

MECENAS DEL JEREZ / OREMUS / LA VIÑA EN ESPIRAL / DE VINOS POR ALMENDRALEJO

# planetA 10

REVISTA DE VINOS

10 VINOS DE CALIDAD

## Godello

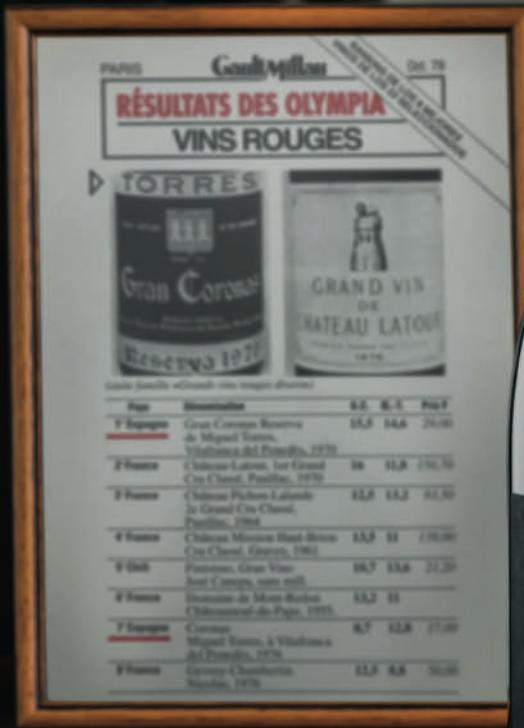
## Las uvas piwi

# El futuro en un *like*

(only Spain) 6,00 €

número 124  
FEBRERO / MARZO 2026





Avanzar por un camino por el que nadie ha caminado, continuar experimentando cuando el resultado es incierto, asistir al nacimiento de algo nuevo y ver cómo se convierte en un clásico.

**Mas La Plana.** Ganador de las Olimpiadas del vino de París de 1979 Gault & Millau.



FAMILIA  
**TORRES**  
Desde 1870

Descubre más  
sobre el programa  
de Torres & Earth





LA LUNA  
ANDRÉS PROENSA

# Opinadores sin control

Los medios periodísticos siempre han estado abiertos al conocimiento de expertos que no son periodistas. La entrevista, el reportaje y hasta las columnas de opinión recurren a representantes de cualquier disciplina que ejercen como peritos para aportar luz y rigor a la información. El problema es cuando el perito no es experto o saca los pies de su tiesto.

● Qué duro debe ser tener que encontrar una idea o una frase genial una vez a la semana! Sobre todo, cuando lo que falta es talento. Es esta una época en la que las gentes se enteran de las noticias a través de la radio o de las diferentes versiones de los ordenadores. Tiempos en los que la política de recortes ha dejado a las redacciones en cuadro, pobladas de becarios y meritorios y huérfanas de periodistas con oficio (en este modesto medio se reciben con cierta frecuencia currículums impresionantes de profesionales en paro de larga duración).

Miserias que han hecho casi desaparecer disciplinas periodísticas como la investigación. O se llama investigación a la filtración interesada de informes o de simples chismes. O el reportaje, que se deja en manos de externos, de esos periodistas que han sido despedidos meses o años antes y se ganan malamente la vida como lo que se denomina *freelancer* (literalmente *lancero libre*, es decir, guerrero no adscrito, o sea, mercenario). Es un estilo clásico de profesional que, como está muy mal pagado, ha de hacer muchos trabajos y en la carrera se pierden cosas, como el rigor, el contraste de opiniones o la verificación de datos.

Los medios tradicionales, los que se imprimen y salen en el viejo soporte del papel, tienen que ofrecer un contenido diferente para satisfacer a un público minoritario, al público que lee (algunos dicen que ya no se lee) y que se molesta en acercarse al quiosco con los poco más de dos euros que cuesta un diario. No vale la noticia, que es ya sabida, ni la entrevista, que da mejor en la radio, ni la prensa rosa ni amarilla (la del corazón y la del escándalo, respectiva-

mente), que pueblan las teles y tienen hasta un canal de ámbito nacional casi en exclusiva.

Es el turno de la opinión, del análisis más o menos documentado (esa es otra cuestión) de hechos y situaciones y de comentarios sobre la actualidad más inmediata. Las columnas y los columnistas se han multiplicado en los medios tradicionales y la opinión se ha filtrado a los otros géneros periodísticos, en especial al reportaje, sensible a este proceso y que ha dejado de ser una exposición de hechos y testimonios; pero también la misma noticia, ya casi siempre trufada de intencionalidad en su forma y contenido. Los medios necesitan opinadores y los encuentran en cualquier rincón. Hay incluso periodistas.

Lo habitual es que las columnas sean una puerta expedita a la invasión de profesionales de otras disciplinas, muchas veces bienvenidas porque se da tribuna a expertos en determinadas materias que aportan sus conocimientos y su punto de vista, aunque chiríen los goznes de la comunicación periodística y hasta de la misma Academia de la Lengua (en esto no son inocentes tampoco los periodistas). Junto a ellos, en secciones tal vez consideradas menos serias, proliferan los francotiradores, firmas más o menos conocidas, apellidos más o menos sonoros, que utilizan esa fama u otros recursos para hacerse con un puesto de tribuno sobre cualquier disciplina.

Todo perfectamente honrado, pero con problemillas menores. Por ejemplo,

la escasa preparación de las firmas o el escaso control sobre la calidad de lo publicado por parte de directores y directivos, básicamente porque tampoco saben mucho y porque están más preocupados por las columnas de la contabilidad que por las columnas de opinión. Esas cosas y otros alardes de ignorancia se pueden encontrar en medios presuntamente serios que publican ocurrencias lamentables.

**Dicen dar lo que piden sus lectores, ofrecen espectáculo, que es lo que importa, el titular llamativo, aunque nada tenga que ver con la realidad.**

Capítulo aparte merecen, y tal vez haya que volver sobre ello, las redes sociales, refugio honesto de muchos informadores en paro (o, peor, sujetos a las dictaduras de los 20 o 30 euros por reportaje, fotos incluidas) y también parapeto de mucho francotirador indocumentado, adscrito a la crítica gratuita y sin fundamento o directamente a la descalificación y el insulto.

Dicen dar lo que piden sus lectores, ofrecen espectáculo, que es lo que importa, el titular llamativo, aunque nada tenga que ver con la realidad y, a veces, ni siquiera con la información que se ofrece en el texto. Lo que viene a ser la definición del periodismo amarillo de toda la vida. Eso se puede dar, y se da, en los medios convencionales, impresos, radiados o televisados, pero es más frecuente en los mil y un presuntos medios digitales. Sencillamente porque una red social es mucho más barata que una imprenta o una emisora, que, además, requiere permisos administrativos. El medio, sean ondas hertzianas, papel impreso o redes, es inocente. El meollo del asunto está en la honestidad del emisor y en la calidad del mensaje. ■



## SUMARIO



### COMUNICACIÓN VINÍCOLA

Los *likes* sustituyen a las cifras de tirada en la nueva era de la comunicación en general y de la vinícola en particular. El medio es inocente pero es barato lo que abre la puerta a nuevos comunicadores, algunos presuntos.



### GODELLO, SOBRIEDAD DE MODA

Durante años vivió a la sombra de la fragante Albariño, reina de la viticultura gallega y rival, a distancia, de la castellana Verdejo. En los últimos tiempos toma brío la sobria Godello con su buen rendimiento en la crianza.



### SABER MÁS YA ESTÁN AQUÍ LAS PIWI

Cuatro variedades de las llamadas *piwi*, creadas para ser resistentes a las plagas de hongos, han sido autorizadas. Los vinos se harán esperar pero esas creaciones ampelográficas han superado la primera barrera normativa.

### LA LUNA DE ANDRÉS PROENSA 3

Opinadores sin control

### CRÓNICA 7

Mecenas del Jerez

### SE VEÍA VENIR, DE SALVADOR MANIÓN 12

Un Plan Marshall para el vino

### NOTICIAS 13

### EL CATALEJO, DE PEDRO BALLESTEROS 14

Cuando el crítico pinta cuadros

### ESTRENOS 16

Los parcelarios de El Sequé

### VINOS Y BODEGAS 19

Tokaj Oremus / La viña en espiral

### 32 MENSAJE EN UNA BOTELLA, DE M<sup>a</sup> PILAR MOLESTINA

¿Qué trae el 2026?

### 54 DE VINOS POR ...

Almendralejo

### 56 PISTAS

Amics / Komo

Amets / Vinology

### 58 BARRA LIBRE

A morro y con cerveza

### 64 CATA BIODINÁMICA

### 65 LA OTRA CARA, DE DANI PACIOS

### 66 GUERRA Y PAZ, DE PAZ IVISON

Pasto, albariza, yerba

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 Caldúch, Pilar Calleja, Amaya Cervera, Carlos Delgado, Javier Fernández Piera, María Antonia Fernández-Daza, Ramón Francàs i Martorell, Luis García Torréns, Fernando Gurucharri, José Hidalgo Togores, Paz Ivison, Fernando Lázaro, Salvador Manjón, Mª 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  
Ana Alós  
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B  
28035 Madrid  
Teléfono: 659 938 049  
Correo electrónico: [anaalos@proensa.com](mailto:anaalos@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.

# Blanco

## COMO NINGUNO

ALBARÍN  
Rías Baixas  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

CONSUME CON RESPONSABILIDAD





## SE INCORPORA AL EQUIPO ANA ALÓS

Ana llega con el aval de una brillante trayectoria de más de veinte años al frente de la publicidad en medios del sector y de otros campos de la información (turismo, decoración, deporte o estilo de vida, entre otros) y en agencias de comunicación y de publicidad. Tiene experiencia en dirección de equipos y organización de convocatorias y acciones especiales.

Pero viene, sobre todo, con ilusión, con empuje y con vocación en una tarea tan difícil y comprometida. Es lo que necesitamos para continuar la labor de 19 años de Araceli Pardo. Tendrá que trabajar duro en esta época de crisis y torear con la intransigencia del director de nuestras publicaciones. Dificultades que, estamos seguros, va a afrontar con toda solvencia.

## FE DE ERRORES

# GUÍA PROENSA 2026

Pocos son, si se tiene en cuenta la cantidad de datos que se ofrecen en sus 391 páginas y, sobre todo, las neuronas del autor.

En la última edición de la Guía Proensa, y con ayuda de nuestros fieles lectores y las bodegas interesadas, hemos detectado algunas erratas. Quede aquí constancia del error y de las disculpas que pide el autor de la guía.

En el texto correspondiente a la DO Monterrei (pág. 111) se da cumplida cuenta de los cambios introducidos en la normativa de esa denominación de origen. Sin embargo, por alguna razón, esos cambios no se vieron reflejados en la información que aparece en la página anterior, donde además no están bien las direcciones del correo electrónico (info@domonterrei.com) y de la web (www.domonterrei.wine) y deberemos modificar el mapa. El cuadro de la parte inferior debería quedar como sigue:



### CONSEJO REGULADOR

CASTELAO, 10. 32600 VERÍN (ORENSE)  
TEL.: 988 590 007  
CORREO ELECTRÓNICO: info@domonterrei.com  
WEB: www.domonterrei.wine

### LA ZONA

Situada en el sureste de la provincia de Orense. Se distinguen dos subzonas, Valle de Monterrei, zona bastante llana del fondo de los valles de los ríos Támega, afluente del Duero, y su tributario Bubal, y laderas de Monterrei, al este, área de suave ondulación pero con cotas que pueden alcanzar los mil metros de altitud. Clima de influencia continental, con inviernos fríos y veranos cálidos y notable contraste térmico día-noche en período de maduración. Precipitaciones

del entorno de los 750 mm. al año. Los suelos son variados, con zonas de granito, de pizarra y también de arcillas, generalmente bastante fértils.

### LAS UVAS

Las variedades de uva autorizadas son las tintas Caíño Tinto, Mencía, Merenzao (Bastardo), Sousón y Tempranillo (Araúxa) y las blancas Albariño, Blanca de Monterrei, Caíño Blanco, Dona Blanca, Godello o Verdello, Loureira y Treixadura o Verdello Louro.



El cava Juvé & Camps Milesimé Chardonnay Can Rius (pág. 58) corresponde a la cosecha '20, no '19 como aparece en la información.



La etiqueta del vino dulce Cartojal (pág. 109) ha sido ligeramente modificada; en la información aparece la antigua. Se reproduce aquí la correcta.



En los vinos de Alvear (pág. 114) se incluye como CB en Rama lo que en realidad es Alvear Fino en Rama. La información es correcta pero no el nombre ni la etiqueta.



# Mecenas del Jerez

# DOS HOMBRES

# Y UN DESTINO

SON AUTÉNTICOS MECENAS DEL SIGLO XXI. EN ESTOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, DOS EMPRESARIOS INVERSORES, PROCEDENTES DE SECTORES TECNOLÓGICOS Y FINANCIEROS, HAN APOSTADO POR EL VINO Y POR EL PATRIMONIO CULTURAL Y ARQUITECTÓNICO DE JEREZ. UN GRAN SOPLO DE ESPERANZA PARA LA CIUDAD Y SUS VINOS. LOS PROPIETARIOS DE CAYETANO DEL PINO Y DE BODEGAS SERDIO SON LOS PROTAGONISTAS DE ESTA ENCOMIABLE HAZAÑA ENOLÓGICA.

Las llegadas de estos *mister marshall* a Jerez son prácticamente coincidentes en el tiempo. Un poco antes, durante y después de la pandemia. Poco más de cinco años y ambas bodegas ya están en perfecto estado de revista. Tengo que añadir que las inversiones, como apuntaba en la entradilla, no se reducen sólo al capítulo enológico, pues ambos mecenas –como corresponde al generoso calificativo que los acompaña– hacen gala de una especial sensibilidad, y se involucran en restaurar edificios ruinosos, conservar patrimonio, apostar por la cultura mediante la creación de museos dedicados al vino, a coches de caballos antiguos, esculturas de bronce... Lo cierto es que estas recientes y encomiables inversiones me hacen pensar de alguna manera en aquellos gloriosos años vividos en Jerez, en el siglo XIX, en los que el vino fue el principal motor económico que diseñó el esplendor de su arquitectura palaciega y su señorial urbanismo. Por tanto, es constatable la enorme dimensión y la importancia que estas apuestas tienen justo en estos años relativamente recientes, en los que ni la ciudad ni el vino han vivido momentos esplendorosos y en los que, paralelamente, tanto el patrimonio enológico como el arquitectónico han estado en la cuerda floja, tambaleándose en algunos casos y en otros en desolador estado de abandono. Se me ocurre comparar las manos de estos dos mecenazgos llamados Fulgencio Meseguer Galán y la familia de Ricardo



Serdio, con la famosa rima de Bécquer, con aquella «mano de nieve» que quitaba el polvo al arpa olvidada en el ángulo oscuro y le decía: ¡¡¡levántate y anda!!

Son manos que tienen mucho que ver con Jerez, pero, en ambos casos, lo han contemplado desde otros territorios y con otros ojos. Fulgencio Meseguer nació en Jerez y se marchó con 29 años a Jaén. Los Serdio, representados por los hermanos Ricardo y Ernesto de Serdio, aunque son nietos de un bodeguero gaditano, también con firma en Jerez (Manuel Antonio de Serdio e Hijos) que desapareció en los años setenta, desarrollaron su actividad profesional fuera de Jerez y de España. Meseguer y los Serdio vuelven a sus orígenes, se implican y se comprometen absolutamente con el renacer de esta ciudad y de sus grandes vinos. Pero vayamos por partes.

VIÑA CERRO OBREGÓN



## DEL ALGORITMO A LA BOTA

Fulgencio Meseguer Galán empezó a desarrollar su vida profesional en torno a las tecnologías desde muy joven él y desde muy jóvenes éstas, las tecnologías. Digamos que desde que empezaron a dar sus primeros pasos en nuestro país, él vio claramente que el futuro estaba en las pantallas, los microchips y todas esas cosas. Se traslada a Jaén capital por cuestiones personales y allí desarrolla una rápida, fulgurante y exitosa carrera. Con más de treinta años de trayectoria en innovación empresarial, transformación digital y promoción del patrimonio cultural y gastronómico, en 1994 creó el software Delsol que

revolucionó la gestión empresarial de toda España y medio mundo. Es líder en políticas laborales pioneras –anunció la jornada de cuatro días laborables, a 9 horas, pasando de 40 horas semanales a 36– y propietario asimismo de Mesgal, un holding de proyectos empresariales, una sociedad inmobiliaria, la editorial Tinta Blanca y la Fundación Fulgencio Meseguer, que tiene como misión contribuir al progreso socioeconómico de Andalucía, impulsando la formación y el liderazgo de emprendedores, empresarios y profesionales que tengan como objetivo aumentar su competitividad y productividad. Posee un ADN de empresario total y se confiesa un adicto a crear empleo. En el año 2020 vendió el software DelSol a una importante multinacional y decidió invertir gran parte de la cuantiosa suma en su ciudad natal, en Jerez. Tenía 56 años y le llamaba

compromiso y se enamoró de aquel lugar. Una preciosa viña con caserío del siglo XIX, situada en lo alto de un cerro de casi 90 metros de altitud, rodeada de 40 hectáreas de viñedo por sus cuatro puntos cardinales. Una belleza que adquirió inmediatamente.

## DE LA VIÑA A LA BODEGA

A los pocos meses se anima a comprar la conocida bodega Cayetano del Pino, firma de gran tradición y prestigio fundada en 1896, con excelentes amontillados y auténticos palos cortados reconocidos como VOS y VORS, que se encontraba viva, con sus vinos en el mercado, pero casi con respiración asistida, manteniendo un compás de cierto inmovilismo. Negoció con los herederos del fundador y la adquirió en 2022. En escasos meses le dio la vuelta pero sin tocar la calidad de sus extraordinarios vinos. Cayetano del Pino era muy popular también porque, aparte de sus grandes palos cortados y amontillados, despachaba vino a granel (no eran los VOS ni los VORS, claro está) y diariamente se acercaban muchos jerezanos a comprar vino, garrafa o envase en mano. Una de las primeras actuaciones del nuevo propietario fue acabar con esta venta a granel, con muy buen criterio y en aras de enfatizar el valor de los vinos de Jerez. Probablemente le supondría más de una antipatía, pero él tenía claro que había que apostar por la excelencia. También comenzó a comercializar un fino de nueva creación –procedente de soleras de otras bodegas– y un tipo cream de gran calidad, en el que se utiliza para el cabeceo un magnífico pedro ximénez de la vecina y prestigiosa bodega Maestro Sierra. Sus famosos amontillados y palos cortados se clasificaron comercialmente en cuatro categorías, solera, superior, VOS y VORS, y ninguno de sus vinos se vende por debajo de los 30 euros. Las ediciones limitadas de los VORS se reducen a 300 botellas de 50 cl. y están claramente por encima de los 100 €. Curiosamente la bodega Cayetano del Pino debe ser la única de Jerez aparte de la de San Francisco Javier (que sólo

la atención convertirse en bodeguero, algo que nada tiene que ver con su trayectoria precisa de algoritmos y demás.

Había mantenido relaciones con su ciudad natal por sus actividades profesionales ya que allí siempre tuvo clientes. Y en una de sus visitas profesionales alguien le habló de una preciosa viña que estaba en venta, Cerro Obregón, muy cerca de la ciudad de Jerez. Tenía claro que no quería comprar ninguna viña (¡¡¡Si llevaba 30 años en Jaén y no había comprado ni medio olivo....!!!). No le gusta mucho la inversión terrenal porque son variables que no controla su cerebro tecnológico. Se acercó a ver la viña por puro



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



CAYETANO DEL PINO

elabora fino) que no comercializa la tipología de vino oloroso.

## DE LA BODEGA AL PALACIO

Viña, bodega y patrimonio. Fulgencio Meseguer se implicó desde su desembarco en Jerez en la recuperación también del patrimonio arquitectónico. Adquirió un palacio en la plaza más hermosa de la ciudad. Un palacio que, ciertamente, no estaba en ruinas pero que no tenía un futuro muy prometedor. Decidió rehabilitarlo y convertirlo en centro cultural, en el gran Museo del Vino y también del brandy de Jerez, de todos los vinos y brandies de todas las bodegas de Jerez y de su Marco. No sólo de la suya. (La verdad es que resulta un tanto sorprendente que Jerez, con tanta historia, tradición, abolengo y glamour internacional no tuviera un museo dedicado a uno de los vinos más importantes de la historia de Europa. Hay museos de carrozas, de relojes... pero del vino como tal, no).

El palacio en cuestión está situado justo frente a San Dionisio, una de las iglesias más antiguas y representativas de la ciudad, de claro estilo mudéjar –cuya última restauración de fachada fue costeada por el propio Fulgencio Meseguer– y justo al lado del extraordinario edificio renacimiento sede del ayuntamiento de la ciudad. Propiedad particular hasta su adquisición, hace poco más de tres años, y construido a principios del siglo XIX, el Centro Cultural Palacio San Dionisio, que así se ha bautizado en honor del patrón de la ciudad y de la iglesia que tiene justo enfrente, alberga The Sherry

Gallery (ver Pistas PlanetAVino 123) un espacio que reúne patrimonio, historia y tradición vitivinícola con una programación dinámica y participativa. Exposiciones temporales, actividades culturales, experiencias sensoriales que conectan pasado y presente... Muy interactivo con recursos sensoriales que permiten al visitante vivir el vino desde dentro: sentir la brisa del poniente, caminar entre botas centenarias o presenciar la formación del velo de flor a escala ampliada. Tonelería, viñedos y pagos, etiquetas históricas y artes gráficas, brandy, vidrio y botellas, aromas y laboratorio... También se ofrecen talleres didácticos, catas guiadas y actividades educativas adaptadas a centros escolares y público familiar, exposiciones, conferencias, microconciertos y, en el espacio que ocupaban las antiguas cuadras del palacio, se ha habilitado un bar coctelería, *Las Cuadras Spirit Room*.

## DE URIUM A SERDIO

En plena crisis de 2007-2008, un empresario onubense, de Moguer, llamado Alonso Ruiz, de gran altura física y química, hombre culto y bondadoso, enamorado del vino de Jerez, se atrevió a crear una nueva bodega a la que llamó Urium, nombre en latín de Río Tinto. Sus barbas blancas y su apuesta ciertamente romántica hacia el vino de Jerez en esos años difíciles, me hacen recordar a su paisano Juan Ramón Jiménez. Urium nacía con vocación de dedicarse a grandes vinos añejos, ediciones exclusivas y limitadas de VORS (vejez superior a 30 años). Alonso Ruiz adquirió las viejas soleras de una almacenista llamada Josefa Pérez Rosado para cimentar su nueva bodega jerezana. Soleras por cierto extraordinarias que dotaron de merecido prestigio a Urium tanto en España como allende nuestras fronteras. Vinos exclusivos, ediciones muy limitadas... Y así se mantuvo hasta hace escasos años hasta que la vendió fundamentalmente por razones de salud de su propietario. Es entonces cuando entra la familia Serdio, liderada por el empresario y financiero Ricardo Serdio, de apellido

vinculado al vino de Jerez desde hace más de 150 años. Sin lugar a dudas, Ricardo Serdio, aunque sin barba, tiene un claro componente romántico en su ADN de empresario. Su apuesta por refundar la vinculación del apellido Serdio con el vino de Jerez y llevar a cabo una gran inversión en sus vinos, si bien corrían tiempos mejores que aquellos de la crisis de 2008, no deja de ser una encomiable aventura, no exenta, por supuesto, de matices románticos.

Los Serdio son una familia de origen montañés, concretamente de la hermosa Comillas. Paisanos de muchos fundadores de firmas de bodegas jerezanas, porque no todos eran



PALACIO SAN DIONISIO

británicos, como piensa el imaginario colectivo cuando se habla de vino de Jerez. Allá por el año 1838, Manuel de Serdio y del Valle, marcha desde Comillas con su esposa y tres hijos a la ciudad gaditana, donde nacieron varios retoños más y donde comenzó a trabajar en un despacho de vinos que, a los pocos años, convirtió en negocio propio. Poco después, uno de sus hijos ya tiene una bodega a la que bautiza como Manuel A. de Serdio e Hijos. Al estudiar un poco la historia de los Serdio desde que llegaron de Comillas a Jerez y Cádiz (también tenían bodegas en la capital) encontramos que esa adicción al mecenazgo debe venir de lejos pues un hermano de Manuel Antonio, el que tenía bodega propia, fue tan aficionado a la tauromaquia que cedió dos de sus propiedades para centros taurinos y se dedicó a la política siendo un consumado liberal;

# EL TERCER HOMBRE ... Y LA CUARTA MUJER

También a la vecina provincia de Sevilla ha llegado *mr Marshall* para implicarse y relanzar negocios vitivinícolas. Concretamente a las conocidas bodegas Góngora, en El Aljarafe sevillano (Villanueva del Ariscal). Esta conocida y tradicional bodega es la segunda más antigua de España pues data, con papeles y documentos que la avalan, de 1682. Hace escasos dos o tres años entró en su accionariado familiar –que desde ocho generaciones controlaba la firma– un inversor de origen sevillano, amigo de la familia Góngora, que llevaba años desarrollando su trabajo financiero fuera de España. Se trata de José Manuel González, actual presidente de la firma Bodegas Góngora y que dejó su cargo de CEO y accionista de la multinacional Howden Broking Group, para hacerse cargo de proyectos en su tierra de origen, junto a una veintena de socios entre los que se encuentra su esposa. Traigo a colación en estas páginas a esta otra importante operación relacionada con las finanzas, el vino y el patrimonio, porque la comarca sevillana de El Aljarafe ha formado



EDIFICIO GÓNGORA

parte de la DO Jerez hasta los años setenta del pasado siglo. Por tanto, también tiene algo que ver con la recuperación de este tipo de vinos y su patrimonio arquitectónico. El complejo de las Bodegas Góngora obedece a la tipología de las grandes haciendas sevillanas de finales del siglo XVI, principios del siglo XVII, cuando Sevilla era la capital del comercio con las Américas. Ha sido referente vitivinícola indiscutible de Villanueva del Ariscal (El Aljarafe) y sus vinos llenaban las bodegas de aquellos galeones que surcaban el Atlántico.

Se extiende sobre una superficie de 20.000 metros cuadrados en el centro de la población e integra grandes y exóticos jardines, vivienda solariega y una gran bodega que alberga la prensa de husillo –en funcionamiento– más antigua del país, datada en 1574. Toda la propiedad se está restaurando y rehabilitando y en breve se convertirá en un destino *premium* de enoturismo que albergará un Museo del Vino de Sevilla –por cierto, vino gran desconocido– dentro de la restaurada y espléndida bodega,

y diversas zonas como la *table chef*, destinada a clientes amantes de la alta gastronomía en la que se desarrollarán exclusivas experiencias enológicas y gastronómicas. La casa solariega de la familia Góngora está cerca de convertirse en un lujoso hotel de 16 habitaciones completamente integrado en la bodega, que abrirá sus puertas en junio del año que viene, y que entra a formar parte de la prestigiosa cadena Relais & Châteaux.

## Y, también, Sanlúcar

La cuarta inversión en el sector vitivinícola, esta vez en Sanlúcar de Barrameda, es la muy reciente adquisición de los cascos históricos (edificios) de la bodega Argüeso y de parte del soleraje de su muy conocida y prestigiosa manzanilla San Léon, junto con la marca. Como no podía ser menos y como corresponde a todo lo que tenga que ver con la señorita del sur, la manzanilla, tiene género femenino ya que la operación la ha llevado a cabo la firma Tradición, y con ella su propietaria y presidenta Helena Rivero. Los antiguos cascos (edificios) del siglo XIX –14.000 metros cuadrados situados en pleno centro de la villa sanluqueña– ocupan parte del antiguo convento de Santo Domingo. Es fácil deducir el valor patrimonial que acumulan algunas naves de estas antiguas bodegas en las que se encuentran artesonados policromados del siglo XVI. La firma Tradición, reconocida por la calidad de sus vinos y por la sensibilidad hacia el arte y hacia la excelencia, proyecta restaurar y rehabilitar las naves históricas y protegidas para albergar las manzanillas de alta calidad de Argüeso, que complementarán la oferta biológica de la firma junto a sus reconocidos finos jerezanos.

PRENSA DE HUSILLO



otro hermano creó una fábricas de destilados llamada La Fama, que tuvo mucho predicamento en la zona y en todo el país; otro fue militar; otro, como mandan los cánones, se dedicó al sacerdocio activo después de ser médico, convertirse en párroco y volver nuevamente a ejercer la medicina... Una familia nada habitual.

## EL URBANISMO A TRAVÉS DEL VINO

Como en el caso del otro protagonista de este reportaje, la inversión Serdio no se ha limitado exclusivamente al vino. Su implicación con la arquitectura y el urbanismo de la ciudad es encomiable. Adquirida Urium, con sus soleras, botas y sus dos cascos de bodega, uno de ellos de interesante valor ya que se trata de



BODEGA SERDIO

una bodega de techo bajo, de aquellas anteriores al s. XVII, decidió comprar cuatro edificios más, uno de ellos en estado de ruina total y los otros dos «de aquella manera». Es decir, abandonados y olvidados (como el arpa de Bécquer). Todos anexos y separados por esas deliciosas calles estrechas, empedradas y emparradas que conforman el Barrio de Santiago, donde se respira cante grande por los poros de sus viejos muros. Es barrio dominado por una espléndida iglesia gótica del mismo nombre y por parte de la muralla árabe, barrio flamenco en el que se concentran arte y se circula «a compás». Los nuevos viejos-cascos comprados y rehabilitados por bodegas Serdio han devuelto armonía urbana a una calle que estaba hecha una pura ruina en gran parte de su trazado.

Esos viejos y abandonados edificios bodegueros que pertenecieron en su día a firmas como Domecq y Lustau y ahora recuperan su función y belleza. Con los viejos y excelentes vinos de Urium, y con otros más adquiridos y seleccionados por José María Quirós, reputado enólogo en Jerez, bodegas Serdio ya tiene en el mercado todas las tipologías de vinos generosos con su nombre propio, y en rama. La gama de entrada, que bien podría considerarse VOS pues, menos los finos, tienen una media de 20 años de vejez: finos (con ocho años de media), amontillados (20 años de media, procedente de una manzanilla pasada y de un joven amontillado de las bodegas que Urium tenían en Sanlúcar), olorosos, palos cortados y PX. Todas comercializadas en botellas de medio litro, numeradas y con fecha de embotellado.

Y la gama VORS, que sobrepasa de largo la vejez de los 30 años de media exigidos por la categoría. Todos también en botellas de medio litro, numeradas y de escasas unidades. Los precios de Serdio oscilan desde los aproximadamente 40 € del fino en rama, hasta 120 € de la gama VORS. Asimismo, Serdio no es ajeno a la demanda y buena acogida que están teniendo los blancos tranquilos de la zona, los llamados *vinos de albariza* –conocidos antes como de *pasto*– y elabora tres marcas: Tabatiere, con Palomino Fino de la viña de pago El Tizón, fermentado en inox y nueve meses sobre lías; Viña Garat, del pago sanluqueño, también de Palomino Fino, e igualmente fermentado en inox y con nueve meses de lías, y el más particular llamado El Perillar, fermentado y madurado en botas de fino.



PALACIO DE LOS CONDES DE MONTEGIL



## BODEGA-MUSEO

Dos de los rehabilitados edificios albergan una extraordinaria colección de coches de caballos de todo tipo, épocas y procedencias entre los que sobresale un original y único carro de bomberos americano del siglo XIX. Asimismo, se puede contemplar una interesantísima serie de miniaturas de carruajes, que francamente yo no llamaría miniaturas pues tienen un tamaño que casi podría sentarse un niño pequeño. Más bien parecen juguetes de lujo de años pretéritos o maquetas perfectas hechas a escala para vender los coches de tamaño real. Otra colección de esculturas de bronce todas relacionadas con el mundo del caballo y del toro, de distintos autores y épocas ocupa parte de una de las naves bodegueras restauradas con exquisito gusto. Todo ello a disposición del amante del enoturismo de calidad.

En el Barrio de San Mateo, otro de los históricos barrios intramuros del Jerez histórico, barrio que se caía a pedazos hasta hace unos años, han adquirido un palacio de finales del siglo XVIII para convertirlo en un hotel de lujo. Situado justo enfrente del Museo de Lola Flores, el palacio pertenecía a los condes de Montegil y en mi larga vida yo siempre lo he visto en pie, sí, pero completamente abandonado. No sabemos cuándo estará en funcionamiento. Ya saben, las cosas de palacio van despacio. Bienvenidos estos mecenas que transforman la decadencia en renacimiento del siglo XXI. Jerez les tendrá que estar agradecido. ■



# Un Plan Marshall para el vino

**N**o corren buenos tiempos para el sector vitivinícola. Producciones históricamente bajas, consecuencia de efectos climáticos como sequía y olas de calor severas y prolongadas. Enfermedades criptogámicas generalizadas, o de la madera de la vid, que ponen en peligro la misma supervivencia de la planta. Conflictos geopolíticos y políticas proteccionistas, que han ocasionado la constrictión de mercados muy relevantes en el consumo mundial de vino. Cambios en los hábitos y momentos de consumo alentados, entre otros factores, por un aumento en la percepción de riesgo asociada al consumo de alcohol y sus efectos sobre la salud.

Son factores que están afectando seriamente a la rentabilidad de un sector que no se caracteriza, por más extraño o sorprendente que pueda parecer para el común de los consumidores, por tener una alta rentabilidad; más bien todo lo contrario. Se ha puesto en peligro el sector tal y como lo hemos entendido hasta ahora. Con consecuencias medioambientales que en muchos lugares de nuestra geografía pudieran llegar a resultar irreversibles por los efectos que sobre la despoblación y desertificación llegaran a ocasionar.

Este problema no se circunscribe al ámbito nacional, sino que podemos hacerlo extensivo a todas las zonas productoras del mundo. Sí, también a Francia con su emblemático burdeos sufriendo sobremanera, obligado a solicitar ayudas que permitan el abandono definitivo de más de treinta y cuatro mil hectáreas. Pero también de Estados Unidos, donde un informe de American AgCredit Terrain señala que los viticultores californianos se encontraron ante una demanda muy baja, con precios que no cubrían los costes y muchos productores que no lograron vender su cosecha. Allí se han eliminado cerca de 40.000 hectáreas en menos de un año. Casos similares a los que encontramos en Chile, Argentina, Sudáfrica o en las emblemáticas Italia, Portugal, Alemania. Incluso en nuestra querida España.

Un problema, el de una fuerte caída del consumo que, de momento, no se conoce dónde puede tener su suelo y que requiere de la adopción de medidas

estructurales con las que hacerle frente en un ambiente de desánimo y pesimismo.

Conscientes de esta situación, los principales países productores de la Unión Europea se reunieron y elaboraron un documento de reflexión en el que le planteaban al nuevo comisario de agricultura, Christophe Hansen, aquellas medidas que, a su juicio, deberían ser abordadas por la Unión Europea con la máxima urgencia. Como, de manera sor-

Con este paquete de medidas sectoriales se aspira a diseñar un marco político modernizado con el que apoyar a un sector vitivinícola UE más competitivo, resiliente y orientado al futuro. Sus medidas actualizadas están concebidas, en principio, para equilibrar mejor la oferta y la demanda, mejorar la adaptación al cambio climático, simplificar y armonizar las prácticas de etiquetado, fomentar la innovación, ampliar la flexibilidad de plantación y estimular las economías rurales gracias al turismo vitivinícola. Además, reforzarán la capacidad del sector para responder a la evolución de las preferencias del consumidor y aprovechar las oportunidades de los mercados emergentes.

Un documento que ha sido acogido con satisfacción por el Comité Europeo de Empresas Vitivinícolas (CEEV), Federación Española del Vino (FEV), Conferencia Española de Consejo Regulador Vitivinícolas (CECRV), Cooperativas Europeas (COPA-Cogeca), Interprofesional del Vino de España (OIVE) y organizaciones agrarias. Una más que amplia representación del sector.

Ahora sólo falta que, publicado el reglamento y los planes estratégicos correspondientes, pueda ser puesto en marcha por el sector y sus fondos aprovechados al máximo para recuperar un alimento que, a pesar de haber dejado hace mucho tiempo de formar parte de nuestra dieta; sigue siendo una parte fundamental de nuestro estilo de vida, amén de un factor económico y social muy relevante y parte intrínseca de nuestra cultura. ■



prendente en todo lo que tiene que ver en la UE, así fue. Se ha conseguido que, en poco más de un año desde que tuvieron lugar las primeras reuniones y la aprobación por el trílogo (Comisión, Consejo y Parlamento Europeo), se haya llegado a un acuerdo sobre el bautizado como paquete vino, al que solamente le resta su adopción formal por parte del Parlamento y del Consejo y su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea, algo que se espera pueda tener lugar entre enero y febrero próximos.



### Venta de Codorníu

## Capítulo I: Masía Bach

El empresario vitivinícola de la Terra Alta Elías Gil Bel, con bodegas en Gandesa (La Vinícola de Gandesa) y Horta de Sant Joan (Les Vinyes del Convent), ha adquirido la bodega y las cerca de seis hectáreas de viñedo de Masía Bach al grupo Raventós Codorníu, que conserva las marcas de vino. La compra, cerrada el 17 de diciembre, y la inversión para poner al día la abandonada bodega ascienden a cinco millones de euros. El nuevo proyecto apostará inicialmente por la elaboración de espumosos premium de la DO Cava, y «grandes vinos» de la DO Catalunya. Será dirigido por Anna Maria Gil, hija de Elías Gil y directora general del grupo familiar. En una segunda fase se pretende apostar también por el negocio enoturístico. Elías Gil se muestra muy satisfecho por «devolver a manos catalanas un patrimonio vitivinícola que había caído en manos extranjeras». La operación de venta se ha cerrado tras contratar el fondo de

capital riesgo estadounidense Carlyle, propietario del 68 por ciento del accionariado de Raventós Codorníu, los servicios de Morgan Stanley y Banco Santander como asesores financieros para explorar la venta del grupo.

Codorníu, que adquirió Masía Bach en 1975, decidió poner punto final en enero de 2013, trasladando la producción a sus bodegas de Raimat y Sant Sadurní d'Anoia. Entonces la facturación se situaba en 20,5 millones de euros. Masía Bach se cerró alegando razones de «eficiencia económica». El grupo Raventós Codorníu ha decidido mantener la marca, que suma vinos, cavas, sangrías y frizzantes.

La bodega de Masía Bach, situada en Sant Esteve Sesrovires, en El Baix Llobregat, comenzó a erigirse en 1918. Obra del arquitecto Josep Maria Sala, es un edificio de estilo ecléctico que, según la información de la bodega, «aunaba las proporciones y el ritmo renacentista de



la Toscana, con un aire mediterráneo puramente español, más blanco y soleado». La historia de Bach se remonta, sin embargo, a 1915, cuando los hermanos Pere y Ramon Bach i Escopet se trasladaron a Sant Esteve Sesrovires desde Barcelona y adquirieron la finca Can Estrada, cuyos antecedentes datan del siglo XVIII. Gracias a los beneficios obtenidos con el comercio del algodón, los hermanos Bach invirtieron en la puesta en marcha de la bodega. La Guerra Civil truncó parte del esplendor alcanzado por Bach y tuvo trágicas consecuencias para la familia. En 1942 se decidió vender la finca, que cambió varias veces de manos hasta la llegada de Codorníu. Ramon Francàs

### Vendida al Grupo JNT

## Marqués de Monistrol, polaca

Marqués de Monistrol, la histórica bodega que dio lugar a toda una pedanía de Sant Sadurní d'Anoia, ha sido adjudicada al Grupo JNT, empresa polaca de producción, importación y distribución de bebidas. Fundada en 1882 en una antigua finca monacal con 450 hectáreas de viñedo, es una de las casas históricas del cava. Está integrada desde los años noventa en el antiguo Grupo



Arco, que entró en concurso de acreedores a finales de 2022 y en proceso de liquidación en 2024. Fundado en 1976 por la familia Jantón, el Grupo

JNT adoptó su nombre actual en 2018, dos años después de ser adquirido por el que era su vicepresidente y actual presidente, Jakub Novak, y el grupo Enterprise. Con el cambio de manos se inició una etapa de expansión traducida en compra de distribuidoras y elaboradoras de bebidas en Polonia. En 2023, compraron Domenile Boieru, fundada en 2005 en Transilvania (Rumanía), con 200 hectáreas de viñedo.

### Cambios reglamentarios

## Variedades y matices

La ración bimestral de nuevas reglas del juego vinícola dirige el foco a las denominaciones de origen Almansa, Cava y Pla i Llevant y a la IGP de Vinos de la Tierra Mallorca. La incorporación de nuevas variedades y cambios en los rasgos de los vinos copan las novedades. En la DO Almansa se ha modificado tan solo el capítulo de variedades de uva autorizadas para incluir la Garnacha Blanca. Ahora las uvas blancas autorizadas son seis: Chardonnay, Garnacha Blanca, Macabeo, Moscatel de Grano Menudo, Sauvignon Blanc y Verdejo. Sin novedad en las diez tintas: Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Garnacha Tinta, Garnacha Tintorera, Merlot, Monastrell, Petit Verdot, Pinot Noir, Syrah y Tempranillo.

La DO Pla i Llevant ha modificado la acidez total mínima para sus vinos espumosos y vinos tranquilos, que pasa de 4,5 a 3,5 gramos/litro expresado en tartárico; en los vinos de aguja y vinos de licor se mantiene en 4,5 gramos por litro. También es pura cuestión de matices la ligera modificación introducida en el pliego de condiciones de la DO Cava en lo que respecta a las indicaciones *parajes calificados* y *vinificación integral*. En la IGP Vinos de la Tierra Mallorca se modifica la descripción del color que han de presentar los vinos tintos y se incorporan tres nuevos tipos de uva autorizados, las autóctonas Escursac, Esperó de Gall y Giró Ros, que se unen a una panoplia varietal que suma 24 nombres, las tintas Cabernet Sauvignon, Callet, Escursac, Esperó de Gall, Fogoneu, Giró Negre, Gorgollasa, Mantonegro, Merlot, Monastrell, Pinot Noir, Syrah y Tempranillo y las blancas Chardonnay, Giró Ros, Macabeo, Malvasía Aromática, Moscatel de Alejandría, Moscatel de Grano Menudo, Parellada, Prensal, Riesling, Sauvignon Blanc y Viognier.



**EL CATALEJO**  
PEDRO BALLESTEROS MW

# Cuando el crítico pinta cuadros

**E**n nuestros tiempos, hay algunas similitudes entre el vino de culto y el arte contemporáneo que me llaman la atención.

Históricamente, los nuevos estilos de vino y de pintura se impusieron porque presentaban una superioridad sobre los anteriores.

El método bordelés es al vino como la perspectiva a la pintura, que da fondo y complejidad al objeto; el control de temperaturas permite que el vino tenga tantos nuevos matices aromáticos como los cromatismos que el impresionismo descubrió; el manejo de la óxido-reducción da la viveza que la ilusión de la luz sabe conferir en las grandes obras de Rembrandt. La alteración profunda de la acción natural que representa el champagne puede ser comparada a la recreación emocional de la realidad tan bien liderada por Picasso. En ambos casos, las correcciones añaden belleza a la naturaleza.

Como ocurre en todo cambio, las nuevas obras, de arte y de vino, encontraron cierta resistencia en las partes más mortecinas de la sociedad, los que huyen de todo cambio por el simple hecho de que es cambio. Pero se incorporaron rápidamente al elenco de lo más deseable, tanta era su superioridad frente a lo pre-existente. Fueron vinos y cuadros que nacieron del ingenio de sus hacedores. Y congeniaron con el ingenio de sus compradores.

Llegó la extensión de la riqueza y la popularización a las nuevas clases medianas del gusto por el arte y el vino fino. La oferta se multiplicó, sin que el conocimiento de los nuevos consumidores lo hiciera. Además, la buena formación permitió que hubiera una multitud de hacedores de vino y de arte. Capaces, bien formados. Hoy por hoy, sobran vinos y cuadros más que correctos. Sobra tanto que los encuentras a precios de risa. Lo bueno no es ya tan diverso de lo corriente.

Un detallito más: el que paga caro el vino fino y el arte no se conforma con su propio gusto (de hecho, en numerosos casos no tiene tiempo ni ganas de cultivarlo), sino en el posicionamiento social que poseer esas cosas le confiere. Y aquí aparecen nuestros críticos y prescriptores. Son los mensajeros de la calidad refrendada, los que dicen al mundo «este tipo tiene un vino grandioso, o una obra maestra».

Al principio, los críticos eran gente del negocio. Los *courtiers* determinaban los precios de los vinos finos, mientras que los galeristas fueron el vehículo del éxito de muchos movimientos pictóricos del siglo XX. Ellos definieron los grandes rasgos de la calidad contemporánea. Ser crítico se convirtió en una actividad que tenía sentido económico por sí sola. Es decir, empezó a haber gente que podía vivir bien criticando, sin tener que vender vino. Y que además adquirían poder por el impacto de su crítica. Para afianzar el poder, los críticos más avezados dieron el paso adelante de apropiarse de parte de la obra ajena.

Me parece que fue Freud el que sacó eso de que todo hijo quiere matar al padre. En el caso del vino y el arte parece atinado. A poca gente le gustan los vinos y los cuadros de sus padres. El cambio es algo obligado.

Ante la conveniencia del cambio, algunos influenciadores decidieron, en lugar de seguir a los hacedores innovadores, fomentar con su ejercicio crítico nuevos estilos de arte y de vino. Poco importaba que fueran incapaces de hacer esos productos, ni siquiera de entender cómo se hacen. Lo importante era apadrinarlos con beneficio.

Y salieron esa serie de cuadros que decoran a costa millonario bancos, casas de ricos y ministerios. Y unas series de vinos en la que los aromas verdes, la inmadurez fenólica, el recurso fácil a la maceración carbónica, la rápida obsoles-

cencia, los toquecitos de sudor inguinal y otras cosas, se hacen virtudes en lugar de defectos.

Ahora y dentro de mil años, cuando alguien, de cualquier edad, vea un cuadro de Brueghel sabrá instintivamente que está delante del Arte. No creo que se pueda decir algo parecido del 99 por ciento de esas cosas que ocupan paredes importantes y se llaman arte contemporáneo.

Similarmente, un gran riesling de hace doscientos años sigue siendo grande. Un gran rioja y un gran burdeos también. Tengo problemas con algunos vinos que el culto moderno ha puesto recientemente en los altares. Al cabo de cinco a diez años, todos los atributos por los que se encumbraron desaparecen. Y lo que queda me parece vulgar.

Prefiero que no me hagan caso, que prueben por ustedes mismos. Comprén en grupos vinos top de estilos nuevos (ya saben a lo que me refiero), de hace cinco o siete años. Mejor si les gustaron mucho. Y ya me dicen.

Alguno podrá decirme que lo del vino de guarda es una majadería de vejetes, que lo que cuenta es la experiencia del momento. Y le puedo contestar que, si les parece eso, sería estupendo que esos vinos se vendieran como experiencia y no se estuvieran cotizando como vinos con valor a futuros.

Los nuevos vinos de culto no representan en mi opinión ningún paso adelante, sino una afectación estética. Menos mal que son minoría y que hoy se hacen mejores vinos que nunca. Seguro que el mañana nos depara nuevos grandes vinos, creados por nuevos grandes hacedores. Vinos que no serán moda si no referencia permanente. Seguro que volverá a crearse gran arte, en modos inspecados.

Será cuando los que critican vuelvan a hacer lo que saben hacer: criticar la obra ajena. O cuando los aficionados dediquen más tiempo a conocer sus vinos. ■



# Nuevos vins de finca qualificada Cinco vinos, dos bodegas

La Capella, La Creu, La Romana y Monreal de Can Bas, de Pere Ventura Family Wine Estates (DO Penedès), y Singular Negre, de Collbaix (DO Pla de Bages), son los nuevos vins de finca qualificada de Catalunya. Con estas incorporaciones ya son 24 los vinos catalanes que han obtenido esta distinción.

Durante la gala de entrega de las nuevas distinciones, que incluyó un homenaje sorpresa a Toni Falgueras, propietario de la tienda Celler Gelida, que ha celebrado su 130 aniversario, el conseller de Agricultura, Òscar Ordeig, afirmó que «el futuro pasa por hacer productos con valor añadido; tenemos que ir a crear marca de país, a la máxima calidad, a distinción y a segmentación». El director general del Institut Català de la Vinya i el Vi (Incavi) de la Generalitat de Catalunya, Joan Gené, destacó que «los vins de finca qualificada no son una etiqueta comercial, son un compromiso verificado con el territorio y la calidad».

Los vins de finca qualificada representan el máximo nivel de reconocimiento dentro de una denominación de origen en Catalunya. Se otorga a vinos que provienen de un entorno geográfico delimitado, de una extensión inferior a la de un término municipal, y que presentan características propias derivadas del suelo, microclima y gestión vitivinícola. El nombre del vino debe estar estrechamente vinculado a los viñedos de donde procede y debe contar con el informe favorable del consejo regulador correspondiente.

Para obtener la calificación de Vi de Finca Qualificada, los vinos deben cumplir requisitos muy exigentes, entre los que destacan una antigüedad mínima de diez años dentro del registro de la DO, una producción como mínimo de un 15 por ciento inferior al máximo permitido por la DO y una valoración superior por parte del comité de cata. Además, el propietario de los viñedos debe coincidir con el de la bodega, la elaboración debe llevarse a cabo en la misma finca o en una bodega cercana y el proyecto debe acreditar una trayectoria consolidada de prestigio y calidad en el mercado durante al menos una década. RF

## 5 denominaciones de origen no podrán replantar Viñedos a la baja

En diciembre el BOE publicaba restrictivas resoluciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en lo que toca a la superficie de viñedo en el ámbito nacional, con la autorización de nuevas plantaciones, y en el de la DO Cava, denominación de origen supraautonómica que por esa condición depende directamente del Gobierno central.

La superficie de viñedo de nueva plantación autorizada para el año 2026 será de 903 hectáreas. Suponen menos del 0,1 por ciento del viñedo existente el 31 de julio de 2025, estimado en 929.472 hectáreas, 22.493 menos que en 2024 (un 2,5 por ciento de disminución). La cifra es establecida tras la recomendación de la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE).

Al mismo tiempo se dispone una norma muy restrictiva para el viñedo de la DO Cava. Se autoriza una superficie de 0,1 hectáreas al año para nuevas plantaciones en la zona de producción en 2026, 2027 y 2028. En ese mismo periodo «no se concederán solicitudes de autorizaciones de replantaciones de viñedo que destinen su producción a la elaboración de vinos con la DOP Cava, por entender que puede suponer un riesgo de devaluación significativa de la DOP». Además, se publican las restricciones adoptadas por las comunidades autónomas de Castilla y León y Euskadi, que no permitirán replantaciones en 2026 y limitan las nuevas plantaciones a 0,1 hectáreas en la DO Ribera del Duero, 1 hectárea en la DO Rueda (aquí las restricciones se prolongan hasta 2028), 7 en la DO Bizkaiko Txakolina-Chacolí de Vizcaya y 30 en la DO Getariako Txakolina-Chacolí de Guetaria.

## SERÁ UN MUSEO

Fundación Vital, entidad participada por las cajas de ahorros de Álava, invertirá 12 millones de euros en total, de los cuales 1,8 en la compra de la bodega, el resto en la rehabilitación de la antigua Bodegas Antión, en Elciego (Rioja Alavesa). Era la bodega riojana del grupo Proconsol, que fundó también Bodegas Irius (DO Somontano), la actual Bodegas Sommos. Fundación Vital reformará las instalaciones para convertirlas en museo, hotel de 15 habitaciones y sede de conciertos. Inauguración, en noviembre de 2027.

## ENGAÑAR CON UN DATO

O al menos tergiversarlo. En enero, en el transcurso de la presentación de la edición 2026 de Barcelona Wine Week, Alimarket realizó un adelanto de un estudio realizado sobre el mercado del vino en el que se decía que más del 90 por ciento de los encuestados afirmaba consumir vino fuera del hogar, lo que es compatible con un consumo también en el hogar. Inmediatamente, se difundieron interpretaciones creativas en las que se afirmaba que el 90 por ciento del vino se consume en bares y restaurantes. Y no es lo mismo.

## YA SON 21 EN CORPINNAT

Sigue el goteo de bodegas que salen de la DO Cava. Han marchado con destino a la marca Corpinnat dos más, la histórica Celler Mir (apellido que figura entre los destacados en la recuperación del Penedés tras la filoxera), con orígenes en 1776 y nueva generación al frente desde 2020, y Torné & Bel, en manos de la sexta generación de la familia propietaria. Con esta incorporación ya son 21 los miembros de Corpinnat, marca europea puesta en marcha en 2018.

## VIR, NUEVA ASOCIACIÓN EN RIOJA

Defender el viñedo, la diversidad, la identidad y el trabajo compartido. Con estas premisas se ha puesto en marcha VIR (Viticultores Independientes de Rioja), colectivo que reúne a 38 pequeñas bodegas que buscan dar visibilidad a lo que califican como «otra Rioja», dentro de una zona amplia y con gran diversidad. Entre los fundadores, nombres de cierto relieve y trayectoria reconocida, como Abel Mendoza, Altún, Artuke, Exopto, Gil Berzal, Jesús Mendoza, Las Orcas, Miguel Merino o Tierra.

## ALREDEDOR DEL MUNDO

La doble experiencia vivida con vinos de González Byass parece haber abierto una tradición en las travesías oceánicas del buque-escuela Juan Sebastián Elcano. En este caso se trata de una selección de los vinos de alta gama de la sanluqueña Bodegas Barbadillo, entre los que figura un barril de su vermut Atamán, ilustrado por el pintor Marco Oliva, que se ha inspirado en las constelaciones que sirvieron de guía a los marinos durante siglos. El barco y sus vinos iniciaron el viaje el 20 de enero.

## NOMBRES

Marta Cortizas, de El Celler de Can Roca, ha ganado el I Campeonato Ibérico de sumilleres, celebrado en noviembre en Anadia (Bairrada, Portugal). La primera beca a la excelencia en sumillería de Familia Torres ha sido concedida a Camila Silva, alumna de primer curso del Diploma Superior Universitario en Sumillería del CETT-UB.

### EXAMEN DE GRADO



#### Conde de Haro Milesimé '12

CAVA BRUT GRAN RESERVA

BODEGAS MUGA

ZONA: DO CAVA

VARIEDADES: VIURA Y CHARDONNAY

CRIANZA: FERMENTACIÓN Y 6-8 MESES

SOBRE LÍAS EN PEQUEÑOS DEPÓSITOS

DE ROBLE; 126 MESES EN RIMA

EVOLUCIÓN: 2029-2030

PRECIO: 95 € (150 CL.)

**95** En tiempos de másters, posgrados, prácticas y similares, la clásica prueba intermedia dedicada a una parte del ciclo de estudios, suena al pleistoceno educativo. Como las carreras se prolongan (o deberían) mucho más allá de los procesos formativos y ocupan (o deberían) todo el trayecto laboral, la vida de un profesional se ve salpicada de exámenes de grado más o menos voluntarios en los que el tribunal es muy exigente y la calificación otorga el nivel de éxito de los productos. Isaac Muga junior supera con singular soltura los distintos retos que se plantea. En los vinos tintos aplica sabio criterio de continuidad mientras se luce en los blancos, los de la bodega de Haro y los de su proyecto personal, mejoró los cavas de siempre, el blanco y el rosado, y ha dado el paso al frente en los dos milesimé presentados en el último tramo de 2025. Llegó primero el Blanc de Blancs y en las postrimerías del año, el gran reserva, con más de diez años de reposo en rima, que se instala en la cima del cava moderno y da más argumentos a los cantos de sirena que llegan a la bodega para que aliste sus espumosos en la DOC Rioja. Cava serio, con fino desarrollo sobre base de fruta blanca bien madura. Muestra sensación de frescura en un excelente paso de boca, con cierto volumen y textura ligeramente cremosa alegrada por una estupenda acidez y una burbuja abundante, muy fina; equilibrado, fresco y sabroso, expresivo y elegante en los aromas, con final clásico de manzana asada.



#### Garrigal '23

TINTO. PERELADA

ZONA: DO EMPORDÁ

VARIEDAD: CARIÑENA

CRIANZA: 7 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 300 L.

(70%) Y FUDRE DE ROBLE FRANCÉS DE 3.800 L.

EVOLUCIÓN: 2032-2033. PRECIO: 42,50 €

**91** A partir de 1990, con Javier Suqué al frente de

Perelada, se impulsó una revolución en la casa productora de Blanc Pescador y Cresta Rosa para explorar territorios varietales nuevos y elaboraciones modernas a partir del control directo del viñedo. Plantaron nuevas viñas y conservaron las antiguas, entre ellas la finca La Garriga, que fue ampliada hasta 41 hectáreas pero mantuvo las viñas que ahora superan el medio siglo. Es la procedencia de este buen cariñena mediterráneo, desarrollado en los aromas sobre base frutal (frutillos, flores azules, garriga) y con relieve y frescura en un paso de boca equilibrado, amplio y vigoroso pero nada pastoso.



#### Bruant 20 Aniversari '22

CAVA BRUT NATURE

CELLER DE LES AUS - ART LAIETÀ

ZONA: DO CAVA

VARIEDAD: PANSA BLANCA (XAREL-LO)

CRIANZA: 37 MESES EN RIMA

EVOLUCIÓN: 2029-2030. PRECIO: 20,50 €

**94** Josep María Pujol-Busquets, uno de los grandes artistas en la elaboración de cava, dejó poco espacio de mejora para la nueva generación, su hija Mireia, que puso empeño en un reto nada fácil, el de los vinos naturales y los espumosos ancestrales. Fue hace veinte años, cuando fundaron Celler de Les Aus para dar cobijo a esas elaboraciones comprometidas. Bruant 20 Aniversari '22 conmemora esa cifra redonda del vino que califican como «precursor de los vinos naturales y sin sulfitos». Supera con frescura el doble reto de la crianza prolongada en vinos sin aditivos, protegidos por su carbónico, y de un toque salino, que da complejidad a los aromas frutales y rotundidad a un paso de boca ágil y sugerente.



#### Blum by Laus '24

FRIZZANTE BLANCO. BODEGAS LAUS

ZONA: DO SOMONTANO

VARIEDAD: GARNACHA BLANCA

EVOLUCIÓN: CORTO PLAZO. PRECIO: 9 €

**80** La nueva etapa de Bodegas Laus, desde su integración en el grupo que encabeza Enate, parece ya planteada en tres líneas de vinos: el catálogo tradicional de la casa, con gama de vinos sustentada en variedades internacionales; la vía de las uvas autóctonas, plasmada de momento en un buen tinto de Garnacha, y los vinos disruptivos, creaciones dirigidas a las nuevas tendencias de mercado y supuestamente al público joven. Los llamados frizzantes (presentaciones llamativas, con chispa de carbónico, más o menos dulces y más bien tecnológicos en sus aromas) son una opción asentada. El año pasado Laus lanzó un Blum rosado y parece que la experiencia fue positiva y se animó a hacer el blanco. Se ha respetado la sobriedad aromática de la uva pero en lo demás responde al esquema del frizzante comercial, sencillo, de paso fácil y trago largo, incluso con la adición de hielo.



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



## Elisa '24

BLANCO. GONZÁLEZ BYASS

ZONA: CÁDIZ (SIN IGP)

VARIEDAD: PALOMINO

CRIANZA: ENVEJECIDO EN BARRICAS ENVINADAS DE OLOROSO

Y AMONTILLADO

EVOLUCIÓN: 2027-2028. PRECIO: 20 €

**89** Cabe encuadrar este vino en la corriente que busca alegrar la discreta expresión aromática de sus vinos blancos en la que destacan los llamados *vinos de pasto*, ilustrados con una breve crianza biológica. Elisa propone una vía diferente, la toma de rasgos de amontillado y oloroso que adornen la sobriedad frutal de la Palomino. Blanco singular, con toques de nueces, avellanas crudas y madera blanca bien engarzados en un conjunto no muy complejo pero con carácter y sugestivo. Rotundo en un paso de boca en el que se impone la crianza (no tiene gran oposición), seco y con un punto salino, bien dotado de sabores y con amplitud al final.



## Más Diamante '24

TINTO. BODEGAS FRANCO-ESPAÑOLAS

ZONA: DOC RIOJA

VARIEDADES: TEMPRANILLO, GRACIANO Y MAZUELO

ELABORACIÓN Y CRIANZA: FERMENTACIÓN CON PARTE DEL RASPÓN, SE INTERRUMPE PARA DEJAR 10-12 GRAMOS DE AZÚCAR POR LITRO; 3 MESES EN DÉPÓSITO CON SUS LÍAS

EVOLUCIÓN: CORTO PLAZO. PRECIO: 7 €

**84** En su etapa reciente Bodegas-Franco-Españolas fluctúa entre la recuperación de marcas y estilos tradicionales y algunas propuestas a veces un tanto disruptivas. Es el caso de este tinto, que busca frescura (vendimia temprana, elaboración con raspón) que luego apaga con la presencia de azúcar para dar un paso de boca amable. Parece vino pensado para tomar frío, incluso con la aportación de un cubito de hielo. Nariz directa y limpia, con aromas frutales más bien sencillos que recuerdan al ambiente de vendimia en los pueblos vinateros. En la boca se añora un mayor apunte de frescura, es amable, con un punto goloso, frutal.



## Lo Imposible del Jamuz '22

TINTO. BODEGAS Y VIÑEDOS LO IMPOSIBLE

ZONA: VALLE DEL JAMUZ (SIN IGP)

VARIEDADES: GARNACHA Y MENCÍA

CRIANZA: FERMENTADO CON PARTE DE LOS RACIMOS ENTEROS Y 12 MESES EN TINAS DE ROBLE FRANCÉS Y AUSTRIACO, 3 EN DÉPÓSITO DE HORMIGÓN

EVOLUCIÓN: 2028-2029. PRECIO: 45 €

**82** Lo Imposible parece haber llegado para recordar que a lo largo de la historia los campesinos españoles plantaron viñas allá donde era posible su cultivo, aunque fuera en las condiciones más extremas o en los lugares más recónditos. Iniciaron su andadura con un varietal de Garnacha de las estribaciones de la sierra de Gredos y en su segunda andadura no han buscado área más cómoda, sino más bien al contrario; las laderas del monte Teleno, en el límite de la comarca del Bierzo, a 850 metros de altitud. Busca frescura al precio de una cierta rusticidad en la boca y hay cierta vinosidad, pero guarda rasgos de las variedades y del entorno ( hierbas aromáticas, toques minerales); buen equilibrio, con cuerpo, relieve y nervio, ligera pastosidad vegetal en la salida, final frutal.

## HISTORIA PRESENTE



## Juvé & Camps Reserva de la Familia V36 '09

CAVA BRUT NATURE GRAN RESERVA

JUVÉ & CAMPS

ZONA: DO CAVA

VARIEDADES: 50% XAREL-LO,

35% MACABEO, 15% PARELLADA

CRIANZA: 182 MESES EN RIMA

EVOLUCIÓN: 2028-2029. PRECIO: 176 €

**96** En su capítulo de cavas, Juvé & Camps se sitúa como una plataforma en la que se mantienen las esencias de la casa (viñedo propio) y de la zona (variedades tradicionales y otras no tanto) al mismo tiempo que se exploran las nuevas, de forma destacada la apuesta por el viñedo ecológico y por las largas cizas en rima, paradójica vanguardia en tiempos de búsqueda de frescura. El cava Reserva de la Familia fue revolucionario en su día y lideró de forma simbólica la apertura del cava fuera de Cataluña. Eso fue hace medio siglo y la marca se mantiene en una posición firme y despliega algunos hermanos, como el rosado y esta producción limitada (1.297 botellas) que rinde homenaje a esos 50 años de la marca. No es ecológico (el viñedo culminó el proceso de certificación en 2015) pero ese parece detalle menor, como también el subido color y la burbuja un tanto escasa (esa faceta puede variar mucho de una botella a otra en espumosos viejos) en un cava complejo, de elegante desarrollo en rima, sin rastro de evolución negativa y sí con muchos matices de la larga crianza (finales rasgos de frutos secos, reducción y champiñón, ahumados, tostados) sobre base frutal (manzana asada) y mineral (latón, yodo, cobre). Engarzado y vivo en la boca, con cierto cuerpo y centro ligeramente cremoso, muy suave (sedoso), fluido, con fina chispa de carbónico, excelente acidez, muy seco, con toque salino bien compensado, sabroso, expresivo y elegante en los aromas de boca y en el posgusto, buena persistencia, final amplio y sugestivo.



www.proensa.com



@proensapuntocom

LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



# Los parcelarios de El Sequé

En 1999 Juan Carlos López de Lacalle, responsable de Bodegas y Viñedos Artadi de Laguardia, y Agapito Rico, fundador de la actual Bodegas Carchelo, pionera en la renovación de la DO Jumilla, se aliaron para poner en marcha Bodegas y Viñedos El Sequé. Compraron una finca con casi 25 hectáreas de viejas viñas de Monastrell en una zona elevada (más de 500 metros sobre el nivel del mar) del municipio de Pinoso, quizás el más prestigioso de la DO Alicante. La finca y la renovada bodega se han dedicado a la producción de un vino tinto, El Sequé, con la aparición ocasional de un tinto dulce que recupera una tradición histórica de los vinos de Alicante, diferentes al perfil actual del histórico fondillón alicantino. El Sequé fue el primer tinto Monastrell de vanguardia y de calidad en la DO Alicante.

Casi un cuarto de siglo más tarde, han sumado dos nuevos varietales de Monastrell a ese vino de finca. Siguen la senda marcada en la casa matriz alavesa, con su colección de vinos parcelarios, y en la filial navarra, Bodegas y Viñedos Artazu, con varietales de Garnacha de diferentes parajes. Las nuevas referencias alicantinas procedentes del municipio de Abanilla, uno de los pueblos situados fuera de la provincia de Alicante que cuentan con viñas integradas desde hace décadas en la DO Alicante (hay viñedo inscrito en el albaceteño municipio de Caudete y en pagos de Yecla y Jumilla, que como Abanilla, pertenecen a la provincia de Murcia).

El Hondonico y Las Morachuelas son los primeros parcelarios de la serie. Hay por el momento otro paraje más, El Cofer, que no ha devenido en marca nueva. Son viñas de cierta entidad, con 6,25 y 5,8 hectáreas de viñedo respectivamente, cultivadas en secano y con criterios de agricultura ecológica a unos 500 metros sobre el nivel del mar en suelos pedregosos y arenosos, de alto componente calcáreo y muy pobres en nutrientes. Medran en el clima continental apenas matizado por cierta influencia mediterránea, típico del altiplano levantino, muy seco, con inviernos fríos y veranos tórridos, con acusados contrastes de temperaturas día/noche, en los que la mediterránea uva Monastrell se siente particularmente cómoda. El Hondonico presenta una fresca orientación norte, mientras que Las Morachuelas, situada en un barranco, se caracteriza por la diversidad de suelos.

Con los tintos de paraje El Hondonico y Las Morachuelas sigue la senda marcada por El Sequé de poner en valor parajes singulares, tanto de la siempre valorada comarca de El Sequé como en la menos conocida sierra de Abanilla, una de las que conforman la zona norte del sistema Bético.



## El Sequé '23

MONASTRELL  
FERMENTADO EN DEPÓSITO ABIERTO,  
12 MESES EN BOCOYES DE 500 Y FUDRES  
DE 2.500 L.  
31.288 BOTELLAS. 26 €

**92** Fina energía, con carácter. Expresivo perfil frutal, con recuerdos de frutas rojas y negras bien maduras (en sazón), tonos balsámicos, toque especiado, fondo de tiza. Con cuerpo, relieve y solidez, sensación de frescura, sabroso, amplio.



## El Hondonico '23

MONASTRELL  
FERMENTADO EN DEPÓSITO ABIERTO,  
12 MESES EN FUDRE DE 2.500 L.  
3.168 BOTELLAS. 33 €

**96** Fresco, vivo, sin puntas rústicas. Aromas frutales bien expuestos, con sutiles matices de frutillos negros, flores azules, hierbas aromáticas y minerales (pozo limpio, cal). Carnoso, taninos de calidad, buena acidez, sabroso, amplio, frutal.



## Las Morachuelas '23

MONASTRELL  
FERMENTADO EN DEPÓSITO ABIERTO,  
12 MESES EN FUDRE DE 2.500 L.  
3.156 BOTELLAS. 47 €

**96** Noble fuerza, con relieve pero sin brusquedades táticas. Aroma profundo, con marcado tono mineral (cal, grafito), fruta fresca, monte bajo y notas especiadas. Bien armado, con cuerpo, relieve y nervio, equilibrado, sabroso, amplio, largo.



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS

## Tokaj Oremus

LOS ASZÜ DE TOKAJI,  
ALIADOS DEL TIEMPO

LA FILIAL HÚNGARA DEL GRUPO TEMPOS VEGA SICILIA FUE UNA DE LAS PIONERAS EN LA TRANSFORMACIÓN DEL LEGENDARIO VINO TOKAJ DE UN MODELO ESTATAL COOPERATIVO A UNA ESTRUCTURA EMPRESARIAL MODERNA. LA EMPRESA ESPAÑOLA CONTRIBUYÓ A RECUPERAR LAS ESENCIAS DE UNO DE LOS MEJORES VINOS DULCES DEL MUNDO Y SUMÓ LEYENDA AL PRESTIGIO MUNDIAL DE LA BODEGA CASTELLANA.

**A**seguran sobre el terreno que el vino *aszu* de Tokaji es el dulce botritizado más antiguo del mundo, aparte de uno de los más prestigiosos. De hecho, se atribuye a Luis XIV la definición de los *tokaji aszu* como «vino de reyes, rey de vinos». Lo que resulta innegable es lo excepcional de su proce-

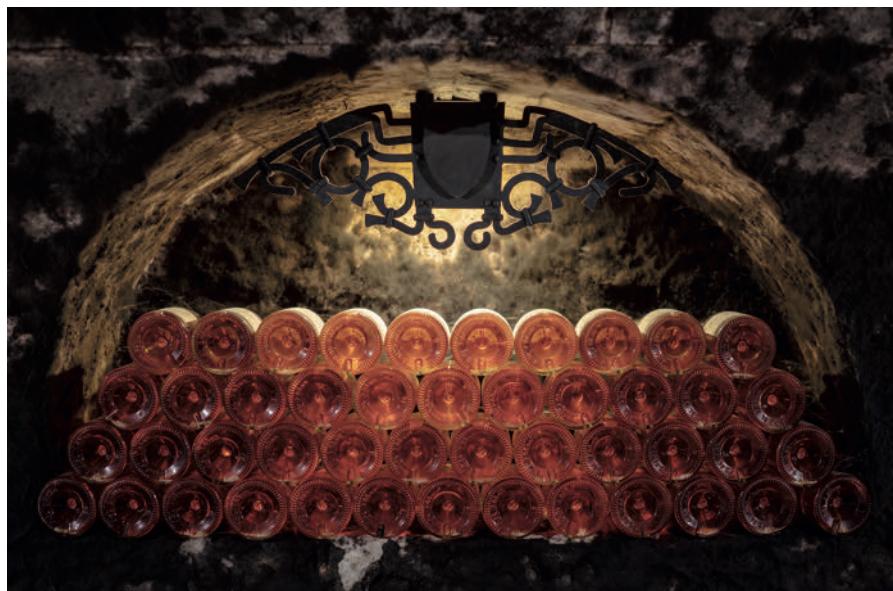
En el noreste de Hungría la región de Tokaji, con 28 municipios bajo su paraguas, es la zona vinícola por excelencia del país. Si bien elaboran vinos de diversa tipología en otras partes del territorio húngaro (son 22 las zonas que reúne) lo cierto es que los blancos y ante todo los dulces de Tokaji, se sitúan entre los que

En Tokaji, como en otros territorios del mundo, hacen de su suelo, clima y variedades con nombre complicadísimos, elementos determinantes en el líquido embotellado. Esos vinos nacen de variedades únicas vendimiadas en condiciones especiales. Podemos comenzar por apuntar que son las uvas Furmint –identificadas por una potente acidez generada por los suelos volcánicos en los que nacen– las que representan en torno al 60 por ciento del viñedo de Tokaji (de un total de unas 5.500 hectáreas), que se acompañan de otras tan difíciles de recordar como la Sárgalmuskotály, Háráslevelú o la Zéta entre las de mayor presencia; hay otras más pero bastante menos numerosas. En cualquier caso, son sólo seis las variedades admitidas por la institución que regula los vinos de Tokaji.

Dicen que hace 15 millones de años las tierras de Tokaji estaban bajo el mar y había centenares de volcanes. A día de hoy el suelo de esta zona vitícola se viste de roca derretida y una riqueza mineral que se puede encontrar en la misma superficie, de ahí lo colorido que resultan algunos de los terrenos en los que se emplazan los viñedos. Presumen de que hay parcelas en las que sería posible encontrar hasta diez capas distintas de suelo, un valor añadido que en la actualidad tiene una importancia que hasta hace no mucho tiempo pasó desapercibido.

**BODEGA ÚNICA**

La historia de esta región, como la de todo el país, está ligada al comunismo hasta el año 1989. Hungría hasta entonces



so de elaboración y lo bien que les sienta el paso del tiempo. Los *aszu* son vinos naturalmente dulces a causa de la botritis y los de la bodega Tokaj-Oremus de los más famosos de Tokaji y, con ellos y sus blancos secos, han contribuido a la fama y reconocimiento del territorio húngaro como guardianes de una larga tradición vinícola.

disfrutan de mayor reconocimiento en el panorama vinícola internacional.

Hablamos de los *aszu*, como se dice en húngaro, unas elaboraciones con unas características bien definidas que las distinguen del resto de vinos de este estilo que se pueden encontrar en el mundo, aunque serían los *sauternes* franceses en los que podemos encontrar más similitudes.



BODEGA OREMUS Y CASA FAMILIAR

fue una república popular bajo el control del Partido Comunista con una política de marcada influencia soviética. Un escenario en el que tan sólo existía la bodega del estado, pensada para el mercado ruso, y con una filosofía en la que se imponía la cantidad sobre calidad. Recuerdan la consigna «aszü para todos», que conllevaba elaborar casi de manera mecánica, el mismo vino para todos. Con el final de esa etapa cayó el mercado soviético y el modelo estatal dejó de ser efectivo.

Es entonces cuando se restablece la estructura de bodegas privadas, pensadas entonces para el clero y la nobleza, que tenía el país antes de la primera guerra mundial. En ese regreso al pasado la familia Álvarez (Tempo Vega Sicilia) llega a Tokaji. Es un momento, en el que, dada la inversión que exigía poner en marcha y hacer rentable una bodega, el nuevo sistema estatal húngaro anima al capital extranjero a entrar en sus dominios, esto es, invertir. No obstante, cuando los Álvarez aterrizan en Hungría,

en 1993, sólo tienen el 50 por ciento de la sociedad, la otra mitad era del Estado. En el acuerdo el terreno y la viña corría de parte estatal mientras el capital lo aportó la familia española.

### VIDAS EN PARALELO

András Bacsó, natural de Tokaji y uno de sus enólogos de referencia, se convertiría en director técnico de Tokaj-Oremus (nombre elegido para la bodega de Vega Sicilia) y poco después en su gerente hasta que se jubiló pasando el testigo de la dirección enológica a su hijo. Siempre vinculado al sector vinícola, Bacsó fue el responsable de darle forma a la privatización de la bodega estatal inspirándose en los *châteaux* bordeleses tanto en contenido como en continente. También fue él, como primer presidente de la asociación de enólogos de Tokaji, uno de los promotores de la elaboración de vinos secos pues hasta entonces el territorio se había dedicado a hacer dulces. En paralelo también participaría en los nuevos parámetros que tendrían que definir los Tokaji Aszú.

Es así como, poco a poco, la región húngara comienza a crecer y a posicionar sus elaboraciones en el mundo. Una evolución que corre en paralelo a la vida de Tokaj-Oremus, en funcionamiento como tal desde hace más de tres décadas (1993). Si bien su historia original data de más de un siglo atrás: se fundó sobre una antigua bodega en el pueblo de Tolcsva, con jardín, el palacete Kurucz, treinta hectáreas de terreno y un interminable laberinto de cavas subterráneas existentes desde el siglo XIII y protegido como Patrimonio de la Humanidad desde 2002.

Una trayectoria en la que los vinos de Tokaj-Oremus se han situado en lo más alto de la tabla por méritos propios por-

que desde sus inicios el objetivo fue hacer los más prestigiosos vinos blancos dulces (los aszü) de esta región húngara. Un logro que ha supuesto también un motor de desarrollo determinante para los pueblos de la zona.

Las cien hectáreas de viñedos de las que disponen a día de hoy, tienen alturas, orientaciones y *terroirs* para escoger en función del estilo de vinos que quieren hacer. En este momento tienen bien identificadas las viñas que van a sus blancos secos (Mandolás y Petrac) y las zonas de las que proceden sus racimos para la gama de dulces.

### LOS ASZÜ Y SUS PUTTONYOS

Los tradicionales vinos aszü proceden de la mezcla de uvas blancas pasificadas con mosto. El tipo de uva en estas elaboraciones no es tan determinante más allá de que sean blancas, si bien la alta acidez característica de la autóctona Furmint hace



que estos dulces conserven una valiosa y agradable frescura que equilibra su azúcar. Para hacerlos se pueden emplear la variedad que se quiera porque lo importante es la presencia de botritis en las bayas, sin olvidar que se puede emplear hasta un 15 por ciento de otras añadas.

La cantidad de puttonyos empleados determina el nivel de dulzor. Los puttonyos son un utensilio tradicional de madera que consiste en una especie de mochila (se transportaba a la espalda) en la que se metían los racimos de uva botritizada, con una capacidad de 25 kilos. En función de la cantidad empleada de esos recipientes en la mezcla con un vino base (mosto, líquido en fermentación o vino nuevo) se habla de Aszú 3 puttonyos,



EN LOS SUELOS DE PETRACS,  
VARIEDAD MINERAL

4, 5 ó 6. La mezcla se realiza en las también tradicionales barricas *gonczi* con una capacidad de 136 litros, donde permanece un par de días antes de pasar a los recipientes de crianza.

Pero antes de llegar a ese periodo de reposo, vamos a empezar por el principio porque no todos los años se dan las condiciones climáticas necesarias (lluvia en-



tre ellas) para el desarrollo de la podredumbre noble de las bayas, o lo que es lo mismo, para que aparezca la botritis (*hongo botrytis cinerea*). En las cosechas que se produce, la recogida de estas uvas requiere maña y cuidado, en una misma cepa puede haber racimos en los que haya uvas pasificadas y otras que no, por lo que se suele pasar al menos un par de veces en días distintos dando tiempo a que esa pasificación se produzca en el resto de la fruta. Es un trabajo laborioso, manual, en el que se recoge grano a grano, y lo hacen generalmente mujeres experimentadas. Al cabo del día nos cuentan en Oremus que las más expertas pueden recoger entre seis y diez kilos de *aszú* lo que da una idea de la minuciosa función que desempeñan.

Una vez en la bodega los granos se almacenan en recipientes hasta que termina su vendimia. Es durante este tiempo que, por la presión de unos sobre otros, a pesar del poco peso que tienen, que se obtiene la joya húngara conocida como *eszencia*; cada gota que se obtiene de ese prensado natural es considerado un tesoro... y ahí está el precio que alcanza para corroborarlo.

Cuando ese líquido deja de gotear es cuando las uvas *aszú* se remojan con el vino base, luego se prensa con delicadeza

y el mosto resultante será el que se convierta en vino *aszú*. Una elaboración que por normativa (al margen de los *puttanyos* empleados) exige al menos un año y medio de crianza en barrica y otro más en botella. Respecto al dulzor tiene al menos 120 gramos de azúcar por litro por lo que el perfil aromático de la Furmint es ideal para compensarlo.

Volviendo al néctar que es *eszencia*, en el caso de Oremus la añada en vigor es 2014, con tres años en barrica y tres más en botella, y sale al mercado con dos grados, un auténtico almíbar, rico y muy gustoso por la sorprendente acidez que presenta. Su textura es casi de miel, con un contenido en azúcar que supera los 500 gramos por litro, y se sirve en una cucharita de cristal tanto para poder sorberlo bien como por lo escaso de su producción y el lujo que supone.

Para terminar este recorrido por los vinos dulces de Tokaji hay que mencionar además el *late harvest*, resultado de las vendimias tardías y como consecuencia fruto de la combinación de uvas pasificadas y sin pasificar, lo que sucede cuando se vendimian los racimos completos y no por granos.

## NO SÓLO DE DULCES VIVE TOKAJI

Como se había mencionado al principio, aparte de los dulces únicos que han dado tantísima fama a esta región de Hungría, en la década de los noventa del pasado siglo empezaron a experimentar con la



PROF. LUKÁCSY, ASESOR DE LA BODEGA, EN EL VIÑEDO DE PETRACS



VENDIMIA ASZÚ PARA LA QUE PREFEREN LAS MANOS FEMENINAS

posibilidad de elaborar también vinos secos. Una iniciativa de la que en la actualidad participan las distintas bodegas de Tokaji y que en Tokaj-Oremus se tradujo en el nacimiento de su blanco más joven, Mandolás, en 1999, que debe el nombre al viñedo del que procede, Mandulás, que significa *almendro*, que era el cultivo que ocupaba el terreno antes que la viña.

Es un monovarietal de Furmint del que el 70 por ciento es criado en barricas húngaras durante medio año, si bien la totalidad del líquido permanece con lías. Después está Petracs, un blanco que nació en la añada '17, de gama superior y procedente de la parcela del mismo nombre con viñas viejas en vaso en torno a los 70 años. Un viñedo especial, el más antiguo de Tokaji, donde los suelos reproducen la riqueza mineral del territorio y donde aplican trabajos manuales y arado con caballo. Este vino permanece diez meses en barricas francesas y algo de húngaras para después estar un tiempo en acero inoxidable antes de ser embotellado.

Dos blancos que siempre elaboran con raspón para protegerlos de la oxidación según nos explica András Bacsó hijo, ahora responsable enológico de la casa pero que cuenta además con el asesoramiento del reconocido profesor György Lukácsy, consultor de Tokaj-Oremus desde hace 14 años y ahora también la persona que dirige el departamento de viticultura. Eminencia y entusiasta a partes iguales, profesor en la Universidad Húngara de Agricultura y Ciencias Naturales en Budapest, donde es titular en el Departamento de Viticultura. Además ha sido consultor durante años para bodegas de otros países y actualmente imparte clases en el Programa Internacional de Máster en Vendimia en Francia. ■

# Viñedos del Áster

## LA VIÑA EN ESPIRAL

HAY VIÑEDOS SINGULARES POR ALTITUD, POR LA ORIENTACIÓN O POR EL TIPO DE SUELO, POR LOS MIL Y UN SISTEMAS DE PODA O DE CONDUCCIÓN O POR EL PAISAJE QUE LOS ACOGE. INCLUSO LA DOC RIOJA HA PERFILADO LA FIGURA DE VIÑEDO SINGULAR DEFINIDA SOBRE TODO POR LA EDAD DE LA PLANTACIÓN. LO QUE NO HABÍA HASTA AHORA ERA UNA DISPOSICIÓN DE LAS VIÑAS EN ESPIRAL. VIÑEDOS DEL ÁSTER HA PLANTADO UNA VIÑA CON UN ASPECTO INÉDITO.

**A**lguien que no estuviera avisado y sobrevolara el mar de viñas del municipio burgalés de Anguix, sobre la finca de Bodegas y Viñedos Áster, podría pensar que estaba ante una sucursal de las famosas líneas de Nazca, aunque situadas en un vergel vitícola y no en un desierto de la aridez lunar del sur del Perú. Sobre esos misteriosos dibujos circulan las explicaciones más diversas, sobre todo porque se desconoce su origen y su finalidad y porque solo se pueden apreciar en toda su dimensión desde el aire. Y ya se sabe que, con la menor excusa o sin razón alguna, se construyen teorías como para llenar varias veces los programas basados en misterios reales o supuestos.

En este caso no hay misterio alguno. La perfecta espiral dibujada junto a la bodega de Áster, que recuerda a la cola del mono en Nazca, es una viña. Una iniciativa experimental de una empresa implicada a fondo con el viñedo desde



hace años. En la casa matriz, La Rioja Alta, se culminó un proceso de años para lograr el abastecimiento total de la uva a partir de viñedo propio. Comenzaron a acumular viñas, sobre todo en Rioja Alta, pero sin perder de vista Rioja Alavesa y la rebautizada como Rioja Oriental, donde fueron pioneros en el ahora cotizado pago de La Pedriza y su fresca Garnacha. Y no han parado: suman otras veinte hectáreas del estilo de los Viñedos Artesanales de Torre de Oña.

Las filiales incorporadas al grupo, Torre de Oña al pie de la muralla de Laguardia, Lagar de Fornelos, en la DO Rías Baixas, y Viñedos del Áster, en la DO Ribera del

Duero, llegaron con viña adosada. No fue suficiente. En Lagar de Fornelos se desarrolla un proceso de reconstrucción del viñedo para combatir la enfermedad del enrollado, provocada por un virus que transporta la cochinilla, insecto que,afortunadamente, no vuela, por lo que basta con aislar la viña para que no prospere la enfermedad. No es fácil: se arrancan las viñas, se trata el suelo, se replanta y se aísla cada parcela (cada herramienta, cada apero y cada maquinaria se esterilizan antes de entrar a la plantación) para cortar el paso a la plaga. Todo eso en algo más de cien hectáreas de viñedo, repartido entre O Rosal y el valle del Salnés.





## VIÑEDOS ARTESANALES

El arranque y replantación del viñedo se ha iniciado también en la finca de Torre de Oña, en Páganos, pedanía de Laguardia. El espléndido viñedo que rodeaba al *château* de la capital de Rioja Alavesa es ahora un ernal. Se han arrancado las viñas y se van a replantar después de sañear el terreno y de volver a diseñar las distintas parcelas en función de un estudio de los suelos. Los responsables de la bodega han peleado durante años con las diferentes prestaciones de la viña dentro de una misma parcela y con clones de Tempranillo que no siempre eran adecuados. El nuevo Torre de Oña será un viñedo plantado en vaso y en secano, se formarán en función de las curvas de nivel del suelo y seguirá en cierto modo el esquema que han encontrado en su proyecto Viñedos Artesanales.

Torre de Oña no se queda sin viñas porque es la casa en la que se reúnen los frutos de Viñedos Artesanales, iniciativa

de recuperación de viejos viñedos puesta en marcha en 2022 con la compra de docenas de pequeñas parcelas que sumaban 40 hectáreas. Se trata de viejas viñas que no iban a tener continuidad por la jubilación de los viticultores sin que las nuevas generaciones se hagan cargo del cultivo. La bodega sigue comprando y hasta ahora ha acumulado algo más de 60 hectáreas repartidas en 156 parcelas con una edad media de casi 53 años, y algunos casos de viñas centenarias. El primer resultado ha sido el excelente tinto El Camino '21, lanzado a finales de 2024.

## INNOVAR EN LA RIBERA

Parece que la de la DO Ribera del Duero era la única de las filiales de La Rioja Alta que no precisaba innovación en sus viñas, 90 hectáreas plantadas entre 1990 (75) y 2004. Ahí se renovó la bodega y el estilo de los vinos, con un Finca El Otero, que nace de un área singular de la finca y marca bien el carácter de zona, en los pagos altos de la Ribera burgalesa, y un nuevo El Espino que busca las rutas de frescura de los tintos ribera más actuales. Ambos escotando a un Áster que perdió sus viejas querencias riojanas.

Tal vez se trata de no dejar en paz ninguna viña, pero la plantación experimental en perfecta formación espiral busca «saber con precisión cómo afecta el sol a la planta, si es que afecta», explica Roberto Frías, responsable de viñedo del grupo La Rioja Alta. «Apostamos por la plantación en vaso, continúa Frías. Todo lo que plantamos es en vaso, a imitación de las viejas viñas de Viñedos Artesanales. En espaldera una cara de la línea acaba socarrada y la otra no; el vaso es más eficiente en cuanto a insolación y tiene menos necesidades hídricas. Introducimos un matiz en la poda: hacemos un tronco alto, de 40 centímetros, que permite el trabajo de la máquina intercepas. En esta viña se han plantado cuatro mil cepas por hectárea, en formación de 2,5 por un metro, quinientas más de lo normal, lo que dará más producción total, pero menos kilos por planta».

La viña, una hectárea de superficie, se ha plantado en mayo de este mismo año, con ayuda del satélite para que la espiral sea perfecta. Significa que ape-

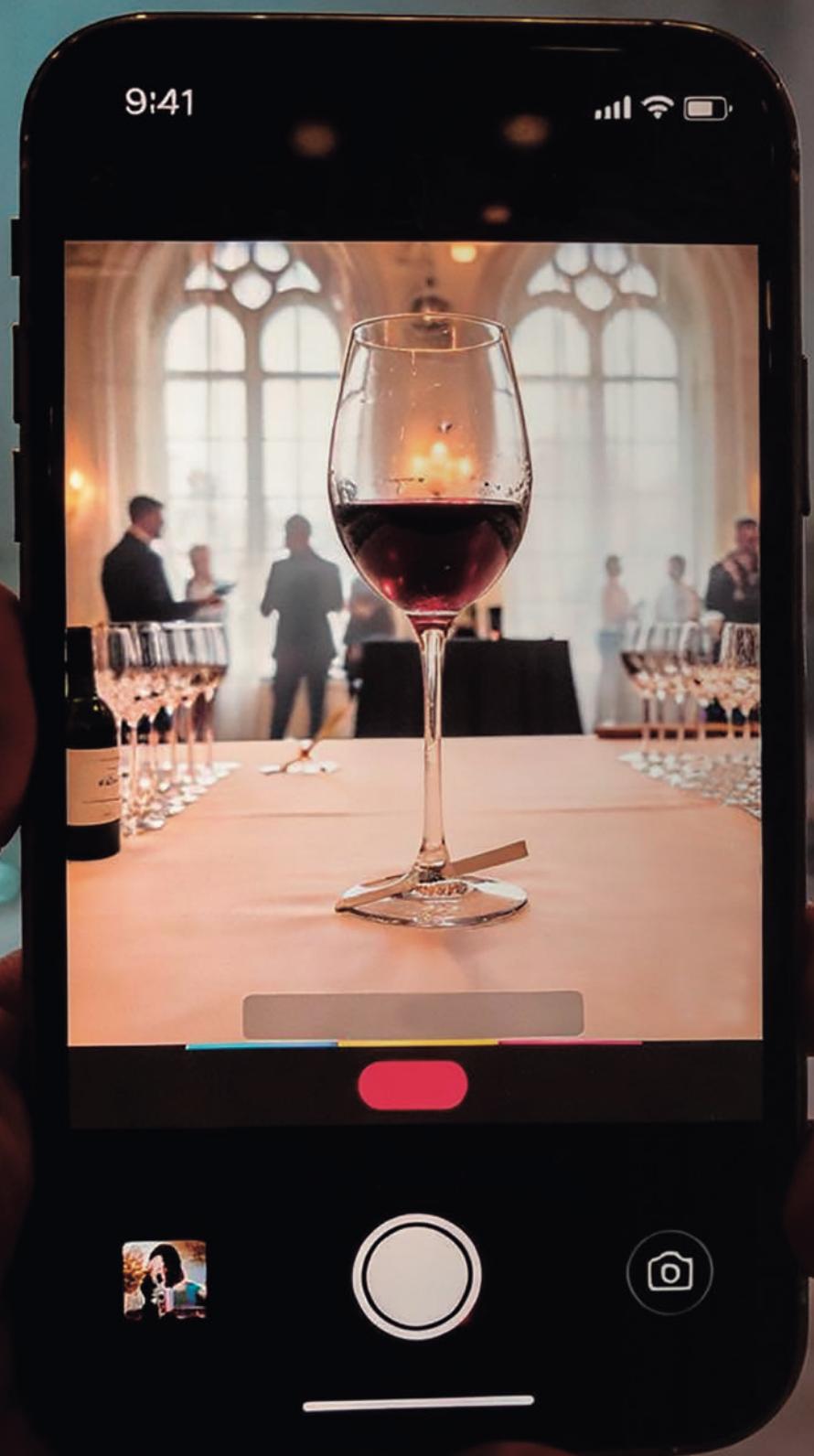
nas ha dado la primera hoja y no habrá fruto vinificable al menos hasta la cosecha '28 o '29. «La plantación se ha hecho en calles exactamente iguales, explica Roberto Frías. La espiral, con una calle de atajo desde el centro, permite hacer las labores necesarias con una sola pasada de la máquina, sin que tenga que hacer maniobras. Por el momento vamos a observar cómo se desarrollan las plantas; después, cuando toque, veremos la producción y la calidad de la uva. Analizaremos hojas, plantas y uvas por sectores».



Establecido el fundamento técnico, falta ver si se traduce en algún nuevo vino. Y el remate ornamental, que nunca falta en las bodegas del grupo aunque ya se haya jubilado Gabriela Rezola, que era quien mandaba en las facetas estéticas de las bodegas. El centro de la viña contará con una instalación para visitas, con zona de cata. Zona de chill-out como remate perfecto para una viña-jardín. ■

ROBERTO FRÍAS







## Comunicación vinícola

# El futuro en un *like*

TANTOS LIKES ACUMULAS, TANTO VALES. EL ÉXITO DE LOS NUEVOS COMUNICADORES SE MIDE POR EL NÚMERO DE «ME GUSTA» QUE PULSAN SUS LECTORES. CABE PREGUNTAR SI TODOS ESOS LIKES PROCEDEN DE LECTORES O USUARIOS, CUÁNTOS DE ROBOTS Y CUÁNTOS SON MERO ARTIFICIO PARA HINCHAR LOS NÚMEROS. Y, POR ENCIMA DE TODO, QUÉ RECURSOS SON LÍCITOS PARA OBTENER ESOS CODICIADOS SEGUIDORES.

TEXTO: MARA SÁNCHEZ

**C**rítica y comunicación vinícola se vienen confundiendo hace tiempo con maneras de hacer y mensajes que poco tienen de lo uno y lo otro. Como en tantos bienes de consumo, la prescripción del vino, sus canales y emisores, están cambiando a la vez que el nuevo consumidor. Otra cosa es cómo se adapta el mensaje. En muchos casos se está desnudando hasta quedar en los huesos en pro de una malentendida simplificación para todos los públicos.

Es la manera de contar el vino propia de las redes sociales pero que ha provocado que los medios convencionales modifiquen el lenguaje propio. Así es como los contenidos vinícolas en las redes se han convertido en un coladero, con fiabilidad discutible en muchos casos, a la vez que algunos de sus artífices son ya considerados entre los nuevos prescriptores del vino.

En su carta de presentación, persan conceptos como publicación de history y los likes que obtienen. Hay bueno y malo, sin duda, pero están marcando el paso en forma y cambiando mucho el fondo. Por todo, cabe preguntarse si es ésta la prescripción vinícola del futuro, si es factible la convivencia con la tradicional profesional o si tiene los días contados.

El paisaje cambia a pasos de gigante. Es responsabilidad de las redes sociales la evolución que experimenta la comunicación y sus protagonistas a todos los niveles. Es un marco en el que la prescripción del vino vive un particular cambio de paradigma, trágico en algunos casos, porque los contenidos digitales y sus creadores copan espacios y recursos que llevan tiempo haciendo incompatible la convivencia con la prescripción tradicional, definida por su profesionalidad y capacidad crítica.

## Conectar con el nuevo público

La inversión en redes viene siendo una de las partidas importantes en los presupuestos de bodegas y entidades de los

últimos años. Desde la DO Somontano, por ejemplo, nos explican que de su partida para el plan de medios el 13,7 por ciento está destinado a redes sociales, «el segundo medio que más penetración genera en el público objetivo de nuestra campaña tras la televisión. Concentramos esa inversión en las áreas de interés estratégico y en mayores de 30 años lo

largo plazo. Los creadores aportan una mirada distinta, más directa y cercana, que conecta muy bien con públicos a los que a veces no llegamos desde los canales tradicionales. Nos ayudan a traducir el mundo del vino a nuevos lenguajes, a hacerlo más accesible sin perder profundidad». En su caso, dada la cantidad de proyectos y estilos de vino que hacen, trabajan con diversos perfiles de prescriptores

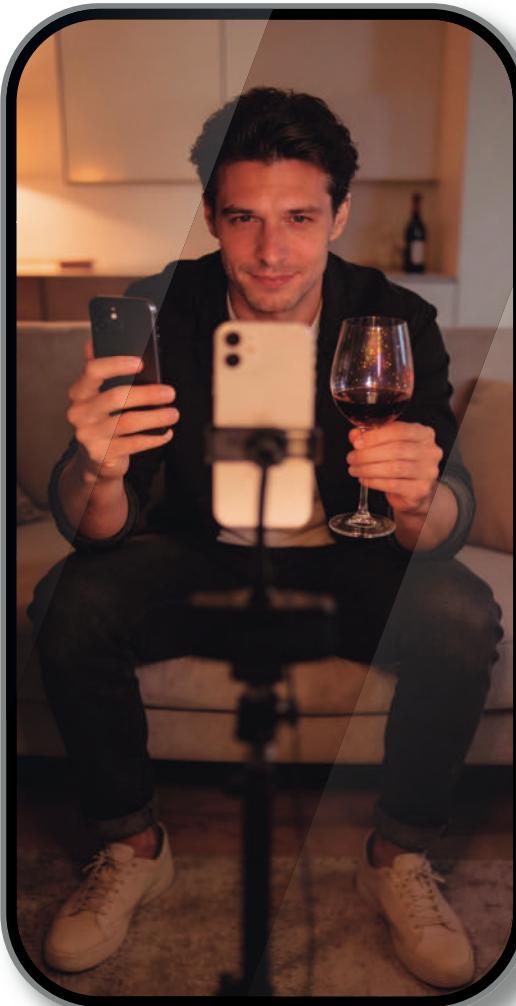
en redes. «No todos son iguales ni cumplen la misma función. No es lo mismo comunicar un vino joven y desenfadado que un proyecto ligado al origen, a la tradición o a una elaboración muy singular. Por eso no buscamos un único tipo de creador sino el que encaje de forma natural con cada proyecto. Más allá de la plataforma –Instagram, Tik-Tok, blog o newsletter– nos importa la coherencia, la sensibilidad y la forma de contar. Que exista una afinidad real entre el creador y el vino del que habla».

Es verdad que el consumo de vino no vive su mejor momento y se repite el mantra de la necesidad de simplificar los mensajes para hacerlos masticables y atractivos a más gente. Cabe una reflexión sesgada, como parte afectada, sobre el límite al que hay que llevar el *adelgazamiento* del contenido vinícola, cómo o cuánto hay que despojarlo de su razón de ser para que gane interés (y consumidores).

Para algunos la respuesta estaría en mirar hacia los contenidos ligeros que ofrecen las redes sociales, desde los distintos canales digitales, y los titulares pensados para posicionamiento SEO (en buscadores) donde lo menos importante es lo que se cuenta porque en muchas ocasiones nada tienen que ver. Entonces, ¿sería éste el futuro de la prescripción vinícola y del vino como un producto más atractivo? La reflexión empieza aquí.

## No todo es adelgazar

Los contenidos vinícolas no siempre son susceptibles de ser simplificados por mucho que se intente renunciar a cierta terminología o formas de contar. El vino, como cualquier otro artículo de consu-



que se concreta en posts patrocinados en Instagram, Facebook y X durante todo el año», nos explican desde el departamento de comunicación.

En un sentido similar habla Isabel García Castellanos, directora de Marketing, Comunicación y Enoturismo del grupo Vintae cuando le preguntamos sobre su relación con los creadores digitales. «Buscamos relaciones honestas y a medio o



mo, requiere unos mínimos de interés y curiosidad. Los clientes que compran un coche porque lo anuncia Rafael Nadal poco tienen que ver con los espectadores habituales de *Más que Coches* en Telecinco o con los lectores de *Motor 16*. Son dos nichos de mercado complementarios, conviven porque ambos son igual de importantes para el fabricante, tan sólo hay una adaptación del mensaje al canal.

Se puede hacer el mismo ejercicio con la moda, la decoración, la gastronomía o el golf. Esto no parece pasar con el vino donde los contenidos publicados van perdiendo consistencia y relevancia en pro de una ligereza que vira a banalización y casi frivolidad en ocasiones.

En definitiva, la prescripción especializada y crítica pierde fuelle a pasos agigantados en múltiples canales, da igual donde se mire, y encontrar el motivo no es tarea fácil. Tampoco es ya válido el discurso tan manido de que se utiliza un lenguaje demasiado técnico que aleja a los menos conocedores o no iniciados. No es válido porque, como se apunta inconsistentemente, tampoco cualquiera sabe de coches cuando adquiere un vehículo y esto no es óbice para invertir bastantes miles de euros en uno.

En cualquier caso, parece ser este contexto una excusa perfecta para que el sector, con un llamativo interés, se haya echado en manos de *winegramers*, *tiktokers* y demás creadores digitales, más o menos conocedores, que pululan por las redes con imágenes y discursos en demasiadas ocasiones alejados del interés



**La inversión en redes viene siendo una de las partidas importantes en los presupuestos de bodegas y entidades de los últimos años.**



del sector por mucho que su *history, reel* o *post* sumen varios cientos de *likes*; porque interesa saber quién recibe esos *post* o teclea esos *likes*. Es la tesitura actual. Los contenidos sosegados, reflexivos y también críticos se ven superados por la velocidad digital y titulares reiterados del tipo «los diez mejores... tal», «los siete vinos que mejor maridan con ...», o «los blancos mejores para...», reclamos pensados para SEO con los que se obtiene el mejor posicionamiento en buscadores.

Regresando al ejemplo del automóvil, la variedad de públicos y motivaciones de consumo comparten la misma validez pero en la industria del vino la convivencia de mensajes no está siendo equilibrada y la simplificación (en contenido y lenguaje) está ganando mucho terreno al discurso argumentado y experto, relegado a muy pocas cabeceras especializadas o con sensibilidad por la materia.

«Desde *Virtae* no creemos que sustituyan a la crítica tradicional, que sigue siendo fundamental, pero sí que aportan otra capa de prescripción. Mientras la crítica analiza y contextualiza desde un punto de vista técnico, los creadores conectan desde lo emocional y lo cotidiano. Son miradas distintas y complementarias».

Dicho esto, García Castellanos, responsable de Marketing del grupo riojano sí reconoce que los creadores digitales van ganando peso en su estrategia de comunicación, «si bien convivimos con medios especializados, periodistas, críticos, sumilleres y creadores de contenido de perfiles muy distintos, y es que entendemos que cada uno conecta con públicos diferentes. Porque para nosotros tan importante como el creador es el público al que se dirige».

## Entre la crítica, la no crítica

Hay bastante acuerdo en la necesidad de simplificar el discurso, lo que hay que saber es qué significa. Hablar de vino nada tiene que ver con la descomposición del átomo, por supuesto, pero tampoco con muchos de los mensajes reduccionistas que se escuchan, ven y leen en todos los canales. Asociar por ejemplo el vino al sabor de una única fruta es bastante simplón y dista de la realidad. Obvio que huelen a frutas, de ellas procede, pero es importante profundizar un poquito más porque son diversos los descriptores que ayudarán a conocerlo y después a disfrutarlo.

## Inmorales con derechos

Está claro que el soporte es inocente. Internet es tan puro como pueden ser las ondas hercianas por las que se difunden las emisiones de radio y televisión y el papel en el que se imprimen diarios, revistas y libros. Cosa distinta es lo que se publica, que puede ser tan inmoral en unos soportes como en otros, con la diferencia crucial de que difundir lo que sea en la red es mucho más barato y sencillo que editar publicaciones impresas o montar estudios de radio o televisión.

Quien decida informarse exclusivamente a través de las llamadas redes sociales, tantas veces soportadas por autores anónimos, cobardes parapetados detrás de seudónimos, podrían no solo ser destino de bulos, medias verdades e informaciones tendenciosas sino también perder su derecho a acceder a información real, a datos objetivos que le permitan conocer la historia y conformar una opinión.

Los diferentes sistemas de difusión en la red proporcionan un vehículo fácil y barato para que los inmorales difundan sus miasmas sin que sus víctimas tengan una defensa sencilla. Al amparo de una determinada interpretación

de la libertad de expresión, cualquier cretino puede afirmar impunemente que la crítica vinícola está podrida porque se sustenta con publicidad de bodegas o porque comete el pecado nefando de tener amigos bodegueros. Al mismo tiempo vende vino, es de suponer que marcas de bodegas amigas.

Seguramente no es ilegal pero sí inmoral, como lo es la actitud de otros que, sorprendidos con las manos en la masa, consiguen legalmente que se oculten sus pecados. Aquí lo hemos sufrido. Hace años un personaje llamado Pancho Campo, promotor musical y deportivo metido a crítico vinícola y luego «activista ambiental», lo que

quiera que eso signifique, fue protagonista de un episodio oscuro que costó el puesto a Jay Miller, colaborador entonces de Robert Parker, y acabó con el propio Campo fuera de los *master of wine*, que abandonó justo cuando se iniciaba el proceso para su expulsión.

Todo el episodio fue puntual y fielmente contado por la periodista (de verdad) Raquel Pardo en estas páginas y en la web proensa.com. Pasado un tiempo, un bufete de abogados se puso en contacto con VadeVino Editorial para, en representación de Campo, invocar el derecho al olvido y cominarnos a retirar de la web toda referencia al caso, so pena de afrontar los males de los infiernos legales. Consultados nuestro abogado y los servicios jurídicos de la Asociación de la Prensa de Madrid, aconsejaron retirar esa información, hay que insistir, tan veraz como nulos eran los caminos de Campo para pleitear por su publicación. Retiramos la información.

Hay que tener presente que, por lo visto, la legalidad ampara a los inmorales. Cabe recordar la frase que preside la entrada del campo del horror de Auschwitz: «Los pueblos que olvidan su historia están condenados a repetirla».

Andrés Proensa



PANCHO CAMPO

Estos son mínimos exigibles a todo prescriptor que se precie de serlo porque, además, saber (algo) de vino no es responsabilidad del consumidor sino de quien se lo cuenta, que también debería hacerlo con criterio. Pero tal vez es esto, unos post acríticos, lo que se agradece desde la elaboración; el corto o medio plazo darán o quitarán razones, y serán las ventas y lo que se venda los que hablen.

«A través de los prescriptores digitales buscamos principalmente alianzas naturales más que acciones puntuales», nos comenta Samuel Fernández, responsable de comunicación de La Rioja Alta, grupo bodeguero con destacada actividad comunicativa. «Nos aportan nuevas miradas, lenguajes contemporáneos y cercanía con públicos a los que quizás no llegaríamos del mismo modo desde los canales tradicionales. En mercados clave para nosotros, como Estados Unidos y Reino Unido, los creadores de contenido de calidad pueden llegar a jugar un papel muy relevante en la construcción de marca, siempre que exista profundidad, consistencia y credibilidad. Pero no priorizamos el impacto inmediato sino relatos bien construidos que encajen con nuestra historia y valores».

Añade que, más que los seguidores valoran «la credibilidad, la constancia, el conocimiento del vino, la honestidad y la capacidad de generar conversación con sentido. No los vemos como una crítica sustitutiva, sino como un complemento a la prescripción tradicional, con un papel cada vez más influyente. Cuando el contenido es sólido puede convertirse en una referencia muy valiosa, especialmente ante los nuevos consumidores». Una idea clara, «el formato no define la calidad, sino el fondo».

### Frivolidad en la red

Unas pocas semanas antes de terminar el año, el periodista y consultor vinícola Juanma Bellver, que fue director general de la tienda de vinos Lavinia y hoy asesor vinícola del grupo de hostelería El Paraguas, se preguntaba en un artículo en el digital The Objective si estamos ante el fin de los prescriptores clásicos de vino. En su argumentario refería que los nuevos aficionados «ya no creen en los medios convencionales» y recordaba también lo que ayuda el uso de un len-





guaje más cercano que deje a un lado los tecnicismos, la solemnidad o las afirmaciones dogmáticas a la hora de explicar el vino, aunque para lograrlo coincidía en que no se debe reducir el conocimiento a la mínima expresión.

«No se trata de desterrar a los autores clásicos que hemos leído toda la vida (...) para remplazarlos por esa caterva de *wine influencers* que ha hecho su agosto en los últimos años publicando fotos y vídeos



**La prescripción especializada y crítica pierde fuelle a pasos agigantados en múltiples canales, y encontrar el motivo no es tarea fácil.**

cuquis, junto con comentarios frívolos, en YouTube, Instagram o –aún peor– TikTok», denunciaba.

Habría que saber dónde están los responsables de su penetración, pero, como señalaba también Bellver, no se puede confundir información u opinión con una comunicación superficial o meramente comercial, que es lo que viene abundando en detrimento de lo anterior y que de seguir así pueden ser muchos los vinos y estilos perjudicados: «en un afán por huir de un canon dominante, el sector corre el riesgo de instaurar otro igualmente restrictivo, donde ciertos estilos se celebran acriticamente mientras otros son descartados como obsoletos».

Por supuesto que los gustos evolucionan, en el vino y en todo, cambian los públicos, las tendencias y han cambiado los prescriptores, sin duda. Pero esto no debería concluir en la banalización del discurso en un sector donde hay más que un producto de consumo por las distintas dimensiones que tiene el vino (cultural, agrícola, etc.). Y es que son muchos los contenidos digitales en los que el vino aparece como complemento de

un posado en una imagen sin historia ni análisis ni contexto.

Para hablar de vino se hace imprescindible dicho contexto, un marco de referencia y por eso cierta rigurosidad, y esto para nada tiene que suponer mensajes complicados o de difícil comprensión para el común de los mortales. Voces acreditadas lo demuestran.

### Más contenido, menos likes

No todo se reduce a la cantidad de seguidores que uno acumule, y así lo apuntan los responsables de comunicación consultados. Para García Castellanos (Vintae) no es necesariamente lo más importante: «valoramos especial-



mente la autenticidad, la coherencia del discurso, el conocimiento –o las ganas reales de aprender– y la relación que mantienen esos creadores digitales con su comunidad. Pero también la forma de contar, que sepan transmitir sin artificios y con respeto por el producto». Y añade. «Hay perfiles muy profesionales, con una comunidad más pequeña pero muy cualificada, y otros con audiencias más amplias pero menos especializadas. En función del proyecto y el mensaje que queramos transmitir tiene sentido apostar por unos u otros. Nos hemos dado cuenta de que no siempre más alcance implica mejor impacto: preferimos llegar a menos personas, pero que realmente conecten con la marca y con lo que representa», concluye.

El consumidor elige libremente cómo, dónde y con quién se acerca al vino, pero la industria como tal tendría que dejar de



contribuir a la confusión cuando en numerosas ocasiones sitúa a toda la prescripción al mismo nivel porque los mensajes, formas y negocios nada tienen que ver. Eso sí es hacer trampas al solitario.

«Más que fijarnos en el canal concreto lo que realmente valoramos es la calidad, el rigor y la coherencia del contenido. El medio es importante, pero no determinante. Puede haber grandes comunicadores en TikTok, perfiles muy sólidos

en Instagram o blogs que siguen aportando análisis profundo y contexto, especialmente en mercados internacionales. Lo esencial es cómo se cuenta el vino, desde qué conocimiento, con qué respeto por el producto y con qué capacidad de generar valor real para quien lo recibe». Son palabras del responsable de Comunicación de La Rioja Alta. En sintonía con lo que apuntaba antes, no es tan importante el continente como el contenido, si bien insiste en la relevancia de los nuevos canales para llegar a gran parte de los nuevos consumidores.

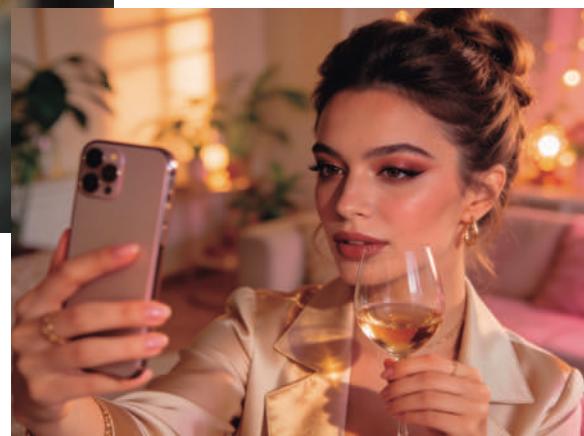
### Senda con retorno

Es innegable que las maneras de comunicar han cambiado al igual que los protagonistas de ese proceso comunicativo (emisores y receptores), pero lo que no está tan claro es que la ruptura con la prescripción profesional sea lo que requiere el vino para mantenerse y crecer en términos de consumo.

Este recorrido ya lo ha hecho el sector de la moda y parece estar retornando a los orígenes. Así lo explicaba el pasado mes de octubre un artículo de la revista

S Moda (El País) de la periodista especializada Leticia García. Aquí se contaba como las *influencers* están perdiendo interés para el sector de la moda tras unos años en los que han copado las primeras filas de los desfiles por la cantidad de seguidores que tenían en sus redes. Resulta que ahora las marcas se han cansado de los *likes* porque lo que quieren es menores audiencias pero con calidad y de mayor fidelidad.

En ese artículo manejaba interesantes ideas como el «cansancio de las firmas por la sobreexposición en las redes» o «la vuelta a sus compradores reales (clientes potenciales)». Hace apenas unos años algunas de esas firmas lo apostaba



ban todo a los creadores de contenido digital con teléfono en mano. Entre las conclusiones se apuntaba que el éxito en la cuenta de resultados no es consecuencia de una excesiva visibilidad por lo que las marcas están primando calidad sobre cantidad «y vuelve a interesar más la historia que la imagen en pro de la autenticidad y el prestigio», se está valorando la opinión de voces que contextualizan y hacen una crítica argumentada (a favor o no) de lo que está aconteciendo en detrimento de esas fotos de *influencers* ataviadas con modelos elegidos para la ocasión. O, lo que es lo mismo, «más opinar y menos posar».

Tal vez la experiencia de la moda puede servir al sector del vino para alejarse de esos mal considerados prescriptores, bastante cuestionables por sus contenidos, que solo alimentan repertorios de cuñao. O lo que es lo mismo, mayor exigencia y menor condescendencia. ■



**Los gustos evolucionan, en el vino y en todo, cambian los públicos, las tendencias y han cambiado los prescriptores.**

ARAGÓN  
SABOR  
DE VERDAD



EN  ARAGÓN  LOS   ALIMENTOS  SABEN  DE  VERDAD

LOS ALIMENTOS DE ARAGÓN saben a naturaleza,  
a trabajo, a personas, a ilusión y a historia.



MENSAJE EN  
UNA BOTELLA

MARÍA PILAR MOLESTINA

# ¿Qué trae el 2026?

**C**omienza un nuevo año y saber por dónde van las tendencias es casi tema obligado. Sin embargo, haciendo un poco de repaso del último lustro, compruebo que los temas no varían especialmente, sino más bien ganan en relevancia. Obviamente, el sector del vino no es ajeno a la situación mundial y 2026 se presenta movidito. El medio ambiente y la economía son dos de las principales circunstancias que condicionarán el devenir de cualquier actividad y el terreno agrícola y sus derivados no es ninguna excepción. Ah, y las veleidades arancelarias, o de cualquier estilo, del Sr. Trump también participan del desconcierto.

Quizás uno de los aspectos que gana peso en el área de la producción de vino es la incorporación de herramientas de inteligencia artificial, el *IoT (Internet of Things)*, que se refiere a objetos físicos conectados a internet que pueden recopilar, enviar y recibir datos, sin necesidad de intervención directa de un humano) y el *blockchain*, que garantiza cierta autenticidad.

ve para prever cosechas y ajustar los procesos derivados de esa información.

En viticultura, los sensores *IoT*, junto con algoritmos predictivos, posibilitan la toma de decisiones informadas para planificar y gestionar las cosechas con más precisión. Y eso es un gran avance. La inteligencia artificial está transformando tanto la producción como la experiencia del consumidor. En Francia y EEUU, por

mientas, su conocimiento y las habilidades y comprensión para utilizarlas. Serán todas muy útiles en un año como el que comienza en que las predicciones apuntan a que 2026 será tremadamente cálido en regiones vinícolas tradicionales.

Centrándonos en temas de consumo, un poco más de lo mismo que en los últimos años. Los blancos ganan puntos en todo el mundo y las bodegas que elaboran blancos tienen la vista puesta en la exportación. En San Cerré (Francia), por ejemplo, han visto una oportunidad y, dado que el mercado asiático es clave por su creciente interés en el vino, ha abierto oficina en Tailandia para fortalecer la presencia de sus sauvignon blancs en mercados asiáticos emergentes.

Es un ejemplo y un aviso a navegantes de que este será el año de aumentar la visibilidad en los mercados. Los franceses han llevado una iniciativa colectiva para promocionar sus vinos conjuntamente y, aunque tengo mis dudas sobre las iniciativas colectivas aquí, confío en que algo se hará. La DO Rueda sigue liderando este nicho en el mercado interno, pero lentamente los blancos de variedades menos populares como el Godello, ganan enteros frente a gran parte de los albariños que se estancan por cuestiones de precio. En este caso, no será cuestión de volumen sino de prestigio y novedad.

Si dentro del capítulo de blancos, se cuenta con el valor añadido de viñedo ecológico, las perspectivas son muy muy optimistas porque a la búsqueda de la mejor relación calidad precio se une el aliciente de la originalidad o moda. En este capítulo el enoturismo contribuye a la historia y las bodegas cada vez ofrecen



Estas herramientas tienen protagonismo en toda la cadena de producción: el *blockchain*, en la tan demandada trazabilidad, advierte de riesgos y aumenta la confianza del consumidor; la IA es un gran aliado del marketing y de la comercialización de los vinos porque facilita la personalización de las experiencias y del e-commerce que, junto con *Big Data*, sir-

ejemplo, se están utilizando sensores y drones para monitorizar humedad del suelo o detectar enfermedades antes de que se propaguen y ya hay robots que llevan a cabo tareas sencillas de poda o transporte de uva del campo a bodega.

Lógicamente esto no sucede de un año para otro, pero cada año crece exponencialmente la necesidad de nuevas herra-



más opciones de ocio vinculadas con el vino lo que gana adeptos.

Hay un importante cambio en el consumo de espumosos. El champán ya no es el rey indiscutible; sus ventas bajan, pero otros espumosos suben. Parece ser que el consumo se está desestacionalizando lentamente de la mano de los más jóvenes. Hablando de jóvenes, ese objetivo tan deseado por el sector, parece ser que se anima ante la presencia de vinos tintos con menos alcohol, algo más dulces y en presentaciones más no-vedosas. Los nuevos formatos aprobados en EEUU en 2025 amplían las opciones en botella y lata y parece ser que acercan el vino a los más jóvenes. En Europa todavía no se ha llegado a tanto, pero Australia y Nueva Zelanda están estudiando seriamente el tema para su aprobación.

Los consumidores jóvenes esperan mucho más que solo sabor, quieren crear comunidad con lo que consumen y las historias son más necesarias que nunca



especialmente vinculadas con la región y la producción sostenible. Están de moda los vinos *NoLo* (no alcohol, *low alcohol*) que conforman ya una categoría en el sector. Son vinos impulsados por los millennials y los Z que optan por costumbres saludables de moderación.

Por eso se ha puesto de moda en EEUU el *zebra striping*, el consumo de una copa de vino con alcohol y otra sin, para equilibrar un consumo moderado. La moderación también se aprecia en que, cada vez más, las cartas de vinos ofrecen vino por copas. También es cierto que las cartas son cada vez más cortas y los sumilleres están más atentos de los gustos expresados por los comensales. De todos modos, en estos tiempos revueltos, las bodegas «de siempre» ofrecen seguridad y los consumidores así lo entienden.

Estos factores no indican que se beberá/comprará menos vino, sino que el consumidor gastará con más juicio. Se bebe menos y el consumo será mucho más selectivo. ■



# Godello Sobriedad de moda

LOS VINOS BLANCOS DE GODELLO ESTÁN AL ALZA. SE POSTULAN PARA ALCANZAR EL ESTRELLATO, EN DURA PUGNA CON LOS DE GARNACHA BLANCA, EN PLENA OLA FAVORABLE PARA EL CONSUMO DE VINOS BLANCOS. SURGEN GODELLOS EN DISTINTAS ZONAS Y ESO PROVOCABA INCOMODIDAD EN LA DO VALDEORRAS, QUE SE APOYA EN UNA LEYENDA PARA ADJUDICARSE LA PATERNIDAD DE UNA VARIEDAD QUE HA PASADO DE ALTERNATIVA AL ALBARIÑO A FAVORITA DE LA MODERNIDAD.

TEXTO: A PROENSA CON DATOS DE JOSÉ HIDALGO TOGORES  
FOTOS: PLANETAVINO Y CEDIDAS POR LAS BODEGAS



FOTO DE O LUAR DO SIL

**C**asi al grito de «¡el Godello es mío!» la DO Valdeorras con su consejo regulador al frente parece haberse puesto en pie de guerra contra todo aquel que se *aproveche* del prestigio de su variedad estrella. La cartela que lucía junto al consejo regulador, con el lema «El godello es de Valdeorras» era casi traslado literal del grito reivindicativo.

Parece que se reclama la propiedad de un patrimonio varietal que no tiene fronteras y, mucho menos, barreras dentro y fuera de Galicia: hay larga historia de presencia de Godello, aunque sea de forma minoritaria o mezclada con otras, en toda Galicia, desde luego en Monterrei, en Rías Baixas, en Ribeiro y, sobre todo, en Ribeira Sacra, así como también en la vecina Bierzo, otra de las zonas *enemigas* en esa inútil batalla, y con presencia antigua documentada en distintas zonas de Castilla y León, en Asturias y en Cantabria. Y se abren nuevos frentes, con Godello incluso en la lejana Cataluña, ya con al menos un varietal en Raimat, y presencia más o menos protagonista en vinos de otras zonas, caso del blanco de Bodegas Aalto, que sale como vino de la tierra de Castilla y León. Reclamar *derechos* sobre una variedad es como intentar guardar agua en una cesta de mimbre.

Esa visión patrimonial de la variedad nace, además, de un mito. Surge de la leyenda de la recuperación de la variedad casi desaparecida a partir de unas pocas plantas dispersas en viejas viñas de la zona de Valdeorras. Una historia reñida de forma radical con la verdad, como muestran, en la misma DO Valdeorras, las viejas viñas de Godello rescatadas, acaparadas y mimadas por Rafael Palacios y por otros productores.

Y, pasando la frontera que se quiere dibujar, las existentes en las otras zonas gallegas y en el norte de Portugal, donde recibe nombres como Verdello o Gouveio. Por cierto, en esto de las sinonimias es curioso que en el Ribeiro y el Condado do Tea (Rías Baixas) aún se designa como Monterrei, el nombre de la gran rival de Valdeorras en la pugna.

Todo nace del plan ReViVal, acrónimo de Reestructuración de los Viñedos de Valdeorras, puesto en marcha en 1975 por iniciativa del Servicio de Extensión Agraria del Ministerio de Agricultura, que contó con el respaldo científico de Luis Hidalgo Fernández-Cano. El mérito es indiscutible: a partir de ese proyecto arrancó la recuperación en Valdeorras de variedades autóctonas, con más éxito en el caso de la Godello y menos en otros, como Dona Blanca. El plan ReViVal impulsó también a la tinta Mencía, a pesar de que no es puramente autóctona; fue introducida a partir de la recuperación del viñedo gallego tras la filoxera, que en esta región llegó hacia 1882.

## Zona de tintos

Convertidas en las variedades características de Valdeorras, Godello y Mencía se enfrentaron a la invasión

## La cata De interior y de guardar

Aunque está presente en toda Galicia, la uva Godello parece preferir las comarcas de interior, con cierto carácter continental en su clima y moderada influencia atlántica. Además, prefiere las laderas, con menos humedad en los suelos y ambiente también más seco, antes que los fondos de los valles porque su hollejo delicado la hace sensible a la podredumbre y también a asurado, por lo que va mejor protegida de los rayos del sol. Por la misma razón, la planta tiene forma erguida y puede aparecer apoyada en postes para alejarla del suelo y obtener aireación, pero con abundante canopia que proteja al fruto del sol directo. Es variedad de ciclo corto, precoz en brotación y maduración, y se adapta bien a un amplio abanico de suelos, aunque los más abundantes son los de pizarra y arenas graníticas.

Los vinos son de clara vocación de guarda. En su juventud son más bien sobrios, con dominio de recuerdos frutales de cítricos y de frutas de hueso, con notas de flores blancas y de hierbas aromáticas.

El tiempo y una crianza precisa dan a los mejores unos perfiles de extraordinaria elegancia. Incluso los vinos jóvenes dan mayor amplitud con un año en la botella. Ofrecen buenas prestaciones con los distintos modelos de crianza: en depósito con sus lías, en barricas que pueden ser de roble o de acacia, con o sin presencia de las lías, y en modelos mixtos, completados con maduración en botellero. Así desarrollan aromas más complejos, con singulares rasgos minerales (hidrocarburos, yodo) y de frutos secos (almendra cruda) y toques ahumados y tostados; su estupenda acidez los sostiene sin problemas en un paso de boca un tanto goloso y cremoso pero fresco, muy suave y rotundo en los sabores y en los aromas.



CARTEL PROMOCIONAL DE LA DO VALDEORRAS





## Sorte O Soro '23

DO VALDEORRAS.

RAFAEL PALACIOS.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y 8 MESES EN BARRICAS DE 500 L. 1.900 BOTELLAS. 425 €.

**99** Complejo y fresco, elegante, blanco grande con futuro. Nariz profunda, rica en matices, con carácter; frutas de hueso, minerales, almizclados, especiados... Armonioso en la boca, con cuerpo y nervio, seco sabroso, amplio, elegante.



## As Sortes Val do Bibei '23

DO VALDEORRAS.

RAFAEL PALACIOS.

GODELLO; 8 MESES EN BARRICA SOBRE LÍAS FINAS. 24.000 BOTELLAS. 55,50 €.

**98** Carácter, amplitud y gran finura. Expresivo y sugestivo en la nariz; base de frutas carnosas y de hueso, tonos florales, cítricos y minerales, toque de nata fresca y monte bajo. Equilibrado, fresco, suave, seco, sabroso, amplio. Serio.



## Sorte Antiga '23

DO VALDEORRAS.

RAFAEL PALACIOS.

GODELLO; FERMENTACIÓN CON HOLLEJOS EN TINOS DE ROBLE ABIERTOS, 12 MESES EN BARRICA. 1.500 BOTELLAS. 195 €.

**98** Diferente, complejo, elegante carácter mineral. Aromas sutiles de frutas de hueso, de frutos secos (almendra cruda), finos hidrocarburos, bosque húmedo. Bien plantado en la boca, con cuerpo y nervio, suave, fluido, seco, rotundo.



## Guitián Sobre Lías '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS LA TAPADA.

GODELLO; 6 MESES EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE CON SUS LÍAS. 15.000 BOTELLAS. 20 €.

**97** Amplio y bien definido en la nariz, excelente paso de boca. Finos rasgos varietales, tonos de frutas de hueso, almendra cruda, nota láctea, fondo mineral y de bosque húmedo. Equilibrado, fresco, suave, fluido, seco, sabroso, amplio.



## O Chan de Prieto Pariente '24

DO BIERZO.

BODEGAS PRIETO PARIENTE.

GODELLO; 15-20 % FERMENTADO EN BARRICA USADA DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L., CRIANZA SOBRE LÍAS. 70.000 BOTELLAS. 16 €.

**97** Muy fino, mucho carácter. Aromas potentes de cierta complejidad, base de frutas de hueso maduras, notas florales y cítricas, apuntes minerales y de monte bajo. Con volumen, fresco, suave, seco, sabroso, expresivo, persistente.



## O Luar do Sil Sobre Lías '23

DO VALDEORRAS.

O LUAR DO SIL.

GODELLO; 18 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS. 25.000 BOTELLAS. 23 €.

**97** Amplio, elegante, engarzado. Con carácter y bien definido en la nariz, muchos finos matices sobre base de frutas de hueso maduras, fondo mineral y almizclado. Excelente boca, con volumen y nervio, suave, seco, serio.



## Abalón '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS SIAH VALDEORRAS.

GODELLO; 5 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 4.968 BOTELLAS. 14,50 €.

**96** Con carácter y finura, muy vivo. Aromas de fruta carnosa bien madura, notas cítricas, minerales, florales y finos ahumados, fondo almizclado y fino toque de hidrocarburos. Rotundo en la boca, suave, fresco, seco, sabroso, expresivo.



## Guitián Barrica '23

DO VALDEORRAS.

BODEGAS LA TAPADA.

GODELLO; 8 MESES EN BARRICA. 5.000 BOTELLAS. 25 €.

**96** Excelente conjunción de la madera de crianza. Nariz amplia, con neto recuerdo frutal (frutas blancas, cítricos), notas especiadas, de madera de calidad, fondo almizclado. Buen equilibrio, cierto cuerpo, viva acidez, suave, sabroso, amplio.



## Louro do Bolo '24

DO VALDEORRAS.

RAFAEL PALACIOS.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y 4 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS Y FUDRES DE ROBLE. 185.000 BOTELLAS. 21,50 €.

**96** Fino y bien definido, fresco, engarzado. Expresivo en la nariz, marcados tonos frutales, cítricos y florales, notas minerales, lácteas y de bosque húmedo (brezo). Equilibrado, vivo, centro cremoso, suave, seco, sabroso, amplio, largo.



## Mar de Frades Godello '24

DO RÍAS BAIXAS.

MAR DE FRADES.

GODELLO; 10 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE, UNA PEQUEÑA PARTE EN BARRICA. 29 €.

**96** Singular como godello y como vino de Rías Baixas. Aromas frutales y marcadas notas minerales (yodo), fondo lácteo y almizclado. Con prestancia en la boca, cuerpo medio, glicérico, suave, buena acidez, nota salina, largo.





## O Luar do Sil Vides de Corgomo '22

DO VALDEORRAS.

O LUAR DO SIL.

GODELLO; MALOLÁCTICA Y 27 MESES EN BARRICAS NUEVAS DE ROBLE FRANCÉS. 6.500 BOTELLAS. 45 €.

**96** Excelentes prestaciones ante una larga crianza. Complejo, madera integrada en un conjunto rico en matices: fruta madura, minerales, cítricos, lácteos. Equilibrado, suave y fluido, buena acidez, seco, sabroso, amplio, largo.



## Guitián + 50 Meses '19

DO VALDEORRAS.

BODEGAS LA TAPADA.

GODELLO; 50 MESES EN BOTELLERO.

5.000 BOTELLAS. 30 €.

**95** Maduro y fresco, sugestiva propuesta. Aroma complejo de buena evolución; recuerdos de almendra ligeramente tostada, frutas de hueso, sílex e hidrocarburos, fondo almizclado. Muy suave, fluido, fresco, sabroso, amplio.



## Joaquín Rebollo Finca Trasdairelas '23

DO VALDEORRAS.

BODEGAS JOAQUÍN REBOLLO.

GODELLO; 9 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE Y BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L. 8.000 BOTELLAS. 18,50 €.

**95** Fino desarrollo, fresco equilibrio. Aromas complejos en línea delicada; base de fruta blanca y de hueso madura, notas florales y minerales, toque de brezo. Con prestancia en la boca, cierto volumen, buena acidez, seco, sabroso.



## Xocas '23

DO VALDEORRAS.

BODEGAS JOAQUÍN REBOLLO.

GODELLO; 8 MESES EN DEPÓSITO SOBRE LÍAS, 2 EN BARRICAS DE ACACIA Y DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L., 6 EN BOTELLERO. 1.300 BOTELLAS. 50 €.

**95** Expresivo, fino. Cierta complejidad en la nariz pero con sensación de buen futuro; aromas de frutas carnosas, cítricos, flores blancas, eucalipto, fondo mineral. Equilibrado, cremoso y fresco, suave, seco, sabroso, amplio, largo.



## O Con da Moura '22

DO MONTERREI.

BODEGAS MARTÍN CÓDAX.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y 7 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS Y FUDRES DE ROBLE. 30 €.

**94** Desarrollado y aún en evolución positiva. Aromas de cierta complejidad, base de frutas de hueso madura, notas cítricas, florales y minerales, ahumados y lácteos, con volumen y nervio, cremoso, fresco, suave, sabroso, amplio.

Albariño y Godello son dos variedades con puntos en común, como su buena estructura, la textura glicérica no reñida con la frescura y una reconocida capacidad para envejecer.



## Godeval Cepas Vellas '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS GODEVAL.

GODELLO; 5 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 35.000 BOTELLAS. 27 €.

**93** Vivo, expresivo, equilibrado. Amplios aromas de fruta fresca y madura (frutas de hueso), notas cítricas, lácteas y tostadas. Muy buen paso de boca, con cuerpo y centro glicérico, fresca acidez, suave, seco, sabroso, amplio, largo.



## Guitián '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS LA TAPADA.

GODELLO. 80.000 BOTELLAS. 15 €.

**93** Fresco, excelente paso de boca. Perfil varietal bien definido, no muy intenso; aromas frutales, cítricos y florales, toque de bosque húmedo. Muy buen equilibrio en cuerpo medio, fresca acidez, suave, fluido, seco, sabroso.



## Mauro Godello '24

VT CASTILLA Y LEÓN.

BODEGAS MAURO.

GODELLO; 10 MESES CON SUS LÍAS FINAS EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS. 15.343 BOTELLAS. 49 €.

**93** Vino de guarda, está muy joven pero muestra notable perfil. Aroma franco y bien engarzado de fruta madura y crianza, cítrico, finos minerales (sílex), florales. Con cuerpo, nervio y gran equilibrio, glicérico, fresco, suave, sabroso.



## O Luar do Sil '24

DO VALDEORRAS.

O LUAR DO SIL.

GODELLO. 290.000 BOTELLAS. 14 €.

**93** Bien definido en su expresión varietal. Nariz más bien sobria pero con finura: aromas de frutas de hueso, almendra cruda, cítricos y florales, fondo mineral. Muy buen paso de boca, cuerpo medio, fresco, suave, seco, sabroso, frutal.



de las productivas Alicante (Garnacha Tintorera) y Jerez (Palomino), que se habían impuesto en detrimento de esas autóctonas y otras, como las tintas Bastardo (Merenzao) o Negreda, que fue mayoritaria durante un tiempo y hoy parece que hay cepas sueltas, o Albarello (Brancellao), desaparecida a raíz de la llegada de la plaga del oídium, ante la que era especialmente sensible.

Según las referencias anteriores a la filoxera, refrendadas por la relación de variedades registradas, Valdeorras y su entorno serían zonas productoras mayoritariamente de vinos tintos. La comarca vecina del Bierzo, aguas arriba del Sil, se mantendría como productora de tintos en un caso curioso de reflejo en negativo entre las dos zonas. La DO Valdeorras se impulsa a lomos del blanco de Godello mientras el tinto de Mencía es prácticamente intrascendente en la proyección de la zona. En la DO Bierzo es justo al contrario, basa su prestigio en unos grandes tintos de Mencía y busca el camino para los blancos de Godello.



VIÑEDO DE LA DO BIERZO

El plan ReViVal tuvo mérito por la recuperación, reivindicación e impulso inicial de la uva Godello, que hizo retroceder de forma paulatina a la Palomino, mucho más productiva en kilos de uva. Otro mérito, tal vez incluso de mayor calado, fue conseguir involucrar nada menos que a medio centenar de viticultores y vencer, o al menos esquivar, las inercias de las cooperativas, que en Valdeorras tenían un peso insólito comparado con zonas vecinas y con el conjunto del vino gallego.

Entraron en la nueva dinámica, toda una apuesta, algunos de los bodegueros de la zona, como Joaquín Rebolledo, que al mismo tiempo estaba enfrascado en el ensayo con las variedades francesas de moda en el último tramo del siglo pasado. Otro nombre destacado es Valdesil que inició el embotellado de sus vinos en 1988, de la mano de Francisco Prada, tercera generación de la familia propietaria.

Ese descubrimiento, que se equiparó en su día al de la Albariño en Rías Baixas, estimuló la llegada de otros nuevos, como Godeval y La Tapada, y la llegada de vinateros de otras regiones, caso de Telmo Rodríguez o

EST. 1927

# Protos



DESCÚBRELO



VIÑEDO DE ADEGA TRIAY,  
EN LA DO MONTEREI



VIÑAS DE RAFAEL PALACIOS,  
EN LA DO VALDEORRAS



## El Zarzal '23

DO BIERZO.

BODEGAS EMILIO MORO.

GODELLO; 8 MESES EN FUDRES DE ROBLE FRANCÉS DE 2.500 LITROS, 12 EN BOTELLERO. 70.000 BOTELLAS. 18 €.

**92** Vivo y fino, línea sutil. No es muy intenso pero tiene finura y bastantes matices; aromas de frutas de hueso bien maduras y marcados rasgos minerales (turbas, fósforo). Equilibrado, con cuerpo y nervio, suave, seco, sabroso, amplio, largo.



## Gargalo '23

DO MONTERREI.

GARGALO.

85% GODELLO, 15% TREIXADURA Y ALBARIÑO; 5 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 12,50 €.

**92** Bastante aromático, fresco, vivo. Amplio en la nariz, directo, rico en matices, notas de frutas carnosas, cítricos y flores blancas, fondo mineral, toque lácteo. Buen equilibrio, fresca acidez, suave, fluido, seco, sabroso, amplio, largo.



## Joaquín Rebollo '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS JOAQUÍN REBOLLO.

GODELLO. 320.000 BOTELLAS. 12 €.

**91** Fino, directo, muy completo. Aromas varietales puros, tonos de frutas de hueso, cítricos, florales (pétalos secos de flores blancas) y de almendra cruda, fondo mineral. Buen equilibrio, cuerpo medio, fresco, suave, fluido, seco, sabroso.



## Mara Moura '23

DO MONTERREI.

BODEGAS MARTÍN CÓDAX.

GODELLO; 5 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 18 €.

**90** Perfil varietal bien definido, sobrio y fresco. Aromas fracos de frutas de hueso maduras, notas florales (flor blanca), fondo mineral; buena intensidad. Equilibrado, con cuerpo y nervio, suave, seco, sabroso, amplio en aromas,



## Fraga do Corvo '24

DO MONTERREI.

FRAGAS DO LECER.

GODELLO; 6 MESES SOBRE LÍAS FINAS, 1 EN BOTELLERO. 120.000 BOTELLAS. 13,50 €.

**89** Fino, fresco. Sobrio en la nariz, no muy intenso pero muy limpio y con finura; aromas de fruta blanca madura, tonos lácteos, tostados y de almendra cruda. Cuerpo medio-ligero, fresco, fluido, suave, seco, sabroso, franco en aromas.



## Godeval RE.VI.VAL '23

DO VALDEORRAS.

BODEGAS GODEVAL.

GODELLO; CONTACTO CON LAS LÍAS. 49 €.

**89** Algo falso de pegada en la nariz y en la boca pero con finura. Delicados aromas de fruta blanca y almendras crudas, toque de corteza fresca de acacia y pedernal. Fluido y suave, cierto cuerpo, acidez suficiente, finos aromas.



## Valdesil O Chao '22

DO VALDEORRAS.

ADEGA VALDESIL.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y CRIANZA SOBRE LÍAS EN FUDRE DE ROBLE DE 1.200 L. 1.600 BOTELLAS. 120 €.

**89** Vino de guarda, en crecimiento. Bastantes sutiles matices; aromas de frutas carnosas y de hueso, tonos cítricos, lácteos, de almendra cruda y de madera blanca. Equilibrado, con cuerpo y nervio, suave, seco, sabroso, amplio.



## Godeval '24

DO VALDEORRAS.

BODEGAS GODEVAL.

GODELLO. 200.000 BOTELLAS. 17 €.

**88** Amplio y delicado en la nariz, buen paso de boca. Aromas varietales bien definidos aunque no muy intenso, dominan tonos de fruta de hueso, notas cítricas y florales. Cuerpo medio, equilibrado, fresco, suave, seco, fino.



## La Revelía '22

DO BIERZO.

BODEGAS EMILIO MORO.

GODELLO; CRIANZA EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L. 30.000 BOTELLAS. 31 €.

**88** Bien armado y con futuro, aunque se deja ver la crianza en barrica. Aromas de maderas blancas, almendra cruda, tonos tostados y de trabajo intenso con las lías. Centro glicérico, alguna punta de roble, fresca acidez, sabroso, franco.



## Terras do Cigarrón '24

DO MONTERREI.

TERRAS DO CIGARRÓN.

GODELLO; 4 MESES EN DEPÓSITO SOBRE LÍAS. 11 €.

**88** Carácter frutal directo, fresco. Sobrios aromas de fruta blanca madura, ligeras notas de pétalos secos de flores blancas; fino, baja intensidad. Buen paso de boca, cuerpo medio, centro glicérico, buena acidez, seco, suave, sabroso.



## Valdesil '24

DO VALDEORRAS.

ADEGA VALDESLÍ.

GODELLO; 6 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE, 6 EN BOTELLERO. 140.000 BOTELLAS. 24 €.

**88** Sencillo de grato discurrir, buen blanco de barra. Delicado en la nariz; aromas sutiles de fruta blanca y de hueso, toque cítrico, fondo lácteo. Ligero, suave, fluido, fresco, equilibrado, seco, bien dotado de sabores, frutal en aromas.



## Mara Martín '24

DO MONTERREI.

BODEGAS MARTÍN CÓDAX.

GODELLO; 3 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 11 €.

**86** Buena expresión varietal. Nariz franca y directa, sencilla; aromas de fruta blanca madura, tonos florales (flores blancas secas), mediana intensidad. Buen discurrir en la boca, cuerpo medio, fresca acidez, suave, seco, frutal.



## Dominio de Tares Cepas Viejas '24

DO BIERZO.

VIÑEDOS Y BODEGAS DOMINIO DE TARES.

GODELLO; 6 MESES EN BOTELLERO.

26.000 BOTELLAS. 19 €.

**86** Directo, sencillo. Aromas frutales de buena madurez, recuerdos de membrillo fresco, cítricos y flores blancas, fondo tostado que hace pensar en crianza. Cuerpo medio, acidez suficiente, fluido, suave, bien dotado de sabores, frutal.



## Pezas da Portela '24

DO VALDEORRAS.

ADEGA VALDESLÍ.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y 6 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS DE 500 L., 6 EN BOTELLERO. 14.500 BOTELLAS. 48 €.

**85** Sencillo, notable crianza. Nariz directa, bien definida, no muy intensa; aromas frutales sencillos (fruta blanca), tonos tostados (maíz), toque de roble. Buen equilibrio en cuerpo medio, textura fluida, suave, seco, sabroso, largo.



## Val do Galir '24

DO VALDEORRAS.

VIRGEN DE GALIR.

GODELLO; 3 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITOS DE CEMENTO, FUDRES DE ROBLE Y BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L. 16 €.

**85** Frutal, bien definido, sobrio. Aromas frutales sencillos, tonos de frutas de hueso, nota floral amoscatalada, fondo tostado. Buen paso de boca, ligero y suave, fluido, fresca acidez, seco, bien dotado de sabores, frutal en aromas.



## Mil Ríos '21

DO VALDEORRAS.

TERRIÑA.

GODELLO; FERMENTACIÓN Y 10 MESES SOBRE LÍAS EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 500 L. 13.050 BOTELLAS. 20 €.

**83** Singular, amplio, marcado por el roble. Aromas de maderas finas (corteza de acacia fresca) y hierbas aromáticas (tomillo), fondo lácteo y ligeramente tostado. Cuerpo medio, centro glicérico, ajustada acidez, franco, largo.



## Altos de Losada Villa de San Lorenzo '23

DO BIERZO.

VINO DE VILLA DE SAN LORENZO.

LOSADA VINOS DE FINCA. GODELLO; 8 MESES SOBRE LÍAS EN FUDRES DE ROBLE FRANCÉS Y DEPÓSITOS DE HORMIGÓN. 6.029 BOTELLAS. 29 €.

**82** Entero, marcado por la crianza en barrica. Más bien sencillo en la nariz, con tonos de frutas de hueso maduras y de roble nuevo de calidad, toque ahumado y mineral. Con cuerpo, justo de acidez, seco, sabroso, directo en aromas.



## Vía Romana do Camiño '23

DO RIBEIRA SACRA.

VÍA ROMANA.

GODELLO; MÁS DE 4 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 13.044 BOTELLAS. 16 €.

**81** Fresco, fluido, buen paso de boca. Discreto en intensidad aromática; tonos de fruta fresca, herbáceos (heno) y minerales (toque de latón), notas de lías frescas. Ligero y suave, fluido, buena acidez, seco, frutal en aromas.



## Polvorete '24

DO BIERZO.

BODEGAS EMILIO MORO.

GODELLO; 4 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE. 200.000 BOTELLAS. 12,50 €.

**80** Franco, frutal. Nariz bastante sencilla y discreta en cuanto a intensidad aromática; recuerdos de fruta fresca (pera, manzana) y de flores blancas. Cierta estructura, puntas herbáceas y de roble, fresca acidez, seco, sabroso.



## Raimat Godello '24

DO COSTERS DEL SEGRE.

RAIMAT.

GODELLO; CRIANZA BREVE EN BARRICAS DE 500 L. 48.000 BOTELLAS. 9 €.

**80** Buen perfil en la boca, marcado por la crianza. La madera nueva (recuerdo de corteza fresca de acacia) enmascara los recuerdos de fruta blanca madura; potencia media. Cierto cuerpo, justo de acidez, puntas de roble, seco, sabroso.





RAFAEL PALACIOS

de Rafael Palacios. Hay que decir que la moderada fiebre del Godello llegó sobre todo a Valdeorras y, bastante menos, a la vecina Bierzo. En ese tiempo Ribeira Sacra, donde sí había bastante Godello, y Monterrei pugnaban por ser la zona de tintos de Galicia, un papel que fue del Ribeiro y también del Bierzo, comarca leonesa considerada como la *quinta provincia de Galicia* en ciertos sectores, que sí ejercía como tal a la hora de proporcionar vinos tintos a granel al siempre sediento mercado gallego.

En la DO Ribeiro, también con cierta presencia de esa variedad, preferían su tradicional mezcla de variedades con protagonismo de la Treixadura y mantenían sus recios tintos, sobre todo para consumo local.

En la DO Rías Baixas, que cabalgaba destacada a los pies de su Albariño, la Godello tiene un papel testimonial para formar parte de los vinos *rosal, condado o salnés*, indicaciones de los minoritarios vinos elaborados con mezcla de variedades.

## Gallegas reivindicadas

Los años ochenta estuvieron marcados por la aparición de las variedades autóctonas gallegas. Mientras la zona histórica de la región, la DO Ribeiro, se debatía en sus escándalos, que eclipsaban la recuperación de las variedades autóctonas, iniciada tímidamente al principio

## El testimonio de 20 hectáreas

La leyenda sobre unas pocas cepas dispersas en viejos viñedos de Valdeorras como origen del Godello actual está desmentida por los hechos y por los datos. Las viejas viñas rescatadas en Valdeorras por Rafael Palacios y otros y las que subsisten en Ribeira Sacra o en el Ribeiro, hablan de una presencia escasa y tal vez en riesgo pero extendida y más abundante en León. No era en absoluto de gran peso en el total de viñedo pero tampoco reducida a unas pocas cepas. Lo demuestran también los datos recogidos en los catastragos vitícolas provinciales elaborados por el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen en el paso de los años ochenta a los noventa. Esas publicaciones oficiales hablan de una presencia testimonial, unas veinte hectáreas de Godello repartidas en las provincias de León (12,44 hectáreas), Orense (7,6), Lugo (0,4), Pontevedra (0,3) y Coruña (0,06). Los datos fueron recogidos cuando en Valdeorras ya estaba en marcha el Plan ReViVal y contabilizan las viñas varietales y no las plantas de Godello incluidas en el capítulo de mezcla de variedades. En 45 años la cifra se ha multiplicado por cien, lo que se suma a los vinos de altura surgidos en estos años. No está nada mal como muestra del éxito de la variedad.



RACIMO DE ALBARIÑO

de esa década, el mundo del vino de calidad descubría dos variedades de sonoros nombres y carácter diferencial, Albariño y Godello. Era la época de los «vinos jóvenes, frescos y afrutados», en una expresión que se pronunciaba de corrido, y esas variedades aportaban singularidad y, sobre todo la Albariño, fragancias insólitas en un entorno español de variedades de poca expresión aromática.

La primera emergía por generación espontánea, con el impulso sobre todo de la acogida que tuvo la reducida producción de Santiago Ruiz, la marca que puso el foco en el albariño a pesar de que siempre ha sido un rosal, fruto de la mezcla de variedades. La segunda recibía el respaldo oficial del plan ReViVal, que, por una vez, tuvo buena acogida entre un sector de los viticultores de la DO Valdeorras, y además tuvo cierto papel para que la comarca alcanzara la denominación de origen, en 1977. La aromática Albariño fue el soporte de la DO Rías Baixas, reconocida en 1988.

En ese tiempo Monterrei, que alcanzó la denominación de origen en 1997, buscaba su camino en los vinos tintos, para los que parecía tener cierta vocación, sobre todo por su singularidad geográfica: su arteria fluvial, el Támega, es afluente del Duero y sus variedades representativas eran tintas, entre ellas Araúxa, nombre local de la Tempranillo. Y en eso estaba, y está, la agreste Ribeira Sacra, denominación de origen desde 1996, y también la histórica DO Ribeiro, en vigor desde 1957, famosa fuera de Galicia por los vinos blancos pero con un peso importante en el capítulo de tintos.

Cuando acababa el siglo los tintos gallegos quedaban en segundo o tercer plano fuera de la región. Incluso en

## La magia del mestizaje

En las referencias disponibles, casi siempre artículos que se copian unos a otros o recurren a la poco fiable Wikipedia, se sostiene que la uva Godello fue importada en el siglo XII por las órdenes religiosas francesas a través del Camino de Santiago, aunque se sugiere también que tal vez estuviera presente en tiempos de los romanos, más de un milenio antes de la fundación de los monasterios jacobeos.

La verdad se parece más a esta segunda versión.

Según la ciencia, citada en esta misma revista por José Hidalgo Togores (PlanetAVino número 117, diciembre de 2024), la uva Godello nació del encuentro de las herederas de una variedad francesa llegada no por el camino francés de los peregrinos jacobeos, sino por el camino viejo, el de la costa cantábrica, y otra autóctona castellana, que tuvo lugar en el entorno asturiano de Cangas de Narcea. La francesa es la prolífica Savagnin, hija de la gala Gouais y de la centroeuropea Heunisch Heiss y ancestro a su vez de viníferas como Petit Manseng, Hondarrabi y Albarín (Blanco Lexítimo). La autóctona es Hebén, de procedencia norteafricana, madre de una prole numerosa de herederas directas: Pedro Ximénez (otra leyenda desmentida por el estudio del ADN), Cayetana, Airén, Caíño Bravo (con ilustres hijas gallegas) y la mallorquina Gorgollassa, entre otras. Y entre ellas la Castellana Blanca (Castelao Branco en Portugal) que se cruzó con las herederas de Savagnin para alumbrar el Godello. La variedad se cita con su nombre a partir del siglo XII, lo que dio lugar a equívoco por ser la época de la gran expansión de los monasterios benedictinos y su querencia por el vino, la cerveza y demás bebidas alcohólicas. Despues desarrolla numerosos sinónimos en todo el cuadrante noroeste peninsular. A destacar distintas variantes de Gouveio y Godello (Agudelo, Godilho, Agodenho, Gubejo) y muchas otras, como Ojo de Gallo, Trincadente, Prieto Picudo Blanco, Verdello y Verdelho.



MAPA DE LA EXPANSIÓN DE VARIEDADES BLANCAS POR LA PENÍNSULA



la propia Galicia, que consumía mucho tinto para alegría de los productores del Bierzo pero también de otras comarcas, como Toro, a las que esa fácil salida de sus graneles hacia Galicia retrasó en su desarrollo cualitativo. Se hablaba más de la emergente Ribera del Duero, de la nueva etapa de los tintos mediterráneos, de variedades francesas y de los nuevos riojas.

En blancos, estaba consolidado el papel protagonista de Rueda y crecía la fama, la viña y la producción de Rías Baixas, sustentada en la uva Albariño, aunque tuviera la aportación poco voceada de otras variedades. La mezcla seguía siendo característica definitoria en los nuevos ribeiro, en una zona que nunca termina de despegar, y las otras zonas seguían en penumbra. Incluida Valdeorras y sus godellos.

**Según la ciencia, la uva Godello nació del encuentro de las herederas de una variedad francesa y otra autóctona castellana, que tuvo lugar en el entorno asturiano de Cangas de Narcea.**

### Aromática rivalidad

La uva Albariño triunfaba, dentro y fuera de España, encaramada al trono del estrellato entre las variedades gallegas. Del blanco de Godello se hablaba mucho pero siempre quedaba como meritorio segundón, lejos de la cotización de los varietales de Albariño y similares (los rosal, condado y salnés, de mezcla, aportan marcas reconocidas pero se asimilan como albariños en amplios segmentos del mercado del vino).

Albariño y Godello son dos variedades con puntos en común, como su buena estructura, la textura glicérica no reñida con la frescura y una reconocida capacidad para envejecer. Las diferencias más evidentes están en los aromas de juventud, la exuberancia de un buen albariño frente a la sobriedad de los godellos jóvenes, y en el carácter un tanto salino de los albariños y más mineral en los godellos. Se dice que la Albariño es uva de costa y la Godello más de interior, pero eso no es del todo cierto salvo que realmente es más abundante la primera en zonas cercanas a la costa y la segunda en las comarcas interiores de Valdeorras, Bierzo y la reciente incorporación de Monterrei y Ribeira Sacra.

Por ser variedades que se presentaban con mayor frecuencia en solitario, sin mezclar con otras, Albariño y Godello entraron en cierta rivalidad. Se inició una

# ARZUAGA

En el corazón de la Ribera





VIÑEDO DE SORTE O SORO,  
RAFAEL PALACIOS, EN LA DO VALDEORRAS

VIÑEDO DE LA  
DO MONTERREI



carrera comercial en la que enseguida tomaron ventaja los vinos de Albariño, con aromas más directos y amplios y respaldados por bodegas de cierto tamaño y gestión profesional. La Godello, más sobria, proponía elegancia y una buena evolución en el tiempo que también estaba en los albariños. Factor en contra, el tamaño de las bodegas (salvo alguna cooperativa) y la gestión artesanal.

## Las dos caras del éxito

En Rías Baixas surgieron enseguida bodegas con visión cosmopolita, que vieron la necesidad de salir a vender sus vinos. La mayor parte de las bodegas de Valdeorras esperaban pacientemente a que, a la estela de un reducido puñado de casas con visión más amplia, llegaran a su puerta a comprar. El éxito sonrió a los albariños, lo que tuvo un doble efecto: una cierta banalización del segmento bajo de los vinos, que pierden carácter y expresión aromática, y en el lado contrario el desarrollo de vinos cada vez más sofisticados, complejos, elegantes y capaces de evolucionar positivamente con el tiempo.

**En la actualidad la Godello está muy por detrás de la Albariño, que multiplica por cuatro la superficie de viñedo, a pesar de su crecimiento en los últimos años.**

Esa capacidad de envejecimiento se manifestó enseguida entre los godellos, pero las marcas más avanzadas no crearon suficiente escuela. Se hablaba de Godello y se hablaba bien, pero a la hora de acudir a las fuentes, a Valdeorras o a Bierzo, después a Monterrei o Ribeira Sacra, o incluso al Ribeiro, no encontraba nivel suficiente en los vinos.

Por el contrario se podía encontrar con episodios como el de aquel *espabilado* que metió un vino de alta gama en una botella de las que vendía a un euro. Consiguió efímera fama, pero esas mentiras tienen las patas muy cortas y el resultado final es negativo, no sólo para la marca y la bodega (se ignora si también para el autor del timo) sino también para el conjunto de la zona, con un organismo común que más debería preocuparse de impulsar la calidad y respaldar a quienes la obtienen que de revindicar paternidades y absurdos intentos de monopolio sobre una variedad que está de moda pero cuyos responsables deberían poner todo el esfuerzo en consolidar su bien ganado prestigio. ■



BODEGAS MARTÍN CÓDAX, DO MONTERREI

## Viajera incipiente

«La Godello es a Galicia lo que la Verdejo es a Castilla», dejó escrito Alain Huetz de Lemps en *Viñedos y Vinos del Noroeste de España*. El geógrafo francés publicó su libro en 1967, cuando aún no se había producido la gran expansión de la uva Albariño. Se sustentaba en datos de la importancia histórica que tuvo el Godello en la región, sobre todo en las zonas de interior y en especial en Valdeorras y la Ribeira Sacra. Hasta la llegada de la filoxera, en 1882, competía en esas comarcas del valle del Sil con las uvas tintas dominantes y ocupaba en torno a un tercio del total del viñedo. En la actualidad está muy por detrás de la Albariño, que multiplica por cuatro la superficie de viñedo de Godello a pesar del crecimiento de esa uva en los últimos años, en los que ha pasado de 973 hectáreas en 2019 a las 1.509 actuales en Galicia y de 1.207 a 2.076 en el resto de España, en un periodo en el que se registra descenso en la superficie agrícola dedicada a la viña. Además, la Albariño está presente en muchas más regiones de España y ha viajado más al exterior (California, sur de Inglaterra), mientras que la Godello es aún muy poco conocida fuera de España.

Galicia y muy por detrás Castilla y León, con la excepción del Bierzo (valle del Sil, como Valdeorras y Ribeira Sacra), son los territorios más tradicionales de cultivo de Godello y en los que existe mayor superficie de viñedo plantada con esa variedad, con pequeñas cantidades en otras zonas. Curiosamente, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, no hay rastro de la variedad en su comunidad de origen, Asturias, aunque sí algo más al este, en Cantabria. A fecha 31 de julio de 2024 (al cierre de estas líneas eran los datos más recientes) hay en España 2.076 hectáreas de viñedo de Godello. La mayor parte, 1.509 hectáreas, se encuentra en Galicia. El viejo Reino de León, la parte occidental de Castilla y León, también región con presencia antigua de la variedad, suma 502. El resto son destinos fuera de su feudo tradicional de una variedad que apenas ha empezado a viajar: la tercera está al otro lado de la península, en Cataluña, que aporta 28 hectáreas, hay 18 en Cantabria y Valencia completa la reducida lista con 12 hectáreas según la estadística oficial.

# Variedades resistentes a los hongos YA ESTÁN AQUÍ LAS PIWIS

CABERNET EIDOS, MERLOT KHORUS, SAUVIGNON RYTOS Y SORELI. CUATRO NOMBRES INCORPORADOS EN AGOSTO DEL PASADO AÑO AL CATÁLOGO DE VARIEDADES COMERCIALES. ES UN REQUISITO LEGAL QUE PERMITE LA PLANTACIÓN DE CUALQUIER VARIEDAD DE UVA CON DESTINO AL CONSUMO, SEA COMO FRUTA, UVA DE MESA, SEA PARA ELABORAR VINO, VINÍFERAS. SON LAS PRIMERAS VARIEDADES PIWI, CREADAS COMO RESISTENTES A LAS ENFERMEDADES FÚNGICAS.

**D**esde mitad del siglo XIX, los viñedos europeos han sufrido el ataque de numerosos parásitos procedentes del continente americano en sucesivas crisis. Apareció primero la del hongo del oídio, que comenzó en el año 1850. Algo más tarde, la del devastador ataque del insecto de la filoxera, que apareció en 1865. Y, después, la del hongo del mildiu, que surgió en 1878.

Hasta entonces, los viñedos europeos vegetaban desde la antigüedad en unas condiciones casi idílicas. Estas plagas devastadoras tuvieron un impactísimo impacto económico en los países donde tradicionalmente se cultivaba el viñedo. Ante una situación desesperada, llevaron a utilizar unas revolucionarias técnicas de cultivo que han perdurado hasta nuestros días.

La investigación vitícola desarrolló, por una parte, determinados tratamientos fitosanitarios para controlar con bastante eficacia las enfermedades del mildiu y del oídio, que afectan fundamentalmente a la parte aérea de la vid. Mientras que, para la plaga de la filoxera, cuyos principales daños se localizan en el sistema radicular de las plantas, se desarrollaron dos técnicas de lucha. La primera acudió a la práctica del injerto de la vinífera europea con un patrón resistente de

origen americano. La segunda, mediante cruzamiento de las variedades europeas sensibles con americanas resistentes, dio lugar a los denominados *híbridos productores directos* (HPD).

La filoxera fue resuelta definitivamente mediante la mencionada técnica del injerto; se abandonó el empleo de los HPD por la escasa calidad de sus vinos. La investigación vitícola continúa en el combate de las enfermedades producidas por los hongos del mildiu y del oídio, entre otros, pero con el matiz de reducir progresivamente el uso de plaguicidas agrícolas. Todo ello desde el punto de vista de atenuar el impacto negativo que ocasionan estos productos fitosanitarios en el medio ambiente, así como mejorar la calidad de las vendimias con productos más saludables para los consumidores y, al mismo tiempo, poder reducir los costes de cultivo.

En este sentido, la mejor estrategia de lucha que se sigue en la actualidad consiste en la creación de variedades resistentes, principalmente a las enfermedades ocasionadas por los hongos, mediante la obtención de las denominadas variedades piwi, término que procede de la contracción del alemán: *pilzwiderstandsfähige*, que traducido al castellano significa *variedad resistente a los hongos*, siguiendo las siguientes líneas de trabajo.

## RESISTENTE AL OÍDIO, MILDIU Y BOTRYTIS

Se trabaja con la hibridación de variedades de *Vitis vinifera* y de *Muscadinea rotundifolia*, esta última con resistencia total a la enfermedad del oídio en su gen *Run 1*, así como de resistencia muy elevada al mildiu con su gen *Rpv 1*. También se está estudiando la posibilidad de hibridar las variedades europeas con la *Kishmish vatkana*, una variedad de *Vitis vinifera* identificada en Uzbekistán por Pál Kozma (Hungría), que también resulta resistente a las enfermedades del mildiu y oídio.

La utilización de estas diferentes especies resistentes permiten obtener variedades polígenicas, con varios genes de resistencia y por lo tanto varios mecanismos de resistencia de la viña frente a un determinado organismo patógeno. Se evita de este modo la aparición de ataques por parte del mismo microorganismo nocivo, que pueden llegar a rodear o desbordar el mecanismo de defensa desarrollado por un solo gen con un único mecanismo de defensa.

El problema de la hibridación entre la *Muscadinea rotundifolia* y las varieda-



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS





CABERNET EIDOS  
FOTO: VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO



MERLOT KHORUS  
FOTO: VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

des de *Vitis vinifera*, está en que la primera posee 20 cromosomas, mientras que las segundas tienen 19, lo que conduce en los híbridos de primera generación (F1) a desequilibrios genéticos y fertilidad reducida. No obstante, gracias a los trabajos de Alain Bouquet se han podido obtener híbridos de segunda generación (F2) fértiles con nuevos cruzamientos de un elevado número de *Vitis vinifera*. Se ha conseguido una selección de híbridos que presentan un elevado porcentaje del genoma de estas vides (más del 90 por ciento), donde se conservan íntegros los caracteres generales varietales, y con una resistencia casi total frente al oídio y muy elevada frente al mildiu.

A este grupo de variedades se las denomina *bouquet*; toman el nombre de Alain Bouquet, creador del programa de selección. A partir de estas variedades resistentes se han añadido genes de resistencia suplementaria procedentes de híbridos de vides americanas y asiáticas (Christophe Schneider 2013), que se conocen como *variedades resdur*.

La metodología alemana de hibridación se realiza con múltiples cruzamientos. No se elimina en su totalidad el ge-

noma de las especies salvajes pero no ofrecen ningún problema de esterilidad y de determinismo poligénico. En la metodología francesa los cruzamientos son muy reducidos en número, consiguiendo la práctica eliminación del genoma salvaje, salvo los genes resistentes, pero a menudo, se producen fenómenos de esterilidad y desequilibrio cromosómicos. Un ejemplo es la variedad Regent, obtenida por cruzamiento de la Chambourcin y la Diana (Sylvaner x Muller-Thurgau).

### TRANSGÉNICAS Y PIWI

Los problemas derivados de la hibridación, podrían ser resueltos mediante la de organismos genéticamente modificados o transgénicos, donde se podría extraer por clonación posicional los genes Run 1 y Rpv 1 de un híbrido de *Vitis vinifera* x *Muscadinea rotundifolia* resistente, e introducirlos directamente por transformación genética en las diferentes variedades de *Vitis vinifera*. Sin embargo, los organismos genéticamente modificados no están autorizados en la Unión Europea.

La sobreexpresión del gen Vst 1 que, genera la producción de estilbenosintesa, podría aumentar la producción de resveratrol, elevando de este modo la re-

sistencia de las vides a las enfermedades criptogámicas y, sobre todo, frente al ataque de la *Botrytis cinerea* que produce la podredumbre gris del racimo.

Recientemente, el Ministerio de Agricultura (2025) ha publicado la lista de nuevas variedades en su Registro Vitícola Nacional, donde incluye cuatro viníferas PIWIS, solicitadas por la Università degli studi di Udine y la sociedad Agromillora Iberia S.L.U. con las siguientes características:

### CABERNET EIDOS

Cruce entre Cabernet Sauvignon y Bianca (Cod. UD 58-083).

Época de brotación: medio-tardía.

Época de floración: medio-precoz.

Época de maduración de la uva: tardía.

Producción: media-elevada.

Cepa de buen vigor, con porte

semierguido. Buena a excelente

resistencia al mildiu (Rpv 3) y oídio.

Buena resistencia al frío invernal, hasta

22º C bajo cero.

### MERLOT KHORUS

Cruce entre Merlot y 20-3

(Cod. UD 31-125).

Época de brotación: media.



**Las variedades piwi están en estos momentos en los albores de su desarrollo, pero sin duda en años venideros, el sector vitivinícola podrá disponer de una amplia gama de viníferas que resolverán los problemas que ahora tiene planteados esta actividad.**

Época de floración: media.

Época de maduración de la uva: media.

Producción: más de la media.

Cepa con vigor excelente, con porte semiergido. Muy buena resistencia al mildiu (Rpv 12) y buena resistencia al oídio. Medianamente sensible a la botrytis cinerea, Podredumbre ácida y antracnosis en condiciones favorables a las enfermedades. Cuidado con la Podredumbre Negra y Excoriosis. Resistencia discreta al frío invernal, hasta 20º C bajo cero.

#### SAUVIGNON RYTOS

Cruce entre Sauvignon Blanc y Bianca (Cod. UD 55-100).

Época de brotación: media.

Época de floración: media.

Época de maduración de la uva: tardía.

Producción: media-elevada.

Cepa vigorosa, de porte semiergido, a veces semirastrero. Requiere intervenciones de poda en verde para

limitar el desarrollo vegetativo. Buena y excelente resistencia al mildiu (Rpv 3) y oídio (Ren 3). Sensible a la botrytis cinerea dada la elevada compacidad del racimo y tolerante a la podredumbre Negra. Resistencia al frío invernal, hasta 23º C bajo cero.

#### SORELI

Cruce entre Tocai Friuliano y 20-3 (Cod. UD 34-113).

Época de brotación: media.

Época de floración: media.

Época de maduración de la uva: precoz.

Producción: media-elevada.

Cepa con vigor excelente, con porte semiergido. Resistencia excelente al mildiu (Rpv 12 y Rpv 3) y buena al oídio. Sensibilidad reducida a la botrytis cinerea y podredumbre ácida. Cuidado con la excoriosis y podredumbre negra. Resistencia excelente a las temperaturas mínimas invernales, hasta 24º C bajo cero.

Según nos manifiestan personas responsables de esta sociedad, además de variedades francesas e italianas, en breve dispondremos de un amplio catálogo de variedades españolas resistentes a las enfermedades fúngicas, como las: Albariño, Godello, Tempranillo, Garnacha Blanca y Tinta, Malvasía, Viura o Macabeo, Hondarrabi Zuri y Arién, entre otras.

#### UNA CUESTIÓN SEMÁNTICA

La polémica sobre las variedades piwi viene, sobre la utilización del nombre de unas viníferas que genéticamente no son puras al cien por cien, sino que tienen un pequeño porcentaje de otro material genético. Los defensores de esta nomenclatura alegan a que ya existen desde la antigüedad variedades híbridas espontáneas, que presentan apellidos de las variedades originales, como el Cabernet Sauvignon, un híbrido natural de las Cabernet Franc y Sauvignon Blanc. Este tema se ha resuelto poniendo como nombre principal



a la variedad vinífera mayoritaria y seguido de un apellido que la diferencia. O bien, nombrarlas con una palabra diferente, como podría ser el caso del Tempranillo, que es un cruce natural de las variedades Albillo Mayor y Benedicto.

En la autorización del Ministerio de Agricultura, se hace referencia a estas cuatro variedades piwi como *Vitis L, híbrido interespecífico*. Se señala claramente su origen y las diferencia del resto de variedades que son simplemente *Vitis L*. La *L* que sigue a *Vitis*, hace referencia a la clasificación del botánico sueco Carlos Linneo, quien hizo la primera clasificación botánica sistemática de las especies vegetales. Siempre que se cita una especie, detrás se pone la inicial del naturalista que la clasifica por primera vez.

La investigación vitícola pretende no solo resolver las enfermedades producidas por hongos, sino también otros problemas de diversa índole que preocupan mucho al sector vitivinícola mundial, como son las enfermedades de madera de las vides, el combate de los virus en las plantas o, de forma muy diferente, estudiar las variedades que maduran con un bajo contenido de azúcares. Con las últimas se busca obtener de forma natural vinos de graduación alcohólica moderada.

## RESISTENCIA A OTRAS ENFERMEDADES

Las enfermedades de madera son uno de los principales problemas que se presentan hoy día en el cultivo del viñedo. Son éstas muy difíciles de erradicar con productos fitosanitarios y la obtención de plantas resistentes puede ser una buena solución de futuro. Un gen de *Vigna radiata* codificado por un aldehído reductasa, introducido en la variedad Gamay, es capaz de degradar la toxina segregada por la enfermedad de la eutypa lata (Guillén 1998), responsable de la eutipiosis. Este gen denominado *Vr-ERE* (enzima reductora de la eutipina), también ha sido introducido en el portainjerto 110 R (Legrand 2003).

La mayor parte de las virosis de la vid son introducidas por los nematodos del suelo, seres muy difíciles de erradicar, por lo que la obtención de portainjertos resistentes a los virus, puede ser de un gran interés para el cultivo de la vid. El gen de la pared proteica del virus del en-

## VINOS PIWI EN 2030 O MÁS

Las cuatro variedades *piwi* incluidas en el registro oficial, el Catálogo de Variedades Comerciales, aún deberán superar trámites para poder ser utilizadas en la elaboración de vinos destinados al consumo. Cabe recordar que, por definición, los vinos experimentales no son legalmente aptos para el consumo humano. El primer paso es que alguien (un viticultor, una bodega o un vivero) solicite en su comunidad autónoma la inscripción de la variedad entre las autorizadas en ese ámbito geográfico. Aprobada esa incorporación, se incluirá en otro catálogo, el correspondiente al *Potencial Vitícola*, que se publica en el BOE, en el que aparecen las variedades de uva de vinificación autorizadas en cada comunidad autónoma.

A partir de ahí, el viticultor podrá plantar la nueva variedad. En el mejor de los casos y con una agilidad insólita en los trámites previos, eso sería en este año 2026, más bien en 2027, si es que los viveros pueden aportar planta (serían planta importadas de Italia, cuyos viveros parecen que presionan para abrir las puertas reglamentarias). Despues pasarán otros dos o tres años para obtener una primera cosecha. Y no menos de dos meses para tener vino joven, a la espera de la decisión de la bodega para saber qué hacer con ese vino. 2030 es un horizonte optimista para probar los primeros vinos *piwi* comerciales.

trenudo corto se ha introducido en varios portainjertos con éxito (Krastanova 1995), como por ejemplo en el portainjerto 41 B injertado de Pinot Meunier en un viñedo contaminado de virus. Otra línea de investigación está basada en la resistencia directa al nematodo *Xiphinema index* de la especie *Muscadineae rotundifolia* (Bouquet 2006).

Además de las enfermedades debidas a los virus, existe una prioridad para combatir otras enfermedades de degeneración, como la flavescencia dorada o la madera negra, causadas por fitoplasmas y transmitidas por vía aéreas mediante insectos vectores.

## BAJA PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

En el desarrollo del programa de selección de Alain Bouquet, mediante el cruce entre la *Muscadiniá rotundifolia* y diferentes variedades de *Vitis vinifera*, en la búsqueda de obtener variedades de uva resistentes a las enfermedades criptogámicas, especialmente frente al oídio, se obtuvieron algunos individuos capaces de producir vendimias maduras pero con niveles más bajos de azúcar y en consecuencia vinos de menor contenido en alcohol, aún en situaciones de climas cálidos y secos, o en situaciones de vendimias tardías.

A partir de la colección de genotipos resistentes al oídio se obtuvieron un grupo de genomas con baja producción de azúcares. Especialmente en un cuarto y quinto retrocruzamientos con las viníferas Moscatel de Hamburgo, Madina, Italia y Alphonse Lavallée, se lograron individuos con más de un 97,5 por ciento de *Vitis vinifera*, que prácticamente conservan todo el carácter de estas variedades pero que limitan su producción de azúcares en una horquilla entre 170 a 200 gramos por litro y son capaces de producir vinos con una graduación alcohólica comprendida entre 9,5 y 11,5% vol.

Estas nuevas variedades llegan a alcanzar su completa maduración, pero con niveles más bajos de producción de azúcares, siendo más bajo el momento de parada de carga de azúcar, pero ello no implica que los contenidos en acidez, aromas, polifenoles, etcétera, alcancen su completo desarrollo y total formación.

Las variedades *piwi* están en estos momentos en los albores de su desarrollo, pero sin duda en años venideros y con técnicas cada vez más perfeccionadas, el sector vitivinícola podrá disponer de una amplia gama de viníferas de gran calidad y tipicidad, que resolverán, en todo o en gran parte, los problemas que ahora tiene planteados esta actividad. ■



# Esto es un ~~tapón~~ **DIAM**



## **Diam, la nueva tradición.**

Nuestra tecnología única e inigualada revoluciona desde hace 20 años la crianza en botella y la guarda de los vinos tranquilos y espumosos.

Somos los primeros y seguimos siendo únicos, los auténticos guardianes de los aromas, orgullosos de forjar a diario con los viticultores esta nueva tradición.

Descubra cómo en: [www.diam-cork.com](http://www.diam-cork.com)





DE VINOS POR ...  
MARA SÁNCHEZ



# Almendralejo

No es hasta la fecha este municipio pacense uno de esos lugares que van a situarse en el imaginario colectivo entre las villas más populares para salir de vinos dado lo ajustado de su oferta más especializada. Pero dicho esto, sí es de las que defiende en sus barra y enotecas el producto de cercanía, es de suponer que, primero, porque Almendralejo es el corazón de la Denominación de Origen Ribera del Guadiana y, además, los almendralejenses parecen tener claro que, si no son ellos quienes den valor a sus vinos, más complicado va a ser encontrar en el resto del país demasiado hueco ni eco.

No es una ciudad pequeña, se acerca a los 35.000 habitantes, es cuna del gran poeta del romanticismo José de Espronceda, y entre sus curiosidades sobresale una particular plaza de toros, fechada en 1843, con bodega subterránea montada bajo las gradas (donde alberga 29 conos con 750.000 litros de vino) tras adquirirla un siglo después un bodeguero local que re-

paró en las buenas condiciones de temperatura y humedad que ofrecía ese espacio.

Esa singularidad ilustra la larga tradición de Almendralejo como centro de producción vinícola. Una producción a la que añadieron cavas a partir de los años ochenta. Casi dos décadas después echaba a andar la DO Ribera del Guadiana, que actualmente ampara a 21 bodegas, algunas de las cuales ya cuentan con planes de enoturismo para acercar al consumidor a sus elaboraciones.

En este marco proponemos una ruta de vinos por la ciudad que hemos querido completar con alguna dirección en Mérida ya que son tan solo unos treinta kilómetros los que separan ambas localidades. Por eso, una buena excusa para pasear por la capital extremeña y entre vinos disfrutar de su patrimonio arqueológico, además de sumar alguna alternativa recomendable para eso de salir de vinos.

Tienda gourmet, tapas (embutidos, conservas, tostas...), además de buen ambiente y selecta bodega es la propuesta



de **La Lonja 77** (Badajoz, 1). Un local para ir sin prisa, con el producto extremeño como reclamo principal. Con horario ininterrumpido desde mediodía y hasta casi la medianoche, tienen amplia selección de vinos y cavas por copas y por botellas.

Se sitúa en la misma calle que el **Museo del Vino** (Badajoz, 6), un restaurante reconocido por sus elaboraciones a la brasa con una también reseñable selección vinícola en la que priorizan las etiquetas de la tierra. Tienen zona de barra, aparte de terraza, donde se pueden tomar por copas con algunas raciones o un



A partir de aquí las opciones vinícolas nos llevan a alguna de las bodegas de la Ribera del Guadiana pues no son todas las que cuentan con zona degustación. De las destacadas sin duda **Palacio Quemado**, en la carretera de Almendralejo a Palomas, y **Pago los Balancines**, esta más cerca de Mérida. **Bodegas Orán** y **Bodegas Romale** son dos de las situadas en el municipio de Almen-

tapeo más informal. También cuentan con espacio para la venta y forman parte de la Ruta del Vino Ribera del Guadiana.

Como sitio especializado está **Puzzle Vinoteca - A comprar vino** (Luna, 23), cuyo nombre compuesto responde a que Puzzle era como se llamaba el local original y A comprar vino la tienda *on line* y club de vinos de sus nuevos moradores. Dos conceptos de negocio que ahora conviven en la misma dirección tras la reciente jubilación de los anteriores propietarios y fundadores del espacio. La oferta de vinos es rica y muy amplia, con especial atención a los pequeños productores que operan en los alrededores. Es un lugar estupendo para acercarse y descubrir los vinos extremeños presentados como merecen y servidos en inmejorables condiciones. Completan la vinoteca con conservas, mieles, aceites de oliva, frutos secos, etcétera. Además, hacen paquetes y envoltorios muy bonitos si se compra algo para regalar.

El restaurante **Nandos** (Ricardo Romero, 12) es uno de los destacados en la hostelería de la ciudad por su cocina y también con una variada bodega, no extensa pero elegida y de dominio nacional. Cuentan con una pequeña barra a la entrada del establecimiento para una primera toma de contacto.

Entre los bares populares de Almendralejo los lugareños coinciden en **Casa Agustín** (Frailes, 8) como referente para disfrutar de comida casera, raciones abundantes y para la que proponen unos cuantos vinos. No es la bodega lo que les identifica, pero alguna copa se puede rescatar.

Y el que parece no puede faltar es **El Abuelo** (Escribano, 24), un local inaugurado en 1971 y famoso por sus migas en lo que a la cocina se refiere. Pero aquí sí hacen además una defensa de los vinos y cavas de la tierra.



dralejo y en sus instalaciones ofrecen distintas alternativas para tomar sus vinos, solos o acompañados. Por último, se puede sumar el restaurante **Martínez Paiva** (de la bodega del mismo nombre), en la carretera nacional 630, también dentro del término municipal de Almendralejo. Un estupendo espacio para tomar sus vinos por copas y por botellas.

En cuanto a la visita a Mérida, hay que tener en cuenta también que es una ciudad Patrimonio de la Humanidad que recibe gran cantidad de turismo y por esa razón cuenta con toda clase de establecimientos (para un público variopinto).

to). La recomendación lleva a tres paradas en las que tomar un vino en condiciones es factible.

Seguro que habrá otras tantas direcciones que se puedan sumar, pero para abrir boca se puede comenzar en **A de Arco** (Trajano, 8. Mérida) junto al monumento Arco de Trajano y con una terraza estupenda por localización para tomar sitio si el tiempo acompaña. Sin duda uno de los mejores locales de Mérida; cuentan con una carta de vinos en la que hay un poco de todo, pensando seguro en ese variado cliente que les puede visitar. Opción de vinos por copas para un buen tapeo y después seguir la ruta.

**La Milanesa** (avenida de la Libertad, 51. Mérida) es otro de los destacados, si bien en su carta se aprecia una representación más que ajustada de los vinos de la región. En todo caso si es un lugar acertado para tomar vinos por copas. Está situado a orillas del Guadiana, es famoso por los arroces y las carnes a la brasa, y también tiene una terraza con vistas que se puede utilizar cualquier día del año al estar climatizada.

Y la tercera pista es **Trece Uvas** (Berzocana, 15. Mérida) en cuya carta de presentación queda mencionada la «cultura del vino»; lo cierto es que muestran interés vinícola, hay representación de los vinos de la zona y el trato es profesional. A partir de aquí, como ya se ha apuntado, el descubrimiento de otros locales vendrá de la mano de un recorrido más o menos largo y curioso por las calles del centro emeritense. Pero entre ambas ciudades, y con dedicación, uno se puede llevar puesto (y con conocimiento) el sabor de los vinos extremeños. ■



## PISTAS



### AMICS BUENA BODEGA COMARCAL

**H**ay locales en los que el comensal, más que un cliente, parece rehén de un esquema rígido. Es lo que ocurre en Amics, una de las mejores opciones en el interior del Priorat, donde todo está regulado y hay pocas opciones, para empezar con los horarios de comedor, sólo a mediodía y en fin de semana con reserva previa. En la parte sólida, dos menús, con bastantes platos pero sin opciones, a 49 y 64 euros, sin contar el vino y con añadido de dos euros por el pan de coca con aceite. En la parte líquida parecen pensar que aquí no se viene a beber rioja o borgoña; carta amplia pero sólo con vinos de la DOC Priorat y de la DO Montsant, es decir carta comarcal, limitada a los productos del Priorato histórico. Se puede acudir con botella propia, con descorteche disuasorio de cinco euros por copa. Menos mal que hay vinos sensacionales y la cocina, sustentada en intachable calidad y productos cuando se puede, de cercanía, tiene un nivel estupendo.

Los responsables son Rosemar Lima y Marc Pi, que se conocieron en 2004 en el restaurante Irreductibles, que abrieron los vinateros René Barbier y Sara Pérez en el centro de Gratallops. Después desarrollaron su profesión en distintos locales del Priorato hasta que en 2023 se instalaron en Amics, restaurante situado sobre las instalaciones de la bodega Buil & Giré, en lo alto de una colina rodeada de viñedos. Comedor de reducidas dimensiones pero con una amplia terraza desde la que se domina un excepcional paisaje de la abrupta orografía prioratense, con empinadas pendlas pobladas por viñas. Cuenta también con tienda de vinos.

La oferta gastronómica es sugestiva, imaginativa y bien culminada, a veces con recursos que rozan la genialidad, y las restricciones se pueden esquivar con una amplia lista de platos para llevar. La vinícola es sensacional a pesar de la constreñida geografía de origen, con casi todos los grandes vinos de las dos denominaciones de origen, que son respetados en el servicio (temperatura, buenas copas) y también en precios que no ponen en fuga al viajero. ■ **UPM**



**AMICS**  
CTRA. GRATALLOPS -  
LA VILELLA BAIXA, KM. 11,5  
(BODEGA BUIL & GINÉ)  
TEL.: 667 732 042  
DOS MENÚS, 49 Y 64 €  
(SIN VINO, SIN PAN)



### KOMO TAL VEZ EL MEJOR DE ALMERÍA

**N**ació de un chiringuito de playa y creció, como Roquetas, en estrecha vecindad con dos mares, el Mediterráneo y el mar de plásticos de una de las zonas poderosas de los cultivos en invernaderos almerienses. Su origen está en el Altiplano de Granada; y fue culpa de las cabras. Jesús, un pastorcillo de muy corta edad, cuidaba en el monte de Freita de las cabras de la familia, se distrajo y los animales devoraron los plantones recién hincados de los olivos de un vecino. Incapaz de afrontar el estropicio, huyó para ponerse al amparo de su hermano, trabajador en la hostelería en la costa de Almería, que pagó las 20.000 pesetas que costaba el estrago. Jesús pagó a su hermano, pudo ayudar a la economía familiar y puso en marcha el Chiringuito Nido Playa, en Roquetas de Mar, que crecía sin elegir entre turismo y agricultura hidropónica, sino optando por la convivencia de ambas industrias. Hace unos veinte años abrió Komo, creado con el apellido *restaurante chill out*, y valorado por muchos como el mejor restaurante de Almería. Tres patas sustentan el local: producto de calidad, cocina de corte actual y un servicio ágil y eficaz, con profesionalidad poco frecuente en locales con la afluencia que tiene Komo. Excelente capítulo de pescados y mariscos, buenos arroces (negro y meloso con bogavante destacan entre media docena larga de opciones) y carnes que no desmerecen en absoluto a sus compañeros marinos y cae en esa tentación de la vaca «madurada».

En el capítulo líquido hay una buena selección de marcas de calidad, no sólo las más conocidas sino también otras de ámbito más reducido en cuanto a difusión y fama. La lista no es de esas eternas (unas cincuenta referencias) y tampoco resulta corta, sobre todo porque es variada en los estilos de vinos. Sin tacha en cuanto a copas y perfecta temperatura de servicio y sin locuras en cuanto a precios. Una sola pega: sólo tres opciones en vinos por copas, dos tintos y una manzanilla. Ambiente grato, incluso en aglomeraciones y aunque el barrio de ensanche no acompañe (a cambio, se aparca bien), en un comedor con aire de terraza pero cerrado y bien acondicionado. ■ **MN**



**KOMO**  
CTRA. CIUDAD DE CÁDIZ, 16.  
ROQUETAS DE MAR (ALMERÍA)  
TEL.: 590 039 645  
PRECIO APROXIMADO POR  
PERSONA (SIN VINO): 65 €



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



## AMETS

ALMA VASCA, VINOS DE AUTOR

Diego Sánchez acaba de cumplir un año en este rinconcito del barrio de Conde Duque. Pone pies en tierra después de pasar por cocinas de estrellas Michelin, chalets en los Alpes, villas en St. Tropez y yates que navegaban entre Mónaco y el Caribe. En Amets, que significa «sueño» en euskera, la cocina vasca se reinventa en clave de autor, atendiendo a las raíces de este cocinero formado en el Basque Culinary y con familia donostiarra, aunque nacido en la localidad madrileña de Tres Cantos. El sueño era volver a Madrid en un espacio en el que reflejar lo aprendido por el mundo con una cocina bien hecha, sin pretensiones, que a la vez sorprende por su evolución donde la temporada y el mercado son los protagonistas y la apuesta son los ingredientes de proximidad, ecológicos y sostenibles.

La carta abre con una selección de *pintxos* de autor con un guiño a los clásicos pero con giros inesperados. El menú «cambia al capricho de la naturaleza», con platos de pescados y carnes para compartir completan la experiencia con postres que recuerdan a la infancia. Para maridar, unas 60 referencias de vinos ecológicos y de pequeños productores de España, Francia, Italia y Portugal, con una veintena disponibles por copas (entre 4,50 y 15 €). «Quiero dar a conocer estos vinos no tan conocidos, que tienen grandes historias detrás y que contamos a los comensales mientras se los servimos, aunque también tienen cabida los clásicos», comenta Diego. Buen número de txacolí y vinos del País Vasco y espumosos de jóvenes bodegas donde se incluye algún vino natural, junto a algunas cervezas de autor que fabrican vecinos y conocidos. Desde la barra, donde se puede comer, hasta la zona de mesitas bajas, todo invita a quedarse y volver. Amets está lleno de referencias a sus orígenes vascos a través de un panel retroiluminado con símbolos como los caseríos, el *eguzkilo* (esa flor que protege los hogares) y hasta un guiño al Peine del Viento de Chillida. Y aunque Conde Duque fue nombrada una de las calles (o barrios) más cool del mundo en 2024, por ser epicentro de cultura, moda y gastronomía, no deja de ser un remanso de paz fuera del fin de semana. ■ **Mar Romero**



**AMETS**  
LIMÓN, 15. MADRID  
TEL.: 919 952 171  
PRECIO APROXIMADO POR PERSONA (SIN VINO): 40 €



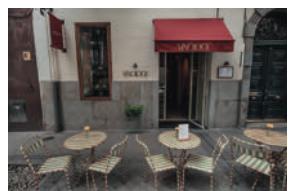
## VINOLOGY

WINE-BAR CON FUNDAMENTO

Pilar Oltra es mendocina, criada en Francia y residente en España desde hace veinte años. Relacionada con el vino desde su infancia, en diciembre de 2011 abrió su primer local en el barrio de Salamanca. Recientemente apostó por otro, Vinology en Chamberí donde practica la misma filosofía y con los mismos y exitosos fundamentos: amplia y cosmopolita selección de vinos (500 referencias de las que 60 se pueden tomar por copa). Unos y otros no son fijos, los va cambiando, pero el número no quiere que cambie. No más de 500 referencias. Elige preferentemente marcas de pequeños productores españoles y hace una selección de vinos de los dos países de su vida, Argentina y Francia.

Vinology es un lugar donde disfrutar del vino a cualquier hora del día. En la barra, mesas altas, o el nivel superior, con la bodega a la vista y unos confortables sillones para poder disfrutar, desde las 13,00 h hasta pasada la medianoche, de cualquier copa y picoteo frío. O simplemente tomar una copa a media tarde. Hay momentos en los que no apetece comer nada con un vino y se prefiere disfrutar sólo. En el agradable comedor del nivel bajo y en horarios de cocina, almuerzos y cenas, ofrece cocina de alto nivel y calidad, sin alharacas tecnoemocionales, repleta de sabor, suculencia y fundamento, diseñada para buscar novias a los vinos ofertados. Recuerdo el famoso restaurante Lucas Carton en París, donde hace años oficiaba el inolvidable Alain Senderens, que elegía los platos en función de los vinos. Fue el chef amante del vino por antonomasia, cuestión poco fácil de encontrar y menos hace años.

Javier Goya, del conocido restaurante Tricicle, es el joven y reputado chef responsable de la cocina de Vinology que ha sabido diseñar los platos en función de los vinos. Gamba roja al ajillo, con manzana de Sanlúcar, anchoa sobre pan brioche, mantequilla ahumada y papada ibérica, steak tartare, tuétano, jugo de carne y vino de Jerez, rabo de vaca guisado a baja temperatura, lubina salvaje con salsa de vino tinto o bizcocho borracho con amontillado, cremoso de chocolate y naranja caramelizada son algunas de las alternativas que ilustran la cocina de Vinology. ■ **Paz Ivison**



**VINOLOGY**  
ZURBANO, 13. MADRID  
TEL.: 915 272 066  
PRECIO APROXIMADO POR PERSONA (SIN VINO): 70 €

# Campanadas con estrella y estrelladas A morro y con cerveza

POLÉMICA EN CATALUÑA POR LA RETRANSMISIÓN EN TV3, LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA, DE LAS CAMPANADAS QUE MARCABAN EL PASO DE 2025 A 2026. MAL INICIO DE AÑO PARA TODOS EXCEPTO TAL VEZ PARA ESTRELLA GALICIA, LA MARCA DE CERVEZA CON LA QUE LOS PRESENTADORES TELEVISIVOS BRINDARON. LA GENERALITAT SOSTIENE QUE «NO SE PUEDE PERDER EL BRINDIS DE FIN DE AÑO CON UN ESPUMOSO CATALÁN», PERO TAMBIÉN HA HABIDO DECLARACIONES MÁS O MENOS AIRADAS DEL SECTOR DEL VINO.

La imagen de Miki Núñez y Laura Escanes bebiendo a morro cerveza (Estrella Damm) en el brindis tras las campanadas de TV3 ha levantado ampollas en el sector del vino espumoso catalán. Tal es el enfado que las 19 bodegas que forman parte del colectivo de elaboradores de espumosos Clàssic Penedès (DO Penedès) han hecho llegar una queja formal «a diversos niveles de gestión» de TV3 y la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) por la elección de una cerveza como publicidad por emplazamiento. En los últimos años el brindis de las campanadas de TV3 se había realizado con el cava Reserva de la Familia de Juvé & Camps pero en esta ocasión la cadena pública de televisión catalana no les dio opción para repetir su patrocinio. No solo en TV3 la cerveza fue protagonista tras las campanadas. Cristina Pedroche y Alberto Chicote en Antena 3, y los presentadores de Televisión de Galicia (TVG), mostraron lingotes de hielo de Estrella Galicia. Con ello esta marca cervecera, nacida en 1906, quiso recordar en su 120 aniversario que se fundó como una fábrica de cerveza y también de hielo artificial.



Al director general del Institut Català de la Vinya i el Vi (Incavi) de la Generalitat, Joan Gené, le han llovido los mensajes mostrando la perplejidad por el brindis con cerveza de forma poco glamurosa. Incluso ha comentado la cuestión con el conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya, Òscar Ordeig, y asegura que «se hablará con TV3». Joan Gené es del parecer que «no se puede perder el



brindis para celebrar el nuevo año con un espumoso catalán» y señala que «lo hecho, hecho está, pero tenemos que reaccionar para tener un espumoso catalán en el brindis tras las campanadas; el sector de los espumosos debe estar detrás, y no únicamente protestando». El director general del Incavi espera que lo de este año acabe siendo una simple «anécdota», pero no deja de apuntar que «lo que ha ocurrido no deja de ser reflejo de la desunión del sector». En este sentido añade que «mientras el sector de los espumosos se pierde en discusiones entre ellos, la cerveza nos pasa por al lado». El presidente de la DO Cava, Javier Pagés no alcanza a entender «cómo se ha podido cambiar una tradición tan histórica como la de brindar con cava».



Reconoce que «no tenemos ningún derecho» y hace notar que «se puede brindar con cualquier bebida, pero no es menos cierto que no hay un producto tan ligado a la celebración, de toda la vida, como es el cava». Pagés añade que «evidentemente, cada medio es libre de celebrar como quiera la llegada del nuevo año, pero no puedo ocultar que nos ha sorprendido que TV3, como televisión pública catalana, haya optado por brindar con cerveza en lugar de cava. No se trata de un producto más: el cava es símbolo de celebración por excelencia, está profundamente arraigado en nuestra cultura y en nuestras tradiciones y es un emblema de nuestra tierra». Pagés subraya que «si hay un momento en que el cava cobra todo su sentido es, precisamente, en la Nochevieja, cuando millones de personas lo eligen para brindar por lo que vendrá con aquello que mejor nos representa».

Joaquim Tosas, presidente de la patronal del cava (Aecava), cree que «es muy inadecuado que TV3, que es una televisión pública que debería estar al servicio del país, no promocione el vino de la tierra de Cataluña». Sin embargo, asegura que «quien también ha fallado aquí es el propio sector del cava, que se ha dejado perder este brindis ante una marca de cerveza que ha pagado para estar presente».

El presidente de la Confraría del Cava Sant Sadurní, Eduard Sanfeliu Giró, reconoce que la imagen del brindis con cerveza le dolió. Asegura que «el sector del vino y su agricultura es muy importante para Cataluña, y me sorprende que se sustituya por cerveza, un producto menos tradicional para celebrar». Desde el colectivo Cavawomen la enóloga Eva Plazas se pregunta:



«¿La imagen que queremos transmitir es la de beber cerveza a morro en un escenario de elegancia y celebración?». El presidente de Clàssic Penedès, Josep Maria Albet, llega a afirmar que «el sector del viñedo y el vino está muy dolido, diría que cabreado, y se siente traicionado por la dirección de TV3 y la CCMA». Apunta que «toda la gente del mundo de la viña y el vino lo hemos vivido como una bofetada que hunde aún más nuestro sector y el Penedès de forma más clara que ninguna otra zona». Josep Maria Albet señala que «lo vemos como una ruptura clara de una manera de hacer y vivir tradicional por el acuerdo comercial con una cervecería con 4.500 trabajadores que, seguramente, ha sabido aprovechar el momento de apremio presupuestario por parte del Gobierno de la Generalitat. No debería haberse llegado a este punto, ya que el Gobierno del país tendría que marcar unas líneas rojas que la CCMA no tendría que poder traspasar nunca y cargarse una tradición y un sector por dinero a corto plazo y tener que financiar y subvencionar a medio plazo todo un sector de la viña y el vino, con más de 29.000 personas que vivimos de él, y que está perdiendo mercado en el mundo por ataques de los higienistas, contracción del consumo y cambio de hábitos de la

juventud». Por todo ello, explica, «no ayuda nada esta pérdida de presencia en las tradiciones». A través de un comunicado, la DO Penedès ha calificado de «inopportuno» que la pareja de presentadores de las campanadas de TV3 celebraran el nuevo año con un brindis con cerveza que «se bebió de forma poco elegante, aunque la ocasión pedía lo contrario». Recuerdan que Cataluña es un territorio con una gran cultura vitivinícola y que «la decisión de escoger la cerveza y no optar por los vinos o espumosos del territorio desprecia el trabajo incansable de viticultores y elaboradores que trabajan para ofrecer productos de gran calidad y preservar el paisaje y la herencia vitivinícola».

Por su parte, al presidente de la marca colectiva de espumosos del Penedès Corpinnat, Pere Llopert, le ha parecido «muy mal» el brindis con cerveza, pero reconoce que «entrar en una subasta publicitaria como está ocurriendo con el último anuncio del año y el primero es complicado si no recibimos el apoyo de las administraciones. No sólo deberíamos recibir el apoyo de las administraciones catalanas sino también de un Ministerio de Agricultura del que depende la DO Cava». Como «un despropósito» califica el

presidente de la Associació Catalana d'Enòlegs, Pere Campos, que «pase esto en un país donde tenemos los mejores espumosos para brindar y celebrar». Y a la presidenta de la Associació Catalana de Sommeliers, Anna Vicens, le da «entre rabia y tristeza» un brindis con cerveza que califica como «deplorable». Lo lamenta profundamente y manifiesta que «¿cómo puede ser que en un país productor de grandes espumosos y vinos como el nuestro tengamos que estar brindando con cerveza?» Anna Vicens tampoco entendería un brindis «con una sangría o con refrescos carbonatados y azucarados».

Incluso han llovido críticas desde los representantes de los viticultores. Josep Marrugat, responsable de la viña y el vino del sindicato agrario Unió de Pagesos, considera que «vamos hacia atrás», y lamenta que «ya bebemos más cerveza que vino; es una realidad que hace pensar».

TV3 volvió a liderar en Cataluña durante las campanadas. La cadena pública registró 1.066.000 espectadores y un 40,5 por ciento de cuota de pantalla, superando notablemente las cifras de la anterior edición, en la que registró 874.000 espectadores y un 32,7 por ciento de cuota. ■ Ramon Francàs

## 40 años de la UEC CATA A CUATRO ANGULOS

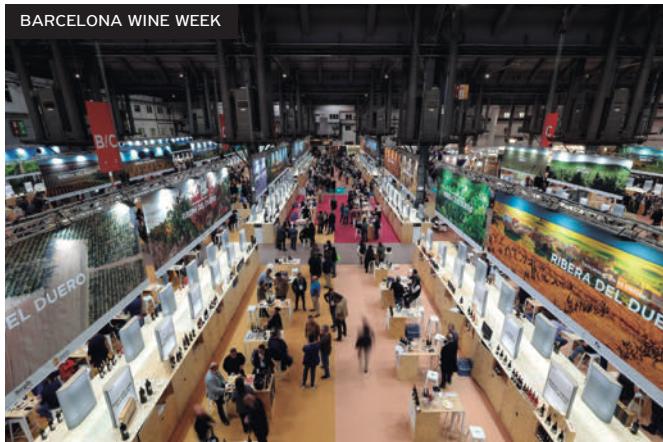
Acostumbrada a convocatorias de todos los tamaños, desde sus cursos de cata o sus presentaciones de zonas, tipos de vinos o bodegas, hasta la gran cita anual de los Premios Bacchus, la UEC tenía que idear algo diferente para celebrar sus cuatro décadas de trayectoria. En lugar de convocar a sus figuras históricas o de montar un espectáculo de autobombo, organizó una cata de diez vinos de Rioja (la DOC Rioja, también en fastos de aniversario, patrocinaba la gala), presentado a cuatro manos por representantes de las bodegas productoras y una

decena de socios de la Unión Española de Catadores. Cata cuadrangular con la pareja encargada de la presentación, los vinos y el numeroso público, socios de la UEC y otros aficionados, que obligó a sacar la convocatoria de la sede de la asociación y llevarla a un hotel cercano. Se cataron dos vinos blancos y ocho tintos. Por orden de aparición, fueron Remelluri (Granja Nuestra Señora de Remelluri), presentado por Telmo Rodríguez y Fernando Gurucharría; Capellánía (Marqués de Murrieta), a cargo de María Vargas y Beatriz García del Pino; La Centenaria (Bodegas Martínez Lacuesta), con Javier Bañales y José Hidalgo Togores; Marvellous (Señorío de Villarica),



explicado por Pablo Fernández y Custodio Zamarra; Tapias de Marqués de Riscal (Bodegas de los Herederos del Marqués de Riscal), que correspondió a Pablo Echavarri y Pedro Ballesteros; Real de Asúa Carromaza (CVNE) para María Urrutia y Jorge Navascués; Culmen (Bodegas Lan), expuesto por María Barúa y Antonio Candelas; Amancio (Viñedos Sierra Cantabria), con parlamento de Marcos Eguren

y Andrés Proensa; Pujanza Norte (Bodegas y Viñedos Pujanza), con Javier San Pedro e Ignacio de Miguel; cerraron Ana Muga y la presidenta de la UEC, Marina García, con la cata de Muga Selección Especial. Enólogos, sumilleres, periodistas y socios de la UEC, con notable representación del staff de PlanetAVino, para una fiesta con diez marcas representativas del panorama vinícola riojano.



### Winemad, Anuga Select Ibérica FIJACIÓN FERIAL

Quizá por mirar en espejo ajeno, quizá por esa pulsión cainita que empuja a la rivalidad y no a la colaboración, tal vez por cierta fijación con Cataluña de algunos de los responsables de las instituciones madrileñas. O es posible que por todo ello. Lo cierto es que se anuncian dos iniciativas feriales madrileñas en las que participa Ifema, entidad semipública (es un consorcio en el que participan, a partes iguales, la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid y la Cámara de Comercio, con una parte minoritaria de la Fundación Montemadrid) propietaria del recinto ferial del Campo de las Naciones, de Madrid. Se presentan dos ambiciosas citas, una con el vino otra con la alimentación, que llegarán en mayo y en febrero de 2027. La primera será Winemad (Madrid International Wine Fair), iniciativa privada que se celebrará en su primera edición (no se ha comunicado su periodicidad) del 27 al 19 de mayo y tiene todo el perfil de buscar dar la réplica a la Barcelona Wine Week, convocatoria anual (sucesora de la un tanto errática Intervin, que entró y salió del ámbito de

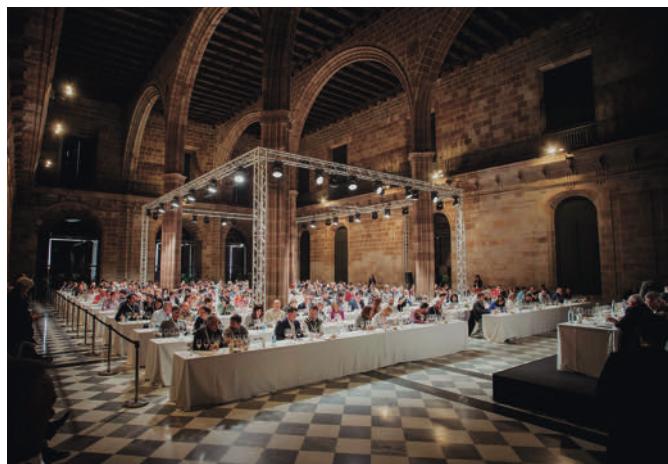
Alimentaria), que se va a desarrollar en Barcelona del 2 al 4 de febrero. Para la feria de alimentación y bebidas Anuga Select Ibérica, Ifema se ha aliado con Anuga, que se celebra en Colonia en octubre de los años pares. Sigue el esquema de su rival europea, Alimentaria, organizada por Fira de Barcelona, como un conglomerado de salones sectoriales, coincide en fechas (6 al 8 de octubre la cita barcelonesa, también octubre la alemana). Anuga Select Ibérica será en febrero de 2027 y asume dos ferias que ya se celebraban en Madrid, Meat Atraction (carne) y Bakery and Ice Cream Atraction (panadería, pastelería y heladería), y va a incorporar otros siete capítulos: lácteos, bebidas, bebidas calientes, productos gourmet, nuevos alimentos vegetales, productos ecológicos y congelados, refrigerados y frescos. La nueva cita podría inquietar a Alimentaria, que celebra medio siglo de trayectoria, pero quizás más aún al Salón Gourmets, que en 2027 cumplirá cuarenta ediciones anuales y que ocupa también espacios de Ifema en el mes de abril (este año, del 13 al 16). Y también a la faceta expositiva de Madrid Fusión, que abre el curso; se celebra cada año desde 2003 en el mes de enero a febrero.

El nuevo certamen vinícola madrileño afronta una tradición histórica de fracasos en los intentos de poner en marcha una feria de vinos importante en la capital, que también es uno de los mercados más destacados para el vino nacional e internacional. Ese limitado ámbito geográfico, reducido poco menos que a Madrid y a la región central, no ha sido superado por las ferias gastronómicas y vinícolas, con la excepción de Madrid Fusión, que, paradójicamente, es la única que, llevando en su nombre (en castellano) la referencia de Madrid, ha superado la frontera regional e incluso en cierta medida la nacional.

### Cata por parejas de Vila Viniteca SECTA DE CATADORES

Después de 17 citas anuales, en el Premio Vila Viniteca de Cata por Parejas hay muchos rostros que se repiten. Se reconocen, se saludan, se preguntan por la familia y se citan para el año siguiente o para las sesiones de *entrenamiento*. Y no es nada fácil la cita. Primero deberán mostrar pericia y reflejos para inscribir la pareja de catadores en una convocatoria que se

realiza por internet y se cierra cada año con una marca que parece imbatible: en esta ocasión las 125 parejas quedaron inscritas en 2 minutos y 54 segundos. Es la primera selección de un concurso de catadores que requiere un punto de suerte, en la inscripción y en el desarrollo de las pruebas, conocimientos previos y entrenamiento: hay auténticos clubes de cata en los que se preparan unos catadores, profesionales y aficionados, que forman una comunidad, una especie de secta que intenta interpretar la retorcida filosofía de la organización a la hora de plantear los vinos que se escudriñan en cata ciega (sobre todo del catálogo de Vila Viniteca pero no solo). Fieles a la convocatoria son auténticos estajanovistas y casi profesionales de la cata. Muchos son los llamados y pocos los elegidos en esa gincana vinícola, pero la meta es suculenta: premios de 35.000 euros para la pareja campeona, 10.000 para la segunda y 5.000 para la tercera pareja clasificada. Este año se celebrará en Barcelona el 22 de febrero. Para participantes y público se ha organizado una miniferia con más de 30 bodegas; una marca de quesos aportará la necesaria parte sólida.



Para suturar heridas de guerra:  
hilo quirúrgico, pinzas e ideales.



# TUS IDEALES TAMBIÉN CURAN

Independencia | Compromiso | Humanidad



Entra en  
[idealesquecuran.com](http://idealesquecuran.com)



# 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 (IMPRESCINDIBLE PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA)

DIRECCIÓN

TELÉFONO

CÓDIGO POSTAL

LOCALIDAD

PROVINCIA

PAÍS

CORREO ELECTRÓNICO

DESEO SUSCRIBIRME POR EL PERÍODO DE

- UN AÑO (6 NÚMEROS) AL PRECIO DE 30€  
 DOS AÑOS (12 NÚMEROS) AL PRECIO DE 50€

A PARTIR DEL NÚMERO \_\_\_\_\_ DE PLANETAVINO  
CORRESPONDIENTE AL MES DE \_\_\_\_\_

FORMA DE PAGO

CHEQUE ADJUNTO N°

DEL BANCO/CAJA

CARGO EN CUENTA N°

IBAN

BIC

FIRMA

## Instituto Español del Vino AMBICIÓN DOCENTE

Una iniciativa «con vocación de convertirse en la primera institución académica del mundo del vino de carácter hispano», que convertirá a sus creadores en «el principal referente académico y profesional en el mundo de habla hispana». Así presenta el pujante Grupo Paraguas el Instituto Español del Vino (IEV), que ha puesto en marcha en colaboración con el Instituto para el Desarrollo de la Gastronomía y el Turismo, una sociedad mercantil creada en 2023 dedicada a la formación en el campo de la hostelería.

## Grupo Paraguas

EXCLUSIVE DINING & HOSPITALITY

La nueva institución docente se estrenará el próximo septiembre con un Máster en Alta Sumillería. El Grupo Paraguas, creado en 2004, cuenta con diez restaurantes en Madrid, entre ellos el exclusivo The Library, inaugurado a finales de 2024 a unos pasos de la Puerta de Alcalá, y tiene establecimientos en Londres, Montecarlo, Dubai y Miami. Un conglomerado en expansión que anuncia nuevas inauguraciones que seguirán a la nueva Bodega de Lagasca, que es el sustento vinícola de una cadena hostelera que dice descorchar 350.000 botellas de vinos al año y tiene en plantilla «más de 80 sumilleres y expertos en vino».



### El Foro NESI crea BarES SALVAR LOS BARES

Según informó Radio Soria (Cadena SER), el 31 de diciembre finalizó la breve experiencia de mantener abierto el único bar del pueblo puesta en marcha por el ayuntamiento de Beratón, en Soria, el municipio más alto de la provincia (1.391 metros sobre el nivel del mar) y el más oriental de Castilla y León. El consistorio soriano había ofrecido vivienda rehabilitada y la explotación del bar como estímulo para atraer una familia al pueblo de 38 habitantes (en cifras de 2025). Ni ese incentivo ni el apoyo municipal ni el respaldo de

la comunidad autónoma fueron suficientes. Al parecer, el duro invierno en este lugar de las estribaciones del Moncayo ha sido la causa principal del desánimo de los concesionarios, que abandonaron el proyecto solo dos meses después de reabrir el bar. Beratón es uno de los 1.321 pueblos de España que han perdido su único bar, según datos facilitados por el Foro NESI, organización sin ánimo de lucro que ha revelado que otros 2.699 pueblos cuentan solo con un bar. Foro NESI ha presentado la iniciativa BarES, que se expone bajo el lema «salvemos el último bar del pueblo». BarES defiende la función de esos establecimientos como «espacios de encuentro,

aquejados pequeños servicios que articulan la vida social cotidiana», afirma Diego Isabel

La Moneda, director de Foro NESI. «En los pueblos, ese papel lo cumplen los bares, que actúan como centros sociales espontáneos, dinamizadores culturales y espacios de apoyo emocional para mayores, familias y jóvenes. Cuando un bar cierra, no solo desaparece un negocio: se apaga una parte de la comunidad y se debilita el equilibrio territorial».

El representante de Foro NESI sostiene que «un bar de pueblo no es solo un negocio; es el lugar donde la comunidad existe. Si desaparece, el territorio se apaga un poco más. Con BarES queremos darles voz, apoyo y futuro». Ideas para el apoyo incondicional de la Comunidad de Madrid y el ayuntamiento capitalino, entre otros, a la hostelería y sus invasivas terrazas: La asociación de empresarios del sector estará tomando nota.

### Plan de la Diputación Provincial BURGOS ES VINO

Dicen los productores cercanos que en ciudades como Barcelona o Madrid se bebe más vino forastero que propio, una pugna que se podría extender a otros muchos lugares e incluso a la pugna entre las zonas. Cabe recordar aquél «majestad, más ribera y menos rioja» con que interpeló un actual expresidente a un actual exrey. Burgos parece ser uno de esos lugares en los que se presta más atención a Rioja que a la Ribera del Duero o a Arlanza, cuyos

rosados dominaban el panorama burgalés, al menos en las barras de los bares, hasta hace unos años.

La Diputación Provincial de Burgos, por medio de la iniciativa promocional Burgos Alimenta, ha tomado cartas en el asunto y ha puesto en marcha una iniciativa bautizada como Burgos es Vino con la que busca difundir



el conocimiento de los vinos de la provincia en la capital y en las comarcas no productoras.

Vinos de la DO Arlanza, la DO Ribera del Duero y la bodega burgalesa de la DOC Rioja, situada en el enclave de El Ternero (Miranda de Ebro), participarán en una iniciativa en la que no aparece un prestigioso vino casi burgalés, Valdevegón, envejecido en la bodega románica del monasterio cisterciense de San Pedro de Cardeña, a pocos kilómetros de la capital. La idea se iba a presentar de forma oficial en la capital castellana el pasado 21 de enero, pero la cita se canceló por el luto obligado por el tremendo accidente ferroviario de Adamuz. Sin embargo, ya había tenido una fase previa el pasado verano, con catas realizadas en agosto y septiembre en cuatro localidades del poco vinícola norte de la provincia. La sumiller Pilar Cruces fue la encargada de conducir las catas, maridadas con productos locales y amenizadas con actos culturales. ■

# 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

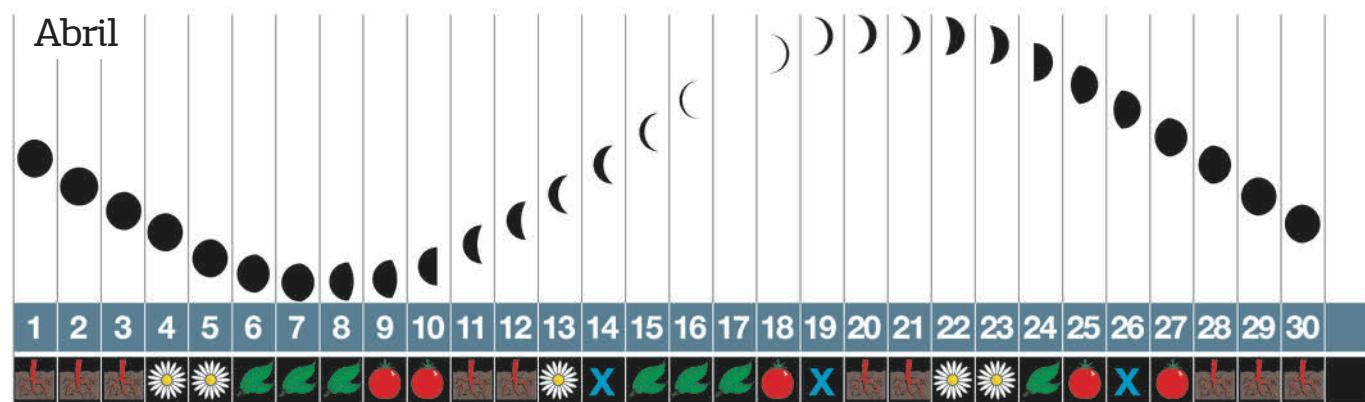
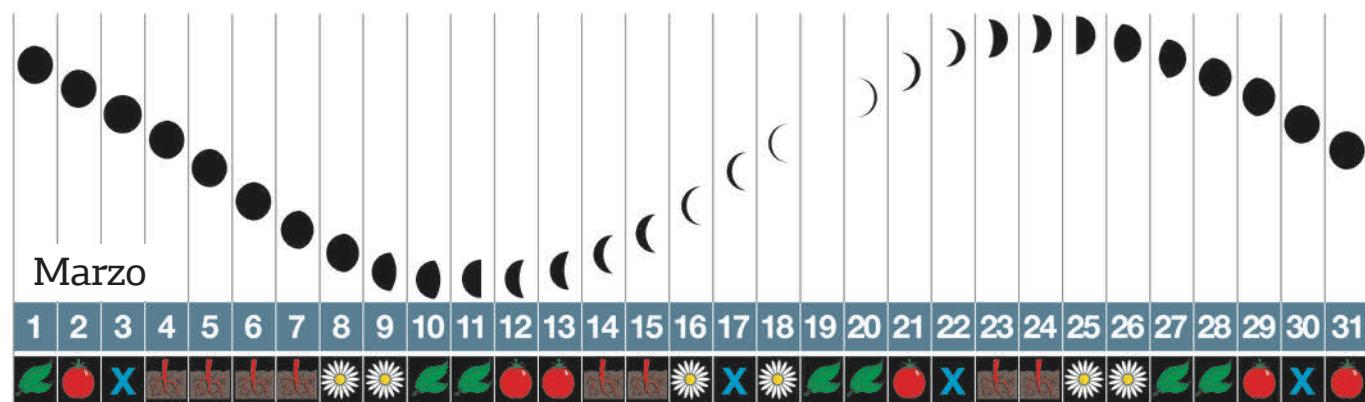
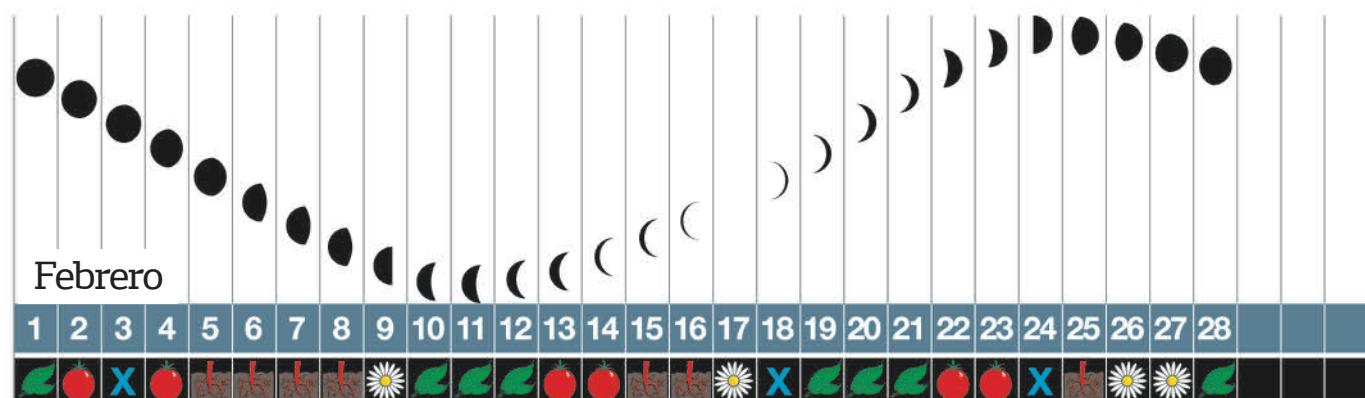
Se potencian los aromas vegetales. Aunque no es un buen día para catar, puede ser un momento propicio para vinos generosos o blancos jóvenes en los que destacan las notas herbáceas.

## 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.

## X 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.





## - TRUMP PIDIENDO UN VINO - GEOPOLÍTICA AL MÁS ALTO NIVEL

HE OÍDO QUE EL "DOMAINE DE LA ROMANÉE-CONTI 1945" ES EL VINO MÁS CARO DE LA HISTORIA - TODO EL MUNDO LO SABE - Y QUIERO UNA COPA, PORQUE SERÍA ALGO EXTRAORDINARIO, ALGO HISTÓRICO, Y USTED ME DICE QUE NO ESTÁ EN SU CARTA. ESO ES UN DESASTRE TOTAL, UN FRACASO ABSOLUTO DE LA CADENA, DEL RESTAURANTE Y DE USTED, CRÉAME.

YO NO PIDO MUCHO, SOLO LO MEJOR, SIEMPRE LO MEJOR, PORQUE ASÍ ES COMO SE HACEN LAS COSAS BIEN. QUIERO CALMAR MI SED CON ALGO VERDADERAMENTE EXTRAORDINARIO Y USTED ME LO NIEGA.

¿DE VERDAD CREE QUE ALGUIEN COMO YO DEBERÍA BEBER ALGO NORMAL? FRANCAMENTE, ES UN INSULTO. SI ME INSULTA, INSULTA A MI PAÍS. SOY UN PATRIOTA, AMO A MI PAÍS Y USTED ES COMO LOS TERRORISTAS, NOS DESPRECIAN.

NO QUIERO AMENAZARLE - NO ES MI ESTILO - AUNQUE PODRÍA HACERLO MUY FÁCILMENTE. PODRÍA COMPRAR ESTE SITIO, CAMBIAR LA DIRECCIÓN, TOMAR DECISIONES MUY DURAS, DECISIONES QUE AFECTARÍAN A MUCHA GENTE, MUY RÁPIDAMENTE. PERO YO CREO EN LA LIBERTAD, CREO EN HACER LO CORRECTO. NO LE DESPEDIRÍA, AUNQUE PODRÍA HACERLO EN UNA LLAMADA, Y ENTONCES ¿QUÉ LE DIRÍA A SU FAMILIA? SERÍA UN FRACASO...

MI SED DEBE SER SACIADA. VA A SER FANTÁSTICO, CRÉAME, CUANDO EL VINO MÁS CARO DE LA HISTORIA PASE POR MI GARGANTA. Y SI NO ES EXTRAORDINARIO, SERÁ CULPA SUYA, PORQUE NADIE QUIERE VERME DECEPCIONADO: LA GENTE HABLA, LOS ABOGADOS LLAMAN, LAS COSAS ESCALAN RÁPIDO.

ASÍ QUE HAGA LO CORRECTO, HAGA LO QUE TENGA QUE HACER, RÓBELO SI ES NECESARIO. EL RESULTADO ES LO QUE IMPORTA. AL FINAL, TODOS DIREMOS QUE FUE UNA DECISIÓN BRILLANTE. HAGAMOS ESTE RESTAURANTE GRANDE DE NUEVO...





**GUERRA Y PAZ**  
PAZ IVISON

# Pasto, albariza, yerba...

**H**ace unos meses y tras bastante rechazo a la expresión *vinos de pasto*, se acordó en un pleno celebrado en el Consejo Regulador de la DO Jerez, denominar *vino de albariza* al blanco tranquilo del Marco. De momento la solicitud está remitida a la Junta de Andalucía.

En Jerez, en la nueva y espléndida Sherry Gallery, hay una enorme variedad de objetos, botellas, documentos (no hay faceta del Jerez que no esté contemplada en este museo y centro cultural); encontramos unas pantallas digitales en las que se almacenan miles y miles de etiquetas, tanto actuales como muy antiguas. La larga y esplendorosa historia de Jerez a través de las etiquetas de sus vinos es una de las muchas cosas que se pueden estudiar, conocer, disfrutar y descubrir en este palacio, museo y centro cultural del jerez. Pues bien, en una de ellas tecleé *vino de pasto* y aparecieron en la pantalla varias etiquetas de marcas y bodegas casi todas desaparecidas actualmente. Por sentido común tenemos que pensar que estos vinos han existido en Jerez desde hace tiempo y que no debían ser precisamente vinos malos pues nadie, por pura lógica comercial, reflejaría en una etiqueta singularidades negativas de su producto.

Hace años, las investigaciones sobre este tema de dos grandes enólogos e impulsores de este tipo de vino, Ramiro Ibáñez y Willy Pérez, han podido constatar que estos productos eran vinos que se llegaban a pagar a muy buen precio y que nunca eran fortificados porque no estaban destinados a ser vinos generosos. Ellos siempre han divulgado que «pastar significa comer y se usaba mucho en el castellano del siglo XVIII. Un *vino de pasto* es un vino para comer, que es sinónimo de vino de mesa. En el Marco, los vinos más bebibles de cada bodega se llamaban *vinos de pasto*».

Claro que esto era en tiempos pasados, siglo XVIII, principios del XIX... y, con el tiempo, esta expresión de *vino de pasto* dejó de usarse. Hay que suponer

que el vino también desapareció del mercado y por tanto de las etiquetas de las botellas. La voz popular lo relaciona con vinos baratos y de poca calidad, pero esas malas calificaciones hacían referencia a otros vinos, de otras zonas, no a los históricos *vinos de pasto* de Jerez, que bien debieron surcar los mares por lo que atestiguan algunas etiquetas. Son vinos comercializados y exportados en el siglo XIX y principios del XX, y no debían de ser, como les apuntaba al principio, vinos de poca categoría ya que en

lla Pipiola, hoy en manos de bodegas Barrero); o *medium sweet* como el Vino de Pasto de Rafael O'Neale, probablemente una de las bodegas fundadas por extranjeros más antiguas del marco (1726); o *pale full bodied melow*, como el de Garvey.

Sorprende la llamativa etiqueta del vino de pasto llamado Toros, que exportaba Fernando T. Carrera desde El Puerto (debe tratarse del fundador en 1883 de Bodegas Terry) o la elegante y sobria etiqueta de A.R.Valdespino, en la que sólo puede leerse *Vino de Pasto, Jerez de la Frontera*. Y esto es sólo una muestra. O sea que, por lo visto, había *vino de pasto* para todos los gustos y colores, pero lo cierto es que a mí no me queda muy claro cómo eran realmente estos vinos. ¡Pero haberlos, los había!

En cualquier caso, lo único que está claro es que fueran como fueran, y tuvieran o no tuvieran mucho que ver con los blancos tranquilos actuales, hay que olvidarse de la expresión *vino de pasto* y empezar a llamarlos por su nombre, *vino de albariza*, que resulta sin duda más elegante, más blanco y más radiante.

Y también lo que está claro es que este tipo de vino blanco, que una vez cumplidos todos los farragosos trámites, se llamará oficialmente *vino de albariza*, ha obrado el gran milagro: incrementar el valor de la uva y del vino.

Como curiosidad añado el vino José Manuel Bustillo, de Viña La Zarzuela, que elaborado con la antigua uva Palomino de Jerez, recuperada por este incansable investigador agrícola y gran vigneron, al que ha dado en llamar Vino de Yerba, con Y. Del pasto a la yerba pasando siempre por la albariza. ■



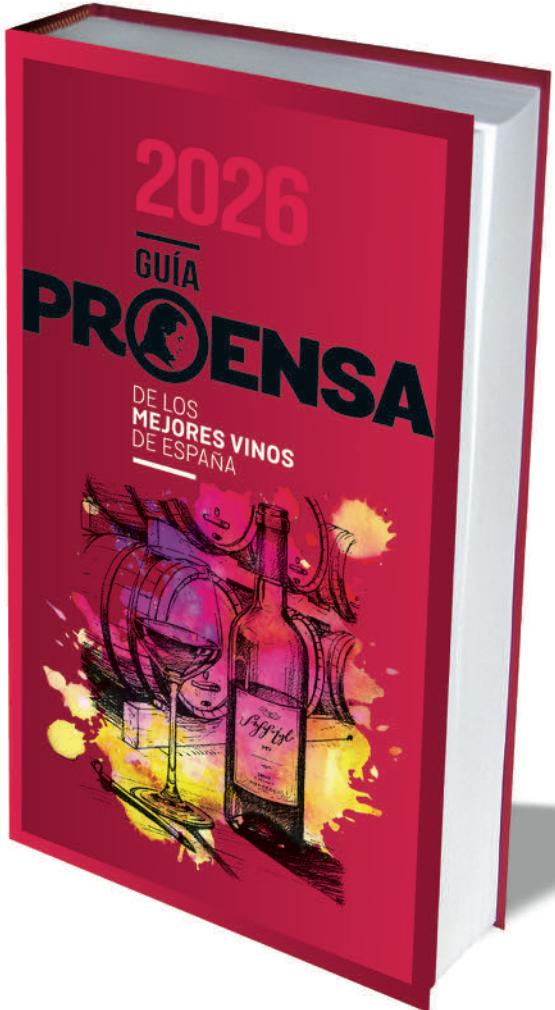
una de ellas leemos claramente que es un sherry embotellado especialmente –y nada menos!– para el Army and Navy Club de Londres, uno de los más prestigiosos clubes londinenses, sito en St. James Street, con más de 200 años de historia. En la etiqueta no expresa bodega sino sólo *Vino de pasto. Pale Dry Sherry. Selected and shipped by Army and Navy Cellars. London*.

Vinos de pasto que podían ser *pale dry*, seco y pálido –¿un fino?–, como el que gustaba a los selectos miembros del Army and Navy Club; o *sweet* –dulce– como el que embotellaba y exportaba la hoy desaparecida bodega sanluqueña Manuel García Monje (al menos nos queda el nombre de su manzaní-



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS

YA DISPONIBLE



# GUÍA PROENSA DE LOS MEJORES VINOS DE ESPAÑA 2026

LOS MEJORES VINOS  
DE ESPAÑA SELECCIONADOS,  
CATADOS Y DESCRITOS  
POR ANDRÉS PROENSA.

CON TODA LA INFORMACIÓN  
SOBRE LOS VINOS Y  
LAS BODEGAS, LOS PRECIOS  
Y LAS RECOMENDACIONES  
DE GUARDA Y CONSUMO.

ENVIAR A: VADEVINO EDITORIAL, S.L. AVENIDA CARDENAL HERRERA ORIA, 299 - BAJO B. - 28035 MADRID.  
TEL.: 686 620 750. CORREO ELECTRÓNICO: guia@proensa.com

DESEO RECIBIR  EJEMPLARES DE LA GUÍA PROENSA DE LOS MEJORES VINOS DE ESPAÑA.

NOMBRE: \_\_\_\_\_

DOMICILIO: \_\_\_\_\_

CÓDIGO POSTAL: \_\_\_\_\_ LOCALIDAD Y PROVINCIA: \_\_\_\_\_

TELÉFONO: \_\_\_\_\_ NIF o CIF: \_\_\_\_\_ E-MAIL: \_\_\_\_\_

FORMA DE PAGO:

CHEQUE ADJUNTO.

CARGO EN LA CUENTA CORRIENTE: \_\_\_\_\_

IBAN: \_\_\_\_\_ BIC: \_\_\_\_\_

SOLICITE  
AHORA  
SU  
EJEMPLAR

P.V.P.: 20€

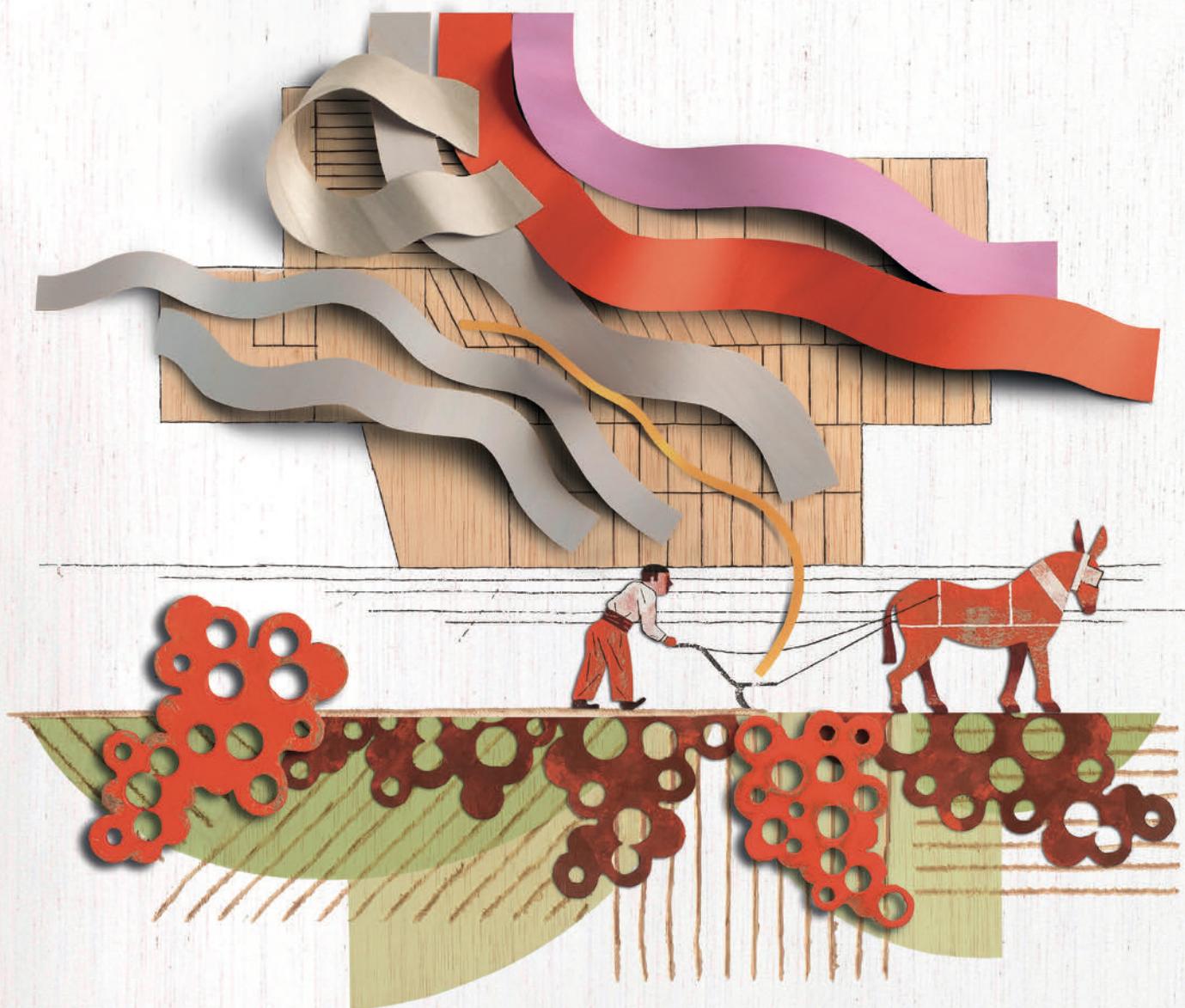
[2€ GASTOS DE ENVÍO] ESPAÑA

EXTRANJERO Y ENVÍOS URGENTES  
CONSULTAR PRECIO

FECHA Y FIRMA:

# Risk All

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



HEREDEROS DEL

MARQUÉS DE RISCAL

THE BEST VINEYARD  
IN THE WORLD 2024



www.risk-all.com