

LA GRAN VIÑA ECOLÓGICA / LEÓN DOMEQ / CASA MADERO / EL LEGADO DE FAUSTINO

# planet **V**ino

REVISTA DE VINOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

**Rías Baixas**

**El camino  
del vinatero II**

**Vinos  
pirenaicos**

**El vino  
circular**

(only Spain) 6,00€

número 108  
JUNIO / JULIO 2023



ISSN 1699-5183

9 1771699 151630 1



WINEinMODERATION  
 ELIGE | COMPARTE | CUIDA  
 "El vino solo se disfruta con moderación"

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

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





**LA LUNA**  
ANDRÉS PROENSA

# Desalcoholizados

Tal vez sean paranoias de este cronista, pero no parece casual que los primeros escarceos de la campaña antialcohol que llega desde la OMS coincidan con apariciones sospechosas del vino en la prensa seria. Y con nuevos intentos de hacer comulgar al consumidor con ruedas de vinos desalcoholizados total o parcialmente.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) prepara su artillería de más grueso calibre, la misma utilizada contra el tabaco, para combatir el consumo de alcohol. Frente a los centenares de estudios científicos que demuestran el beneficio para la salud de un consumo moderado de vino, la OMS sostiene que es altamente pernicioso desde la primera gota. Una primera gota capaz de provocar todos los males del Hades, cáncer incluido.

Esa organización es la misma que hace unas décadas clamaba contra la grasa del aceite de oliva o de los pescados azules al mismo tiempo que provocaba muertes por deshidratación, vía diarrea, enviando leche en polvo a zonas de África afectadas de hambruna. La misma que anatemizó el consumo de huevos y después no. La misma que repitió el esquema fallido del virus H1N1, la gripe A para los amigos, de 2009 y la del ébola de 2014 (para no hablar del sida) y no fue capaz de enfrentar con mínima eficacia una pandemia como la del Covid-19, que ha costado por ahora más de seis millones de muertos (es difícil contabilizar los habidos en el Tercer Mundo, criminalmente orillado en el reparto de vacunas).

Una vez más, se utiliza el vino como símbolo genérico de bebidas alcohólicas. En el paquete están, claro, los destilados y por el momento no se toca la cerveza (aquí tal vez hay que seguir la pista del dinero: Alemania es la principal contribuyente a los presupuestos de la OMS), que, por su parte, permanece en un prudente silencio.

En tal contexto, no es raro que las mentes paranoicas vean una sospechosa casualidad que dos de las noticias relacionadas con el vino que han saltado a la prensa seria no sean muy amables con el vino. Por un lado, la valiente confesión de David Seijas, sumiller y productor de buenos vinos, sobre su alcoholismo y su lucha contra esa enfermedad. Mucho mérito por sacar a la luz pública un problema con el que torea todo el sector, y más si se tiene en cuenta que ha de catar con frecuencia, y ese es el secreto de

su notable calidad, los vinos de su marca Piel de Gallina Wines. Por otro, la declaración de Meritxell Falgueras, enóloga, sumiller y periodista, además de integrante de una familia destacada en el comercio de vinos y bebidas, sobre los problemas que ha enfrentado por ser mujer. Una lacra de la que, por desgracia, no se libra ningún sector pero que puede pasar inadvertida en el mundo del vino, a tenor de la cantidad de mujeres que aportan su esfuerzo y talento en las actividades en las que se desenvuelven Meritxell Falgueras.

Quienes promueven esas campañas y la OMS deberían recordar que todas las sociedades conocidas han buscado vías para acercarse a los dioses y el vino no es la peor de ellas. El vino ha acompañado durante más de siete mil años a casi todas las civilizaciones del ámbito mediterráneo, que, tal vez casualmente o tal vez no, han sido las que han dibujado el mundo actual. Si el vino está en todos los males, cabe deducir que también está en todo lo que ha significado progreso y en una cultura que terminó por colonizar el mundo. Y, con luces y sombras, parece que no le ha ido del todo mal a la humanidad doliente.

El mundo entra de lleno en una campaña antialcohol, que llega desde distintos ámbitos pero, sobre todo, desde una institución como la OMS, que más podría ocuparse de aspectos urgentes, como hambrunas, virus o supervivencia infantil. En cambio, parece tomada por el Ejército de Salvación. Mientras, el sector del vino se prepara con armas de buenismo (moderación en el consumo, para que vean que somos buenos), entre las que se puede incluir el retorno de los vinos desalcoholizados, en dos versiones, vinos cero-cero, es decir, supuestamente con cero presencia de alcohol, o bajos en su contenido de ese nuevo veneno descubierto.

Además, son productos que ya pueden ser llamados vino; se han cambiado los reglamentos que sentenciaban a todo vino que tuviera menos de 9 grados (nueve por

ciento de alcohol en volumen o 9% vol.) al uso de las expresiones que se han impuesto en la leche (bebida a base de leche) o la cerveza. Es el fin de la impostura o de esos lenguajes supuestamente en defensa del consumidor que no hacen sino despistar o son directamente inútiles. Las gentes siguen diciendo leche sin lactosa o cerveza sin alcohol y así nos entendemos bien todos, que es de lo que se trata. Por una vez, se apuesta por el lenguaje claro. Esas bebidas parten del vino y, a falta de alternativas sonoras e inteligibles o aceptadas por el pueblo (caso del vermú, el calimocho o el tinto de verano), han de ser llamadas vino. Así el lenguaje se hace entender, que es para lo que sirve, para transmitir ideas con toda la claridad y con ahorro de esfuerzos: mensaje claro para todos los oídos y no sólo para los previamente entrenados.

Asunto diferente es la calidad. Sin entrar en su carácter de producto industrial, en las tecnologías, en las manipulaciones necesarias para extraer, guardar y volver a introducir las partículas aromáticas del vino, en general se trata de subproductos del vino. Las ausencias, los huecos que deja el alcohol extraído, hacen que cualquier parecido de esos bebedizos con el vino sea pura coincidencia. No es un problema insoluble y podría mejorar, aunque nunca será comparable a un vino de verdad, como no son comparables, digan lo que digan, una cerveza sin alcohol y una buena cerveza. Y no hablemos de los deleznales destilados 0,0.

En los vinos convencionalmente aceptados hay otros subproductos que no merecerían ser llamados vino: los infames envasados en cartón, los castigados por olores de serrería o esos llamados vinos naturales. No es tan mala idea que los desalcoholizados entren en el proceloso mundo comercial con el nombre de vino, digan lo que digan los integristas. Al final, por la intervención de la fermentación, en todos los subproductos citados hay más de vino que en las mistelas. ■

## SUMARIO



### EL VINO CIRCULAR. RECICLAR ES UNA MINA

Se puede reciclar prácticamente todo, desde el vidrio, capaz de reutilizarse hasta el infinito, hasta el corcho, pasando, claro, por el papel. Todo vale para reducir la huella de carbono, aunque el retorno del retornable no es fácil.



### VINOS PIRENAICOS. LA ÚLTIMA FRONTERA

Se suma latitud y altitud. La vid se extiende hacia el norte y trepa por las laderas pirenaicas, de momento superando por poco la cota de los mil metros sobre el mar. Nacen proyectos en lugares tan exóticos como Andorra.



### RÍAS BAIXAS DE GUARDA. EL CAMINO DE LA EXCELENCIA

Hace tiempo que en Rías Baixas se convencieron de que el prestigio se mide por la capacidad de envejecimiento. Sus variedades blancas han demostrado potencial y las bodegas exploran alternativas para jugar en las ligas mayores.



### Saber Más DESARROLLO DE UN PROYECTO VITÍCOLA II

Segunda parte del proceso de creación y desarrollo de un proyecto integral para la elaboración de vinos de calidad. Con un remate tan prosaico como necesario: la inversión necesaria para ello, que no es asunto baladí.

**LA LUNA DE ANDRÉS PROENSA 3**  
Desalcoholizados

**NOTICIAS 6**  
Crónica. *La gran viña ecológica*

**EL CATALEJO, DE PEDRO BALLESTEROS 9**  
Otra vez destilando

**SE VEÍA VENIR, DE SALVADOR MANIÓN 12**  
No siempre es lo que parece

**ESTRENOS 14**

**VINOS Y BODEGAS 16**  
León Domecq. *Joven bodega de viejos almacenistas*  
Casa Madero. *La más antigua de América*  
El Legado de Bodegas Faustino.  
*Lujo vanguardista y sostenible*

**MENSAJE EN UNA BOTELLA, 32**  
**DE M<sup>a</sup> PILAR MOLESTINA**  
Maridajes caóticos

**58 DE VINOS POR ...**  
Alcalá de Henares

**61 PISTAS**  
Casa Martín  
Ágora de Protos

**62 BARRA LIBRE**  
Palabra de vinatero  
Libros

**63 MOMENTO DE PAZ, DE PAZ IVISON**  
*Vinos mil leches*

**64 LA CATA BIODINÁMICA**

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

**66 LA PENÚLTIMA, DE CARLOS DELGADO**  
Bueno por narices

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IMPRIME  
Villena Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL: M-13525-2005

ISSN: 1699-5163

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

*Poularde de Bresse  
à basse température  
champignons glacés  
au vin blanc et soufflé de  
pommes de terre Monalisa  
à la crème de camembert  
tiède et échalotes  
confites*

ALBARIÑO RÍAS BAIXAS  
**GUSTA ALLÍ  
GUSTA AQUÍ**  
*Rías Baixas*  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Consumo con responsabilidad

# Vino español en máximos

## LA GRAN VIÑA ECOLÓGICA

EL VIÑEDO ECOLÓGICO BATE CADA AÑO MARCAS EN CUANTO A SUPERFICIE DE VIÑEDO Y SE CONSOLIDA COMO PRIMERA POTENCIA MUNDIAL TAMBIÉN EN ESTE CAPÍTULO. POR CONVICCIÓN O POR CÁLCULO COMERCIAL, LA OFERTA DE VINOS ECOLÓGICOS, BIOLÓGICOS, ORGÁNICOS Y SIMILARES, CRECE CADA AÑO. PERO LOS DATOS DE CONSUMO NO SON BUENOS.

Según un estudio difundido por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), las sucesivas crisis y la inflación han marcado negativamente la evolución del mercado de productos ecológicos y de producción sostenible en España. El precio superior de esa categoría de productos se suma al aumento del coste de la vida experimentado en toda Europa como consecuencia de la guerra de Ucrania. Según esa encuesta, dos de cada tres españoles optaría por ser más proactivo en la protección del medio ambiente a través del consumo de productos sostenibles pero la economía se lo impide. Los datos dicen que el 41 por ciento de los consumidores compra más productos reutilizables y un porcentaje similar ha reducido el consumo de lo que se conoce como *fast food* (comida rápida) para optar por cocinar más (más de la mitad dice entrar más en la propia cocina) y uno de cada cuatro consumidores afirma optar por artículos de segunda mano o más baratos. Esos datos muestran un *corazón partido*: los españoles consumirían más alimentos y otros elementos de producción sostenible si su precio fuera más cercano al de los de elaboración convencional. El precio sería el causante de que más de la mitad (55 por ciento) de los consumidores de productos con sello ecológico hayan cambiado a marcas menos sostenibles pero de precio más asequible (el 23 por ciento) o es posible que lo haga (un 55 por ciento); sólo una pequeña parte (17 por ciento) seguirá fiel al sello eco a pesar de su precio superior. Esos datos coyunturales pueden consolidarse. Una parte mínima (9 por ciento) de los que desertaron



del producto eco no piensa volver a ello cuando su economía lo permita, pero en una proporción mayor (29 por ciento) no tiene la seguridad de recuperar ese hábito. El 63 ve probable volver a comprar preferentemente producto orgánico cuando la situación recupera la normalidad anterior. Los elaborados destinados a los más pequeños son, según la encuesta, los que han tenido mayores abandonos (el 36 por ciento de los encuestados ya ha renunciado a productos ecológicos para bebés), mientras que los consumidores permanecen más fieles a los productos de limpieza de fabricación sostenible (el 20 por ciento dice que no los abandonará a pesar de su precio superior) por la

toxicidad mayor de los convencionales. Según la interpretación de los expertos de la UOC, los factores que explican esta infidelidad son las expectativas no cumplidas en cuanto a la bajada de precios cuando se bajó el IVA y en cuanto a la propia credibilidad y calidad del producto eco, que se ha mostrado expuesto a fraudes que no afectan a la salud pero no cumplen con los requisitos de la producción orgánica.

### VINO BIO EN UN BRETE

Los datos dados a conocer de la encuesta no analizan la evolución específica del consumo de productos o segmentos más concretos, como el de las bebidas envasadas, alcohólicas o no, que por su naturaleza son más



JOSEP MARÍA ALBET I NOYA

prescindibles y, por tanto, más sensibles a esos imponderables económicos más o menos coyunturales. El vino, además, no ha tenido un acceso sencillo a los circuitos especializados en productos orgánicos. Nos lo explicaba el responsable de una gran bodega: “El problema del vino ecológico es que no rota en el punto de venta. Y no lo hace porque, en general, su calidad es sensiblemente inferior al de la misma marca sin sello eco. Ocurre en nuestra propia marca”, confesaba tras recibir la promesa de no ser identificado. “El vino es producto de lujo, ya no es imprescindible para la alimentación y el consumidor busca el placer de beber un vino de calidad. Si no le damos la

calidad esperada, no vuelve a comprarlo, por muy ecológico que sea. Las tiendas especializadas en productos orgánicos no apoyan un producto que se queda arrinconado en sus estanterías y eso ha cerrado en gran medida al vino las puertas de las tiendas y cadenas eco. Peleamos en las estanterías del comercio convencional, donde la lucha por el espacio es todavía más feroz”. A pesar de ello, la percepción es que cada vez hay más bodegas que abren una vía eco, mayor o menor, por convicción o sin entusiasmo. “Es por la presión de los mercados exteriores, explica el mismo ejecutivo. Hay mercados muy sensibilizados, como los del norte de Europa, que piden vino con sello de agricultura orgánica y, ya también y cada vez más, las certificaciones de producción sostenible. En España hay menor incidencia y pesan mucho todavía los vinos naturales, a pesar de tener una calidad ínfima: ese capítulo, además, enturbia mucho la percepción de los vinos ecológicos”.

### POTENCIA ECOLÓGICA

A pesar de esas dificultades y de la evolución negativa de los números generales del mercado de lo ecológico, la conversión y certificación de cultivos para aplicar los criterios de la

agricultura ecológica no deja de crecer. Se puede explicar por inercias de tiempos mejores, por la demanda en la exportación y, tal vez, también por ser percibido en no pocas bodegas como una apuesta de futuro.

Hasta la llegada de la pandemia, el gasto en productos orgánicos de todo tipo subía sin parar. En 2020 suponía 53,41 euros por persona y año, con un incremento del 6,1 por ciento sobre el dato del año anterior. En torno al 10,3 por ciento de ese gasto se dedicaba a alimentación. Los productos eco suponían apenas el 2,48 por ciento del gasto medio total por español y año en alimentación.

Son datos modestos, pero el crecimiento porcentual es llamativo y, a la espera de recuperar el ritmo tras las sucesivas crisis, parece que imparable. Y es una tendencia reciente, desde que Josep María Albet i Noya en el Penedés o los hermanos Gelabert en Mallorca fueran pioneros del vino eco en los años noventa. Y enseguida caló y tuvo un proceso acelerado imparable, alimentado por la proyección de nombres como Torres, que fue la primera casa grande en apostar por el vino orgánico y por prácticas respetuosas con el medio ambiente. En lo que va de siglo se ha multiplicado por cinco la superficie de cultivo sometida a los criterios de agricultura ecológica hasta superar los 2,6 millones de hectáreas, lo que acerca esa cifra al 11 por ciento del total de la superficie agraria española. En el mismo periodo se ha multiplicado por cuatro el número de operadores, que en 2021 era de 58.485, frente a los poco más de 14.000 contabilizados a finales de 2000, con un aumento de más del 16 por ciento sobre el año 2020. España, además, se encaramó al cuarto puesto en la lista de exportadores de producto eco, tras Estados Unidos, Italia y Países Bajos. Andalucía, que superó 1,3 millones de hectáreas cultivadas con tales criterios, es la campeona en cultivo orgánico, tres veces más que Castilla-La Mancha, que se queda en 412.000, seguida por las 271.000 de Cataluña y la Comunidad Valenciana, que se acerca a las 153.000 hectáreas de agricultura ecológica certificada o en conversión.



## LA GRAN VIÑA ECO DEL MUNDO

España es también líder en superficie agraria ecológica dedicada a viñedo, pero no es la viña el cultivo principal en ese tipo restrictivo de agricultura. En datos de 2021, hay 142.176 hectáreas de viñedo en cultivo ecológico o en conversión hacia su calificación. Es el segundo cultivo agrario eco, después del olivar (256.507 hectáreas). En las estadísticas oficiales se sitúa primero el capítulo conjunto de los frutos secos, con 262.280 hectáreas.

La cifra, con un crecimiento anual de más del diez por ciento, ronda ya el 15 por ciento de la superficie total de viñedo en España (181.120 hectáreas a 31 de julio de 2021). En el viñedo, la clasificación regional se ve modificada: lidera Castilla-La Mancha con 62.270 hectáreas (bajó unas 500 con respecto a 2020), seguida de Cataluña, con 27.171 (la primera en crecimiento con más de 2.500 hectáreas más que en el año anterior), y la Comunidad Valenciana y sus 16.691 hectáreas de viñedo eco. La Región de Murcia (13.266 hectáreas) y Castilla y León (10.499) ocupan los puestos siguientes. En el conjunto del mundo, en el que el cultivo de la vid está estancado o en ligero descenso (un 0,4 por ciento anual menos desde 2005 aunque creció un 0,1 por ciento en 2020 para situarse en 7.356.539 hectáreas), la superficie de viñedo ecológico crece a un ritmo del 13 por ciento anual, casi tres puntos más que en España. Según los últimos datos de la OIV, que son de 2019, la viña ecológica mundial suma 454.000 hectáreas (el 6,2 por ciento del viñedo total).

De acuerdo con esas cifras, España acumula el 27 por ciento del viñedo ecológico del mundo, aunque en porcentaje de viñas eco sobre el viñedo total de los respectivos países, queda por detrás del 15 por ciento de Italia y el 14 por ciento de Austria y Francia. España, Francia (el 25 por ciento del total) e Italia (el 24) acaparan más del 75 por ciento del viñedo ecológico mundial. El resto se reparte entre un pelotón formado por casi 60 países productores, en el que cabe destacar a Estados Unidos, con el cuatro por



ciento del total, Turquía y China, ambas con el tres por ciento, aunque con una proporción importante de uva de mesa. Es difícil calibrar la incidencia y la naturaleza del retroceso en el consumo de productos ecológicos detectado por la UOC, pero parece obvio que no afecta a la conversión creciente de viñas hacia agricultura ecológica, tanto en España como en el mundo. Cabe destacar que el estudio se refiere al mercado español,



tal vez mucho menos penetrado por la conciencia ecológica que los países vecinos y, con gran diferencia, que los mercados del norte de Europa e incluso que los norteamericanos, Estados Unidos, Canadá y México, en los que crece ese sentimiento hacia la producción sostenible.

Esa tendencia mundial está impulsada por los preocupantes datos que la ciencia aporta sobre calentamiento global, contaminación y cambio climático. Y se ve favorecida por los planteamientos más sostenibles en distintos campos de la economía, incluida la agricultura: la UE tiene el objetivo de que en 2030 la cuarta parte de la superficie agraria sea de cultivo orgánico. Objetivo que parece quimérico con los datos actuales. Sin embargo, la proliferación de vinos con sello ecológico o biodinámico (también otros menos trascendentes, como vegano o kosher) y la apuesta por la producción sostenible de un número creciente de bodegas, hacen pensar en el futuro prometedor de la apuesta. Y en cuanto a la calidad, que es el caballo de batalla fundamental, gentes como Marcos Eguren, Álvaro Palacios, los Torres, Peter Sysseck y muchos otros demuestran que las prácticas sostenibles no están reñidas con la producción de vinos excelsos. ■



**EL CATALEJO**  
PEDRO BALLESTEROS MW

# Otra vez destilando

**Y**a estamos de vuelta con el griterío y los improperios contra Europa, el Gobierno nacional, los autonómicos y el que se atreva a discutir la sacrosanta necesidad del sector del vino de que todos paguen sus cuitas. La razón, la de siempre: exceso de producción. El mercado no asume los impresionantes volúmenes que producimos.

En el mundo europeo del vino, cuando las cosas van bien, los que deciden usan el dinero de todos, vía subvenciones a veces impresionantes, para hacerse bodegones, plantar viñedos de alto rendimiento y gran consumo de agua y de químicos. No hay prácticamente ningún viñedo o bodega moderna en España que no hayas financiado tú, querido lector contribuyente. Tiene su sentido, y no me habrán oído criticarlo en público, pero lo menciono para hablar de lo siguiente.

Cuando las cosas van mal, también se usa el dinero de todos, en este caso para que se destile lo invendible, o incluso, porqué no, les paguen por arrancar esas viñas por las que ya pagó Europa por plantarlas. En Burdeos, que tienen más cara, llevan meses pidiéndolo.

El sector empuja como un toro, acongojando a ministros y presidentas, reclamando, con el convencimiento del que se siente en su derecho natural, que le paguen por lo que no es capaz de vender. Y que paguen por la cara, sin condiciones ni compromisos de ajuste de producción. Esto del vino es negocio (bastante protegido, por cierto) cuando lo es, y cuando no lo es, es déficit del Estado.

No he leído ni oído una sola propuesta de reducir la producción, ni por supuesto nada referente a mejorar la calidad. Aquí se da el dinero y ya está, a seguir como si no hubiera pasado nada. No he escuchado a nadie preguntarse qué sentido tiene mantener una actividad que, sin ser de servicio público, no sabe perpetuarse sin recurrir al erario.

No piense el lector que su dinero será utilizado para destilar grandes vinos, no. Ese es otro negocio, que también se beneficia de la generosidad pública, pero

no necesita apoyos cuando vienen mal dadas. Las subvenciones públicas serán usadas para lo de siempre, mantener contenta esa masiva producción de vinitos que tanto daño hace a nuestra imagen. Muchos de esos vinitos tienen denominación de origen, faltaría más, pero ni así hoy los quiere nadie. Si la gente no los compra, la idea genial es que en cualquier caso pague (bebedores y abstemios confundidos) por destilar el vino.

Se podría esperar que las políticas sectoriales de mantener un sector mediocre a todo precio (público), fueran sustituidas por políticas de territorio, que se separara de nuevo el sector del vino fino del segmento del vino de pasto y para destilación, que el viñedo fuera una actividad más entre muchas posibles.

Que se pensara en asegurar la ocupación del territorio con un relevo generacional adecuado. Que se diera ilusión y



Que no me lo voy a quedar yo por haber producido demasiado.

Se podría sugerir que las crisis son el momento adecuado para desembarazarse de esa producción mediocre que a casi nadie hace bien, y tan mala imagen crea, abandonar los peores viñedos para reconvertirlos definitivamente en otra cosa, que deje más riqueza en el territorio (con más ayudas públicas, claro).

esperanza a la gente joven para que se desarrollen sobre su mérito y el apoyo social, pero que no vivan del cacareo y de la subvención, que eso poca ilusión produce.

Pero, una vez más, nos decantaremos por aflojar el bolsillo de todos, para mantener un subsector al que le gusta ganar dinero sin riesgos, como a todos, pero además se lo puede permitir.

Pues pena me da, la verdad. ■

## Números positivos en las principales zonas

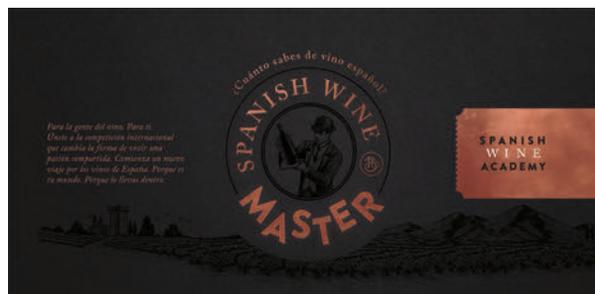
# Los grandes venden más

Aunque los nubarrones de incertidumbre oscurecen el horizonte comercial, sobre todo en lo que va de 2023, las ventas de vino en 2022 en las principales zonas españolas dan balance positivo. Incluso con el maquillaje con el que suelen embellecer los números cuando no son buenos. Caso de la DOC Rioja, donde las cifras no son positivas y sobra vino, pero consolida su posición de liderazgo en el mercado doméstico, donde repite (en 2022 creció un 0,16 por ciento) pero aumenta en más de medio punto porcentual su cuota y se sitúa en el 27,13 por ciento de las ventas de vinos con denominación de origen. No compensó la caída de las exportaciones, arrastrada por el descenso en Reino Unido, donde se han reducido de forma drástica las importaciones de vino de cualquier origen. La venta de rioja fue de casi 343 millones de botellas, un 1,5 por ciento menos que en 2022. Su principal competidor, la DO Ribera del Duero, creció ligeramente (algo más de 300.000 botellas) y se situó en 100,7 millones de botellas, el 70 por ciento vinos con contraetiqueta genérica.

Mayor fue el crecimiento en la DO Jumilla, donde han superado los 30 millones de botellas, en torno al 12 por ciento más que el año anterior; venden el 70 por ciento en exportación. En vinos blancos, Rueda es líder con casi 110 millones de botellas comercializadas en 2022, un ocho por ciento y unos ocho millones de botellas más que en 2021; vende todo blanco excepto cien mil botellas. La DO Rías Baixas sigue lejos aunque en 2022 batió el record de comercialización con casi 38 millones de botellas, un 2,5 por ciento y un millón más que en 2021. Aquí se quejan de que las cifras vienen lastradas por la escasez: no hay uva ni vino para cubrir la demanda creciente de albariños y otros vinos de la zona. También son de récord las cifras de la DO Cava, a pesar de las deserciones y los conflictos. Un incremento del 2,58 por ciento puso la cifra en 249 millones de botellas puestas en el mercado. El dato insólito, por la trayectoria reciente, es el del mercado español, con una subida del 13,5 por ciento para alcanzar los 77 millones de botellas, dos al año por persona en edad de consumir. Tal vez haya cosas que celebrar.

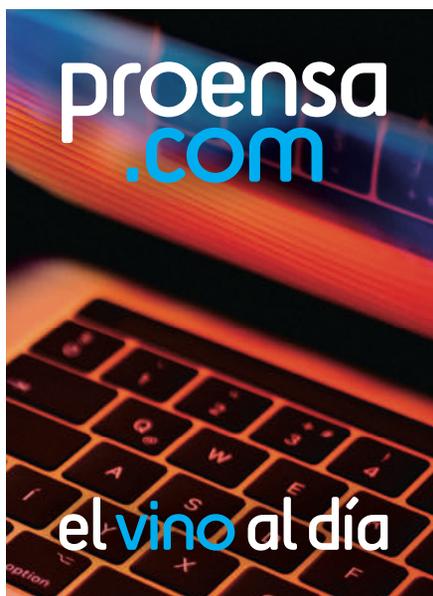
## FRANCIA SE ACERCA AL 10

Lo tiene en pericia comercial y ahora está cerca del diez en el valor medio del litro de vino francés exportado. En datos semestrales, de agosto de 2022 a enero de 2023, Francia ha registrado un descenso del cinco por ciento en el volumen de vino exportado, capítulo en el que bajó incluso la venta de champán, en torno al uno por ciento. A cambio, ha subido su precio en un considerable 14 por ciento. En ese periodo el precio medio del vino francés en exportación se situó en 9,14 euros el litro. El 10 está a la vista. A ver si se toma nota por aquí.



## SE BUSCA EXPERTO EN VINO ESPAÑOL

Objetivo del Spanish Wine Master, concurso organizado por Bodegas Ramón Bilbao (DOC Rioja), dotado con un premio de 8.000 euros para el ganador. Premio jugoso pero con trampa: el mejor hará también 500 botellas de un vino de la cosecha '23, asesorado por los enólogos de la casa, Rodolfo Bastida, que es también el responsable del grupo bodeguero, y Rosana Lisa, autora de la gama Lalomba. Los aspirantes deberán demostrar sus conocimientos sobre viticultura española, geografía, enología e historia en un test de 50 preguntas que permitirá pasar a la semifinal a 50 de los inscritos, donde se enfrentarán a una prueba de cata y otra de agudeza visual. La final, con diez participantes y un jurado integrado por los MW Sara Jane Evans y Pedro Ballesteros junto con los dos enólogos de Ramón Bilbao, tendrá lugar en Madrid el 26 de junio. Habrá un segundo premio dotado con 2.000 euros (sin tener que hacer vino) y un tercer premio que dará derecho a un lote de vinos valorado en 750 euros.





## Compra Cuna de Reyes Vintae insiste en el Alto Najerilla

El Alto Najerilla, zona prestigiosa por su Garnacha y sus claretes de poco color, dos facetas que vivieron recientes etapas de retroceso, es la niña de los ojos de Vintae, compañía comandada por nativos de la comarca, la familia Arambarri, oriunda de Badarán, donde está la sede del grupo, y el enólogo Raúl Acha, que es de Cárdenas. Después de consolidar Viñedos El Pacto, en Rioja, y de ampliar sus horizontes por Toro (Matsu), Ribera del Duero (Bardo) y Navarra (Le Naturel) y en la propia Rioja (Hacienda

López de Haro), insisten cerca de casa. En abril compraron Cuna de Reyes, bodega familiar fundada en Nájera en 1999. Es el mismo año en el que se puso en marcha Viñedos El Pacto, que se estrenó en el mercado en 2009 con el lanzamiento de su primer vino, un tinto elaborado con uvas de la Sonsierra. En los últimos tiempos su apuesta va por los blancos y por la recuperación de la Garnacha del Najerilla. En la actualidad dirige la segunda generación, los hijos de José Miguel Arambarri.

## Compra la bodega de Antonio Sanz Vila, en Rueda

La noticia ha trascendido de milagro, dada la discreción del comprador y la peculiar relación con los medios del vendedor. En marzo se cerró el acuerdo entre Antonio Sanz y Vila Viniteca para la compra de la bodega que el primero puso en marcha tras vender Bodegas de Crianza Castilla la Vieja al grupo de Caja Navarra (Sarría, Guelbenzu). En la operación entran también 20 hectáreas de viñedo, entre ellas "la viña de Sauvignon Blanc más antigua de Rueda", según afirman los compradores, que también aseguran que mantendrán su acuerdo con Bodegas Ángel Lorenzo Cachazo para seguir elaborando allí su blanco rueda El Perro Verde. Es la primera compra de una

bodega de la vinoteca y distribuidora que dirige Quim Vila con su socio Cisco Martí, que es propietario de la bodega Ca N'Estruc (DO Catalunya), cuyos vinos se comercializan a través de Vila Viniteca. Sí cuentan con viñedo propio en la DO Yecla (50 hectáreas), origen de los vinos Viña al Lado de la Casa y otros, que elaboran en Bodegas Castaño, y en la DO Vinos de Madrid (20 hectáreas de viejas viñas de Garnacha, que están ampliando). Además, la distribuidora comercializa vinos con marcas propias de Rías Baixas, en colaboración con Bodegas Zárata, y la gama Paisajes, de la DOC Rioja, en la que cuentan con la colaboración de Finca Allende.

## VIÑEDOS DE ÁLAVA, EN SUSPENSO

Nuevo capítulo, ahora judicial, en el culebrón de la DO Viñedos de Álava. El Tribunal Superior de Justicia del País Vasco ha aceptado la suspensión cautelar de la comercialización de vinos con el sello de ese proyecto de IGP que había solicitado el consejo regulador de la DOC Rioja. La suspensión es provisional, a la espera de una resolución definitiva, tanto por la administración de justicia española como por las instituciones europeas, para lo que nadie se atreve a prever plazos. Al cierre de estas líneas se da por seguro que no habrá Viñedos de Álava '23.

## SOSTENIBLE Y MEJORADO

Las prácticas de la agricultura sostenible mejoran la biodiversidad del suelo y el rendimiento del viñedo. No es una sorpresa pero ya es una verdad constatada, según el estudio Bettersoil, patrocinado por la bodega gallega Terras Gauda (DO Rías Baixas) y la argentina Alpamanta (Mendoza). Durante tres campañas, científicos de la Universidad de Vigo y del Instituto Nacional de Técnica Agropecuaria de Argentina, han estudiado los efectos de la aplicación intensa de técnicas de cultivo ecológico en viñas de ambos lados del Atlántico. Han concluido que la oxigenación del suelo, el uso de cubiertas vegetales específicas, el abonado con compost obtenido del bagazo de la uva y la eliminación de fertilizantes inorgánicos, inciden positivamente no sólo en el medio ambiente sino también en la salud y en la productividad de las viñas.

## NOMBRES

Silvano García, propietario de la bodega que lleva su nombre, ha renovado como presidente de la DO Jumilla. Rafael Navarro, enólogo y cofundador de Bodegas Hispano+Suizas, ha sido nombrado Enólogo del Año 2022 por la Asociación de Enólogos de la Comunidad Valenciana.



Rías Baixas  
DENOMINACION DE ORIGEN



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

www.bodegasgerardomendez.com



SE VEÍA VENIR  
SALVADOR MANJÓN

# No siempre es lo que parece

**D**estilaciones, cosecha en verde, precios ruinosos, amenazas sobre la compra del fruto de la próxima vendimia. Mercados paralizados, incremento de las existencias, paralización de las exportaciones... Son sólo algunos de los conceptos que se han venido repitiendo en estas últimas semanas al referirse al sector del vino. Todos ellos complejos y, no siempre, por qué no decirlo, se ha explicado con la suficiente claridad lo que hay detrás de cada uno de ellos. Lo que nos permitiría entender mejor por lo que está pasando el sector y lo que demanda.

Y es que, para intentar comprender lo que en términos globales se habla del sector vitivinícola, hay que comenzar por diferenciar bien lo que es hablar del vino, como bebida; y lo que es hacerlo como sector vitivinícola que lo cultiva, elabora y comercializa. Dos mundos que, aunque relacionados, son poco o escasamente coincidentes.

Comenzaremos por decir que se trata de un sector intervenido. Sí. Uno de los pocos que todavía quedan en el marco de la Política Agraria Común Europea, donde el cultivo libre de la viña se encuentra prohibido. Es necesaria para la plantación de una hectárea de viñedo disponer de una concesión administrativa. Como consecuencia, existe un mecanismo, más o menos complejo, para atender las peticiones de aquellos particulares o empresas que desean aventurarse en este atractivo mundo del vino y sueñan con contar con su pequeña plantación que rodee la casa social en la que tienen previsto convertir la bodega de elaboración y crianza. Al más puro estilo *château*.

No acaban aquí las limitaciones. Otras de carácter más técnico, como aquellas que tienen que ver con el portainjerto, vitis viníferas, clones certificados, rendimientos limitados, restricción en el uso del riego, prácticas enológicas, etcétera, hacen complicado lo que, en un principio, sólo debiera ser la voluntad de invertir, por placer o negocio, en un sector agrario.

Lo que, ya podrán imaginar, tiene su lado bueno. Y es que cuenta con una serie de ayudas indirectas, las cuales no pueden afectar al precio del producto, que le permiten mejorar una competitividad fuertemente amenazada por la to-

tal libertad de la que disfrutaban aquellos productores situados fuera del ámbito geográfico de la Unión Europea. Su fundamento está en los propios objetivos fundacionales de la política agrícola común (PAC) de 1962:

- Apoyar a los agricultores y mejorar la productividad agrícola, asegurando un suministro estable de alimentos asequibles.
- Garantizar a los agricultores de la Unión Europea un nivel de vida razonable.
- Contribuir a la lucha contra el cambio climático y a la gestión sostenible de los recursos naturales.
- Conservar los paisajes y zonas rurales de toda la UE.
- Mantener viva la economía rural, impulsando el empleo en la agricultura, las industrias agroalimentarias y sectores asociados.

Son objetivos a alcanzar con el desarrollo de medidas concretas entre las que se encuentran las dirigidas a:

- Reestructuración y reconversión de viñedos.
- Inversiones materiales e inmateriales en instalaciones de transformación y en infraestructuras vitivinícolas, así como en estructuras e instrumentos de comercialización.
- Cosecha en verde.
- Destilación de subproductos de la vinificación.
- Actividades de promoción y comunicación en terceros países

Un paquete para el que todos los años nuestro país recibe cerca de doscientos millones de euros y que se conoce como Intervención Sectorial Vitivinícola

Española (ISVE). Convendría aclarar que no es un tema que afecte sólo a España, sino que también lo hacen el resto de países productores comunitarios, aunque en diferentes cuantías.

Con ellas se pretende impulsar la comercialización e incrementar el valor añadido de nuestros vinos mediante un modelo más sostenible de producción. Tiene establecidos unos mecanismos a aplicar cuando se observa que no es posible alcanzar los objetivos fundacionales. Se abre la posibilidad de adoptar medidas excepcionales que nos devuelvan a la situación de equilibrio deseada.

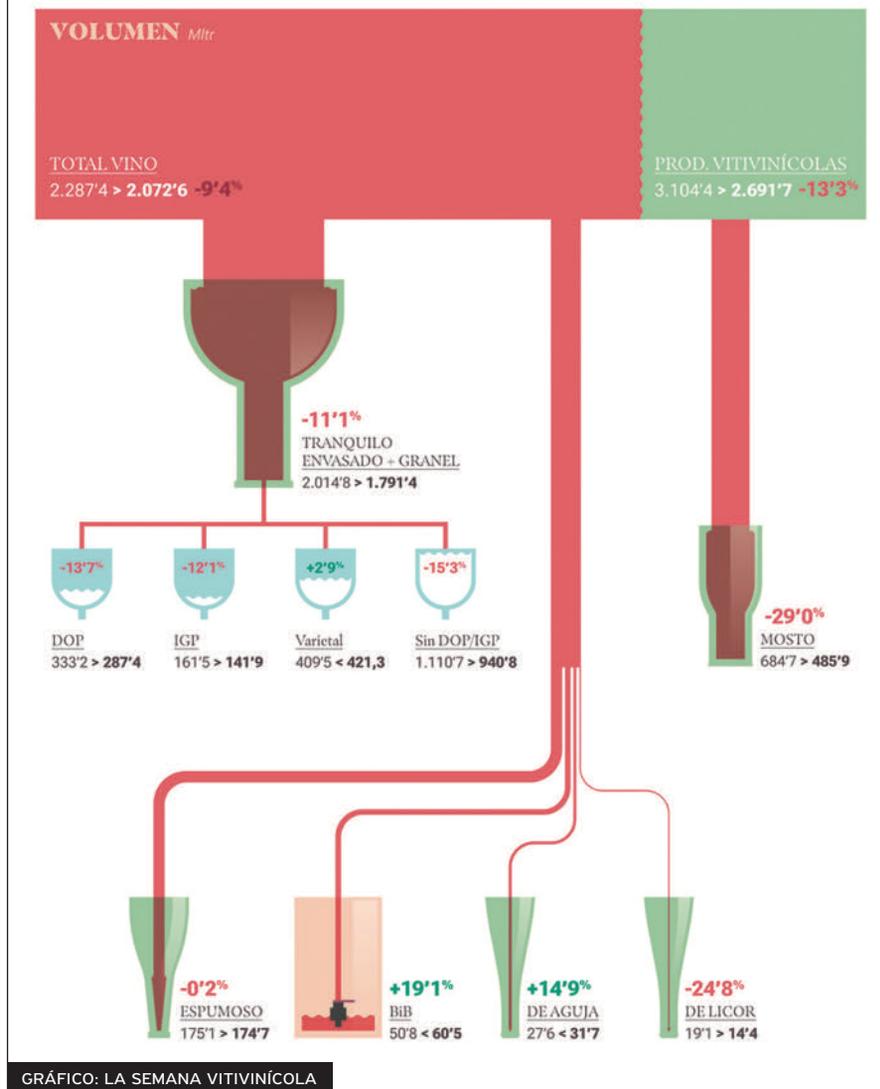
Consecuencia de ello (otra a añadir a las anteriormente mencionadas) es que la aplicación de cualquier medida extraordinaria que se desee financiar con esos recursos europeos debe ser autorizada por la Comisión Europea y limitada al quince por ciento del montante de la ficha nacional (treinta millones de euros aproximadamente).

Y que ya en su momento (Covid), tuvo que ser activada con el fin de hacer frente al importante número de hectolitros no comercializados que el cierre de la hostelería (el hogar se comportó bien durante esos meses) ocasionó en las bodegas y que tuvo un importante efecto multiplicador en el sector español, al ser el primer país exportador del mundo por volumen.

Pero, hete aquí, que cuando la normalidad parecía ir volviendo poco a poco a nuestras vidas, llegó una crisis de materias primas y componentes electrónicos, graves tensiones logísticas y aspiraciones políticas; que tuvieron su colofón en una invasión bélica en la que Europa se ha visto plenamente inmersa. Se agravó por una gran escalada inflacionista que

## EXPORTACIONES VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS

DATOS INTERANUALES. VARIACIÓN TAM FEBRERO 2022 - 2023



derivó en subidas históricas del tipo de interés por los bancos centrales dirigidas a enfriar la economía. Dicho de otra manera, a estrangular el comercio reduciendo el consumo.

Algo que, en el caso del vino, han conseguido. Según la previsión realizada por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), se ha roto la tendencia alcista que presentaba el consumo mundial de vino, reducido en quince millones de hectolitros. Pero no acabaron aquí las cosas. Vinieron invasiones, tensiones inflacionistas, subida de tipos para dominarla y, con ello, un nuevo desplome del consumo. Con un claro ejem-

plo en el mercado español, cuyas cifras de volumen de exportación nos remontan al 2018.

Si se considera que dos tercios de nuestra producción de vinos y mostos tienen como destino el mercado exterior, eso tiene graves implicaciones para este sector. Así la evolución de nuestras exportaciones que en este último año está resultando muy mala: se han perdido, en tasa interanual (TAM) a febrero de 2023, 412,7 millones de litros (13,3 por ciento) para los que hay que encontrar acomodo en un mercado interior cuyos datos de consumo se mantienen estables (parecen haber tocado fondo) en los

nueve millones y medio. Y con escasas posibilidades de aumentar.

Si consideramos que la categoría de vinos que más está sufriendo en el mercado exterior son los vinos amparados por una indicación de calidad (DOP), resulta más comprensible que, en aras de evitar posibles males mayores en un futuro cercano, la DOC Rioja anunciara su intención de solicitar una destilación extraordinaria para sesenta millones de litros que le permitiera dejar sus existencias en niveles prepandemia. Pues, si bien desde que se levantaran las restricciones, las bodegas han ido recuperando parte de esa cuota perdida, hasta situarse en niveles muy próximos a los entonces alcanzados; todo el vino no vendido en esos dos años y medio sigue pendiente de hacerlo y pesa sobre el mercado, con cotizaciones estancadas y bodegas que ya han anunciado su intención de reducir urgentemente su producción, lo que dejaría a muchos viticultores sin comprador para su producción.

Situación similar en la que se encuentra Extremadura, otra región en la que los mercados, especialmente en vinos tintos, se hallan estancados y sus cotizaciones en niveles que hacen insostenible el mantenimiento de la actividad, con incrementos en sus existencias del orden de un tercio por encima de las que disfrutaban hace un año.

Son estas dos comunidades autónomas, La Rioja y Extremadura, las que, haciendo suyas las palabras del ministro Planas, deberán adoptar medidas excepcionales para sus excedentes (más allá de la anunciada vendimia en verde), sin que para ello cuenten con más respaldo del Ministerio que su compromiso de traslado de su solicitud a Bruselas para su posible autorización. Pero que, en ningún caso, contará con fondos nacionales ni extraordinarios aportados por la administración central.

Dos modelos de producción y comercialización antagónicos, con similares problemas, para los que la solución pasa por una medida extraordinaria para equilibrar sus existencias que evite una situación insostenible en un futuro inmediato y para la que es necesaria la autorización de Bruselas. Es el estado miembro (España) el único habilitado para solicitarlo ante la Comisión Europea. ■

DEL LLANO  
A LA MONTAÑALa Cendra  
Selección  
de Familia '20TINTO. VIÑEDOS Y BODEGAS ALTO  
BUEN GRADO.ZONA: DO CEBREROS  
CRIANZA: MALOLÁCTICA Y 12 MESES  
EN BARRICAS USADAS DE ROBLE  
FRANCÉS, 18 EN BOTELLERO  
EVOLUCIÓN: HASTA 2030  
PRECIO: 70 €

96 El trayecto no es excesivo en cuanto a kilómetros pero es como el día y la noche en lo que se refiere a paisaje. La familia Bellido, propietaria de Vinícola de Castilla (DO La Mancha), ha trepado hasta las alturas de Gredos para poner en marcha su primer proyecto fuera de casa. Es relativo porque tienen estrecha vinculación familiar con la comarca abulense y aquí sí vale aquello de las ganas que tenía el patriarca de hacer vino en esta sierra. Lo hace a partir de pequeñas viñas centenarias, cultivadas a más de mil metros de altitud y en una bodega familiar con la que han llegado a un acuerdo de fusión. Se estrenan con dos tintos varietales de Garnacha que expresan bien el potencial de las laderas de Cebrenos, pero con un plus de finura y frescura. Buen trabajo del equipo enológico (José Hidalgo y Ana Martín) en dos vinos que muestran el carácter varietal sin enmascarar por crianzas largas, por maderas nuevas ni por experimentos. Frescura en el básico y complejidad, finura y energía en el Selección de Familia. Muchos matices perfectamente engarzados, con definido y directo carácter varietal (frutas rojas, mineral de hierro, flores azules), notas balsámicas (bosque atlántico) y especiadas. Equilibrio y noble fuerza en un paso de boca fresco, con volumen y relieve, sabroso, expresivo en los aromas, elegante en el posgusto.



## Las Pizarras Las Lomas '21

TINTO. RAÍCES IBÉRICAS

ZONA: DO CALATAYUD. VARIEDAD: GARNACHA  
CRIANZA: 6 MESES EN BARRICA  
EVOLUCIÓN: 2026-2027. PRECIO: 37 €

95 En plena pandemia, en 2020, Mark Schiettekat, distribuidor de vino en Bélgica, salió al rescate de Bodegas San Alejandro, cuyos vinos vendía, para poner en marcha un proyecto singular, centrado en la Garnacha de Calatayud y con excursiones a otras zonas y a otras variedades que pueden ser consideradas raras (Juan García, Prieto Picudo, Albillo, Malvar). En su gama, vinos genéricos, vinos de pueblo y ahora su primer tinto de finca. Perfil moderno, franco y directo en su fino carácter varietal, con recuerdos de frutas rojas, flores azules y tomillería en perfecto perfil varietal. Manda la frescura en un paso de boca ágil, carmoso pero sin excesos de cuerpo, equilibrado, armado en torno a taninos civilizados, sabroso y de fina frescura.



## Legaris Gumiel de Mercado '19

TINTO. LEGARIS

ZONA: DO RIBERA DEL DUERO. VARIEDAD: TEMPRANILLO  
CRIANZA: 11 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO DE 225 Y 500 L.  
EVOLUCIÓN: HASTA 2028-2029. PRECIO: 35 €

95 La quinta entrega de la colección de vinos de pueblo de Legaris trae también un nuevo miembro. En este caso Jorge Bombín, el enólogo de la filial castellana de Codorníu, se ha dirigido al corazón de la Ribera Burgalesa y, también una excepción, para trabajar con viñedo propio, dos parcelas situadas a 900 y 910 metros sobre el nivel del mar. Carácter ribereño genuino, con cierta opulencia y solidez sin puntas. En la nariz destacan los rasgos frutales trufados de notas de crianza (recuerdo de especiero) y toques balsámicos sobre fondo mineral y de hoja de tabaco. Lleno en la boca, con cuerpo y centro consistente y un punto graso, taninos firmes maduros, ajustada acidez, sabroso, expresivo y frutal en los aromas de boca y en el largo posgusto.



## Victoria '22

ROSADO. BODEGAS JOSÉ PARIENTE.

ZONA: VT CASTILLA Y LEÓN. VARIEDADES: GARNACHA, TEMPRANILLO Y VIOGNIER  
CRIANZA: 4 MESES EN DEPÓSITO CON SUS LÍAS  
EVOLUCIÓN: HASTA 2024. PRECIO: 13 €

92 El séptimo vino de Bodegas José Pariente (súmense tres más de su *spin-off*, Bodegas Prieto Pariente) es un homenaje a la fundadora de la bodega, Victoria Pariente, de parte del resto de la familia. Por filosofía, fórmula varietal y procedencia se acerca más a la filial que a la casa matriz y, claro, sale como vino de la tierra. Elaborado con Garnacha de Pedrosa del Rey (donde se solapan las denominaciones Rueda y Toro), Tempranillo de Mucientes (DO Cigales) y Viognier de La Seca (proscrita en la DO Rueda), todos sin salir de la provincia de Valladolid. Rosado de corte muy actual, engañoso por un pálido color que parece anunciar un vino ligero y, sin embargo, tiene un potente y fino aroma frutal, floral y con prestancia en la boca, carmoso y fresco, suave y sabroso, amplio, vivo.



## Viña Sastre Rafael Sastre '21

TINTO. BODEGAS HERMANOS SASTRE

ZONA: DO RIBERA DEL DUERO. VARIEDAD: TINTA DEL PAÍS  
CRIANZA: 8 MESES EN BARRICA  
EVOLUCIÓN: HASTA 2025-2026. PRECIO: 12 €

91 Bajo la mirada complaciente de su consejo regulador, la Ribera del Duero está inundando el mercado con tintos roble que en el mejor de los casos pueden ser calificados como de medio pelo. Y, estadística oficial en mano, es de largo el capítulo de mayor venta de la zona, por más que incluya los vinos de selección que salen como genéricos. Unas pocas bodegas defienden un buen estilo en ese segmento popular y algunas incluso lo refinan. Es el caso del vino que nos ocupa, un tinto roble alejado de los carriles comerciales en el que la zona marca su impronta con un perfil que recuerda a los tintos de siempre, con protagonismo de la fruta madura, fresca y sana matizada por toques de buena madera y un paso de boca fresco, con relieve y cierta fina rusticidad, sin complejos y con carácter.

## Blanca del Castillo '19

**BLANCO. BODEGAS CASTILLO DE CUZCURRITA**

ZONA: DOC RIOJA

VARIEDAD: VIURA

CRIANZA: 7 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 225 Y 500 L, 18 EN BOTELLERO

EVOLUCIÓN: 2026-2027. PRECIO: 40 €

**92** El blanco que no cesa. Las principales zonas de tintos están respondiendo a la demanda mundial de vino blanco con lanzamientos que buscan la excelencia, el punto de distinción de los vinos de larga vida y no los juveniles de tranco corto. En Rioja tienen experiencia en ese camino pero con alardes de ebanistería. La nueva ola busca mayor sofisticación sin salir de las variedades clásicas. Vuelve Blanca del Castillo con la sobria Viura y la fresca de los confines de Rioja Alta, con el toque de complejidad de la bien medida crianza. En desarrollo y ya con finos rasgos especiados engarzados con la base de fruta fresca, sana y madura. Equilibrado, fluido, suave, fresco, seco, serio.



## Clos Ancestral Forcada '22

**BLANCO. FAMILIA TORRES**

ZONA: DO PENEDES

VARIETADES: FORCADA Y ALGO DE XAREL-LO

CRIANZA: 3 MESES EN DEPÓSITO SOBRE LÍAS

EVOLUCIÓN: HASTA 2024-2025. PRECIO: 16,75 €

**91** En solitario, como el caso de este Forcada, o en compañía de otros, caso del tinto Ancestral o el ya veterano Grans Murallès; con DO Penedés, los dos citados, o en exploración de zonas exóticas, caso del Pirene que trepa a las laderas pirenaicas para hacer honor a su nombre, Familia Torres materializa paso a paso una gama de nuevos vinos con variedades recuperadas y con nuevas perspectivas sensoriales. Varios años de experimentación respaldan a este varietal de Forcada, que sale sin maquillaje, salvo por una ligera aportación de Xarel-lo para impulsar sus aromas frutales y herbáceos frescos, con finos tonos de almendra cruda; insiste en la frescura en un paso de boca ágil fluido y suave, casi de trago largo, equilibrado, sabroso, expresivo, directo y bien definido en los aromas de boca. Fino, vivo.

## Blanco Rosé '22

**ROSADO. PAGOS DE ARAIZ**

ZONA: DO NAVARRA

VARIEDAD: GARNACHA

CRIANZA: 2 MESES EN DEPÓSITO CON SUS LÍAS

EVOLUCIÓN: HASTA 2024. PRECIO: 12 €

**90** Se materializa cierto cambio de rumbo en la bodega navarra del grupo Masaveu Vinos. Los últimos movimientos dibujan un nuevo camino a través de las variedades autóctonas, parece que mejor adaptadas al entorno de Olite que las forasteras, y de un estilo de vinos encajados en los del entorno y, al mismo tiempo, en las tendencias que en la actualidad se muestran al consumidor. Es el caso de los rosados pálidos, en ocasiones casi sin pigmento, que se vienen denominando rosé. Este Blanco no llega a la palidez extrema y ofrece mejores prestaciones que la generalidad de los vinos de ese estilo. Aromas frutales de buena madurez en una nariz directa y con buena potencia, tonos de picotas y mineral de hierro. Cierta volumen, centro carnoso, fresco, suave, seco, sabroso, frutal.



## Los Perdederos '20

**BLANCO. VIÑADORES DE CASTILLA**

ZONA: SIN IGP

VARIEDAD: VERDEJO

CRIANZA: 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y DE ACACIA

EVOLUCIÓN: CORTO PLAZO. PRECIO: 33 €

**89** No son sólo las bodegas de zonas potentes de vinos tintos las que ponen sus ojos en el entorno de Rueda para añadir vinos blancos a sus catálogos. También hay casos singulares, como el de Pepe Rodríguez de Vera, que viene de una zona tan exótica (y tan señalada como productora de tintos) como la DO Almansa para trabajar con un varietal de Verdejo con vocación de blanco duradero. Hay que esperarle un tiempo para que termine de asimilar las sensaciones de crianza que ahora son protagonistas aunque sin tapar los recuerdos de frutas bien maduras (peras de agua) y herbáceos finos propios de la variedad. Con energía en la boca, cierto cuerpo y fresca acidez perfectamente conjuntada, seco, sabroso, amplio, con futuro.

## 5/4 '21

**TINTO. BODEGAS MÁS QUE VINOS**

ZONA: VT CASTILLA

VARIETADES: 40% TEMPRANILLO, 20% GARNACHA,

20% AIRÉN, 20% MALVAR

ELABORACIÓN: FERMENTADO Y 9 MESES CON SUS LÍAS

EN ÁNFORA DE BARRO

EVOLUCIÓN: HASTA 2024. PRECIO: 13 €

**90** Variedades blancas mezcladas con tintas, envases de barro y ausencia de madera en un vino que la bodega define como "clarete de parcela elaborado con variedades autóctonas". Toda una declaración de intenciones para una interpretación moderna y cuidada (marca de la casa) de los esquemas tradicionales manchegos. Y un resultado fino, amable, un tinto (o clarete, que no rosado) excelente como vino de barra, para todo tipo de tapas. Franco y directo en la nariz, que ya transmite sensaciones de frescura por sus variados matices frutales, florales, herbáceos frescos y fondo mineral (hierro, arcilla), con notas de monte bajo y un toque anisado. Cuerpo medio, textura fluida apenas matizada por un ligero relieve tánico, bien dotado de sabores, equilibrado, franco y directo en los aromas de boca, largo.



## La Casera bajos en alcohol

**APERITIVOS DE SIDRA Y VERMÚ. SCHWEPPE'S**

ZONA: MADRID

BEBIDAS A BASE DE SIDRA (CON ZUMO DE MANZANA)

Y VERMÚ (CON VINO BLANCO), CON AZÚCAR Y EDULCORANTES

PRECIO: 1,50 € (LATA DE 33 CL.)

**80** Azúcar, gas y aromas sencillos, la fórmula del éxito con el plus de un bajo contenido en alcohol, 2,8% vol. la bebida a base de sidra y 2,6% vol. la de vermú. No parece que los consumidores hispanos sean muy receptivos ante los bebedizos que buscan el mestizaje entre la bebida alcohólica conocida y el refresco. La excepción son los aceptados tinto de verano y calimochos, que terminan por ofrecer bajo contenido alcohólico (salvo que se *alegren* con un destilado). La Casera propone dos bebidas sencillas, limpias en los aromas (más zumo que sidra en uno, muy especiado el otro), aunque se notan los edulcorantes (recuerdo de sacarina líquida), con el conjunto dulce-ácido comercial y con poco alcohol, que incluso se verá reducido si, como es recomendable, se consumen con hielo.

## León Domecq

## JOVEN BODEGA DE VIEJOS ALMACENISTAS

EL REY DE LA SELVA FUE FIGURA PROTAGONISTA EN ALGUNA DE LAS “PROPAGANDAS” –COMO SE DECÍA HACE AÑOS– DE LAS BODEGAS DOMEQ. DESDE LOS ALBORES DEL SIGLO XX VEÍAMOS CÓMO EL REY DE LA SELVA APARECÍA BEBIENDO DE UNA BOTELLA ROTA DE FUNDADOR. PURA CASUALIDAD, PERO JUSTO HACE UN AÑO SE INAUGURABA EN JEREZ UNA NUEVA FIRMA Y BODEGA: LEÓN DOMEQ. EN ESTE CASO SE TRATA DE LOS DOS APELLIDOS DE DOS HERMANOS.

**S**iempre es una gran alegría contemplar cómo, tras los muchos años de crisis del vino de Jerez, empiezan a surgir nuevas bodegas y marcas. Para una jerezana como la que suscribe, constituye la primera, segunda o tercera piedra del edificio de la esperanza, del optimismo...

Hace más o menos un año, en uno de los barrios más antiguos e interesantes –y también más deteriorados– de Jerez, el barrio de San Mateo, abrió sus puertas con todas las bendiciones una recoleta bodega: León Domecq. Un precioso casco bodeguero de mediados del XIX que había conseguido sobrevivir cumpliendo su función de criar vinos, especialmente olorosos, como bodega *almacenista* y que afortunadamente dos hermanos de la familia heredera, Santiago y Tomás León Domecq, se propusieron con excelente criterio rehabilitar en todos los sentidos, tanto los *cascos* de la pequeña bodega como los *solerajes* que contenía.



Quiso la casualidad que estos fueran los apellidos reales de estos dos hermanos y así ambos, León y Domecq, están de nuevo juntos pero el rey de la selva no podrá beber ningún brandy de Jerez. Ni Fundador –por razones obvias, ya que esta famosa marca pertenece desde hace años al magnate filipino propietario del Grupo Emperador, entre otros muchos, muchísimos negocios– ni ningún otro. Esta nueva bodega jerezana está totalmente dedicada a los vinos y al vinagre. No elabora ni comercializa ningún brandy de Jerez.

## EL RENACER DE SAN MATEO

San Mateo es uno de los barrios más auténticos y antiguos de Jerez, donde convivían, muchos años ha, grandes y opulentas casas palacios con numerosas bodegas e iglesias, las primeras iglesias tras la reconquista, las más antiguas de la ciudad, como la que da nombre al barrio, San Mateo. Todo este barrio está situado dentro de las murallas árabes de la ciudad y se articulaba en torno a una gran plaza, la del Mercado.

Debió ser maravilloso, pero la decadencia en la que se sumergió este barrio





hace unos cincuenta años fue verdaderamente triste y lamentable. Ruinas y más ruinas de bodegas y palacios. Las iglesias al menos se mantuvieron con un poco más de dignidad arquitectónica. Hasta que, felizmente, se instaló en estos territorios la prestigiosa bodega Tradición, a finales del siglo XX, concretamente en 1998. Ello supuso el primer paso para que este barrio se empezara a adecentar y que recuperara algo de la dignidad perdida. La instalación del Museo Arqueológico Municipal de Jerez en la plaza del Mercado, con la consiguiente rehabilitación del edificio en el que se encuentra, constituyó igualmente un gran acierto en aras de la recuperación de la zona.

### BODEGA ALMACENISTA

Los cascos bodegueros de León Domecq se crearon a mediados del XIX, concretamente desde 1850, como una de las muchas bodegas que por allí existían en el gran siglo del jerez. Criaban los vinos procedentes de un viñedo muy cercano a Macharnudo, llamado La Compañía, propiedad de Tomás Domecq, abuelo de los actuales propietarios. Funcionaron desde

entonces como almacenistas, esa figura tan importante en la historia del jerez, y lo hacían de manera independiente al devenir del negocio de la famosa bodega Domecq como tal, aunque fueran miembros de la familia. Los almacenistas criaban vinos que vendían a las grandes bodegas. No podían embotellar ni tener marca ni vender al público. Sólo a las bodegas para enriquecer, mezclar, o hacer lo que quisiera el cliente que compraba el vino a la almacenista.

tando la procedencia de la bodega que se lo proporcionaba. En el caso de este Lustau Almacenista Palo Cortado, figuraba Bodega Vides, la actual León Domecq.

Debo recordar que Lustau creó la exquisita gama de vinos Almacenistas para homenajear a esta figura vinatera entre otras cosas porque nunca olvidó que en sus orígenes, hace ahora 150 años, fueron bodegueros almacenistas. Desde hace algunos años Lustau ya no embotella ni comercializa este palo cortado Vides.



De esta bodega, por ejemplo, procede un gran palo cortado de los que han ido siempre por derecho (hay muchos palos cortados que, no es que tengan misterio, es que no lo son) que la firma Lustau comercializaba hace unos años bajo la gama de *Almacenistas*, pero siempre respe-

Quando los vinos embotellados y elegantemente vestidos de esta nueva/vieja bodega de Jerez salieron al mercado hace más o menos un año, lo hicieron con el nombre de Señorío de Callao, un título de la familia. Habida cuenta de los registros y demás, el apellido Domecq no podía



utilizarse como marca. Parece que en un futuro próximo podrán utilizarla pero de momento pesa mucho más la razón social de la bodega que la propia marca del vino. Los seguimos encontrando, no en muchos establecimientos, verdad es, bajo el nombre de Señorío de Callao, pero es una marca de letra pequeña.

## REFORMA INTEGRAL

Tomás y Santiago León Domecq acometieron valientemente la reforma integral de la antigua y vieja Bodega Vides para convertirla en una firma de prestigio. El edificio, que estaba muy deteriorado, se ha restaurado casi completamente y el resultado es realmente hermoso, de unas proporciones perfectas y con unos arcos ojivales en lugar de los característicos de medio punto. Al otro lado del pequeño patio de entrada, existe una recoleta y pequeña bodega dedicada enteramente a la crianza de vinagres de Jerez de esos que también van por derecho. Es decir, excelentes vinagres surgidos de manera natural, joyas con más de 75 años.

El equipo técnico está asesorado por el enólogo Joaquín Gómez Beser, uno de los jóvenes profesionales jerezanos que están revolucionando el Marco de Jerez, descubriendo las posibilidades que la



uva Palomino tiene si se la trata bien y no se abusa de su prolífica capacidad.

Los vinos y vinagres de la firma León Domecq se encuentran en el mercado de los jereces *premium* y al precio justo. Es decir, desde los 21 euros de la botella de fino en rama, a los 47,50 € del palo cortado. Los precios del resto de la gama (amontillado, oloroso, medium y pedro ximénez) oscilan entre ambas cantidades. Todos los vinos se comercializan en

botellas de medio litro (50 cl). En total, 400 botas de vino y otras 80 de vinagre.

Una bodega pequeña, comparada con las clásicas grandes firmas a las que hemos estado acostumbrados en los pasados años 60, 70, 80, pero que puede marcar –como otras que felizmente van surgiendo– la supervivencia de los jereces. ■

## SABORES ANTIGUOS



### Señorío de Callao Amontillado

PALOMINO; 7 AÑOS DE CRIANZA BIOLÓGICA SEGUIDOS DE 12 EN BOTAS DE ROBLE AMERICANO DE 500 L, SISTEMA DE CRIADERAS Y SOLERA. 37,50 € (50 CL).

**96** Mucho carácter, gran finura. Nariz amplia, con recuerdos bien marcados de las dos crianzas, notas finas de hidrocarburos, frutos secos y pozo limpio (cal). Ligero y muy seco, suave, equilibrado, amplio, sabroso, fino toque amargo.



### Señorío de Callao Fino

PALOMINO; 9 AÑOS EN BOTAS DE ROBLE AMERICANO DE 500 L, SISTEMA DE CRIADERAS Y SOLERA. 21 € (50 CL).

**97** Con carácter, ágil, vivo. Aromas complejos de larga crianza en flor, recuerdo de levaduras frescas, almendras crudas, minerales (tiza, yodo) y salinos. Ligero, muy suave (sedoso), fluido, seco, sabroso, expresivo y elegante en aromas.



### Señorío de Callao Oloroso

PALOMINO; 40 AÑOS EN BOTAS DE ROBLE AMERICANO DE 500 L, SISTEMA DE CRIADERAS Y SOLERA. 43 € (50 CL).

**97** Bouquet clásico de oloroso viejo, excelente paso de boca. Aromas complejos de larga crianza, tonos de frutos secos, especias y maderas finas, nota de pan de higo. Equilibrado, grata calidez, sabroso, expresivo en aromas, persistente.



### Señorío de Callao Palo Cortado

PALOMINO; 20 AÑOS EN BOTAS DE ROBLE AMERICANO DE 500 L, SISTEMA DE CRIADERAS Y SOLERA. 47,50 € (50 CL).

**93** Sensaciones de crianza biológica bien marcadas. Aromas minerales (yodo, finos hidrocarburos), especiados y de frutos secos. Más bien ligero de cuerpo, fluido y suave, muy seco, sabroso, fino y amplio en los aromas de boca, largo.



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

# HEREDEROS DEL MARQUÉS DE RISCAL

Desde 1858

*Dressed  
in gold*



## Casa Madero

# LA HISTORIA ES UN GRADO

LLEGAN A ESPAÑA LOS VINOS DE LA BODEGA MÁS ANTIGUA DEL CONTINENTE AMERICANO. CON ELLOS, UNA AZAROSA HISTORIA DESARROLLADA A LO LARGO DE SEIS CENTURIAS, CON MÁS DE QUINCE PROPIETARIOS, INCLUIDO UN PRESIDENTE DE MÉXICO, PROHIBICIONES Y RESURRECCIONES. CASA MADERO, FUNDADA EN 1597 COMO HACIENDA SAN LORENZO BUSCA SU SITIO ENTRE LAS INSTITUCIONES HISTÓRICAS DEL VINO MUNDIAL.

**E**l origen de Casa Madero se remonta a los primeros años de la conquista de México por los españoles y ha tenido una trayectoria azarosa. Sobrevivió a la prohibición del cultivo de la vid dictada por la corona española y a una sucesión de trece propietarios antes de que la familia Madero le diera una continuidad que dura 130 años. Sus más de cuatro centurias sitúan a Casa Madero como la bodega en activo más antigua de América y una de las más veteranas del mundo. Sólo eso le da un puesto en la cima del vino mundial pero busca su lugar en la excelencia y ahora llega a España, con algunos de sus vinos, de la mano de la bodega hispano-mexicana Lagar de Proventus.

En 1568 una expedición española, al mando de Francisco Cano, buscaba oro en el actual estado de Coahuila, al nor-



oeste de México. Atravesaban una amplia zona desértica cuando desembocaron en un oasis poblado de abundantes vides autóctonas al que, por su paisaje montañoso, bautizaron como valle del Pirineo, aunque muy pronto esa vegetación le granjearía el nombre actual de valle de Parras. Fueron los primeros colonizadores de la zona y a ellos siguieron otros, atraídos por su potencia vitivinícola. Así, en 1594 arribaron los jesuitas, que acompañaban al capitán Martín Antón Zapata, encargado de la colonización definitiva de la zona. Los religiosos



establecieron la misión de Santa María de las Parras, donde, a partir de esas vides autóctonas, produjeron los primeros vinos del valle.

Al año siguiente un colono llamado Lorenzo García solicitó al rey de España una *merced* para la explotación agrícola. Felipe II le asignó una dotación de tierra con permiso para plantar vinos. Esa propiedad era la Hacienda San Lorenzo, lo que hoy es Casa Madero. Permaneció en manos de los descendientes del fundador apenas 33 años y en 1628 la vendieron a Luis Hernández Escudero, con lo que se abrió una serie de cambios de propietarios, hasta trece, entre ellos militares y burócratas españoles, que finalizaría en 1893 cuando Evaristo Mateo compró la hacienda a la empresa francesa San Lorenzo México y le dio su ac-



tual nombre. En la actualidad la quinta generación de la familia Madero está al frente de la casa.

### TAN BUENOS COMO LOS DE ESPAÑA

Los vinos pronto destacaron. Entre los testimonios que conserva la propiedad sobresale una cita del obispo de Nueva Galicia (estados actuales de Aguascalientes, Jalisco, Nayarit y Zacatecas) que en una fecha tan temprana como 1604 manifestó: "Está este pueblo de las Parras fundado en un valle de los más fértiles de tierras y pastos, y más ameno y fresco de manantiales, fuentes y ríos que hay en toda la (Nueva) Vizcaya, y así es el más sano y de más apacible vivienda que por



## Vocación vitivinícola

Tal vez el nombre de Parras influyera para que se pasara por alto la prohibición del cultivo de la vid y la producción de vino dictada por la corona española en 1699. No afectó a una zona que es un auténtico oasis rodeado de vastas regiones desérticas, con agua abundante por los numerosos manantiales y arroyos que se alimentan de las sierras de Parra, Hojaseñal, Playa Madero y El Laurel que prácticamente la rodean, y por la temporada de lluvias, que va de abril a octubre y se suele situar en una precipitación de entre 350 y 450 mm al año. Está al pie de la Sierra Madre Oriental, al sur del estado de Coahuila, a una altitud de 1.500 metros sobre el nivel del mar. La elaboración de vino está considerada como la principal industria de la región, junto a la textil, a pesar de que se nutre de un viñedo que apenas alcanza las 700 hectáreas de moderno viñedo plantado en espaldera y con riego. El agua procede en buena parte de profundos pozos: en Casa Madero acaban de poner en funcionamiento uno excavado a 500 metros de profundidad.

El sector se ha desarrollado a lo largo del siglo XX, con la llegada de enólogos europeos y la creación de nuevas bodegas. Se elaboran vinos blancos, rosados, tintos y espumosos a partir de toda la paleta de variedades internacionales, con especial papel para la tinta Syrah, con apenas treinta años de presencia en la comarca pero elevada a la categoría de variedad característica de Parras. La variedad del Ródano es uno de los motores de una zona vinícola, que, como casi todas en México, está en plena fase de desarrollo. El 9 de agosto se celebra El Día de la Uva, una de las fiestas destacadas del valle.



aquí se sabe(...). Es este valle muy acomodado para viñas, porque allende de las muchas cepas puestas a mano que en él se dan de uvas de Castilla, cargan de mucho fruto y racimo y vienen a madurar con tanta sazón y con tanto dulce y mosto que se hace vino tan bueno, que se echa muy bien de ver que si se hiciese con la curiosidad y cuidado debido, sería el vino tan bueno como el de España...".

La casa afrontó la prohibición del cultivo de la vid y la elaboración de vino, en 1699, con la que la corona quería proteger la producción española y su venta a los nuevos reinos americanos. La vía fue destinar su producción a la destilación; sólo se permitía la vid para elaborar vino de misa y brandy. También hubo una expropiación bajo el efímero dominio francés, un propietario inglés y toda una odisea antes de la llegada de la familia Madero.

## EMPRENDEDOR Y FIGURA HISTÓRICA

Evaristo Mateo fue tal vez el único, después de los fundadores, que prestó auténtico interés a la elaboración de vino. Era un emprendedor nato: comenzó con un servicio de carretas, creó una empresa textil y el Banco Nueva León, fue pionero en la electrificación de sus empresas y fue gobernador de estado de Coahuila. Madero renovó la bodega, le dio su nombre y contrató a enólogos europeos para impulsar la calidad de sus vinos, además de mantener la destilación para producir

brandy, que sería el motor del crecimiento de la empresa a lo largo del siglo XX. En Parras de la Fuente, nació uno de sus nietos, Francisco Madero, líder de la revolución mexicana de 1910, en la que participó toda su familia, y presidente del país entre 1911 y su asesinato en 1913, tras la caída de Porfirio Díaz.

A partir de 1980 se introdujeron cambios radicales que desembocarían en el estado actual de la bodega. Se renovaron las instalaciones y se dio un nuevo

impulso a los vinos. En los años siguientes también se introdujeron cambios importantes en el viñedo. En 1991 se plantaron las primeras vides de Syrah (Shiraz aquí como en todo el Nuevo Mundo vinícola), que se convertiría en la variedad característica de Parras. En 1997 se dio un nuevo impulso con la adopción de las técnicas enológicas más modernas lo que daría paso al desarrollo de la gama de vinos,

entre ellos el primero ecológico de México, aparecido en 2012. ■

**SUS MÁS DE CUATRO CENTURIAS SITÚAN A CASA MADERO COMO LA BODEGA EN ACTIVO MÁS ANTIGUA DE AMÉRICA Y UNA DE LAS MÁS VETERANAS DEL MUNDO.**



## La cata



## TRES DE 16

Casa Madero ofrece un catálogo de 16 vinos, clasificados en varias categorías (grandes reservas, varietales, ensamblaje, uvas orgánicas). A España llegan de la mano de Lagar de Proventus (DO Ribera del Duero), una bodega muy relacionada con México por la familia propietaria de la cadena de tiendas La Europea, importadores de vinos españoles para el país norteamericano. La comercialización se ha iniciado en los primeros meses del año con la importación de tres vinos, dos versiones de Casa madero 3V, que es el vino más vendido de la bodega y fue marca creada para Mexicana de Aviación hasta que la compañía quebró, y el tinto varietal de Syrah.

## Casa Madero 3V '20

CABERNET SAUVIGNON, MERLOT Y TEMPRANILLO; 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO (EL TEMPRANILLO). 700.000 BOTELLAS. 40 €

**91** Fresco y directo. Aromas de fruta fresca, apunte floral, recuerdos de hierba segada y una ligera nota vegetal (piracina). Equilibrado en cuerpo medio, fresco, cierto relieve tánico, bien dotado de sabores, franco carácter frutal.

## Casa Madero 3V Gran Reserva '19

CABERNET SAUVIGNON, CABERNET FRANC Y SYRAH; 24 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO (EL SYRAH). 700.000 BOTELLAS. 80 €

**87** Definido carácter del Nuevo Mundo, madurez y barrica. En la nariz dominan las sensaciones de madera nueva de calidad sobre fondo de fruta roja madura. También se deja ver la madera en un paso de boca rotundo, algo cálido.

## Casa Madero Shiraz '20

SYRAH; 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO. 40 €

**93** Madurez apurada en un carácter frutal franco y bien definido, sin interferencias del roble. Aromas de fruta roja muy madura, recuerdos especiados (especiero, ñora) y de flores azules. Con cuerpo, centro carnoso de buena consistencia, taninos redondeados, buen equilibrio de acidez y alcohol, sabroso, frutal, amplio.

# 100 MARCAS HISTÓRICAS DEL VINO ESPAÑOL



**100 MARCAS QUE TUVIERON  
UN PAPEL RELEVANTE  
EN SUS ZONAS DE PRODUCCIÓN  
Y CONTRIBUYERON A LA  
HISTORIA DEL VINO ESPAÑOL**

**GRATIS**  
PARA SUSCRIPTORES  
DE PLANETAVINO

PIDA SU EJEMPLAR EN  
[www.proensa.com](http://www.proensa.com)

## El legado de Bodegas Faustino

# LUJO VANGUARDISTA Y SOSTENIBLE

LA FAMILIA MARTÍNEZ ZABALA, DE NUEVO DE LA MANO DE UNO DE LOS ARQUITECTOS MÁS FAMOSOS DEL MUNDO, NORMAN FOSTER HA PRESENTADO EL NUEVO PROYECTO QUE EL ARTISTA HA DISEÑADO. ES UN EDIFICIO INNOVADOR Y SOSTENIBLE, QUE SERÁ EL CENTRO DE VISITANTES DE LA BODEGA DE OYÓN, VANGUARDIA Y TRADICIÓN NUNCA ESTUVIERON TAN CERCA EN EL MUNDO DEL VINO.



**H**ace más de 160 años en Oyón y en una histórica y gran casona nobiliaria, por supuesto con escudo, por sus pasillos y escaleras empezaron a dar sus primeros pasos lo que sería la gran familia de los hermanos Faustinos. Todos ellos aún no tenían ese nombre, ni vestían mallas, ni nada... pero todos iban de la mano de Eleuterio Martínez, quien compró viñedo, además de la casa palacio con su bodega.

Cien años después, los vinos que los Martínez elaboraban dieron un gran salto de la mano esta vez, de uno de sus descendientes directos, Julio Martínez, a quien se le ocurrió vestir el vino más importante de la bodega, un gran reserva, con un traje de lujo y con el nombre de su padre, que no era otro que Faustino. Y así comenzó la historia del vino gran reserva riojano más vendido en el mundo, la de la famosa etiqueta que parece un

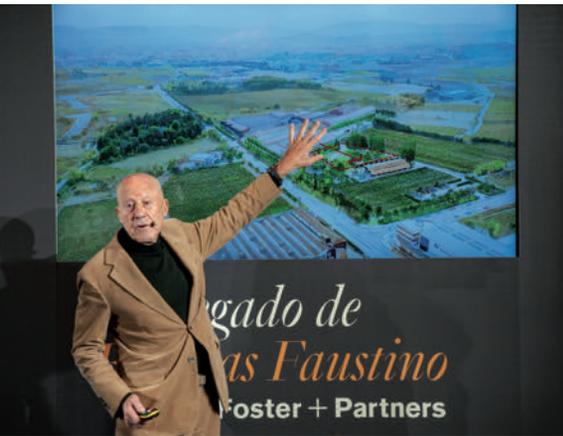
medallón, la de la botella esmerilada y la de la malla. Todo un estilo de diseño.

En una entrevista que le hice hace muchos años a Julio Faustino Martínez, padre de las actuales propietarias de la bodega, las hermanas Lourdes y Carmen Martínez Zabala, me dijo que había ele-

gido para la imagen de Faustino I un personaje de un cuadro de Rembrandt porque le gustaba y le parecía de gran peso e importancia.

El cuadro es una verdadera obra maestra de los retratos de Rembrandt y representa a un caballero llamado Nicolaes





Van Bambeeck. Este caballero existía y era un potente comerciante e importador en Holanda de paños, lanas y demás... España en aquellos años producía los mejores paños y lanas de toda Europa por obra y gracia de nuestras maravillosas ovejas merinas, así que este caballero gozaba de una muy buena posición económica y pudo hacerse retratar por el pintor más famoso de Holanda: el gran Rembrandt. Resulta curioso comprobar como don Julio Faustino fue un visionario. Eligió el mejor importador de productos españoles en el siglo XVII previendo que su bodega sería la mejor exportadora de grandes reservas riojanas algunos siglos después.

## DEL BARROCO AL HIGH TECH

Del barroco de los Países Bajos del siglo XVII a la arquitectura más sostenible y avanzada del siglo XXI. Norman Foster aplica a sus proyectos arquitectónicos la más alta y sofisticada tecnología convirtiendo –en el caso que nos ocupa– una bodega en una verdadera vanguardia de sostenibilidad con la aplicación de su arquitectura verde. Hace años que ya proyectó y construyó para la misma empresa bodeguera la bella y sorprendente Portia, en la Ribera del Duero.

Recientemente se presentó este proyecto en Madrid, con la presencia de sir Norman Foster –todo un privilegio–, quien fue personalmente describiendo y resumiendo diferentes características de la nueva obra encargada por el Grupo Martínez Zabala, los herederos de Faustino Martínez.

Esta vez Foster alegrará tierras alavesas, concretamente Oyón, centro de gravedad y origen de este importante grupo bodeguero, construyendo de nueva planta un centro de visitantes espectacular, muy cerca de la bodega. Una nueva entrada principal al recinto bodeguero ya existente, completamente verde, a través de viñedos (bueno, verde cuando la viña está verde, claro) llegará directamente al nuevo centro de visitantes, que se alzará potente, independiente, radiante y brillante al final del verde camino.

En palabras del propio Foster, “este es un proyecto sobre la experiencia del visitante, y no solo la creación de un edificio nuevo, que permite que el invitado pueda imbuirse con los viñedos de Bodegas Faustino. Un proyecto que denominamos *Energía Plus*, ya que el edificio central sólo consume el 20 por ciento de la energía que genera y el resto alimenta a las otras instalaciones de Bodegas Faustino. Todo ello a través de la integración de tecnologías innovadoras en todas las instalaciones, con lo que conseguimos que Bodegas Faustino sea cien por cien autosostenible, energéticamente hablando”.

Para este proyecto tan integrador de la tradición y la vanguardia, tan sostenible y *high tech*, se ha elegido el nombre de *El Legado de Bodegas Faustino*. El nuevo edificio de visitantes es su eje central y se inspira en el patrimonio original de la bodega. Se trata de una estructura de aspecto muy ligero construida básicamente con maderas procedentes de bosques cercanos. En general, el nuevo edificio tendrá una gama de colores muy *terrenales* que hará que sea casi mimético, sobre todo en otoño, con los viñedos que le rodean.

El techo es sorprendentemente novedoso porque se trata de un panel curvo, todo un panel solar, pero construido con pequeños paneles de color tierra, que son mucho más estéticos que los tipo espejo que abundan por techos, ventanas y granjas solares de nuestras tierras. La cubierta capta energía solar y producirá casi seis veces la consumida por el edificio, que a su vez será aprovechada

por el resto de los edificios del complejo de la bodega. Sir Norman Foster hizo gala de su sentido del humor diciendo que estos paneles tan novedosos que se han desarrollado para este proyecto son un poco menos eficaces pero mucho menos feos.

## SOLUCIONES EFICIENTES

Una claraboya central y fachadas acristaladas aportarán luz natural a los espacios interiores, reduciendo la necesidad de iluminación artificial. El espacio interior del edificio central de *El Legado de Bodegas Faustino* será abovedado y sin columnas, con lo que se conseguirá crear un volumen extremadamente espacioso y flexible, integrado en el paisaje de viñedos que se disfruta en Bodegas Faustino.

Una solución de máxima eficiencia, que permite unir la belleza y el diseño con la tradición y la sostenibilidad, aho-



rra de energía y confort para propios y extraños. Por supuesto, el centro contará con restaurante que suponemos estará a cargo de algún chef que tendrá que ser sostenible y que trabaje con materias primas y métodos igual de sostenibles. Es de suponer que los productos de la zona serán los protagonistas de su cocina. De nada sirve ahorrar energía si luego las materias primas llegan desde países remotos por tierra, mar o aire y con demasiada huella de carbono. Bienvenido este legado que será capaz de hacer converger tantas tradiciones, calidades, sostenibilidades y vanguardias. ■



RECICLAR  
ES UNA  
MINA

# El vino circular

REUTILIZAR LA BOTELLA, RECICLAR EL TAPÓN DE CORCHO O LA CÁPSULA O BUSCAR NUEVAS POSIBILIDADES MÁS SOSTENIBLES SON INICIATIVAS QUE LA INDUSTRIA DEL VINO HA EMPEZADO A PONER EN PRÁCTICA PARA EQUILBRAR, INCLUSO REDUCIR, SU HUELLA DE CARBONO. PROYECTOS QUE APUESTAN POR UNA ECONOMÍA CIRCULAR DEL VINO Y QUE ALGUNAS BODEGAS E INSTITUCIONES SE HAN IMPUESTO ANTE LAS URGENTES EXIGENCIAS CLIMÁTICAS.

TEXTO: PILAR CALLEJA





Cada vez es más habitual oír y leer sobre la importancia de la economía circular. Un modelo de producción y consumo que implica alquilar, compartir, reutilizar, renovar, reparar y reciclar materiales y productos todas las veces que sea posible, de forma que su vida se extienda y que suponga reducir al mínimo los residuos. Una práctica que contrasta con el concepto habitual de los últimos tiempos de usar y tirar.

Es una vía que ha derivado en la puesta en marcha de prácticas sostenibles en cualquier sector industrial y de negocio. Y más si se trata de uno como el vino, íntimamente relacionado con la naturaleza y su cuidado. No nos cansamos de ver cómo cada día muchas bodegas se alzan como abanderadas de “iniciativas solidarias con el planeta” que van desde la nula utilización de abonos químicos o herbicidas para fertilizar la tierra, mantenimiento de la biodiversidad, vuelta al uso de animales, reconversión del viñedo en ecológico, hasta el reciclado del agua, la instalación de plantas fotovoltaicas para conseguir energía limpia, la gestión de los residuos o, incluso, la construcción de bodegas con materiales reciclables o con sello de sostenibilidad.

Prácticas plausibles, sin duda, pero poco se oye sobre las que tienen que ver

con el embotellado, el transporte o la distribución, el envase (salvo el reciclado del vidrio), la etiqueta, la cápsula o el almacenaje. Aunque queda un largo camino por recorrer, en los últimos tiempos, algunas bodegas y distintas instituciones han puesto en marcha iniciativas en este sentido para intentar cerrar el círculo de la economía del vino. Proyectos que el planeta agradecerá y que ayudarán a mirarlo de tú a tú.

deración Española del Vino (FEV), el peso de la botella es un factor clave ya que, a menor peso, menor impacto en el medio ambiente. Tan solo el embotellado puede suponer hasta un 40 por ciento del total de la huella de carbono de una bodega.

Algunos estudios científicos sobre el vino y su huella ambiental afirman que para producir una botella de vino de 750 mililitros se liberan de media 2,17



## El envase. la piedra angular

Según datos de un informe publicado por Ecovidrio, en 2021 cada español depositó 19 kilos de vidrio en el contenedor verde, lo que sumó casi 900.000 toneladas recogidas, un cinco por ciento más que en 2020, con el País Vasco y las Islas Baleares a la cabeza. Unos datos que han evitado la extracción de 1.140.660 toneladas de materias primas (el equivalente a 113 veces el peso de la torre Eiffel), la no emisión de 551.320 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera (el equivalente a dar 140 veces la vuelta al mundo en avión) y el ahorro en consumo de 678.884 megavatios/hora de energía (equivalente al consumo energético de los hospitales españoles durante dos meses).

Según la Guía Ecodiseño para el sector del vino, elaborada por Ecovidrio y la Fe-

deración Española del Vino (FEV), el peso de la botella es un factor clave ya que, a menor peso, menor impacto en el medio ambiente. Tan solo el embotellado puede suponer hasta un 40 por ciento del total de la huella de carbono de una bodega.

Por tanto, si las bodegas redujeran solo 20 gramos el peso de la botella, la huella de carbono disminuiría un dos por ciento. Una razón por la que las bodegas, en general, han avanzado en este sentido reduciendo el peso, que ahora suelen rondar entre 350 y 450 gramos, y que llega hasta 800 en una de espumoso. Bodegas como Torres con su programa medioambiental Torres & Earth, Campo Viejo o Las Moradas de San Mar-

tín lo han hecho y son solo algunos ejemplos en este sentido.

Aunque el vino tiene en la botella de vidrio su pareja más habitual, un material que puede reciclarse infinitas veces y del que puede recuperarse hasta un 85 por ciento del material para fabricar una nueva, existen otros detalles a considerar como el color que determina la cantidad de material reciclado (calcín o casco) que se puede emplear para su fabricación. Aunque ahora no se discrimina en el reciclado por el color, en general, el vidrio se tritura y luego se separa por tonos para obtener ese calcín, que dará vida de nuevo al vidrio.

Por colores, el verde es el más utilizado y el más barato de fabricar ya que es el que más porcentaje admite: puede contener hasta un 60-80 por ciento de vidrio reciclado. Por su parte, el topacio y el ámbar, tonos que protegen más de

sostenibles, como el llamado Rebo2vino, en el que están implicadas comunidades autónomas como Madrid, Andalucía y Cataluña y cuenta con la participación de nueve entidades que representan a distintos eslabones de la cadena de valor del vino y del ciclo de vida del producto: Minsait (una compañía de Indra), Verallia Spain, González Byass, Familia Torres, Artica Ingeniería e Innovación, la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático, y, como socios colaboradores, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), Ecovidrio y Hostelería de España.

Entre sus objetivos están la realización de un estudio de mercado y el diseño e implementación de una prueba piloto experimental para conocer el impacto medioambiental, técnico y económico de un posible sistema de reutilización de la botella de vidrio. “Fabricada por Verallia,



dría un coste de fabricación similar o un poco superior al de una nueva, pero que para “las bodegas sería rentable ya que usarían hasta siete veces la misma botella”.

Aunque acaba de estrenarse, el proyecto ya se topa con algunos problemas como resolver el sistema de retorno de las botellas o la vocación exportadora del sector, que hace difícil la recuperación. Y es que para medir el impacto ambiental además del envase hay que calcular qué supone el transporte y su distribución. “La reutilización de las botellas sólo es viable desde un punto de vista económico y medioambiental si la distancia entre el punto de producción, el consumo y la vuelta para su reutilización no es muy lejana. Algunos estudios elaborados en Italia fijan esta distancia entre 100 y 150 kilómetros como máximo, incluyendo ida y vuelta”, señala Márquez.

El dato ha hecho volver la mirada hacia otros sectores como el de la cerveza para ver cómo implementan esta circunstancia. “Son sectores concentrados con grandes compañías que cuentan con plantas de lavado. Una nueva supone una inversión de entre dos y cinco millones de euros. Una inversión inviable en el sector vinícola, pero que podría derivar en uniones tipo cooperativas o en una nueva línea de negocio, con empresas que podrían implantarlas en núcleos con alta concentración de bodegas”, apunta la directora técnica.

## Más allá de la botella de vidrio

Aunque la botella de vidrio es el alma del vino, en ocasiones el envase de cartón o incluso el de plástico, prácticamente re-



la contaminación solar, puede llegar de 30 a 50 por ciento y, el transparente, el que más filtra la luz, no incluye más de un 5 a un 15 por ciento, porque el vidrio coloreado no puede volver a ser transparente.

## Botellas retornables

Instituciones como la FEV han visto la necesidad de implicarse en proyectos

tendría mayor gramaje que las actuales para que fuera más resistente al transporte y al lavado y minimizara ese desgaste”, declara Trinidad Márquez, directora general de FEV.

Una botella que basaría su reutilización en el lavado del envase (se calcula que soportaría hasta ocho lavados, según datos extraídos de Rewine, un estudio realizado en Cataluña), y que ten-



**CONTRASTA  
CON LO TÍPICO  
EN LOS ÚLTIMOS  
TIEMPOS DE  
USAR Y TIRAR.**

servados a vinos de gama baja, entran en juego en este sector.

En general, el *brik* es un envase que se recicla pero que para conseguir cerrar el círculo habría que separar todos sus elementos y volver a fabricar un *brik*, algo imposible. Una circunstancia que se deriva de la necesidad de usar cartón virgen para evitar posibles contaminantes del ya usado, o, porque el resultante no tiene calidad suficiente para contener alimentos. Aún así, fabricar un *brik* es más económico que elaborar vidrio y recuperarlo supone un ahorro de energía: por cada mil kilos reciclados, se obtienen 750 kilos de papel *kraft*, un papel con el que se fabrican bolsas, hueveras, sacos... Con el polietileno y el aluminio recuperados se elaboran láminas que se emplean en la industria del cemento y de la construcción.

Tampoco la botella de *pet* es un envase muy usado en la industria del vino. Es el material plástico más reciclado del mundo y, pese a que se puede reciclar varias veces, para uso alimentario solo se permite un primer nivel de reciclaje. Una vez reciclada se utiliza para fabricar piezas tan dispares como botellas para detergentes o productos fitosanitarios, zapatillas, ropa, forros polares o abrigos.

## El tapón de corcho. elemento sostenible

El corcho es, sin duda, el cierre "natural" de las botellas de vino. Un material cien por cien reciclable y biodegradable, con una huella de carbono negativa, según se desprende de un estudio de Ernst & Young de 2018. Si se tiene en cuenta su ciclo de vida, cada tapón retiene hasta 309 gramos de CO<sub>2</sub>, uno de los principales gases de efecto invernadero que causan la crisis climática. Una cifra que casi

por sí sola compensaría las emisiones de la fabricación de la botella de vidrio y del transporte.

El corcho, por tanto, no supone un problema en su fabricación, pero sí, según Albert Hereu, director de la Fundación Instituto Catalán del Corcho (ICSURO), "qué hacer con ellos una vez usados. Acaban en el cubo de los restos orgánicos y luego se compostan para elaborar otros productos agrícolas. Pero, aún así queremos dar un paso más, potenciar el valor del producto y buscar aplicaciones que den una salida a este tapón, aunque la logística de la recuperación sea complicada".

Desde entidades privadas e instituciones se han buscado iniciativas para las más de 2.500 toneladas de tapones de corcho que se generan cada año. "Es necesario buscar una aplicación que sea rentable y que absorba buena cantidad de tapones. Reciclarlo en otros tapones no es viable. Hay que tener en cuenta que este elemento es biodiversidad, no es una industria extractiva y no interesa que se hagan menos tapones, si no que haya demanda para gestionar los alcornoques, la reforestación...", señala Hereu.

Entre estas iniciativas están algunas privadas como la que ha puesto en marcha el restaurante El Celler de Can Roca

junto con ICSURO o el proyecto Alcorke, que consiste en dar una segunda vida a los tapones utilizados por medio de su recogida, trituración y mezcla para usarlos en los alcorques de los árboles (hoyo cavado en el pie del árbol que almacena agua de riego o lluvia o fertilizantes) o en forma de pavimento para los parques infantiles.

Otros proyectos son Taps de Finca, impulsado por la DO Empordà y por ICSURO, que se centra en la recogida de los tapones de proximidad elaborados con corcho autóctono y de calidad extraído de alcornoques ubicados en las mismas bodegas ampurdanesas o en explotaciones cercanas. También está el SUR3D, promovido por distintas instituciones para desarrollar un material biodegradable para impresión 3D.

Pero no solo existen los tapones de corcho en la industria vinícola. Las botellas de vino también se tapan con sintéticos, de rosca o de cristal. "El corcho ha aumentado de precio y facilita el traspaso a otros tapones más económicos", subraya Hereu. Y es que el coste medio de un tapón de corcho puede rondar los 0,30 euros y uno sintético hasta diez veces menos (0,03 euros).

Según la Guía Ecodiseño Envases de Vino, elaborada por Ecovidrio y la FEV, el tapón sintético de biopolímero puede uti-



lizarse en la fabricación de nuevos tapones. No así el de plástico, con un impacto medioambiental muy grande, que si llega a la planta de reciclado de vidrio junto con la botella suele desecharse y no se recupera. Por su parte el de rosca (aluminio) también tiene un impacto significativo para el medio ambiente y en ocasiones puede recuperarse en algunas plantas.

Aún así, la industria sigue investigando con el objetivo de lograr tapones que, como el corcho, estén dentro de la economía circular. Este es el caso de Nomacorc Ocean, realizado con el plástico marino recogido en las costas de Asia, una zona con elevada contaminación marina. Certificado para su uso en envases alimentarios, es reciclable y circular. Con las 1,15 toneladas de plástico recuperadas se han embotellado 400.000 botellas de vino que salen, sobre todo, desde bodegas italianas y francesas.



## La etiqueta y otros elementos “adversos”

Entre los distintos elementos que rodean a la botella de vino, la etiqueta autoadhesiva es uno de los que dificulta la reutilización de este envase. “La tendencia apunta a eliminarla e incluso su uso podría estar penalizado en un futuro”, asegura Trinidad Márquez. Actualmente existen etiquetas hidrosolubles,

biodegradables y compostables, que llegan en perfectas condiciones al consumidor final y que, al mismo tiempo, son fácilmente separables en la planta de tratamiento. Otra opción que se plantea la industria es grabar el vidrio para eliminar o minimizar la etiqueta, aunque puede suponer incrementos de peso de la botella, o serigrafarla, que no repercute en el peso.

El resto de elementos que acompañan a las botellas, como redcillas metálicas o fundas de arpillera o mimbre, e incluso los envases de *poliespan* que se usan (cada vez menos) para su transporte, suponen un freno a la economía circular de la botella. Aunque algunos se pueden recuperar, en ocasiones son difíciles de separar, lo que complica esta reutilización.

## La cápsula, ¿en vías de desaparición?

Es una parte importante, pero es posible que su futuro esté en entredicho. No solo tiene un coste económico añadido para las bodegas, también para el planeta, ya que provoca un aumento de la huella ambiental de la botella porque genera una elevada cantidad de residuos, además de dificultar su reciclaje.

Las de estaño, fabricadas en una sola lámina monomaterial, son más fáciles de reciclar y de reutilizar como materia prima secundaria e incluso se pueden recuperar en plantas de tratamiento de vidrio, según cita la Guía Ecodiseño Envases de Vino. Las de plástico (biopolímero y PVC) se pueden reciclar y reutilizar como materia prima secundaria. En cualquier caso, no se deben tirar con las botellas porque no son reciclables en las plantas de tratamiento, deben ir al contenedor amarillo. ■



**MENSAJE EN  
UNA BOTELLA**  
MARÍA PILAR MOLESTINA

# Maridajes caóticos

**G**astronomía y vinicultura son compañeros inseparables... o debieran serlo. Por algo Alejandro Dumas decía que el vino es “la parte espiritual de la comida”. Todo el juego y el disfrute de una buena mesa está encaminado a conseguir una armonía de sensaciones donde el entorno también juega su papel. Si hablamos de una experiencia estimulante en la mesa, lo que pretendemos es conseguir una hermandad armoniosa de sensaciones placenteras.

Además, el vino y en gran medida un buen plato, tienen la virtud de despertar recuerdos, de predisponer el ánimo y estimular los sentidos. De aquí la importancia de que el vino y la comida se lleven bien. Sin exageraciones, sin dogmas ni leyes jamás escritas pero muy difundidas que resultan aburridas, constrictivas, poco creativas y que nos cierran a un posible mundo de nuevas sensaciones.

Da igual que lo llamemos maridaje (palabra fea donde las haya), armonía (cursi a morir) o acompañamiento o combinaciones gastronómicas. Lo importante es la acertada presencia del vino en la mesa y que exista un equilibrio en el conjunto, lo llamemos como lo llamemos, porque estos dos elementos funcionan muy bien juntos. El agua en la mesa ayuda, pero no aporta. La experiencia incluso ha demostrado que cuando se suprime el vino, se pierde también algo de apetito; por lo que puede ser bueno para un régimen de adelgazamiento, pero nunca es materia de disfrute.

Hace unos 30 años, una errónea aplicación de política de sanidad médica pretendió retirar la copa de vino que se servía en los comedores de las residencias de tercera edad en Francia. Fue un fracaso. Al poco tiempo, los residentes dejaron de comer sus raciones, se quejaban de falta de apetito y acudían más frecuentemente a la consulta médica para solicitar somníferos y antidepresivos. Tras estudiar y analizar los porqués, los costes y los resultados, se optó por eliminar dicho programa que no había hecho más que crear un hastío general en un entorno carente de estímulos sensoriales básicos. El vino y la comida son



una pareja necesaria, pero no de cualquier manera.

Todos conocemos parejas de lo más variopintas; las totalmente opuestas que se atraen y en esta curiosa alianza consiguen un equilibrio; las que pegan como un guante y son un bálsamo de aceite de compenetración; otras, tormentosas, enfrentadas y a pesar de todo inseparablemente complejas que, en el reto de la confrontación, encuentran el encanto de la compañía. Así, hasta un larguísimo etcétera en el que cada factor que se introduce en la ecuación sorprende creando una nueva pareja. El juego consiste en conseguir la habilidad de crear buenas alianzas entre vino y comida.

Hasta aquí lo he entendido, pero ¿qué ocurre cuando se pone de moda el comer con cócteles? Ponemos de cabeza todo lo dicho en una combinación caótica



ca y apabullante de información gustativa. No hablo de picar algo para acompañar un cóctel, sino de acompañar un aperitivo, un entrante, un primer plato y otro principal con un cóctel. Raro, raro, raro. Es lo que he visto ya dos veces, en dos establecimientos de moda y en un muy corto período de tiempo. Ya sé que parece que es tendencia, pero me desconcierta.

Me parece genial que la coctelería encuentre su público, que capte nuevos aficionados y se ponga de moda, pero no acabo de verlo en la mesa. Sí que hay

**Da igual cómo lo llamemos, lo importante es la acertada presencia del vino en la mesa y que exista un equilibrio en el conjunto, porque estos dos elementos funcionan muy bien juntos.**

determinados platos que pueden irle bien a un cóctel como la langosta con una caipirinha, o un pisco sour con un ceviche peruano, pero los ejemplos se me acaban muy rápido porque, por mencionar alguno, no entiendo un san francisco (dulce, sin alcohol y a veces hasta

colorista) con una carne, un guiso o un entrante vegetal. ¿Picoteos acertados para determinados cócteles? ¡Por supuesto!, pero hablo de acompañar una comida completa con un cóctel. No lo veo.

Tampoco entiendo comer con Coca Cola, ni tomar un café con leche acompañado de un bocadillo de panceta, o un filete con ensalada y un vaso de leche (he sido testigo). La deriva nos lleva peligrosamente al terreno de las *guarrindongadas* de David de Jorge. Una buena risa, pero para paladares de hormigón. ■

EST. 1927

# Protos



LAS 50 MARCAS  
MÁS ADMIRADAS  
DEL MUNDO

[www.bodegasprotos.com](http://www.bodegasprotos.com)

COMPRA Y PROMOCIONES  
ESPECIALES EN EL QR





Vinos pirenaicos

# La última frontera

**E**l Pirineo ha sido, históricamente, una tierra de vinos. Sin embargo, a lo largo del siglo XX la viña fue sustituida por otros cultivos hasta su práctica desaparición. A inicios del siglo XXI, y debido al cambio climático, nuevas bodegas hicieron una apuesta por volver a plantar viña en los Pirineos. Se duplicó en sólo una década la extensión de los viñedos, como se afirma desde Vins dels Pirineus.

Desde su portal se añade que “hoy el Pallars se encuentra en un momento de ebullición vitivinícola. Ha habido una explosión de pequeñas bodegas lideradas por jóvenes, que han apostado por la calidad y por el territorio, poniendo en valor dos elementos que dan singularidad a los vinos del Pallars: la variedad térmica provocada por la altura y un terreno único geológica y paleontológicamente hablando”. Ya suman una quincena las bodegas que elaboran vinos pi-

renaicos, la mayoría de ellas ubicadas en la comarca del Pallars Jussà. En el Pallars Sobirà ya hay cinco bodegas.

La DO Costers del Segre cuenta con la subzona Pallars para distinguir a estos vinos tras haber quedado en nada, por ahora, la propuesta de creación de una denominación de origen transfronteriza con la marca Pirineos. El presidente del consejo regulador de la DO Costers del Segre, Tomàs Cusiné, dice que dan pleno apoyo a las bodegas de la subzona Pa-



## EBULLICIÓN VITIVINÍCOLA EN EL PIRINEO CATALÁN Y ANDORRANO, DONDE HA HABIDO LO QUE SE CALIFICA COMO “UNA EXPLOSIÓN DE PEQUEÑAS BODEGAS”, ALGUNAS CON NOMBRES SONOROS DETRÁS, Y DE VIÑEDOS QUE RESURGEN CON EL CAMBIO CLIMÁTICO

TEXTO: RAMON FRANCÀS

llars, y que están dispuestos a ampliar las viñas de alta montaña y a dar la bienvenida a nuevos proyectos. No ve encaje hoy por hoy para crear una denominación de origen pirenaica.

En la Cerdanya, donde en la Edad Media ya se elaboraba vino, ya hay hoy seis proyectos vitivinícolas. El concejal de Promoción Económica del Ayuntamiento de Sort, el también bodeguero de Batlliu Josep María Rabasa, considera que los vinos de las comarcas del Pirineo sí

son valorados localmente pero que, en el resto de Cataluña y España “aún queda mucho por hacer”.

### Vinos de Andorra

En Andorra también ha habido quien ha querido apostar por la viña. Destacan proyectos como los de Borda Sabaté, Casa Auvinyà, Casa Bel, Celler Mas Berrenguer o Casus Belli. Los vinos de los valles de Andorra son, según Enoturisme Andorra (Visit Andorra) una realidad “gracias

a varios viticultores autóctonos que han apostado por elaborar un producto de calidad, singular y con una personalidad definida que les da valor añadido para posicionarse en el mercado vitivinícola”.

Incluso los vinos andorranos ya cosechan premios. El riesling Escol de Borda Sabaté (Sant Julià de Lòria) se ha llevado diversos galardones internacionales, como el premio al mejor vino del Concurso Mundial de Vinos Extremos (*Grand Prix Cervim du Mondial des Vins Extrêmes*).

Nace en las viñas del Solà de la Muxella, a 1.190 metros sobre el nivel del mar, en la ribera derecha del río Valira.

## Del Pirineo. Pirene

Familia Torres hace años que apuesta por la viticultura de alta montaña en el Prepirineo. Han llegado a apostar por la variedad ancestral Pirene en Sant Miquel de Tremp, situada a una altitud de 950 metros sobre el nivel del mar. Esta es una de las variedades prefloríferas que ha recuperado la bodega familiar y por la que está apostando como solución al cambio climático ya que es de madu-



ración tardía y resistente a las altas temperaturas y la sequía.

La uva Pirene se ha adaptado especialmente bien a una viticultura de montaña que, según Torres, “va ganando protagonismo a medida que aumentan las temperaturas por la calidad de la uva y frescura de los vinos”. Con Pirene elaboran un vino de edición muy limitada que ofrecen a un precio de 47 euros.

La finca de Torres, un total de 130 hectáreas plantadas a una altitud de 950 metros, es la mayor del Pirineo. En el Pallars, además de la gran viña de Sant Miquel, también cuentan con un terreno en Mata-Solana, a 1.100 metros, donde tienen una pequeña plantación, aunque dicen que todavía hace demasiado frío para plantar viña de forma extensiva.

La finca de Sant Miquel de Tremp la compró el presidente de la compañía familiar, Miguel A. Torres, en los años 90 del siglo pasado “porque estaba convencido de que algunas variedades podrían funcionar bien a esa altitud, y también quería contribuir a recuperar el viñedo en esta zona”.

Su hijo Miquel, el actual director general, señala que “al cabo de unos años, concretamente en 2007, tomamos conciencia de la realidad del cambio climático y vimos que había sido una decisión acertada ya que este viñedo, a esta altura, nos permitía contrarrestar las consecuencias del aumento de las temperaturas, que avanzan la maduración y esto puede llegar a afectar a la calidad de los vinos. Por cada cien metros de altitud baja cerca de un grado la temperatura y el viñedo madura de forma más gradual y uniforme. Por eso, hemos ido adquiriendo fincas en diferentes regiones cada vez a mayor altitud y estamos experimentando, buscando las cotas máximas donde la uva pueda madurar”.

## A favor de la DO Pirineo

Torres, que de momento no contempla construir una bodega en Tremp, continúa defendiendo una denominación de



VINÑA ANDORRANA (ENOTURISME ANDORRA)

origen para los vinos del Pirineo. Miquel Torres Maczassek, el director general, considera que “podría ser una forma de agrupar los proyectos de viticultura de montaña”. Añade que “posiblemente sería también fácil de entender para el consumidor, sobre todo el extranjero, ya que todo el mundo sabe ubicar los Pirineos. Creo que la subzona de Pallars de la DO Costers del Segre no todo el mundo sabe situarla”.

Miquel Torres celebra que haya cada vez más proyectos de viticultura de montaña. Afirma que “el sector vitícola debe adaptarse al cambio climático y esto pasa por plantar viñedos a más altura o buscar variedades más resilientes. Estos viñedos permiten conseguir buenas acideces y complejidad aromática en los vinos, aunque también están más expuestos a las inclemencias meteorológicas como las granizadas”. Prácticamente la mitad de la superficie de su viñedo de Tremp está protegida con redes antigrañizo, “lo que encarece bastante la gestión del viñedo”.



VENDIMIA DE LA VARIEDAD PIRENE DE TORRES EN SANT MIQUEL DE TREMP

En 2008, y como contrapunto a sus viñedos ecológicos del Massís del Garraf (DO Penedès), la también bodega familiar Torre del Veguer decidió plantar las variedades de uva Riesling y Pinot Noir en la Cerdanya. Se convirtieron en los primeros en plantar viña a 1.200 metros sobre el nivel del mar en la Cerdanya. El pionero nuevo proyecto nació de su preocupación por intentar combatir los efectos del cambio climático, buscando experimentar con viñas plantadas a gran altitud. Su director, Joaquim Gay de Montellà, afirma que esa cota les permite conseguir una producción muy limitada, pero de “una gran calidad”. No tiene dudas del “gran potencial” de la zona. Sus vinos presentan destacadas acideces naturales y un buen potencial de guarda. Actualmente están ampliando las plan-

preservar la biodiversidad. Cuentan con redes para proteger las uvas de las inclemencias meteorológicas y también de la acción de jabalíes, corzos o pájaros. Es uno de los viñedos plantados a más altitud de Europa. Con sus uvas elaboran los vinos Costes de Cerdanya, que aseguran que son “capaces de reflejar el carácter de este paisaje”. Desde la familia Gramona se afirma que ese proyecto es “una apuesta de futuros”: el futuro de la respuesta al cambio climático, el futuro de los vinos que han de venir y el del desarrollo rural en el Pirineo”.

## Fenómenos meteorológicos

Los ingenieros agrónomos y enólogos Anna Baqués e Isaac Rigau, a quienes también unía la pasión por la nieve y la



RAÚL BOBET

Anna Baqués explica que el cambio climático no solo ha traído un incremento de las temperaturas, con lo cual se podría pensar que beneficiaría la viticultura en media y alta montaña. Asegura que el cambio climático les ha supuesto “dificultar mucho el cultivo” ya que ha habido en los últimos años una alta variabilidad de fenómenos meteorológicos extremos, como las granizadas, las heladas, las tormentadas o las sequías.

“Si la temperatura sigue aumentando podría llegarse a un momento de no viabilidad”. Raúl Bobet, propietario de la bodega Castell d'Encus de Tàrn, explica que “si ya siempre ha sido complejo elaborar vino, por la indeterminación climática de cada vendimia, hay que añadir ahora una tendencia aún más compleja debido al cambio climático, donde los incrementos de temperatura y la falta de agua ponen en entredicho muchos de los conceptos clásicos que el viticultor estaba acostumbrado a hacer frente hasta hace poco”.

Añade que el aumento de temperatura supone un claro avance del momento de brotar las cepas, pero también un incremento de posibles problemas de insectos y hongos y otras enfermedades de la madera. Así pues, cree necesario considerar también que este avance puede suponer un incremento de la posibilidad de heladas primaverales, con la consecuente disminución de la cantidad de la uva y de su calidad.

Por otra parte, “la planta necesita más agua para hacer frente al aumento de temperaturas y nos encontramos con que éste es un recurso limitado en las comarcas del sur de Europa. A partir de ciertas temperaturas, la planta se detie-



VIÑEDO DE LLIVINS

taciones de forma experimental con ancestrales variedades de vides autóctonas recuperadas, como es el caso de Vinyater o Pirineus, y también con Albiño Real.

La bodega familiar Gramona de Sant Sadurní d'Anoia, continuando el proyecto vitivinícola de la Cerdanya que impulsó el presidente de honor de Freixenet, Josep Ferrer, bajo la dirección del ex director técnico del líder del cava, Josep Bujan, también apuesta por los viñedos de altitud. En Riu de Cerdanya cuentan con viñas situadas entre los 1.200 y los 1.285 metros sobre el nivel del mar, que trabajan siguiendo la agricultura biodinámica y de manera sostenible para

montaña, impulsaron en 2011 con tres socios más la elaboración de vinos con Llivins. No impulsaron este proyecto movidos por el cambio climático sino por la voluntad de unir sus pasiones por la enología y la montaña. En Llivins han recuperado, a 1.225 metros de altitud, la viticultura de montaña “como arte agrícola tradicional”. Dicen que aprovechan la altitud, la climatología extrema, la amplitud térmica, la orientación este-oeste que garantiza una gran insolación y la tierra para producir unos vinos especiales con la variedad Sauvignon Blanc. Y también afirman que “todo el proceso se impregna de estas condiciones”.

ne a través de sus estomas y así también el ciclo de síntesis metabólica de los precursores que suponía tener una uva equilibrada”. Recuerda que “si la temperatura sigue creciendo podría llegarse a un momento de no viabilidad, dado que el balance de evapotranspiración y agua que entra en el sistema podría no ser suficiente”.

“Una de las variables que afectan al equilibrio de la composición de la uva es la cinética de disminución de la acidez desde la formación inicial de la uva, haciendo que a temperaturas demasiado elevadas esta concentración baje, obteniendo vinos de pH demasiado elevados o, lo que es lo mismo, expuestos a rápidas evoluciones y peligros microbiológicos. La síntesis de bastantes precursores aro-



VIÑEDO Y BODEGA DE CASTELL D'ENCUS



VIÑEDO DE BATLLIU DE SORT

máticos de interés para un buen resultado organoléptico también se ven afectados, debido a oxidaciones de evolución demasiado aceleradas”. El rendimiento de las plantas con temperaturas demasiado elevadas también se ve resentido, y también la viabilidad y la vida de la vid pueden resultar afectados. Bobet también afirma que la viticultura tiene, con límites, ciertas herramientas para luchar contra el cambio climático, como emplear portainjertos resistentes a la sequía y variedades que se adecuen más a climas secos y cálidos. Asegura que “es evidente que, con un incremento de altitud o cambiando la latitud, la viticultura puede amortiguar estos efectos, pero cada una

de estas decisiones trae consecuencias diferentes”. En este sentido, señala que “es evidente que un cambio de latitud supone solucionar de momento gran parte de estos problemas. Sin embargo, cabe mencionar también el impacto medioambiental, económico y de país”. El clima, que dice que es un puzzle muy complejo donde juegan muchas variables, y el hecho de tomar decisiones a la ligera en un sector donde las inversiones son grandiosas y con aspectos a largo plazo, hace que “debamos tener mucho cuidado a la hora de tomar decisiones”. La Península Ibérica tiene, según este vitivinicultor, una serie de posibilidades importantes en lo que se refiere a cam-

bios de orografía, posibilidades de orientación y composición variada de suelos.

## Viñedo heroico y de montaña

Cataluña tiene más de 6.500 hectáreas de viñedo heroico y de montaña, viticultura que tiene lugar en terrenos con más del 30 por ciento de desnivel y altitud superior a los 500 metros sobre el nivel del mar. El Institut Català de la Vinya i el Vi de la Generalitat (Incavi) tiene diferentes líneas de trabajo destinadas a estas elaboraciones y viñedos singulares.

Una línea es la recuperación de variedades en áreas de montaña y su mantenimiento y estudio, como la plantación de una colección de variedades en el Prepirineo (Sort) con el Celler Batlliu y el Consejo Comarcal del Pallars Sobirà; la plantación de variedades recuperadas en áreas de alta montaña con un proyecto en Llívia con la bodega Llivins o el seguimiento de variedades ancestrales en condiciones de alta montaña que se lleva a cabo en Talam con bodegas Torres y la DO Catalunya. El Incavi, además, ha pasado a ser miembro del Comité Científico y Técnico del organismo internacional Centro de Investigación y Valorización de la Viticultura de Montaña. Por otro lado, desde el Incavi se están realizando alianzas internacionales con otros institutos y centros de investigación para desarrollar un proyecto europeo.

Proyectos dirigidos a explorar la última frontera del cultivo de la vid. ■

# SUSCRÍBASE Y AHORRE DINERO

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



## SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO (6 NÚMEROS):

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

## SUSCRIPCIÓN POR DOS AÑOS (12 NÚMEROS):

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

\* Precio para envíos a España.

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

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

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

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

NOMBRE Y APELLIDOS

NIF (IMPRESINDIBLE PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA)

DIRECCIÓN

TELÉFONO

CÓDIGO POSTAL

LOCALIDAD

PROVINCIA

PAÍS

CORREO ELECTRÓNICO

DESEO SUSCRIBIRME POR EL PERIODO DE

UN AÑO (6 NÚMEROS) AL PRECIO DE 30€

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

DOS AÑOS (12 NÚMEROS) AL PRECIO DE 50€

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

FORMA DE PAGO

CHEQUE ADJUNTO Nº

DEL BANCO/CAJA

CARGO EN CUENTA Nº

FIRMA

IBAN

BIC

Rías Baixas de guarda

# La senda de la excelencia

UNA DE LAS BANDERAS DE LOS VINOS JÓVENES, FRESCOS Y AFRUTADOS QUE ROMPIERON EL MERCADO HACE CUARENTA AÑOS, SE DECANTA POR LOS VINOS DE LARGA VIDA. FRENTE AL ALBARIÑO QUE VE LA LUZ APENAS UN MES DESPUÉS DE SER UVA, SURGE LA ALTERNATIVA DE LA LONGEVIDAD, CON UVA ÚNICA O EN COMPAÑÍA DE OTRAS Y CON DISTINTOS CAMINOS DE MADURACIÓN. FUE UNA VÍA DISCUTIDA PERO ESTÁ CLARO QUE ES EL CAMINO DE LA EXCELENCIA.

TEXTO: PEPE SEOANE



**L**arga vida al albariño. En una revista como PlanetAVino podemos hablar de vinos longevos, como pudiéramos echar mano de conceptos, e incluso palabras, de dudoso rigor o discutible aceptación. Trasladar a una etiqueta esa tendencia, asentarla u oficializarla en un reglamento, ya es otra historia. Vale que nos entendemos cuando hablamos de vinos de guarda, pero parece que aún falta darle una vuelta para llegar a una definición cuanto más precisa, mejor.

Cada día son más los rías baixas –mayoritariamente albariños, pero no solo monovarietales, ni siquiera solo blancos– que crecen y se hacen adultos con mimos que exceden los básicos de la mera supervivencia para concederles el derecho a una vida larga y gozosa. Son muchas las bodegas que apuestan por elaboraciones (y marcas) diferenciadas. Ya han dejado de ser anécdotas o divertimentos puntuales.

En el consejo regulador de la DO Rías Baixas, no obstante, aún no se plantean la creación de una etiqueta diferente, o la introducción de algún elemento que distinga un perfil alternativo, complementario, a la línea que ha adquirido el carácter de clásica, la de los jóvenes, frescos y alegres. Que cada cual vista, pues, sus botellas con los abalorios que considere oportunos, sin renunciar a la honradez de los mensajes. El tiempo dirá.

El camino para llegar aquí no ha sido fácil. Ni en el conjunto, ni para quienes, a su manera, fueron pioneros. A uno de ellos, Manuel Otero, instalado en su propia atalaya en los albores de la DO Rías Baixas, oteando siempre el mundo a una muy medida distancia, le cayeron las del pulpo cuando metió en Agro de Bazán –la bodega familiar de la que entonces era alma– las primeras barricas de roble francés con el único objetivo de llenarlas con albariño. Aún faltaban veinte años para que la RAE incorporara al Diccionario el término friki, o que surgieran iniciativas como la de envejecer una partida de vino en el mar de Arousa.

## La barrica fue el inicio

Allá al principio, Otero Candeira, fiel a sí mismo, se empeñó en situar una parte de su albariño entre ángulos: crianza, ro-



JOSÉ ANTONIO LÓPEZ

ble francés y vino blanco, un triángulo cuyo interés había caído a mínimos incluso allá donde años anteriores gozara de prestigio. “Cousas de Manolo”, decían quienes se resistían a aceptar una iniciativa costosa y de imprevisible resultado. Era una pelea contra el mundo, otra más, pero, años después, el tiempo ha demostrado que no iban tan desencaminados ni en la bodega de Tremoedo, ni quienes poco a poco se fueron asomando más allá del trago fresco, arriesgaron y se atrevieron, contracorriente, con los primeros albariños con vocación de futuro. Convengamos, por ir avanzando, en llamarlos *longevos* o *vinos de guarda*.

Rías Baixas, referencia indiscutible entre los vinos blancos españoles, había nacido como denominación de origen en 1988; anteayer, como quien dice. Poco viñedo había entonces a la altura de las



incipientes exigencias, por lo cual la cifra del vino de garantía era también corta. Súmese una razonable ambición al muy cuidado trabajo de imagen desde el momento de su nacimiento y ya está formada la tormenta perfecta. La demanda era tan notable como escasa la producción. Las inversiones habían sido importantes. Era, en consecuencia, fácil de aceptar que no debería ser tan malo vender cuanto antes. Y como las nuevas bodegas habían apostado por la modernización y los avances más radicales de la tecnología enológica, por qué no iban a embotellar los vinos incluso antes de las navidades, dado que se podía hacer con garantía y, sobre todo, porque era cuando el público lo pedía.

El discurso del vino del año, joven, afrutado, alegre y con un descarado perfil varietal, sin olvidar su característico amari-



llo pajizo, resultaba fácil de defender para el productor. Visto con años de distancia, es comprensible. Cuajó no solo por creíble, sino porque también era cómodo para quienes se incorporaban al grupo de los nuevos conocedores, entendidos, aficionados, o como se les quiera llamar.

La lección era fácil y la parroquia se quedó con el discurso. Ya no había que memorizar años, cargar con discretas notas o calendarios de añadas para estar a la altura. Y si entre los rioja eran piezas buscadas los tintos de 1964, 1981, 1982 o 1991, el sello Rías Baixas (como las demás denominaciones gallegas, dicho sea de paso) marcaba su propio territorio y defendía con orgullo el vino del año. Punto. Resultaba exageradamente fácil y era, además, muy oportuno en aquel escenario.

## Dictadura de juventud

Los más puristas, tradicionales, sobre todo en el Val do Salnés, se echaban las manos a la cabeza. Que para la fiesta de la exaltación del albariño en Cambados se hubieran elegido en su día fechas de verano, no era una ocurrencia. Se había hecho, sencillamente, porque era el momento óptimo para empezar a beberlo. En aquellos últimos ochenta y primeros

noventa del siglo pasado, el discurso de la juventud condujo, sin embargo, a que por momentos se despreciara cualquier vino que tuviera más de dos años en el mercado.

En aquel escenario de juvenil alegría, el Limousin de Granbazán rompía esquemas, como ahora recuerda Ignacio Landín, que era el director comercial de la bodega. La iniciativa tampoco encontró grandes muestras de cariño entre los vecinos. “De hecho, en el consejo regulador tuvimos muchísimos problemas para conseguir que nos lo ampararan. De entrada nos dijeron que no era posible, que deberíamos descalificarlo y no podría ser etiquetado como Rías Baixas. En el reglamento no aparecía la posibilidad de someter a los vinos a un proceso de crianza en roble. La tendencia y la imagen general de los albariños era otra, en solo un par de años se había asentado y rompíamos el esquema, es cierto”.

En aquel primer Limousin, por otra parte, la huella del roble era muy notable, por lo que son más que comprensibles los recelos de los catadores a la hora de dar cobertura a aquel vino que se salía descaradamente del perfil por el que se había apostado, que tan de moda se había puesto y tan bien funcionaba. Y

mientras, crianza aparte, en Agro de Bazán retrasaban en torno a doce meses la cita de sus vinos con los clientes, al igual que, entre otros, hacía el recientemente fallecido Benito Vázquez con su O Carballal, marcas como Morgadío exhibían su capacidad tecnológica para asaltar el mercado antes de las navidades.

Para no fiarlo todo a la memoria, si tiramos de hemeroteca, en el periódico del 21 de octubre de 1990 ya había noticia de vinos embotellados de la cosecha de aquel mismo año, cuando en otras zonas clásicas españolas casi estaban cerrando sus vendimias. Sacaba pecho el enólogo Federico Ponce, un técnico muy activo en la época, abanderado de aquella tendencia como padre que era de Morgadío, para destacar que estábamos ante el primer vino de calidad embotellado en Europa. Ahí es nada.

La misma información escrita dejaba claro que otros, con cita expresa a Pazo de Señoráns, o al Albariño do Ferreiro, defendían la tendencia opuesta desde el momento de los primeros pasos de la denominación de origen, que había sido

bendecida por el BOE en agosto de 1988, tras una efímera Denominación Específica Albariño, que apenas había dejado huella.

## Con vida por delante

Controversias de prólogo sobre raíces y tendencias, en Tremoedo –que es el lugar donde nace Granbazán– habían reservado 5.000 litros de aquella primera vendimia amparada por la flamante DO Rías Baixas, la de 1988, para dar los primeros pasos en el apasionante camino de la crianza en veintitrés barricas nuevas de roble francés. Aunque había cubas de madera en las antiguas bodegas familiares, antes del cemento, el poliéster y el acero inoxidable, no estaban destinadas al envejecimiento convencional, una práctica que tampoco contemplaba el trabajado reglamento del Consello Regulador.

Javier Luca de Tena, entonces gerente de Fillaboa, bodega tan nueva como comercialmente agresiva, cree hoy que fue excesiva la apuesta por aquellos albariños jovencísimos, una opción que él defendía en el mercado y que tenía entre sus más fervientes abanderados a José Antonio López, en aquellos años corazón de Morgadío. Las vueltas de la vida llevaron a este último a desprenderse de la firma de la que había sido socio y fundador, donde había puesto tal pasión que aún hoy arrastra como falso apellido aquella primera marca, de la que se alejó para abrir otros caminos y acabar asentado en la actual Tricó, donde apuesta justamente por la tendencia contraria, esa que hemos convenido en llamar la de los vinos de guarda, es decir, albariños con vocación de longevidad.

No menos curiosa fue también la carambola que acabó asociando temporalmente los apellidos Luca y Landín en un proyecto con espíritu generacional, de padres a hijos, que unía a los vástagos de dos veteranos de los primeros tiempos de la DO Rías Baixas que en su momento defendían posiciones muy diferentes en la valoración del tiempo, la rapidez a la hora de embotellar o el reposo del vino antes de salir con él a hacer kilómetros y kilómetros. L&L tuvo una vida corta, aunque Alexia Luca sigue en el sector, pero no en labores comerciales como su padre, sino como enóloga.



## El triunfo de la tercera vía

Hubo muchos debates en la DO Rías Baixas cuando estaba en formación. Trascurridas casi cuatro décadas, sigue habiendo debate pero se aclara el panorama. Se abandonaron los dulzores y (casi) los olores exóticos de plátano y frutas tropicales. A cambio, ha llegado una oleada de albariños sin alma, cortos en los aromas, afilados en la boca, confiados al poder de una acidez en ocasiones excesiva y en otras trufada de verdor.

Sigue el debate sobre el vino joven de aparición precoz (la nieve carbónica parece una panacea para adelantar fechas) y sobre el paso por barrica (siempre presente) pero parece que se impone la crianza en presencia de las lías, con o sin madera, que es una tercera vía entre el roble y la juventud rabiosa que parece ser la de éxito.

En esta cata se quiere exponer la capacidad de envejecimiento de los vinos blancos de Rías Baixas, estén elaborados sólo con Albariño o con participación de las variedades de uva minoritarias. Ese potencial ya es conocido incluso en los vinos que se comercializan pocos meses después de la vendimia, pero en esta cata se han querido probar aquellos diseñados para durar, los que se comercializan tras un período más o menos largo de maduración y desarrollo en los diferentes envases, con participación de lías o sin ellas. Vinos de la cosecha '21 o anteriores, maduros o aún con vocación de durar. Es la senda de las grandes zonas vinícolas.

**CADA DÍA SON MÁS  
LOS RÍAS BAIXAS QUE  
CRECEN CON MIMOS  
QUE EXCEDEN LOS  
BÁSICOS DE LA MERA  
SUPERVIVENCIA  
PARA CONCEDERLES  
EL DERECHO A UNA  
VIDA LARGA Y GOZOSA.**



### Do Ferreiro Cepas Vellas '20

BODEGAS GERARDO MÉNDEZ. ALBARIÑO; 12 MESES CON SUS LÍAS EN DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2021. 30 €.

**98** Gran evolución en la botella, con carácter y fuerza. Aromas complejos de reducción, tonos minerales (yodo), finos lácteos y florales, base de fruta blanca, toque cítrico. Amplio, fresco, glicérico, sedoso, seco, sabroso, expresivo, largo.



### Gran Vino Pazo Barrantes '20

PAZO BARRANTES. ALBARIÑO; 2 MESES CON SUS LÍAS FINAS EN DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE, EL 15% DEL VINO EN BARRICAS DE ACACIA. EMBOTELLADO EN JUNIO DE 2021. 78.533 BOTELLAS. 45 €.

**98** Expresivo, elegante, estilizado, potente, lleno y fresco, abre más aún en la copa. Muchos matices aromáticos sustentados por la fruta madura, notas florales, almizcladas y ahumadas. Con cuerpo, fresco, suave, sabroso, amplio.



### La Comtesse '18

PAZO BARRANTES. ALBARIÑO; 12 MESES (2 CON SUS LÍAS) EN TINOS DE ROBLE FRANCÉS DE 3.000 L., 12 EN DEPÓSITOS DE HORMIGÓN. EMBOTELLADO EN ABRIL DE 2021. 6.672 BOTELLAS. 133 €.

**98** Singular desarrollo, elegante. Nariz compleja donde el carácter varietal pierde protagonismo a favor de un bouquet elegante, fondos minerales y almizclados. Con volumen y nervio, perfecto engarce, sedoso, sabroso, expresivo, largo.



### Pazo Señoráns Selección de Añada '13

PAZO SEÑORANS. ALBARIÑO; 23 MESES CON SUS LÍAS EN DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN ABRIL DE 2022. 18.000 BOTELLAS. 42 €.

**98** Fresca madurez, futuro y gran presente. Nariz compleja, elegante, con muchos matices: frutas de hueso, cítricos, almendras crudas, finos minerales, lácteos, almizclados, florales. Redondo, con volumen y nervio, sedoso, sabroso, largo.



### Claudia Tricó '20

COMPAÑÍA DE VINOS TRICÓ. ALBARIÑO; 15 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2020. 2.544 BOTELLAS. 21,50 €.

**97** Fino y marcado carácter mineral. Nariz compleja, con recuerdos de fósforo y fino toque de petróleo sobre fondos de frutas de hueso maduras y bosque húmedo. Equilibrado, con volumen y nervio, suave, seco, sabroso, amplio.



### Finca Valiñas '18

MAR DE FRADES. ALBARIÑO; 12 MESES EN REPOSO EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE CON SUS LÍAS FINAS, 24 CON REMOVIDO DE LÍAS, 6 EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2022. 10.200 BOTELLAS. 33 €.

**97** Elegante sensación de frescura y, al mismo tiempo, de buen desarrollo. Perfil frutal bien definido (cítricos, fruta blanca), matices minerales, ahumados, fino fondo almizclado. Equilibrado, cuerpo medio, fresca acidez, suave, sabroso.



### Nicolás Tricó '20

COMPAÑÍA DE VINOS TRICÓ. ALBARIÑO; 11 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN AGOSTO DE 2021. 2.890 BOTELLAS. 24,50 €.

**97** Serio y amable, gustoso. Nariz algo cerrada de inicio, rica en sutiles matices; recuerdos de fruta madura, balsámicos y destacados minerales (yodo, fósforo, hidrocarburos). Conseguido equilibrio, con cuerpo y centro glicérico, sabroso.



### Maior de Mendoza 3 Crianzas '18

MAIOR DE MENDOZA. ALBARIÑO; 9 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE, 5 EN DEPÓSITO SIN LÍAS, 5 EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN FEBRERO DE 2020. 3.500 BOTELLAS. 36 €.

**96** Larga crianza dirigida a conservar y no a enmascarar el carácter de la variedad. Finos aromas de fruta madura, toques cítricos, florales y herbáceos, fino tono marino (yodo). Fresco, fluido, suave, equilibrado, sabroso, amplio.



### Pazo Señoráns Colección '19

PAZO SEÑORANS. ALBARIÑO; 5 MESES CON SUS LÍAS EN DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE, MÁS DE 30 EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN 2020. 18.000 BOTELLAS. 20 €.

**96** Mucho carácter, bien desarrollado en la nariz, gran paso de boca. Aromas finos de fruta blanca madura, toques herbáceos, de tierra viva, nota de champiñón. Equilibrado, fresco y fluido, muy suave (sedoso), sabroso, amplio en aromas.



### Albariño de Fefiñanes III Año '20

BODEGAS DEL PALACIO DE FEFIÑANES. ALBARIÑO; MÁS DE 24 MESES SOBRE LÍAS. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2022. 7.750 BOTELLAS. 41 €.

**95** Serio, elegante. Nada aparatoso. Complejo en la nariz, sutil, sensaciones de madurez; base frutal, tonos florales, ahumados y almizclados. Muy buen paso de boca, equilibrado, suave, fluido, fresca acidez engarzada, sabroso, amplio.



### Granbazán Don Alvaro de Bazán '20

BODEGAS GRANBAZÁN. ALBARIÑO; 24 MESES CON SUS LÍAS EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS, 9 EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN DICIEMBRE DE 2022. 9.000 BOTELLAS. 30 €.

**95** Un clásico refinado, complejo con muchos matices frutales. Bien definido en la nariz, con base de frutas de hueso maduras, notas de flores blancas, eucalipto y boj, fondo mineral. Con volumen y nervio, potente, suave, amplio.



### La Val sobre Lías '16

BODEGAS LA VAL. ALBARIÑO; 48 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO CON CAMBIO ANUAL DE LÍAS. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2021. 6.870 BOTELLAS. 27 €.

**95** Estilizado, muy directo, gran paso de boca. Aromas complejos, marcados frutales (fruta de hueso), tonos florales y cítricos, finos minerales, ahumados y lácteos. Con prestancia, equilibrado, fresco, glicérico, sabroso, amplio, largo.

## La tercera vía

Persona clave en el desarrollo y en la proyección de Rías Baixas es Marisol Bueno. Lo fue por su buen hacer institucional como primera presidenta del *consello*, incluyendo los importantísimos pasos en la fase previa y los años de la presentación y el despegue, la etapa de sentar las bases, convencer a viticultores recelosos y formar el núcleo de las primeras bodegas, capaces de superar localismos.

Desde Pazo de Señoráns, la bodega que creó con su marido, Javier Mareque, supieron apostar por la línea de longevidad para los vinos de las que ahora mismo hay ya tantas y excelentes muestras. Fue necesario, de todos modos, esperar a la vendimia de 1995 para dar el salto y arriesgar algo más con un primer depósito, que dio lugar a lo que luego sería su primera y siempre cotizada Selección de Añada.

Desde entonces, sirva como referencia, no han dejado de apostar por este perfil, sin renunciar a la inicial y ya clásica línea, que sigue siendo mayoritaria en cuanto a volumen, tanto aquí como en las demás bodegas. Eso sí, de los vinos exageradamente jóvenes de finales de los ochenta y primeros noventa –prematuros, si se quiere ver así, o recién nacidos, como lamentaba Santiago Ruiz cuando se estrelló con ellos– nunca quisieron saber los Mareque Bueno. Por aquello de seguir dejando pistas sobre el papel, con una casa tan emblemática como ejemplo, la Selección de Añada que está en circulación en mayo del 2023 es la de 2013. La madera, por cierto, ni olerla, tuvieron claro en Señoráns desde el primer momento. Aquí apostaron por dejar que el vino madurara y se asentara en los mismos depósitos de acero inoxidable donde había nacido. Empezaron con catorce meses de reposo y ya han alcanzado los treinta meses, según el criterio marcado en cada momento por la enóloga Ana Quintela, implacable vigilante de lías, reloj y calendario.

“Hemos llegado hasta aquí, todos encantados y satisfechos, pero no todo el mundo creía en nosotros cuando abrimos esta vía. No puedo negar que al principio tenía una cierta envidia, dejémoslo ahí, al ver lo que hacían en grandes bodegas de Francia, cuando probabas blancos de añadas anteriores a las más



recientes, que era a las que nosotros nos limitábamos con aquel esquema del joven, fresco y afrutado. Descubrías que había vinos excepcionales. Blancos, como los nuestros. Por qué no aquí, me decía entonces, si nuestra uva es extraordinaria”, recuerda Marisol Bueno.

Se estrelló con una general incompreensión. Si aquello funcionaba, para

qué cambiar, le decían. Pocos la animaron en serio, más allá de las amables –cuando no condescendientes– palabras que siempre merecía, como justa respuesta a su carisma y sus reconocidos y siempre valorados esfuerzos. “De aquella época recuerdo que Andrés Proensa fue una de las personas que entonces más claro vio que había futuro en aquella línea. Él, periodista, y Pepe Serrano, técnico del INDO, el Instituto Nacional de las Denominaciones de Origen, fueron las dos personas de peso en el sector de quienes recibí más ánimo y de quienes percibí el mayor respaldo”.

## Se cumplen 20 años

El camino, sea como fuere, no ha sido fácil. Testigo privilegiado ha sido Ramón Huidobro, secretario general y gerente del consejo regulador desde el año 2002, que a finales del 2003 pudo vivir en primera persona una convocatoria que el tiempo ha transformado, para dejar de ser una cita puntual más, que casi parecía un encuentro más de felicitación y fin de año, para acabar marcando un hito. Una treintena de sumilleres de la capital de España y una veintena de críticos y periodistas



## La Val Vendimia '19

BODEGAS LA VAL.  
ALBARIÑO; 32 MESES EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN OCTUBRE DE 2020. 839 BOTELLAS. 17,50 €.

**95** Demostración del potencial del albariño joven en la botella. Aromas frutales de buena madurez, recuerdos de frutas carnosas, cítricos y florales, fondo almizclado. Equilibrado, fresco, suave, fluido, sabroso, amplio en aromas, vivo.



## Martín Códax Gallaecia '18

BODEGAS MARTÍN CÓDAX.  
ALBARIÑO; 36 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 6.600 BOTELLAS. 48 €.

**95** No tiene gran pegada en la boca pero no le hace falta porque se expresa de forma magnífica en unos aromas llenos de carácter, barrocos en los matices y elegante: petróleo, pétalos secos de flor, finos toque de champiñón, fruta...



## Tricó '19

COMPAÑÍA DE VINOS TRICÓ.  
ALBARIÑO; 19 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN ABRIL DE 2021. 9.145 BOTELLAS. 18 €.

**95** Mucho carácter, potente, rotundo. Nariz amplia y profunda, directa, recuerdos de frutas de hueso maduras, tonos cítricos (pomelo), florales y minerales. Equilibrado, con cuerpo y textura glicérica, suave, fresco, seco, sabroso, largo.



## Fillaboa Selección Finca Monte Alto '20

BODEGAS FILLABOA. ALBARIÑO; 24 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2022. 12.812 BOTELLAS. 24 €.

**94** No es un alarde de potencia aromática pero es muy fino y tiene un excelente equilibrio en la boca. Nariz amplia, profunda, rica en matices sobre neta base varietal. Fresco, suave, fluido, centro glicérico, seco, sabroso, amplio, largo.



## La Fillaboa 1898 '16

BODEGAS FILLABOA. ALBARIÑO; 6 AÑOS SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN JULIO DE 2022. 6.636 BOTELLAS. 55 €.

**94** La larga crianza desarrolló los aromas sin restar frescura en la boca, Nariz compleja, base de fruta blanca y de hueso madura, notas florales, ahumadas y minerales. Fresco y muy suave, con volumen y nervio, sabroso, expresivo.



## Maior de Mendoza Sobre Lías '20

MAIOR DE MENDOZA. ALBARIÑO; 10 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2021. 60.000 BOTELLAS. 21 €.

**94** Vivo, y complejo, en crecimiento. Carácter mineral bien definido (yodo, finos hidrocarburos) sobre base neta de frutas de hueso bien maduras, notas ahumadas, fondo de boj. Excelente equilibrio, fresco, suave, fluido, sabroso.



## Pazo Baión Vides de Fontán '18

PAZO BAIÓN. ALBARIÑO; PARTE FERMENTADO EN DEPÓSITO Y 12 MESES CON SUS LÍAS EN HUEVO DE HORMIGÓN DE 700 L., PARTE FERMENTADO Y 12 MESES CON SUS LÍAS EN TINO DE ROBLE FRANCÉS DE 2.500 L. EMBOTELLADO EN SEPTIEMBRE DE 2020. 6.000 BOTELLAS. 30 €.

**94** Desarrollado y con vigor, muy fresco. Nariz compleja, fina, sensación de profundidad; carácter frutal de buena madurez, matices florales y balsámicos, madera fina sugerida. Equilibrado, con volumen y nervio, suave, sabroso, largo.



## Veigalobos '19

BODEGAS GRANBAZÁN. ALBARIÑO; FERMENTADO CON PARTE DE LOS HOLLEJOS, 29 MESES EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN JUNIO DE 2022. 2.600 BOTELLAS. 40 €.

**94** Con mucho carácter, crece en la copa en pocos minutos. Nariz sugestiva; fruta de hueso bien madura, notas herbáceas y balsámicas, tonos ahumados. Redondo y fresco, buen paso de boca, suave, fluido, seco, sabroso, amplio.



## Maior de Mendoza Finca Las Tablas '17

MAIOR DE MENDOZA. ALBARIÑO; 6 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS, 12 EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE CON SUS LÍAS. EMBOTELLADO EN FEBRERO DE 2020. 1.200 BOTELLAS. 35 €.

**93** La nariz no muestra la contundencia que luego manifiesta en la boca. Aromas delicados de fruta blanca madura, tonos de almendra cruda, finos herbáceos. Con cuerpo y nervio, centro glicérico, suave, fresco, seco, sabroso, largo, vivo.



## Organistrum '20

BODEGAS MARTÍN CÓDAX. ALBARIÑO; 6 MESES EN BARRICA, 12 EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 26.500 BOTELLAS. 24 €.

**93** Aún se deja ver la barrica pero no es aparatosa y tiene un buen paso de boca. Aromas frutales y toques de madera nueva en una nariz apenas evolucionada. Equilibrado, fresco, con cierto cuerpo y buena acidez, sabroso, expresivo.



## Pazo Torre Penelas Blanco Granito '19

PAZO TORRE PENELAS.  
ALBARIÑO; 8 MESES EN DEPÓSITOS DE GRANITO, MÍNIMO DE 8 SOBRE LÍAS EN DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN JULIO DE 2021. 5.496 BOTELLAS. 43 €.

**92** Expresivo, con carácter. Destacados aromas minerales, recuerdos de fósforo y yodo, sobre tonos de frutas carnosas maduras, toques florales y herbáceos frescos. Cuerpo medio, centro glicérico, fresco, suave, sabroso, amplio, largo.



## Dous Ferrados '20

BODEGAS GERARDO MÉNDEZ.  
ALBARIÑO; 29 MESES EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN JUNIO DE 2022. 2.600 BOTELLAS. 40 €.

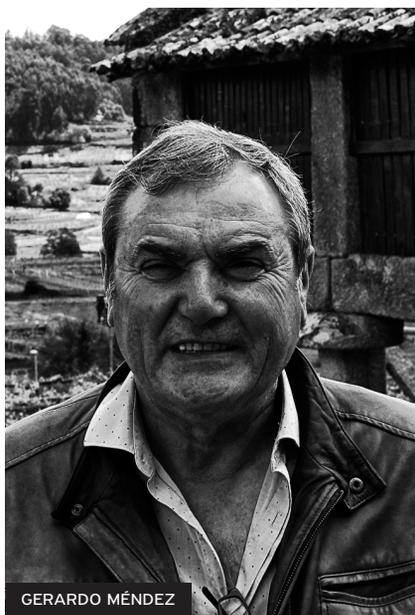
**89** Estilo singular. Necesita tiempo para abrir en la nariz; bouquet bien engarzado en base de fruta carnosas maduras, notas de almendra cruda. Muy buen paso de boca, con volumen y fresco, suave, seco, sabroso, equilibrado, largo.

especializados acudieron a la llamada de Rías Baixas para probar blancos de cuatro bodegas amparadas por la denominación de origen que ponían en la mesa un vino de 1991 y otros de las más recientes vendimias de 1996 a 2002. Ninguno recién embotellado. Eran quince muestras y todas de producción muy limitada, anónimas para los invitados, pero suficientes para confirmar que había futuro.

En veinte años no solo ha crecido el número de marcas que las bodegas han ido incorporando a esta línea, sino también el volumen de la producción, lo cual muestra a las claras que la tendencia no solo ha despertado el interés de la afición, digámoslo así, sino que las bodegas han visto que los esfuerzos merecen la pena. La carta supera ahora con creces el centenar de propuestas.

La cata de PlanetAVino que aquí mostramos, hecha a finales del pasado mes de abril en Pontevedra, lo corrobora sin género alguno de dudas. No se debe ocultar que en dos casos, la propuesta se limitaba a 600 botellas por marca, según los datos ofrecidos por la propia bodega y contrastados por el consejo regulador, pero parecen mucho más relevantes cifras de hasta 40.000

botellas por marca, con otras de 37.300, 30.000, 26.000, 18.000 y muchas en torno a las 10.000 botellas, con precios estimados de venta al público entre 125 y 15 euros por botella. (El formato mágnam va aparte, con la salvedad de que en un caso concreto la oferta de una marca se limita a 666 botellas de litro y medio).



GERARDO MÉNDEZ

## Fresco y con vigor

La capacidad de envejecimiento del albariño es algo que ya no es motivo de discusión. No hay, de todos modos, una receta única, ni tampoco en el órgano rector están ahora mismo por la labor de fijar criterios únicos, ni de crear una contraetiqueta/tirilla diferenciada para distinguir los rías baixas tradicionales y los de guarda. La que sí está regulada es la crianza en madera, aquella con la que el primer –¿y lejano?– Granbazán Limou-sin había sacudido el escenario.

Para que en el frontal de las botellas aparezca Rías Baixas Barrica se exige una maduración en barricas de no más de seiscientos litros de capacidad, con mención expresa al tiempo de crianza en madera. Es la única exigencia formal e innegociable para acceder a esa calificación concreta, pero nada ha impedido explorar otros caminos, más flexibles y sin corsé, desde el uso de depósitos de madera de otras dimensiones, la personalización de los períodos de reposo, o los procesos enológicos, crianza en acero y descanso en botella, en pos del resultado que cada cual desea. Será ese vino *Rías Baixas*, pues su origen no se discute, pero no será *barrica*.

El camino que lleva al vino de guarda es como un laberinto. Tiene un origen, que son las uvas de alguna de las zonas amparadas por la denominación de origen, y tiene un fin, que no es otro que la presentación de un vino de calidad en botella, pero entre los dos puntos el abanico de posibilidades es enorme. Cada bodega elegirá la senda que considera mejor para llegar al destino, con el perfil que desee presentar en la copa.

El consumidor final, por su parte, hará lo propio para escoger entre las distintas opciones que se le presentan. Desde el más sencillo reposo en botella, con vinos elaborados y embotellados tras un proceso más o menos convencional, con el freno puesto a la comercialización por razones técnicas en pos de la plenitud y la excelencia, sin dejarse arrastrar por la siempre intensa presión del mercado, hasta los procesos más complejos, que en algún caso pueden incluso parecer retorcidos. Barricas de roble, madera de acacia, fudres, acero inoxidable, hormigón, incluso granito, pasos adelante y atrás, combinaciones varias y, finalmente, el vino a la botella.





## Just B '19

ADEGA VILLAVERDE (JUST B GALICIA WINES). ALBARIÑO; 12 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN ABRIL DE 2021. 10.000 BOTELLAS. 20 €.

**89** Sin gran complejidad pero muy franco, directo, grato. Dominio frutal en la nariz, recuerdos de frutas carnosas, cítricos y herbáceos. De grato discurrir en la boca, fluido y suave, vivo, bien dotado de sabores sin ser muy amplio, frutal.



## Veigadares '20

ADEGAS GALEGAS. 85% ALBARIÑO, 5% LOUREIRA, 5% TREIXADURA, 5% CAÍÑO BLANCO; FERMENTACIÓN EN FUDRES DE ROBLE FRANCÉS Y DEPÓSITOS DE ACERO INOXIDABLE, 6 MESES SOBRE LÍAS, 12 EN CRIANZA REDUCTIVA. 10.000 BOTELLAS. 21 €.

**89** Sugestivo en la nariz, algo menos en la boca. Bouquet desarrollado y con carácter, recuerdos de frutas y flores blancas, almíbar, ahumados, fondo almizclado. Algo fatigado en la boca, destaca un toque amargo terpenico.



## Armas de Lanzós '18

BODEGAS DEL PALACIO DE FEÑANES. ALBARIÑO; 24 MESES EN DEPÓSITO SOBRE LÍAS, 24 EN BARRICAS DE 500 L. EMBOTELLADO EN NOVIEMBRE DE 2022. 666 BOTELLAS MAGNUM. 99 € (1,5 L.).

**88** Cierta complejidad, madurez en la nariz y en la boca. Aromas frutales y de crianza en buen balance, tonos de fruta de hueso madura, maderas curtidas, especias. Redondo en la boca suave, centro cremoso, seco, sabroso, amplio.



## Bouza do Rei Gran Selección '17

BOUZA DO REI. ALBARIÑO; 8 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. EMBOTELLADO EN AGOSTO DE 2018. 40.000 BOTELLAS. 15 €.

**88** Sencillo, fresco, mantiene la fruta casi como si estuviera recién embotellado. Aromas de frutas blancas, tonos de cítricos y herbáceos finos, toque mineral (yodo). Ligero y fluido, suave, fresco, bien equilibrado, sabroso, amplio, largo.



## Condes de Albarei en Rama '15

ADEGA CONDES DE ALBAREI. ALBARIÑO; 12 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE CON TRES CAMBIOS DE LÍAS, 5 EN BOTELLERO. EMBOTELLADO EN SEPTIEMBRE DE 2018. 3.000 BOTELLAS. 30 €.

**88** Bien desarrollado, casta varietal con matices de complejidad. Aromas de frutas de hueso maduras, notas de almendra cruda, ahumadas y tostadas. Buen equilibrio, con cuerpo y centro glicérico, fresca acidez, seco, sabroso, amplio.



## La Trucha de Acero '17

NOTAS FRUTALES DE ALBARIÑO. ALBARIÑO; 60 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE CON SUS LÍAS. EMBOTELLADO EN MAYO DE 2022. 7.333 BOTELLAS. 35 €.

**88** Muy directo y bien definido, buen paso de boca. Más bien sencillo pero muy limpio en la nariz, con nítido carácter frutal, notas florales y cítricas, toque lácteo. Equilibrado en cuerpo medio, viva acidez, suave, sabroso, frutal.



## Nora da Neve '20

BODEGAS VIÑA NORA. ALBARIÑO; 7 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS, CON BATTONAGE. EMBOTELLADO EN JULIO DE 2021. 6.992 BOTELLAS. 24 €.

**88** Vino de futuro, en la actualidad la madera enmascara en parte los aromas de fruta blanca madura con notas florales, y se deja ver en un paso de boca equilibrado, con fresca acidez y cierto volumen, sabroso, bastante largo.



## Pedranai Santiago Roma '20

BODEGAS SANTIAGO ROMA. ALBARIÑO; MÍNIMO 7 MESES SOBRE LÍAS FINAS EN DEPÓSITO OVAL DE GRANITO. EMBOTELLADO EN MARZO DE 2022. 600 BOTELLAS. 60 €.

**87** Franco, fino, más bien sencillo. Aromas frutales y minerales, recuerdos de frutas de hueso maduras, toque de fósforo; potencia media, Buen equilibrio en la boca, cuerpo medio, textura fluida, suave, seco, sabroso, franco en aromas.



## Vindel '20

BODEGAS MARTÍN CÓDAX. ALBARIÑO; FERMENTADO EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE Y BARRICA DE ROBLE FRANCÉS. 2.216 BOTELLAS. 36 €.

**86** Singular, no da el perfil conocido de albariño. Aromas de fruta madura, notas balsámicas y minerales, recuerdo de silo de cereal. Cuerpo medio, centro glicérico, marcada acidez, aromas metálicos, de rúcula y laurel, toque amargo.



## Attis Embaixador '20

ATTIS BODEGAS Y VIÑEDOS. ALBARIÑO; 24 MESES SOBRE LÍAS FINAS, 12 MESES EN DEPÓSITO DE GRANITO, 12 EN DEPÓSITO DE ACERO. EMBOTELLADO EN SEPTIEMBRE DE 2022. 3.995 BOTELLAS. 36 €.

**85** Con interés en la nariz aunque algo apagado, acidez marcada. Aromas de fruta madura como soporte de tonos herbáceos frescos, notas minerales (nota de hidrocarburos). Buen equilibrio en la boca, fresco, suave, seco, amplio, vivo.



## Laureatus Dolium '13

ADEGA LAUREATUS. ALBARIÑO; 12 MESES EN FUDRE DE ROBLE, 36 EN DEPÓSITO DE ACERO. EMBOTELLADO EN AGOSTO DE 2017. 4.200 BOTELLAS. 24 €.

**85** Cierta complejidad, buen paso de boca. Aromas de fruta madura, finos herbáceos (rúcula) y tonos minerales (finos hidrocarburos), cierta reducción, fondo de champiñón. Con volumen y buena acidez, suave, seco, sabroso.



## La Val Fermentado en Barrica '17

BODEGAS LA VAL. ALBARIÑO; FERMENTACIÓN Y 6 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS. EMBOTELLADO EN JULIO DE 2022. 6.861 BOTELLAS. 17 €.

**84** Bien engarzado en la nariz, algo apagado en la boca. Aromas de frutas de hueso maduras y tonos de crianza en madera blanca, toque de almendra cruda. Textura glicérica, justo de acidez, seco, suave, sabroso, amplio.

## Cada maestrillo, su librillo

Pesan los depósitos, pero también los tiempos que cada cual elige para los momentos del proceso. Influirá, igualmente, el manejo de las lías, los residuos naturales de las uvas tras la fermentación, con su bastoneado o su remontado, según el tipo de depósito que se emplee. La cariñosa teoría del maestrillo y el librillo está aquí más vigente que nunca.

Para entendernos, sirvan como pista dos vinos de pódium elaborados en la misma bodega, cuya comercialización comenzó en febrero del 2023. Uno, de la cosecha '20, lleva consigo dos meses sobre sus lías en acero inoxidable y a ese período se le añadieron otros siete meses en depósito de acero inoxidable, con la particularidad de que un 15 por ciento del total pasó por barrica de acacia. El otro, también albariño aunque de la vendimia '18, ha pasado doce meses en tino de roble francés de 3.000 litros, con dos meses en contacto con sus lías y, para completar el proceso, otros doce meses en depósito de hormigón.

¿Son mundos diferentes? Todo es relativo, dice el enólogo Luciano Amoedo, que a su condición de técnico añade la de haber sido uno de los fundadores de la cooperativa que acabó creando una de las grandes firmas de Rías Baixas, Martín Códax, donde desarrolló su actividad profesional durante más de treinta años.

Vivió la creación formal de la denominación de origen, dirigió las vinificaciones de la bodega de Vilarinho desde la casi experimental de 1986 y de su buen criterio nacieron, sin precipitaciones y arriesgando lo justo, marcas de la nueva línea de albariños como Organistrum y Gallaecia. "Quisimos mantener nuestro criterio, fuimos fieles a nuestros principios, sin saltos al vacío y sin dejamos arrastrar por otros. Tuvimos siempre la ventaja de que manejábamos volúmenes importantes, por lo que nos podíamos permitir algunas experiencias", rememora ahora, sin entrar en revisionismo sobre aquella moda del embotellado precoz que se había impuesto en los últimos años ochenta y primeros noventa del siglo pasado.

## Blancos de guarda

Ahora, lanzados como van todos en la carrera de la longevidad de los vinos, desde



PEPE RODRÍGUEZ

el Consello Regulador se refieren a los vinos de guarda como aquellos que, por sus características, mejoran tras un reposo de varios años en botella para ofrecer su mejor versión. Citando una de sus publicaciones, "las características de la uva Albariño, la variedad más extendida de la DO Rías Baixas, hacen que nuestros vinos mejoren en general con el paso del tiempo.

po. Esto se debe a la acidez típica de esta uva, la maduración lenta y el ph. En general, los vinos sometidos a periodos de crianza son mejores candidatos a convertirse en vinos de guarda por su proceso de elaboración. Pero no sólo. Hay vinos rías baixas del año que evolucionan estupendamente y, si se conservan adecuadamente, puedes consumirlos hasta cinco años después". Sirva como idea general.

Con todo, la inclusión del término guarda en una etiqueta cae fuera de cualquier exigencia formal, por lo que se impone más que nunca la ponderación de otros aspectos. Ya no será tan fácil como con el vino del año consumido a corto plazo. La garantía que ofrezca la bodega donde se haya elaborado es un elemento básico. Atender a las recomendaciones del hostelero/sumiller nunca está de más, pero, no menos importante, por aquello de la autonomía, bien puede el lector tomar como referencia las indicaciones, sugerencias, o anotaciones honestas sobre marcas y añadas como las que se incluyen en estas páginas.

Con una oferta tan amplia, diferente, variada y heterogénea como la de los vinos longevos de Rías Baixas, una guía de confianza para poder abrirse camino en una poco ordenada abundancia, ver la



luz y centrarse con garantía en las marcas y añadas que merecen la pena, cumplirá una función determinante para separar polvo y paja.

## Lías y otras variedades

Porque no todo está hecho. Retos quedan y no son pequeños. Con todo, la perspectiva desde este 2023 es bien diferente a la que se encontró la enóloga Cristina Mantilla cuando elaboró el primer Veigadares en la vendimia de 1995, la misma, volvamos líneas atrás, de la que Pazo de Señoráns había reservado su primer depósito para Selección de Añada. Merece aquí una mención Pepe Rodríguez, quien, tras un notable concurso en el origen de Terras Gauda, había abandonado la bodega de As Eiras para pilotar Adegas Galegas, donde mantenía el mismo empeño por la innovación y respeto por la labor técnica.

“Había un estilo de blanco, que era el que demandaba el mercado. No se puede negar. Salirse de ahí era difícil. Con otra particularidad, que la materia prima que entraba en vendimia no era, ni de lejos, la que tenemos hoy. Hacíamos lo que podíamos. El trabajo de campo se ha notado mucho. Los viñedos dan ahora unos frutos que permiten elegir y se-

leccionar para el fin que se busca. La crianza sobre lías, cuando nos planteamos aquel primer Veigadares, un pluri-varietal, era una aventura de incierto desenlace, pero, al final, creo que contribuyó a asentar el camino de los vinos con alma”, apunta Mantilla.

En treinta años, Rías Baixas ha pasado de 5,4 millones de kilos de uva en la vendimia de 1991 a 43,8 millones en la del 2021, con casi 41 millones en la más reciente de 2022. La oferta de vinos con vocación de guarda, es decir, con perspectivas de vida larga, ha crecido en consonancia. La tendencia parece imparable, a juicio del nuevo presidente del consejo regulador, Isidoro Serantes, uno de los pioneros de la recuperación del albariño, él desde Bouza do Rei.

Estaba en el reducido grupo de viticultores y bodegueros que en los primeros ochenta del siglo pasado supieron ver el potencial del albariño y la conveniencia de sumar esfuerzos. Vocal desde 1988 hasta 2007, ha vuelto en 2023 para asumir la presidencia una vez agotado el mandato de Juan Gil, con el mismo espíritu de consenso que ha caracterizado a la DO Rías Baixas desde su origen. Serantes se muestra muy prudente a la hora de aventurar el camino. Acaba de

llegar, subraya. Consciente, en cualquier caso, de que los retos son grandes, que el atractivo de la zona es notable para las grandes firmas españolas del sector, se muestra convencido de que no van a morir de éxito, como temen algunos agoreros, si se produjera un siempre temido crecimiento descontrolado.

## ‘Garda’ sin reglamento

Que, por cierto, la mención *garda* (guarda), aún no regulada en Rías Baixas, sí lo está en la también gallega Ribeira Sacra. La reservan, de acuerdo con su reglamento, para vinos que hayan sido sometidos a un proceso de envejecimiento mínimo de siete meses en los tintos, cuatro en los allí minoritarios blancos, en depósitos de madera, hormigón u otros materiales permitidos por la legislación alimentaria, distintos del acero y el poliéster, con requisitos diferenciados de acuerdo con el volumen de esos recipientes. También existe aquí la mención barrica, como en Rías Baixas. Con estos parámetros, los tan apreciados envejecimientos sobre lías en depósitos de acero inoxidable, como los que arman algunos albariños de guarda, no se aceptan.

Con todo, la regulación del término *guarda* (en gallego, *garda*) se ciñe a las decisiones que puedan adoptar los consejos reguladores, sea Ribeira Sacra o sea Cava, en su condición de figuras (de protección) de calidad diferenciada. La legislación que ordena las categorías vitivinícolas en Europa, el Reglamento de la UE 1308/2013 y los posteriores que desarrollan aspectos concretos, no contemplan los vinos de guarda entre los términos tradicionales, en contra de lo ocurre con los de crianza, reserva, o gran reserva, por citar otros extendidos y conocidos.

Si la inclusión en etiquetas de las variedades de vinífera está regulada de manera estricta, como lo está la exigencia de detallar grado alcohólico y razón social, entre otros aspectos legales, que un vino se diga de guarda, con la inclusión de esa indeterminada categoría en una etiqueta, en un collarín, o en una tirilla, dependerá de las normas que pueda decidir un consejo regulador. Con todo, desde el punto de vista técnico/jurídico, en algunos medios de la administración se ve con recelo la promoción de nuevos perfiles que carezcan de un soporte normativo claro. ■



## Desarrollo de un proyecto vinícola

# EL CAMINO DEL VINATEIRO II

DISEÑADO EL PROYECTO, UNA VEZ PLANTADO EL VIÑEDO Y CONSTRUIDA, O NO, LA BODEGA, CONTRATADOS LOS ASESORES, ENÓLOGOS Y EL EQUIPO HUMANO, ES LA HORA DE ELABORAR EL VINO. TODO LO ANTERIOR DEBERÁ ESTAR ARMONIZADO PARA OBTENER EL OBJETIVO DE UN VINO DE CALIDAD QUE ALCANCE PRESTIGIO Y ÉXITO COMERCIAL. FACTORES CLAVE QUE SE HAN OLVIDADO CON CIERTA FRECUENCIA, CON LAS PENOSAS CONSECUENCIAS QUE LLEVARON A TANTAS INICIATIVAS AL FRACASO, AL CIERRE O, EN EL MEJOR DE LOS CASOS, A LA VENTA CASI COMO SALDO.

### LA MARCA COMERCIAL

Aunque parezca mentira, la búsqueda del nombre o marca comercial del vino no resulta nada sencillo. Casi todos, por no decir todos, los términos relacionados con la actividad vitivinícola son ya marcas registradas hace tiempo. Y este aspecto es de capital importancia para el desarrollo comercial del proyecto vinícola. Muchas de las personas relacionadas con el mundo del vino que estén leyendo este artículo asentirán sobre este particular.

El promotor del proyecto a veces se desespera en esta búsqueda, pues es muy difícil encontrar un nombre que resuma o explique el concepto del vino que desea o está elaborando.

Nosotros aconsejamos que la marca comercial sea definida desde el principio, cuando esta actividad se encuentra en fase de proyecto, y no dejar correr el tiempo hasta que sea necesaria para la comercialización del vino. Ya hemos comentado el símil del puzzle y ésta es una de las piezas importantes, ya que de ella depende el acople de otras relacionadas con los apartados que exponemos a continuación.

En unas ocasiones se recurre a buscar un elemento que tenga que ver con la parcela de viñedo o con el carácter

del vino. Muchas veces lo más socorrido y a la vez veraz, es marcarlo con el nombre de la parcela o del paraje de viñedo de donde procede, pues en este caso resulta menos probable que este término esté anteriormente registrado. Hubo una etapa hace años, que se descubrió el *filón* de los nombres en latín (o pseudo-latín) y aparecieron una gran cantidad de vinos que de esta forma se nombraron, aunque en la actualidad esta moda ha pasado. Otras veces se ha acudido a utilizar el nombre de una persona, generalmente coincidente con el nombre del promotor.

De cualquier forma, una vez seleccionado o en fase de selección del nombre comercial, se debe hacer una sencilla comprobación en el registro de la Oficina Española de Patentes y Marcas, dentro del epígrafe o clase 33 de bebidas alcohólicas (excepto cerveza), y posteriormente proceder a su registro. Normalmente esa entidad las protege a nivel de la Unión Europea, pero en el caso de otros terceros países precisaría de un registro específico para cada uno de ellos.

Existen consultorías o empresas "generadoras de nombres comerciales", que aplican un proceso de creación de una marca (*namings*), basado en el co-

nocimiento detallado del proyecto vinícola y, sobre todo, en la singularidad del mismo. Los nombres comerciales también se pueden comprar, pues existen personas o entidades que se dedican a registrar listas de marcas, para posteriormente proceder a su venta.

### LA IMAGEN Y PACKAGING DEL VINO

Una vez seleccionado el nombre comercial, se pasa a la creación de la imagen del proyecto. Fundamentalmente consiste en el logotipo y otras imágenes gráficas, así como también el diseño del *packaging* del vino: tipo de botella, etiquetas (principal y trasera), cápsula, cajas, etcétera.

En el primer caso se puede acudir también a los generadores de nombres comerciales antes citados que también pueden realizar este trabajo o bien desarrollarlo la misma consultoría de diseño gráfico del *packaging* o incluso realizar una convocatoria pública de diseño, dotada de unos interesantes premios a los ganadores.

Como ejemplo y volviendo al caso de Pazo Baión (DO Rías Baixas), se convocó un concurso de diseño de la imagen del vino, en el que participaron más de cuatrocientos concursantes. Ganó el di-



señador madrileño Lucas Gil Turner con un trabajo titulado “metamorfosis”, en una sucesión de cinco iconos que van desde las piedras de granito del suelo y edificios, pasando por la tierra, hoja de vid y terminado en un grano de uva de Albariño. En este caso también se eligió una espectacular botella tipo rhin, pero con un concepto muy moderno y aludiendo a las antiguas botellas renanas que se utilizaban en estos vinos en los años ochenta del siglo pasado.

La empresa o consultora de diseño gráfico para el desarrollo del *packaging*, también debe hacer una “inmersión” en la filosofía del proyecto vinícola, así como acordar con el promotor sobre sus preferencias respecto del estilo de la etiqueta: clásica, moderna, rompedora, etcétera. Hay veces que un estilo de etiqueta no concuerda con la singularidad del proyecto; esto hay que lucharlo con el promotor, que puede tener una idea diferente pero equivocada.

En este caso, lo mejor es acudir a una agencia especializada en *packaging* de vino, que en nuestro país las hay y muy buenas. También existen diseñadores gráficos más generalistas, que suelen dar buen resultado por no tener ideas preconcebidas, aunque luego el ajuste a términos legales del etiquetado del vino debe hacerlo un especialista en este elemento.

## BRANDING Y MARKETING

Estos dos conceptos pueden parecer que son una misma cosa, pero esto no es cierto. Tienen objetivos bien diferentes, aunque siempre es deseable que se desarrollen al mismo tiempo. El *marketing* o mercadotecnia, es un conjunto de técnicas que tienen por objeto desarrollar y mejorar la comercialización de un producto, mediante el establecimiento del régimen de precios, promociones, canales comerciales, etcétera.

La elección de los canales comerciales resulta muy importante, no pueden ser excluyentes, pero sí deben estar entre ellos armonizados, sobre todo en los precios: distribución tradicional (bodega-distribuidor-tienda-gran superficie-restaurante-consumidor), venta directa desde bodega, internet o venta online, plataformas comerciales, exportación, etcétera. De cualquier forma, resulta de capital importancia la total involucración del pro-



motor en la comercialización del vino, nadie como él lo conoce y cree en la singularidad del producto.

El *branding* es otra disciplina que tiene por objeto la gestión de una marca, mediante acciones relacionadas con su posicionamiento, identidad y construcción del valor de la marca estableciendo un vínculo emocional entre el productor y sus clientes. De una forma muy resumida, el *marketing* debe contestar a la pregunta: ¿cómo lo hago? y el *branding* responder a ¿quién soy?

## LA COMUNICACIÓN

La comunicación está muy ligada al *marketing* y al *branding*, pero merece la pena tratar este factor de una forma diferenciada. La comunicación por definición es el proceso por medio del cual se transmite la información de un ente a otro. Es el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otras señales. En nuestro caso es la transmisión del conocimiento de un proyecto vinícola y sus vinos, entre el productor y los posibles consumidores utilizando como vehículo de comunicación a los prescriptores: pe-

riodistas especializados, revistas, guías de vinos, blogueros, *influencers*, restauradores, sumilleres, aficionados, consumidores, etcétera.

Las bodegas más asentadas cuidan muchísimo la comunicación. Desarrollan esta disciplina de forma directa de una manera más o menos profesional, contando incluso con una persona o departamento específico, pero también se pueden contratar los servicios de una agencia de comunicación especializada en vinos o de carácter más generalista.

## EL ENOTURISMO Y SU POSIBLE ASESORÍA

El turismo vitivinícola o enoturismo es una actividad que no lleva muchos años entre nosotros, pero que cada vez está alcanzando un mayor protagonismo como elemento que mejora de forma muy importante la imagen de la marca. Entra de forma directa en el *branding* antes citado, además de conseguir unos interesantes resultados comerciales con márgenes más elevados que los ofrecidos por distribución clásica, pues se tiene la oportunidad única de establecer un vínculo emocional directo con los visitantes o

## La singularidad del proyecto desde el viñedo, pasando por la bodega y terminando con los vinos elaborados, debe estar muy bien desarrollado, evitando los lugares comunes que ofrecen muchas bodegas.

consumidores, que serán fieles a la marca en un futuro.

La singularidad del proyecto desde el viñedo, pasando por la bodega y terminando con los vinos elaborados, debe estar muy bien desarrollado, evitando los lugares comunes que ofrecen muchas bodegas. Como hemos dicho anteriormente, la mayor parte del acento se pone en la bodega, pero cada vez más son los viñedos los auténticos protagonistas.

Existen buenos asesores especializados en el desarrollo del enoturismo, a los que se puede acudir en caso de buscar mejores resultados sin equivocaciones y de manera más directa. Por supuesto, es necesario contar con personal capacitado y experimentado en esta actividad, que sea capaz de transmitir emociones en un contacto directo y personal con el visitante.

Para ofrecer un óptimo resultado en enoturismo, las zonas vitivinícolas que poseen una mayor tradición con vinos de calidad, son las que actualmente están



capitalizando esta actividad. No solo la bodega debe contar con los requisitos adecuados para desarrollar este negociado, sino que además debe estar situada en un entorno adecuado, donde muchas otras bodegas realizan esta actividad (en este caso la competencia no resta, suma).

Además, es importante contar en la comarca con infraestructuras suficientes, variadas y atractivas, en el sentido de estar bien dotadas de restaurantes, hoteles, historia, cultura, paisaje, etcétera. A nuestro entender, en nuestro país solamente cumplen estos requisitos las zonas vitivinícolas de Rioja y Jerez en su sentido más amplio, aunque otras comarcas están trabajando y avanzado mucho en este camino como son Penedés, Priorato, Rías Baixas y Ribera del Duero, entre otras. No perderá el tiempo el promotor del proyecto vitícola, en realizar una visita en profundidad a estas zonas, y mejor si las complementa con otras afamadas situadas fuera de nuestro país, para observar como se desarrolla la actividad enoturista.

## LOS RECURSOS HUMANOS

Todo proyecto resulta inviable si no se cuenta con el personal suficiente, motivado, profesional y resolutivo, que sea capaz de llevar el proyecto adelante de forma coordinada.

Como figuras claves se encuentran: viticultor, bodeguero, enólogo, comercial, administración y enoturismo, además del propietario o un gerente que lo coordine todo, y por supuesto resto de personal que dependerá del tamaño del negocio. En proyectos pequeños o en los inicios de uno más grande, estas figuras pueden agruparse en una o varias personas que cumplan distintas funciones a la vez. Debemos advertir que hoy día resulta difícil en un corto plazo de tiempo, encontrar un buen equipo de estas características.



## LA INVERSIÓN NECESARIA

A título orientativo y por sugerencia del *tirano Proensa*, nos atrevemos a poner encima de la mesa algunos números sobre lo tratado anteriormente, basándonos en lo que nuestro primer Master of Wine, profundo conocedor de los vinos españoles y además buen amigo, Pedro Ballesteros, expuso hace unos años: la regla 50/50/50. Decía que España debería aspirar a tener 50 bodegas, que vendiesen 50.000 botellas de vino y a un precio de venta al público de 50 € la botella. Con estos mimbres vamos a confeccionar este cesto.

En un principio vamos a diferenciar la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto, bajo el supuesto de partir desde cero, para luego abordar la financiación para su normal desarrollo comercial. En la primera parte, cabe distinguir la adquisición de un viñedo singular, respecto de la inversión en la construcción de una bodega.

En nuestro país, el precio de un viñedo es muy variable, depende de la zona productora y de la fama de sus vinos; oscila entre los 10.000 a 20.000 € por hectárea en la DO La Mancha hasta los 200.000 a 250.000 en la DO Rías Baixas, la más cara, pasando por los 40.000 a 60.000 en la DO Ribera del Duero o los 80.000 a 120.000 por hectárea en la DOC Rioja. Para el desarrollo

de un proyecto de 50.000 botellas de vino tinto de la calidad necesaria para comercializar a un PVP de 50 € por botella, sería necesario contar con una superficie de viñedo de unas 12 hectáreas.

### CONSTRUIR BODEGA

Pensemos en una bodega de tintos con crianza en barrica. La superficie constructiva necesaria depende mucho del nivel de imagen a mostrar hacia el exterior, así como de la actividad enoturística a desarrollar. Podemos establecer solamente para la actividad productiva unas necesidades medias de 800 metros cuadrados para una bodega de 50.000 botellas, a lo que habría que añadir otros 200 para la actividad social, lo que totalizan unos 1.000 metros cuadrados. El coste por metro cuadrado construido puede estar entre 1.800 a 2.000 €, donde se incluye toda la maquinaria e instalaciones de elaboración salvo las barricas. Este coste se puede incrementar en un 20 por 100 si se desea disponer de un edificio con un certificado de alta sostenibilidad ambiental. A esto habría que sumar los honorarios profesionales de la redacción del proyecto, dirección de obra, y legalización, que se pueden estimar en un 8-10 por ciento aproximadamente.

También hemos comentado que existen subvenciones europeas y/o estatales a fondo perdido a las que se podría acceder, y que hasta ahora tenían una cuantía máxima del 40 por 100 sobre el importe de la inversión. Con todo esto, estamos totalizando una inversión en viñedo de unos 600.000 a 700.000 € en la Ribera del Duero y de otros 1.200.000 a 1.600.000 € para la bodega descontando las citadas subvenciones.

### EL FACTOR HUMANO

Para el diseño y puesta en marcha del proyecto vitivinícola, resulta conveniente contar con la ayuda de un asesor especializado, cuyo coste dependerá del plazo de tiempo empleado en realizar este trabajo, además de sus honorarios, que estarán en función de su caché profesional. Estimando un plazo de dos a tres años y con unos honorarios situados entre 12.000 y 24.000 € por año, resulta un total de 30.000 a 60.000 €. Este coste se podría incluir en el apartado anterior de inversiones. También se podrían considerar como inversión los trabajos necesarios para el desarrollo del proyecto en su parte comercial. En este sentido, y siguiendo el orden de desarrollo expuesto anteriormente, el diseño de la etiqueta y del resto del

## En proyectos vinícolas que se inician desde cero, se debe pensar que siempre los primeros años resultan con pérdidas. Esto se debe tener en cuenta para establecer el oportuno plan de tesorería.

### LA INVERSIÓN. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Toda actividad por fuerza necesita de una planificación y desarrollo económico, que debería preverse siempre antes de iniciar el proyecto, donde todas las piezas del rompecabezas deben encajar y todo ello con un sentido económico y de viabilidad o rentabilidad.

En proyectos vinícolas que se inician desde cero, se debe pensar que siempre los primeros años resultan con pérdidas. Esto se debe tener en cuenta para establecer el oportuno plan de tesorería, además de estimar el volumen de la inversión necesaria, así como su financiación y

su calendario en el tiempo. Todo ello mirado de forma realista y profesional, por un especialista en estos asuntos económicos y financieros. Cabe también considerar, que existen ayudas o subvenciones que las diferentes administraciones ponen a disposición del proyecto vinícola, por lo que la asesoría de un especialista resulta muy interesante.

Para terminar y como antes se ha comentado, hemos relatado de forma sucesiva los pasos a dar en el desarrollo de un proyecto vinícola, comenzando con el viñedo para terminar con la comercialización de los vinos. Pero este orden se puede alterar en función de las necesidades

y situación del promotor. Desde el punto de vista técnico y financiero, los activos más relevantes del proyecto son en primer lugar el viñedo y después la bodega.

Siempre hay que contar desde el principio con el primero, ya sea un viñedo en propiedad o mediante un contrato estable de suministro de uva de calidad, pero con la bodega no resulta necesario abordar la inversión en una etapa inicial; se puede elaborar el vino de forma temporal en una bodega ajena que ceda sus instalaciones mediante una contraprestación. De este modo se puede conseguir una mayor rapidez en el desarrollo del proyecto y con una inversión inicial mucho menor. ■

packaging del vino realizado por una agencia especializada, se podría establecer en unos 10.000 a 12.000 €, aunque esta cifra puede ser inferior o muy superior, dependiendo del caché de la mencionada agencia.

No tenemos en cuenta la invención del nombre del vino o marca comercial, generalmente los promotores suelen tenerlo bastante claro. En caso de acudir a una empresa generadora de marcas comerciales, sus honorarios podrían ser de 10.000 a 15.000 €, también con la misma consideración del nivel de esta consultora.

### VENDER EL VINO

El siguiente paso sería el desarrollo de la parte puramente comercial, refiriéndonos al *marketing*, *branding* y comunicación, donde los honorarios de las empresas consultoras son muy dispares. Para un proyecto vitivinícola relativamente modesto, como es el caso descrito aquí, los honorarios podrían oscilar entre 20.000 y 30.000 €. El desarrollo del proyecto enoturista, conlleva un presupuesto independiente dada la especificidad de esta actividad. En el mismo sentido que el anterior apartado sobre tamaño del negocio planteado, los honorarios podrían estar situados en torno a los 15.000 a 20.000 €. Ya solo quedaría armar el proyecto desde el punto de vista económico y financiero, así como también jurídico si fuera necesario, pudiendo acudir a un economista

especializado, cuyos honorarios profesionales estarían en función del volumen del mismo; se puede establecer una cuantía de unos 5.000 a 10.000 €.

### AMORTIZACIONES

En cuanto a los gastos derivados de la actividad productiva y comercial del proyecto, basándonos en la comercialización de 50.000 botellas de vino anuales, que como cabe suponer se alcanzará este volumen de forma progresiva en un plazo de 5 a 10 años, se desglosan de la siguiente forma:

MATERIA PRIMA (UVA)	10 – 15%
MANO DE OBRA DIRECTA	20 – 25%
MATERIALES E INSUMOS	10 – 15%
BARRICAS	5 – 10%
GASTOS GENERALES	20 – 25%
GASTOS COMERCIALES	10 – 15%
AMORTIZACIONES	
BENEFICIO BRUTO	8 – 10%
ANTES DE IMPUESTOS	15 – 20%

Estos porcentajes se aplicarán sobre 25 € por botella, siendo el precio de venta en bodega. Este, deriva del precio de venta al público establecido en nuestra hipótesis de proyecto de 50 € por botella, donde se incluye el margen del distribuidor de vinos que suele ser del 30 por 100, y también el margen del punto final de venta que también suele ser de otro 30 por 100. En el caso de

un restaurante, el precio de venta en carta estaría en torno a los 75 € por botella. Haciendo un sencillo cálculo, partiendo de una inversión de 1.890.000 a 2.450.000 €, con un período de amortización de 20 años, resulta una cuantía anual por este concepto de 94.500 a 122.500 €, que más o menos coincide con la amortización estimada del ocho al diez por ciento del precio de venta del vino en bodega a 25 € por botella y 50.000 botellas al año. En el caso de alcanzar de forma progresiva el volumen de negocio planteado, se podría estimar un período de amortización de 25 años, aunque también cabría pensar en un natural incremento progresivo del precio de venta de las botellas de vino, lo que nos llevaría a volver a considerar de nuevo los 20 años de amortización.

### Y DICEN QUE EL VINO ES CARO

VIÑEDO	600.000 – 700.000 €
BODEGA	1.200.000 – 1.600.000 €
ASESORÍA VITIVINÍCOLA	30.000 – 60.000 €
MARCA COMERCIAL	10.000 – 15.000 €
PACKAGING	10.000 – 15.000 €
MARKETING Y BRANDING	20.000 – 30.000 €
ENOTURISMO	15.000 – 20.000 €
ESTUDIO ECONÓMICO	5.000 – 10.000 €
TOTAL	1.890.000 – 2.450.000 €



DE VINOS POR ...  
UPM



# Alcalá de Henares

**A**lcalá de Henares conmemora en 2023 el 25 aniversario de su proclamación como ciudad Patrimonio de la Humanidad. Una distinción que fue un hito en la historia reciente de la ciudad. Esa fecha de 1998 marcó un antes y un después en su consideración como destino turístico y en la lucha de la ciudad cuna de Miguel de Cervantes por escapar del estigma de ciudad dormitorio al que parece abocada por su posición en el llamado corredor del Henares, que es una especie de gran polígono industrial desarrollado a ambos lados de la A-2, autovía que une Madrid con Zaragoza, Barcelona y Francia. Un pasillo industrial al que asoman en menos de 60 kilómetros ciudades como Coslada, Barajas, San Fernando, Torrejón de Ardoz, la propia Alcalá de Henares, Azuqueca de Henares y Guadalajara y en el que se pueden incluir otras cercanas.

Alcalá tiene a favor, además de la población que ha pasado de 60.000 habitantes en 1970 a unos 200.000 en la actualidad (800.000 en la comarca), un centro histórico de mérito, que le valió la calificación de la Unesco, la universidad y, en tiempos felizmente pasados, una población militar que daba más problemas que negocio. Teóricamente, la universidad debería dar un cierto ambiente estudiantil, pero no existe. Los universitarios viven en Madrid o son extranjeros; ambos grupos desaparecen en fin de semana, de manera que las rutas de tapeo se nutren con otros turistas y, sobre todo, por los propios alcalaínos, que ani-



CALLE MAYOR





LA CASA NUEVA DE PACO



PACO ABELLÁN

También sin entrar en el casco antiguo, una sorpresa: **Taberna San Isidro** (Sebastián de la Plaza, 2) está junto a una gasolinera, un vecindario poco recomendable para un local bien ambientado, con cocina de producto y buena oferta de vi-

man, sobre todo en fin de semana, las calles del centro.

El recorrido por la calle Mayor, peatonal, es inexcusable. Plagada de terrazas, es, junto con las calles cercanas, “la zona” de Alcalá de Henares, con numerosas opciones, casi siempre sin escapar de la rutina pero con algunas propuestas de interés.

**La Cava Nueva de Paco** (Azucena, 1) puede ser principio o final de ruta, o principio y final. Al frente está desde noviembre de 2021 el jumillano naturalizado alcalaíno Paco Abellán, muy conocido en los ambientes vinícolas, que estuvo hasta la pandemia al frente de Casa Patas, referente del flamenco en Madrid. Un local pequeño y grato, con cuatro mesas altas, la barra y una miniterraza (dos mesas), tapas, raciones, algunos guisos y platos de cuchara que cambia a diario y una también cambiante oferta de vinos,



VINOTECA ESENCIAS DEL GOURMET

con más de veinte referencias por copas (entre 3 y 4,50 €) en las que busca vinos de distintas zonas que a él le gustan y que suele recibir directamente de las bodegas productoras.

nos. Y con muchos fieles: después de más de veinte años, la familia propietaria buscó nueva ubicación y abrió el restaurante Goya. Cerraron durante la pandemia y después volvieron a las raíces. Restaurante con comedor convencional, barra bien dispuesta y terraza.

Ya en la zona de la calle mayor, en un lateral a la altura de la casa natal de Cervantes, está la **Vinoteca Esencias del Gourmet**, que se presenta como “tienda especializada en vinos y alimentación gourmet y vinoteca restaurante donde degustar productos de alta calidad”. Así está bien definido, con gran variedad de vinos de distinta procedencia, bien servidos. Se puso en marcha en 2010 como tienda de vinos, se añadieron productos de selección y finalmente se abrió la vinoteca al lado de la tienda. En torno a cien vinos, al menos veinte por copas a precios entre 3 y 4,50 € la copa.



NINO



LA FUENCISLA

cesario en temperaturas, copas y servicio entendido.

De regreso a la calle Mayor, se puede hacer una parada en **Nino** (Mayor, 70), bar y restaurante de toda la vida, con más de 60 años de trayectoria, al que aplauden por las raciones o medias raciones de oreja y champiñón a la plancha y otros muchos platos, aunque no

**El recorrido por la calle Mayor, peatonal, es inexcusable. Plagada de terrazas, es, junto con las calles cercanas, “la zona” de Alcalá de Henares, con numerosas opciones, casi siempre sin escapar de la rutina pero con algunas propuestas de interés.**



LA BIRROTECA

A pocos metros, junto al ayuntamiento, otro nuevo en la ciudad. **La Zarza** (plaza Rodríguez Marín, 3) abrió en 2021 y es una apuesta clara por el vino. Alrededor de cincuenta referencias, de origen nacional, que se abren por copas prácticamente todas a un precio de 3 a 6 € la copa, junto con raciones y medias raciones de platos sustentados en producto y en fórmulas culinarias actuales que se ofrecen también en menú degustación. Concepto *gastrobar* de corte moderno, con buen ambiente y todo lo ne-

por una oferta de vino corta y convencional. Para atrevidos, justo al lado, puerta con puerta, está **La Fuencisla** (Mayor, 70), sidrería con cachopo en distintas variedades.

Al final de esa vía peatonal, la **Vinoteca Tempranillo** (plaza Santos Niños, 5), un local con 13 o 14 años del que en 2021 se hicieron cargo los hermanos Daniel y Adrián Gómez y Cristina Castillo, apasiona-

dos del vino que están empeñados en ofrecer al menos un vino de cada denominación de origen española. Tienen unas 70 referencias de 62 denominaciones de origen (“nos faltan ocho para completar el mapa”), todas se sirven por copas a unos 4 €, junto a tapas, tostas, chacinas y guisos. Grato ambiente, con mesas altas en varios rincones y terraza.

No son aficionados: su familia regentó la Tasca 29, una casa de comidas bien conocida por los clásicos de la ciudad.

Como remate, un cervecero muy recomendable. Javier Garrido es un apasionado de la cerveza y su pequeño



VINOTECA TEMPRANILLO

¡¡DESCUBRE MÁS DE 50 DENOMINACIONES DE ORIGEN POR COPAS !!

# Cantabria # Aragón # Castilla # Madrid # Sierra de Málaga # Ribera  
 # Cantón # Cataluña # Montserrat # Penedès # Rioja # Ribera del Duero  
 # Valle del Guirre # Utiel # Regencia # Ribera del Júcar # Bierzo # Las Canarias  
 # Valle del Júcar # Condado de Huelva # Valdeorras # Tempranillo # D.O.P. # Somontano  
 # Toro # Montaña de Huelva # Priorat # Penedès # Ribera del Guadiana  
 # Montaña # Bullas // MÁS DENOMINACIONES EN EL INTERIOR !!

@vinoteca\_el\_tempranillo →

local **La Birroteca** (plaza de los irlandeses, 14) está abarrotado de latas y botellas de cerveza de cualquier parte del mundo. Es como un museo, pero la diferencia está en que todas las piezas expuestas están a la venta, tiene varios grifos y recibe la visita de muchos fabricantes, que dejan sus productos, y buenos momentos con una clientela amante de la espuma. ■





**ÁGORA DE PROTOS**  
ESTRENO EN LA MILLA DE ORO

Los ampliaciones, sobre todo la segunda, una bodega vanguardista, dejaron sin uso las casi centenarias instalaciones en las que se puso en marcha la cooperativa de Peñafiel, La Primera de la Ribera, convertida en Bodegas Protos. Unos retoques, que se han llevado por delante una parte de los viejos depósitos de hormigón, han transformado la bodega en un grato espacio en el que se suman restaurante-asador, wine-bar y tienda de vinos. Tres espacios diferentes, la tienda y el wine-bar en el edificio original, el comedor y dos cocinas (una convencional, la otra para el horno y la parrilla, ambas a la vista), en lo que fue la nave de barricas y la vivienda del bodeguero, y una terraza cubierta, aislada de la cercana travesía y con el castillo de Peñafiel a la vista.

Los responsables de la bodega no han buscado alinearse con los estrellados establecimientos de sus colegas en la milla de oro de la Ribera del Duero. Y tampoco han fichado a un cocinero estrella: el restaurante está en manos experimentadas: el restaurante Florencio, uno de los clásicos de Aranda de Duero. La parrilla y el horno cumplen sobradamente con el tributo

a la cocina regional, además de abrir una capítulo de pescados poco frecuente en estas latitudes castellanas, y se nutren de una materia prima de calidad bien tratada en líneas clásicas. En la cocina, con la misma filosofía en cuanto a producto, aparecen algunas fórmulas novedosas para completar una oferta en la que sólo se echa en falta algún plato de cuchara, aunque lo suplen con la sopa castellana o algunos guisos. Hay tres menús (54, 65 y 82 €), maridados con vinos Protos de las tres denominaciones en las que la casa tiene bodega, Rueda, Cigales y Ribera del Duero. Esos vinos son los protagonistas de la reducida carta de vinos. Acompañan cuatro referencias de dos bodegas de la DO Cava, Codorníu y Juvé & Camps, otras tantas de Champagne y los jereces de Rey Fernando de Castilla. Buena parte de los Protos se ofrecen también por copas, entre 4 y 10 €. Intachable el servicio, buenas copas y un grato ambiente para una nueva opción de calidad entre los restaurantes de bodega. ■ UPM



**ÁGORA DE PROTOS**  
AV. ESCALONA, 12  
PEÑAFIEL (VALLADOLID)  
TEL.: 983 240 008  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 60 €



**CASA MARTÍN 1920**  
CITA EN LA SIERRA DE CÁDIZ

La mejor excusa para descubrir la sierra de Cádiz y especialmente este bonito pueblo superblanco y limpio llamado Grazales es Casa Martín 1920. A 900 metros de altitud y rodeada de montañas y bosques de pinsapo, de quejigos, de alcornoques..., con un rico pasado textil durante los siglos XVII y XVIII y con una historia plagada de románticos bandoleros.

Sergio Nieto, el joven biznieto del fundador de lo que fue un bar familiar de pueblo lo quiso recuperar hace unos años. Nacido en Jerez, tras varios años de ejercer su profesión de ingeniero técnico agrícola, decidió colocarse el mandil de hostelero, manteniendo de su carrera agrícola un gran amor y conocimiento por el viñedo y los vinos de la zona jerezana. Es buen experto y coleccionista, organiza catas en su local. No es fácil encontrar algunos de los vinos tranquilos gaditanos que ofrece. Curiosidades de la uva autóctona Perruna elaborados en pequeñas bodegas. Sergio está plantando viñas de Palomino en una parcela de la familia, la única donde aún se cultivaba la vid.

En cuestiones comestibles, los extraordinarios quesos de la sierra y las chacinas artesanas y únicas de la zona tienen un papel importante, acompañando de manera feliz a la amplia y atractiva oferta de vinos por copas y botellas. Destaca una especial morcilla casera que no se parece a ninguna otra. Muy buena oferta de conservas y salazones, mojamas y huevas de atún rojo de Barbate, deliciosos patés de perdiz roja, de brandada, de cierva o de setas y los martinis, ricos molletes que pueden ser de la típica carne mechá, de lomo en manteca o de su morcilla. Y un capítulo de cazuelitas calientes con auténticos huevos de campo acompañados de habitas y jamón, de queso de cabra payoya, de pisto casero. Platos calientes como carrilladas de ibérico al oporto o un potaje de garbanzos. Carta no muy extensa pero llena de gaditanos, tanto tradicionales y serranos como actuales y marítimos.

En Casa Martín la sierra gaditana se come y se bebe, se disfruta a tope. ■ Paz Ivison



**CASA MARTÍN 1920**  
PLAZA DE ESPAÑA, 18  
GRAZALEMA (CÁDIZ)  
TEL.: 645 382 055  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 25 €



## Benito Vázquez UN HOMBRE BUENO

Benito era fundamentalmente un hombre bueno y generoso cuyas únicas pasiones eran su viña y ese buen *puñao* de hijos que tenía a los cuales les quería unos estudios y una colocación profesional en la vida. Para ello contaba con su tesón y su manera de entender la vida. Fue juez de paz del concello de Ribadumia y amigo de sus amigos. A su casa y a su bodega, sobre todo, podías entrar alegremente, sin cortapisas, siempre que quisieras. La salida, a altas horas de la noche, alguna vez, nunca era derecha sino más sinuosa y complicada, eso sí, siempre contabas con su hombro donde podías apoyar tu brazo y viceversa. Si uno no se tenía en pie, como solía ser habitual tras haber catado y recatado todos y cada uno de sus depósitos donde guardaba su albariño, él se sacaba un as de la manga y, doy



buena fe de ello, te ofrecía con toda naturalidad un *bed & breakfast* que te dejaba más descolocado, si cabe, de lo que ya uno estaba. Era un gesto fraternal para “evitar accidentes”, como él decía. Era su manera de ser. No le gustaba nada la idea de que de su bodega saliera un invitado “maltrecho” y también había que tener en cuenta que a mitad de mañana había que atacar con cierta compostura y dignidad la cata de albariño que el consejo regulador de Rías Baixas organizaba en Cambados. “Javieriño, me decía, si mañana alguien te dice algo por haber llegado tarde, diles que has estado en mi casa y que marchas desayunado”. Allí nos conocimos y allí nos hicimos amigos en los años previos al 90

cuando él presentaba a concurso su vino, Carballal, en la Fiesta del Albariño que aún se sigue celebrando a primeros de agosto en dicha localidad. El obtener allí un primer premio, y creo recordar que fueron varios años los que Carballal lo obtuvo, te elevaba a la gloria de los grandes y ya no te hacían falta más amigos porque el diploma de ganador te vaciaba la bodega y por supuesto te llenaba las arcas. Aún en esos momentos de gloria él solo pensaba en sus hijos y en dejarlos situados frente a la vida en igualdad de condiciones. Si a uno le compraba algo, los siguientes no podían ser menos. Era su juego y su finalidad en la vida. No había otra cosa más allá de la familia. El vino tan solo fue un vehículo para lograr sus fines. No querer a este hombre era imposible porque te lo daba, literalmente, todo. La verdad es que lo quería todo el mundo. Era sencillo pero tenía esa inteligencia natural que tienen algunos hombres de campo que aún sin apenas haber salido de su pueblo razonaba como si hubiera estudiado a los grandes filósofos griegos y te reías mucho con él. Charlar animosamente con una botella delante era un enorme placer y beber con él no era menos porque sus reflexiones vitales eran sumamente divertidas y no exentas de genialidad. Con 95 años se nos fue el 27 de abril pasado y no será fácil olvidarlo porque dejó huella y un buen montón de amigos. Yo le echaré de menos y su recuerdo siempre estará en nuestros corazones.

Javier Rueda



## Gabriel Yravedra Llopis ALTO FUNCIONARIO DEL VINO

Toda una vida dedicado al vino desde las instituciones, casi siempre fuera del foco mediático pero con un papel trascendental que va mucho más allá de las decisiones normativas y burocráticas. Tuvo mucho que ver en el dibujo de las denominaciones de origen españolas a partir del Estatuto del Vino de 1970, pero también en el desarrollo de toda una escuela de catadores españoles. Gabriel Yravedra Llopis, nació en Madrid en 1931, era doctor ingeniero agrónomo por la Universidad Politécnica de Madrid. Y graduado superior en Viticultura y Enología. Formó parte del equipo de técnicos encargado de reformar el Estatuto del Vino de 1933, que, tras más de cinco años, desembocó en el Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes de 1971. A partir de esa normativa, en 1972 se creó el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INDO), encargado de revisar y reformar las denominaciones de origen existentes y de aprobar las nuevas que fueron llegando. Yravedra fue director de los servicios técnicos del INDO, cargo en el que dirigió a un equipo en el que figuraban nombres como Antonio Moscoso, José Serrano, Rafael Ruiz Isla, Pascual Herrera, Luis Herrero o Luis Leza, que desplegaron una labor fundamental no sólo en las diferentes denominaciones de origen y en la elaboración del primer catastro vinícola de España, sino como formadores de catadores en todos los ámbitos, desde los técnicos de diferentes organismos hasta profesionales de la hostelería y de la comunicación. Yravedra formó parte del equipo negociador de la entrada de España en la Unión europea y encargado de adecuar la normativa, lo que llevó a decisiones como la reconversión del proyecto de DO Albariño en la actual DO Rías Baixas o el conflictivo dibujo de la zona de producción de la DO Cava. Durante 35 años formó parte de la delegación española en la Organización Internacional de la Viña y el Vino, organismo del que fue presidente entre 1992 y 1994. Se distinguió por la férrea defensa del uso de mosto de vino y no azúcar de remolacha en la chaptalización, que plasmó en su libro *El fraude de la chaptalización en vinos de la Unión Europea*. Gabriel Yravedra falleció en Madrid el pasado 8 de mayo a los 92 años de edad.



**MOMENTO DE PAZ**  
PAZ IVISON

Disculpen que compare a los perros con los vinos pero tanto unos como otros son grandes amigos y fieles compañeros. Ya sean poseedores de mucho pedigrí como si no lo son. Hay sitio para todos y eso es lo importante.

Los perros mil leches se han originado ellos solitos, sin selección de razas sino por un impulso callejero de pasión canina en el que no ha intervenido para nada el hombre. En los vinos mil leches, sí que la intervención humana es total y absoluta.

Enólogos, ingenieros agrónomos, bodegueros, *viñistas*... Me consta que es un disparate llamarles a estos vinos mil leches pero es una especie de guiño divertido, una broma, una comparación simpática sin más trascendencia. Realmente y hablando medianamente en serio, deberían llamarse vinos multirregionales, multirraciales o multinacionales. Esto último suena poco romántico.

Estoy muy interesada en investigar más en esta nueva ¿moda? enológica que consiste en mezclar uvas de diferentes orígenes –consejos reguladores abstenerse–, de diferentes zonas y hasta de diferentes países. E incluso de diferentes tipos de uva, como si fuera un honorable queso roquefort, que tradicionalmente se

elaboraba mezclando la leche de cabra, de oveja y de vaca. Como les decía, estoy muy interesada en este tema pero no me ha dado tiempo a encontrar muestras de vinos mil leches y poder constatar sus calidades y características. Espero poder hacerlo próximamente.

Respecto a este tema de los vinos elaborados con uvas de diferentes zonas, regiones e incluso castas o variedades, comenta el master of wine Tim Atkin:

“Las denominaciones de origen europeas han preferido la autenticidad a la calidad. (...) Yo preferiría una botella de vino que sepa bien a otra vulgar con garantía de origen”. Lo cierto es que cualquier curioso podría preguntarse: ¿Por qué no se puede hacer un buen vino combinando uvas diferentes de probada y constatada calidad?

Bernardo Fariña, joven y cosmopolita enólogo, hijo del gran Manuel Fariña, el pionero de la DO Toro, elabora un vino de nombre 5 DO's (últimamente los nombres de los vinos se están pareciendo mucho a las contraseñas que nos piden constantemente en internet: una mayúscula, una minúscula, un número, un signo... ¡Una pesadilla!). 5 DO's es un coupage de vinos de cinco denominaciones

de Castilla y León: Arribes, Ribera del Duero, Toro, Tierra del Vino de Zamora y Bierzo; y mezcla de cinco variedades de uva, Juan García, Mencía, y la Tempranillo en sus tres versiones castellano leonesas.

Única variedad pero diferentes orígenes son los vinos que elabora Carlos Rubén Magallanes, que como su apellido indica, está dando la vuelta al mundo... de la Garnacha. Elabora 14 vinos diferentes con garnachas, siempre garnachas, de Calatayud, Campo de Borja y Cariñena, en Aragón; Manchuela en Castilla-La Mancha; Gredos en Madrid; Priorato, Montsant, Terra Alta y Empordá, en Cataluña; Cigales en Castilla y León; Languedoc y Côtes du Roussillon-Villages, en Francia... ¿Quién dijo miedo a cruzar fronteras? Garnachas blancas, grises, negras, tintoreras... para alumbrar tintos, blancos, rosados, dulces y hasta espumosos.

Si las cocinas fusión triunfan desde hace años, tanto que ya es casi difícil encontrar un restaurante de campanillas que no oferte en su carta algo japo, indio, coreano, peruano, georgiano, brasileño... ¿por qué no van a triunfar los vinos fusión? ¿O es que no vamos de la mano la cocina y el vino?

# Vinos mil leches



## Testimonios DEL AMOR AL ODIOS, HISTORIA DE UNA PASIÓN

El periodismo tiene dos funciones fundamentales, contar historias y crear opinión en su público, sea a través de esas historias sea por medio de la crítica, que puede ser positiva o negativa. Y tiene una pulsión, dejar constancia de esa labor, porque las historias pequeñas son vitales a la hora de dibujar la historia grande de un sector. Durante más de veinte años, Mónica Muñoz Blanco, creadora y editora de Mercados del Vino y la Distribución, se ha dedicado a las dos funciones básicas y ahora deja testimonio de ese trabajo en este libro. El título deja constancia de las alegrías y los disgustos que esa labor acarrea a quienes la afrontan con pasión. Y, por si quedara alguna duda de ese sentimiento que caracteriza a la autora, queda plasmado sin dejar espacio a la duda en esta selección de casi un centenar de los artículos que publica en su

medio. La selección abre en el año 2006, con la presentación de Mercados del Vino y la Distribución, que fue continuación, ya con su fuerza personal y en solitario (libertad, divino tesoro) de un proyecto anterior, y llega hasta 2019. Crónica de más de dos lustros del vino español, de sus brillantes luces y sus muchas sombras, a través del prisma de una periodista de raza, valiente y sin dobleces. Testimonios y análisis que aportan una visión personal, desde el punto de vista empresarial y de negocio pero también lúdico, importante para dibujar y entender con perspectiva el vino español actual. ■ AP

**MÓNICA MUÑOZ BLANCO.**  
MERCADOS DEL VINO Y LA DISTRIBUCIÓN.  
198 PÁGINAS. 18 €.

# 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

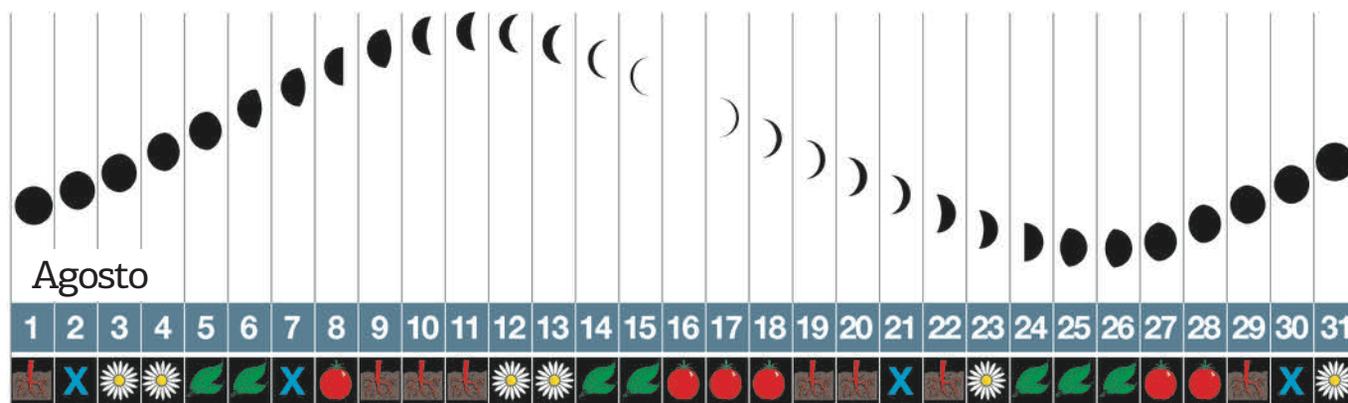
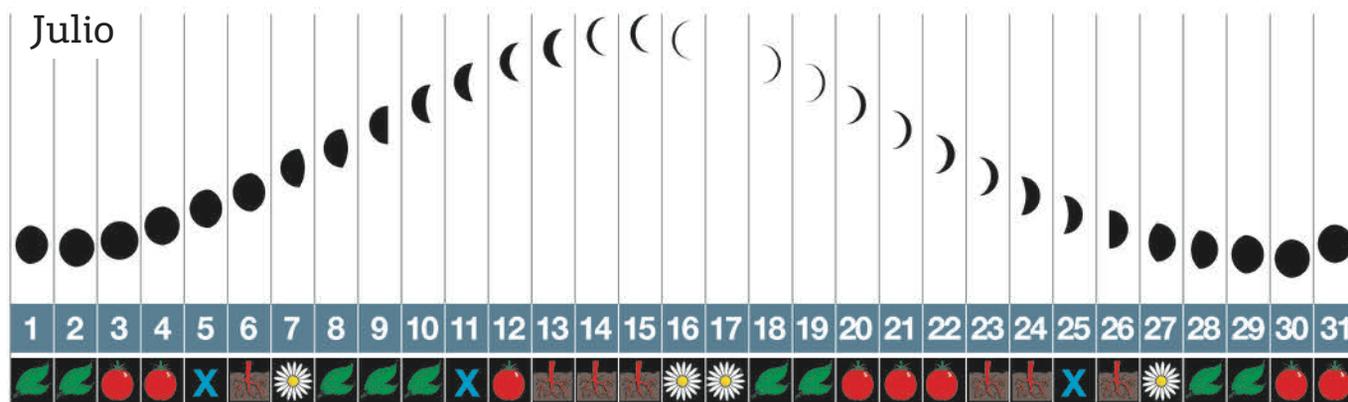
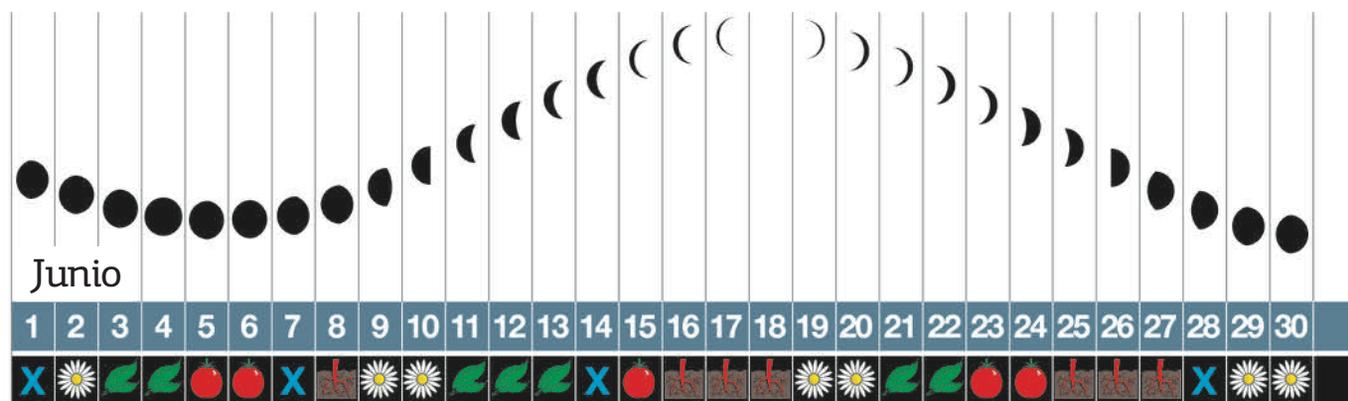
Se potencian los aromas vegetales. Aunque no es un buen día para catar, puede ser un momento propicio para vinos generosos o blancos jóvenes en los que destacan las notas herbáceas.

## 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.





## Altos cargos de la OMS se reúnen para debatir sobre el consumo de alcohol

SEÑORES, SE NOS HA ENCOMENDADO LA MISIÓN DE VELAR POR LA SALUD MUNDIAL. PERO QUE NO OS CONFUNDAN, ES POR LA SALUD DEL DINERO. POR TANTO, EL ALCOHOL MATA, ¡PERO LA CERVEZA SIGUE SIENDO SAGRADA!





LA PENULTIMA  
CARLOS DELGADO

# Bueno por narices

**S**i preguntamos cuál es el sentido más importante para los humanos la mayoría de las veces responderemos que la vista. El lenguaje popular refleja esta importancia con frases como “eres un lince” para indicar la capacidad de actuar con astucia y sigilo, o la expresión “¿es que no lo ves?” para señalar la habitual ceguera intelectual.

En las especies animales el sentido está directamente vinculado a la supervivencia sin mediaciones culturales. Para algunos animales como aves y mamíferos es fundamental para detectar el movimiento de sus presas y depredadores, orientarse en el espacio, comunicarse con sus congéneres, reconocer los recursos alimenticios y los lugares de refugio. La vista también les ayuda a adaptarse a diferentes ambientes y condiciones de luz, como el día y la noche, el bosque y la sabana, el agua y el aire.

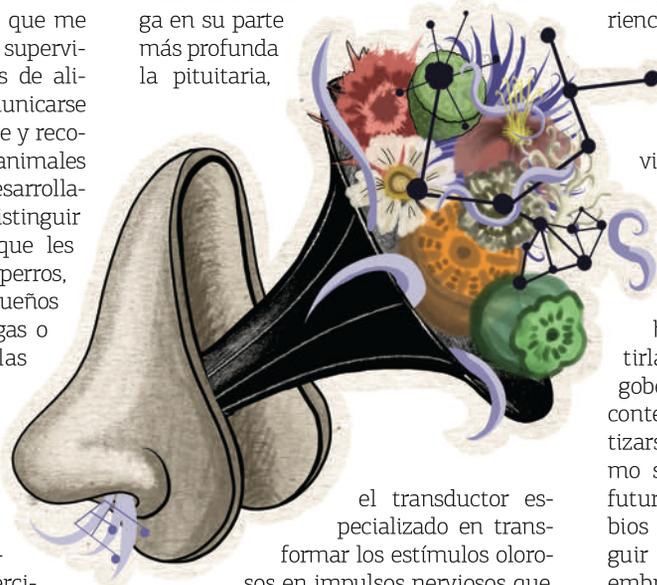
En cuanto al olfato, que es el que me interesa, es fundamental para la supervivencia, permite detectar fuentes de alimento, evitar depredadores, comunicarse con otros individuos de su especie y reconocer a sus crías. Por eso hay animales con un sentido del olfato muy desarrollado, como los perros, capaces de distinguir miles de olores diferentes, lo que les permite comunicarse con otros perros, seguir rastros, identificar a sus dueños o detectar sustancias como drogas o explosivos. Recordemos que las palomas mensajeras pueden seguir rastros olorosos a grandes distancias.

¿Y los humanos? Nuestro sentido del olfato es uno de los más complejos y menos comprendidos. A diferencia de la vista, que depende de la luz para percibir el entorno, el olfato se basa en las moléculas químicas que emiten objetos, plantas y seres vivos. Estas moléculas se disuelven en el aire y llegan a la nariz. Luego el cerebro procesa esta información y la asocia con recuerdos, emociones y preferencias. Las respuestas sensoriales pueden ir de la dulce melancolía a la excitación eufórica. Algo que conocen y utilizan en la psicología terapéutica.

El olfato es fundamental tanto para nuestra supervivencia como para nuestro

bienestar. A nivel biológico, nos ayuda a identificar alimentos, peligros, enfermedades y posibles venenos (olor a podrido). A nivel social y cultural, nos permite modular las relaciones sociales, expresar nuestra personalidad y disfrutar de experiencias placenteras. Además, el olfato influye en nuestro estado de ánimo, apetito y memoria. El olor deja en nuestra memoria una huella más arraigada que cualquier otro estímulo externo –la industria perfumera lo sabe muy bien–.

La nariz alberga en su parte más profunda la pituitaria,



el transductor especializado en transformar los estímulos olorosos en impulsos nerviosos que, antes de llegar a las regiones corticales olfativas, recorren zonas del cerebro que modulan nuestras emociones. Sin embargo, el olfato suele ser menospreciado en comparación con la vista, considerada el sentido más importante y fiable. Grave error, como bien sabe quien ha padecido de anosmia por culpa de la pandemia. La pérdida de calidad de vida cuando nos falla el olfato debería ser una señal de alarma para revalorizar un sentido al que apenas prestamos atención.

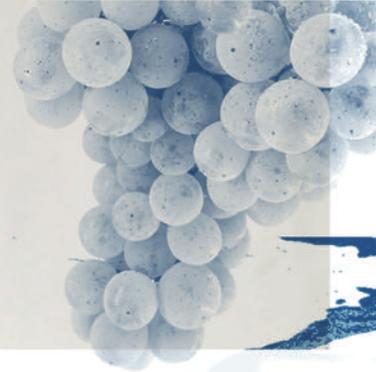
Y ahí quiero llegar a parar. Porque resulta paradójico que, siendo el olfato un sentido fundamental, que nos enriquece con sensaciones únicas e irrepetibles y nos permite apreciar la fascinante belleza y diversidad de la vida, su educación sea una cuestión azarosa. Parecería más lógico que formara parte, desde la infancia, de la educación sensorial, como ya ocurre con la educación musical o la educación física. Y lo digo con segundas. Porque podría suponer para las nuevas generaciones que el vino sea una fuente de experiencias inolvidables, donde lo personal y lo social se funden. Tendríamos futuros consumidores (moderados) capaces de distinguir entre el centenar de aromas de un buen vino algo más que cuatro aromas simples.

Sé que es una propuesta ingenua y a largo plazo, pero si después de luchar contra la caída del consumo en nuestro país no hemos conseguido pararla y revertirla, tal vez sería bueno que nuestros gobernantes y educadores al menos la contemplaran. Educar la nariz es garantizarse el futuro. Porque no hay consumo sostenible, ni país vitivinícola con futuro, si no contamos con santos y sabios bebedores, esos que saben distinguir un buen vino, que son capaces de embriagarse con la complejidad olfativa, con la sinfonía de su composición aromática y la sutileza de sus evocaciones. Volviendo al principio, se puede comer con los ojos pero nadie bebe con ellos, sobre todo ahora que el color del vino –aquel brillante rojo rubí con matices teja– ya no juega ningún papel salvo mostrar su deterioro. Y acabo como acostumbro, con pedantes citas poéticas o vanidosos aforismos anónimos: La vida es como un buen vino, hay que saborearla con todos los sentidos. ■

# MAR DE FRADES

ALBARIÑO ATLÁNTICO

# VIVE EN AZUL



Vivir en azul es trabajar el viñedo sintiendo en el aire el aroma del océano y el frescor de la bruma, tener el firme compromiso de respetar al máximo nuestro entorno y elaborar desde el corazón del Val do Salnés y la Ribera del Ulla vinos de terruño, que reflejan paisajes de la D.O. Rías Baixas y nuestro personal estilo de entender la uva albariño.

**Vivir en azul, es inspirar el verdadero estilo atlántico.**

WINEinMODERATION

ELIGE | COMPARTE | CUIDA

"El vino solo se disfruta con moderación"



**"First Growth"  
Bodegas Áster**



**TIM ATKIN MW  
SPECIAL REPORT  
Ribera del Duero**



GRUPO

*La Rioja Alta, S.A.*



@bodegasaster | sienteaster.com

**TIEMPO DE SENTIR RIBERA DEL DUERO.  
TIEMPO DE SENTIR ÁSTER.**

*Siente*  
**Áster**