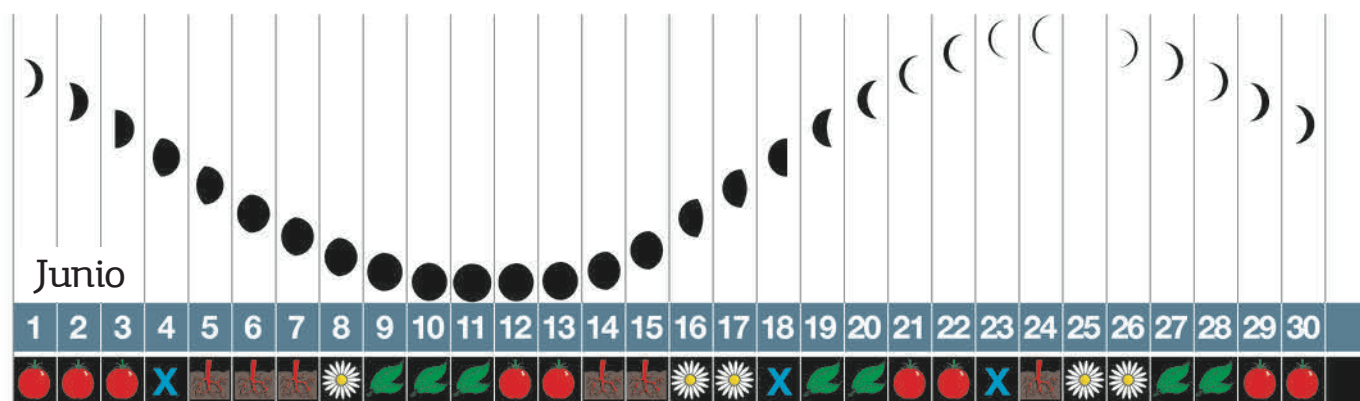
DÍAS DE RAÍZ

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

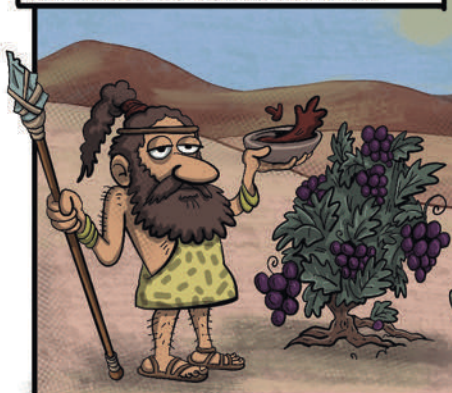
Es el día negativo en el que se desaconseja cualquier actividad en la agricultura o en la cata. En días de nodo lunar no hay que pensar siquiera en abrir una botella de buen vino.





PlanetAVino, cubriendo la historia del vino

¿POR QUÉ NO HABLAR DE LOS MONTES ZARGOS, NEOLÍTICO, 5.400 AÑOS ANTES DE NUESTRA ERA?



... ¿O DEL SIGLO I, CUANDO EL VINO SE EXPANDE POR TODO EL IMPERIO ROMANO?...



VALE, LO TENGO, HABLAMOS DEL SIGLO XVII - DEL DESARROLLO DEL VINO EMBOTELLADO Y DE LA APARICIÓN DEL VINO ESPUMOSO



... ¿DEL AUGE DEL VINO GRACIAS A LOS MONASTERIOS DEL SIGLO VIII?...



ESPERA, ESPERA, ¿QUÉ TE PARECE DEL JUICIO DE PARÍS DE 1976?

A VER ANDRÉS, ES SABIDO QUE NO HAY EVENTO HISTÓRICO QUE NO HAYA CUBIERTO PLANETAVINO EN DIRECTO, PERO PARA EL ESPECIAL NOS CENTRAMOS MEJOR EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS, ¿NO?

NO SÉ MARÍA JESÚS, 20 AÑOS NO ES NADA, YA LO DICE LA CANCIÓN,...





GUERRA Y PAZ
PAZ IVISON

El alcohol no es cosa de cerdos

El vino está siendo protagonista de una verdadera caza de brujas. La generación Z, se proclama abstemia y se emborracha sólo con cristales líquidos y...

... Y no crean, amables y pacientes lectores, que me he vuelto loquita del todo. Sólo pretendo despertar conciencias llamando la atención sobre esta mentecata tendencia a lo *dry*. Que conste que no estoy llamando cerdo a nadie, ni siquiera a los de la generación Z, ni tampoco pretendo que los cristales líquidos sean un eufemismo de otras sustancias. Me refiero a uno de los principales componentes de los ojos de la sociedad de internet. De esa sociedad que sólo consume formatos digitales. Los ojos de la generación perdida, que ahora más o menos debe ser la mía, la de los 50-60, tenían cristalino, humores acuosos, humores vitreos y todo eso, y los ojos de la llamada generación Z. ¡Pues son diferentes! Tienen componentes de vidrio, de óxido de indio, de estaño...

El gran guitarrista, poeta y escritor argentino Atahualpa Yupanqui cantaba: «de tanto mirar la luna / ya nada sabes mirar / eres como un pobre ciego / que no sabe dónde va». Ya ven que, si cambiamos la luna por el móvil, ni siquiera cambia la rima y se acopla a la perfección a nuestra vida cotidiana. Hecho este inciso tan poético como inútil, tengo que explicarles el porqué de este título tan atrevido.

No es una idea mía y lo siento porque me gustaría que los cerdos se alimentaran de bellotas y bebieran, por ejemplo, amontillado (¿se imaginan ustedes cómo sabrían esos jamones?). La frase textual corresponde a Paul Verlaine, un loco, de verdad, muy brillante y famoso. Polémico poeta francés del XIX, de vida difícil y a veces violenta, consumidor de drogas,

alcoholes duros y absenta. Su poesía resulta un tanto nostálgica y crepuscular pero siempre es vibrante, y viva.

Se cuenta que unos médicos amigos de Paul Verlaine, dada la gran adicción que tenía, quisieron demostrar al poeta el daño que hacía el alcohol en un organismo y le inyectaron a un cerdo la cantidad de una copa en su presencia. El cerdo empezó a retorcerse en una horrible y aparatosa agonía. «¿Qué le parece a usted?». Verlaine, encogiéndose de hombros, dijo simplemente: «Pues que el alcohol no es cosa para cerdos».



PAUL VERLAINE

Nadie me ha podido explicar qué tipo de alcohol le inyectaron al animalito pero estoy convencida que no sería ni Château Margaux ni Château Palmer, ni Chablis ni siquiera un vino de aquellos de *pichet* (las populares jarras de vino de la casa de los *bistrots* franceses). Probablemente se trataría de una especie de *pastis* peleón y de mucha graduación en el mejor de los casos, de aquellos que se metían los *clochards* escupefuegos para conseguir unas monedas entre los usuarios de Montmartre. Verdaderamente clama al cielo la equiparación que se hace constantemente del alcohol con el vino.

¿Y qué les parece ese proyecto de ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en personas menores de edad? Si a ello añadimos los datos de la última Encuesta Estatal sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España, pues resulta que el alcohol es la sustancia psicoactiva de consumo más generalizado entre estudiantes

de 14 y 18 años. ¿Sería mucho pedir que hicieran diferenciación en la propia pregunta? ¿Cuántos jóvenes elegirían el vino? No hay más que mirar las bolsas de plástico que portan dirigiéndose los sábados noche a sus ágoras etílicas.

¿Cuántos años llevamos luchando para que no se equipare el vino con alcoholes puros, duros y de baja calidad utilizados para el botellón? A ello tenemos que sumar los muchos jóvenes, ricos, famosos en su mayoría –y bastante cretinos también– que proclaman en las redes sociales lo que han dado en llamar *la nueva sobriedad*.

Pero no hay que echar toda la culpa a esos blogueros enóforos, no. Un organismo tan serio como la OMS (Organización Mundial de la Salud) publicó hace un par de años una Guía para Periodistas –sí, han leído bien– para enseñarnos los peligros del alcohol. Y en ella sí que encontramos mención concreta al vino en algunas de sus páginas. Pero no se libra tampoco de la gran censura. Les traslado textualmente alguna de sus conclusiones:

«La creencia de que un vaso de vino tinto al día protege contra enfermedades cardiovasculares es falsa y distrae de los muchos daños asociados con el consumo de alcohol». «Reducir el consumo del alcohol contribuye al desarrollo de la economía, aunque sea una prioridad baja en muchos países». «Dado que el alcohol es más perjudicial para las mujeres, si empiezan a beber como los hombres (...) sufrirán muchos más efectos negativos sobre su salud que los hombres». Encima discriminando, ya ven.

Al lado de todo ello, el movimiento *Dry January*, que arrasa actualmente en los Estados Unidos y, por estulto que nos parezca, es casi una bendición. Sólo invita a dejar de beber en enero. ■

Lan

Vinos descomplicados, inspiradores
y sorprendentes.



En LAN hemos entendido la necesidad de buscar propuestas diferentes para tiempos diferentes.

POR ESO ERA HORA DE : CAMBIAR.

Es tiempo de ser valientes, de darse más síes, de soñar un futuro mejor, de hacerlo con nuestros clientes, con los de siempre, los nuevos y los que están por llegar, porque el vino es parte de nuestra vida. Es tiempo de hacer del vino una fuente de inspiración en la vida de las personas, compartiendo la actitud vital y positiva, para crear momentos cotidianos que trasladen esa alegría de vivir.

Y lo hacemos cumpliendo 50 años de éxitos en nuestra historia vitivinícola. Y haciendo mejores vinos que nunca. Hemos cambiado, para seguir apostando por lo que somos, un vino valiente que imagina un mundo diferente y estamos orgullosos de compartirlo con vosotros.

DATE UN SÍ.

Porque lo que nos hace ser nosotros mismos son las veces que nos decimos sí a lo que somos.

GRUPO

La Rioja Alta, S.A.

La excelencia, mejor en familia.



100

TORRE DE OÑA

99

LAGAR DE FORNELOS

99

áster

99

La Rioja Alta, S.A.

Somos el único grupo bodeguero del país que ha conseguido que todas sus bodegas, ubicadas en tres D.O. diferentes alcancen las dos máximas calificaciones, 100 o 99 puntos en la **Guía Proensa 2025**.

Un compromiso con la calidad que nos ha convertido en una referencia internacional.

La excelencia, mejor en familia.

riojalta.com