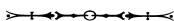


JUAN BARBACIL PÉREZ
de la Academia Aragonesa de Gastronomía

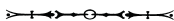


Discurso de ingreso



EL VINO EN ARAGÓN COMO IMPULSOR DE LA GASTRONOMÍA (1978-2003)

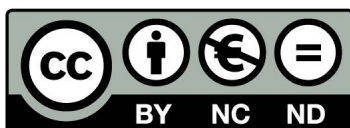
26 de febrero de 2003



Discurso de contestación
del Académico Juan F. Cacho Palomar

INSTITUCIÓN «FERNANDO EL CATÓLICO»
Excma. Diputación de Zaragoza

La versión original y completa de esta obra debe consultarse en:
<https://ifc.dpz.es/publicaciones/ebooks/id/2290>



Esta obra está sujeta a la licencia CC BY-NC-ND 4.0 Internacional de Creative Commons que determina lo siguiente:

- **BY (Reconocimiento):** Debe reconocer adecuadamente la autoría, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de una manera que sugiera que tiene el apoyo del licenciador o lo recibe por el uso que hace.
- **NC (No comercial):** La explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.
- **ND (Sin obras derivadas):** La autorización para explotar la obra no incluye la transformación para crear una obra derivada.

Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Juan Barbacil Pérez

**EL VINO EN ARAGÓN COMO IMPULSOR
DE LA GASTRONOMÍA (1978-2003)**

JUAN BARBACIL PÉREZ

de la Academia Aragonesa de Gastronomía



Discurso de ingreso



**EL VINO EN ARAGÓN COMO IMPULSOR
DE LA GASTRONOMÍA (1978-2003)**



Discurso de contestación
del Académico Juan F. Cacho Palomar



INSTITUCIÓN «FERNANDO EL CATÓLICO»

Excm. Diputación de Zaragoza

Zaragoza, 2003

Publicación número 2.337
de la
Institución «Fernando el Católico»
(Excma. Diputación de Zaragoza)
Plaza de España, 2
50071 ZARAGOZA
Tff.: [34] 976 288 878/9. Fax: [34] 976 288 869
E-mail: ifc@dpz.es
<http://ifc.dpz.es>

Separata de
CUADERNOS DE ARAGÓN, 28

© Juan Barbacil Pérez

© De la presente edición: Institución «Fernando el Católico»

Depósito Legal: Z-522/03

Composición: Ebrolibro. Zaragoza

Impresión: Soc. Coop. Librería General. Zaragoza

IMPRESO EN ESPAÑA - UNIÓN EUROPEA

INTRODUCCIÓN

Como cuestión previa a la lectura de este discurso de ingreso en la Academia Aragonesa de Gastronomía he de decir públicamente lo siguiente. Cuando me comunicaron que había sido admitido como miembro de la misma, la satisfacción que me produjo fue enorme. Nunca pensé pertenecer a una institución en la que tuviese compañeros y colegas de tanto prestigio y que, entre todos ellos, evidentemente, le proporcionaran lo propio a la misma. Repasando la lista de los actuales pertenecientes a la Academia veo doctores, investigadores, catedráticos, financieros, periodistas, médicos, profesores, abogados, letrados, juristas y, en definitiva, un conjunto de personas que constituyen un auténtico grupo de lujo para la formación de cualquier sociedad o club, que quisiera desarrollar una actividad de índole culta y prestigiosa.

Este extremo me impresiona, al tiempo que no me importa comentarlo, pues me ayuda a poner de manifiesto mi manifiesta inferioridad con relación a todos ellos. Mis estudios y conocimientos no llegan ni a la base mínima necesaria, por lo que a la hora de plantear, estudiar, transcribir y, lo que podría denominarse, investigar los datos y documentación necesaria para la lectura de este discurso de ingreso, habrán de ser, todos ustedes, benévolo, pacientes y considerados pues, desde luego, esta ponencia nunca llegará a los grados de erudición de todos los que me han precedido desde que en el año 1995 nuestro presidente Antonio Beltrán leyera el primero.

Dicho lo cual explicaré cuáles son los tres objetivos básicos del presente trabajo. En primer lugar el estudio de la presencia y el comporta-

miento del vino de Aragón en los años más interesantes para el sector; en segundo lugar aportar a los fondos de la Academia un curso completo de introducción a la cata de vinos, contrastado y utilizado con éxito durante años por mi familia; y, finalmente, aprovechar la ocasión que me brinda este acto para utilizarlo como una acción más de, como dice nuestro Presidente, «agitación y propaganda» de uno de los elementos más intensos de la gastronomía en la actualidad y que es el vino.

Así pues comencemos.

EL VINO EN ARAGÓN

La idea del presente trabajo es el estudio y análisis de la trayectoria del mundo del vino en Aragón en los últimos veinticinco años, parece obligado dar un breve repaso a la historia anterior para comprender la más cercana.

Las limitaciones climáticas de algunas zonas no han impedido que la vid se haya cultivado prácticamente en toda la región. Bien es cierto que en algunos lugares producir vino era casi un milagro, pero cuando los medios de comunicación fallaban, había que asegurarse el aprovisionamiento para todo el año. En determinadas épocas de la historia han existido viñas tanto en las proximidades del Pirineo como en las áridas tierras de los Monegros, en las frías serranías turolenses como en las huertas próximas a Zaragoza, lugares todos ellos donde apenas quedan vestigios de la vid.

Las comunicaciones facilitaron el comercio entre las zonas y en muchos sitios se prefirió comprar el vino de otros lugares de mejor calidad, antes que continuar con un cultivo casi imposible. Esto motivó que en muchas zonas se abandonara la vid a favor de las que reunían mejores condiciones donde poco a poco se fue estableciendo una importante actividad económica entorno al vino. Después ocurrió, esto ya es más reciente, que la población cambió el vino por otras bebidas y que cada vez sobraban más viñas, así que se fueron arrancando hasta quedar en la menor superficie que se recuerda. A principios de siglo se cultivaban en Aragón 165.000 hectáreas que venían a ser casi el 12 por ciento de todo el viñedo nacional. En 1960 la superficie era de 142.000 Ha., en 1980, fecha del último catastro, 105.000 Ha., y diez años después se había reducido a menos de 70.000 Ha.

Durante mucho tiempo los vinos de Aragón han sido punto de referencia en el comercio nacional por la gran importancia que tenían, ya que

resultaban imprescindibles para *levantar el ánimo* al mar de vinillos que se producían en España y en otros países. Durante años cuando se hablaba de los vinos de Aragón enseguida se identificaban con caldos de alta graduación, con mucho cuerpo y corpulentos, porque así fueron durante largos periodos debido a que estas cualidades eran muy apreciadas para poder mezclarlos con los débiles de alcohol y pálidos de color, y conseguir una bebida digna. Este extremo ha cambiado y los vinos de Aragón ya se consideran en forma muy similar, en lo que a grado se refiere, al resto de los vinos nacionales. Ni que decir tiene que era la materia prima ideal para que los taberneros repitieran el milagro de las bodas de Caná y con una parte de vino y otra de agua hicieran posible que el volumen que vendían fuera muchísimo mayor que el que compraban.

Pero los vinos de Aragón, muy en consonancia con el carácter de esta tierra, no fueron capaces de darse cuenta a tiempo de que alguna vez tendrían que dejar de hacer favores, como la célebre copla de Calatayud, y mostrarse ante el paladar de los consumidores tal y como eran. Algunos dicen que esto se debe al carácter noble que nos hace olvidarnos de nosotros mismos por socorrer a los demás, pero en el caso del vino parece ser que no fue el tópico el que les hizo no pensar en el futuro, sino la comodidad y el conservadurismo miope ante una época de vacas gordas que cada vez se hacían más flacas.

Desde hace unos cuantos años se bebe menos vino pero los consumidores se han hecho más exigentes en cuanto a presentación, calidad, distribución comercial etc. y aquella imagen del tabernero sirviendo vino en jarras de mugrientos toneles, ya casi ha pasado a la historia. El mercado tradicional cambió y muchas bodegas se dieron cuenta de que ya no venían a comprar sus vinos sino que tenían que ir ellas a venderlos, que ya no se empleaban para mezclarlos con otros sino para que se consumiesen directamente. Pero todo esto exige una profunda transformación conceptual de las bodegas, concebidas en un principio como una industria donde los viticultores llevaban sus uvas, para convertirlas en empresas eficaces y rentables dentro de las reglas de marketing. Demasiados cambios para que se improvisen sin haber asimilado con suficiente antelación.

A comienzos de los años noventa las estadísticas demostraban la escasa participación de los vinos aragoneses en el mercado nacional de vinos de calidad. Incluso dentro de la propia región, la demanda era minoritaria. Los motivos de este fenómeno extraño son múltiples, pero si hubiera que resumirlos habría que hacer dos grupos. Uno, los aspectos puramente empresariales donde se encuentra la falta de promoción, el acceso a los canales comerciales, los cambios técnicos que tenían que

afrontar las bodegas y los viticultores, etc. Otro, la postura de los consumidores frente a los productos que más invierten en publicidad, a la moda o simplemente a la presentación.

Afortunadamente las cosas han cambiado y la presencia de los vinos de Aragón en todos los establecimientos es casi total, si bien es verdad que todavía hay capacidad de crecimiento entre las cuatro denominaciones de origen. Así lo explican continuamente los gerentes y directores de las bodegas aragonesas. Incluso el propio Consejero de Agricultura lo comenta en cuanto puede, bien en intervenciones públicas y entrevistas con los medios de comunicación.

El vino en la historia

No se sabe a ciencia cierta cómo llegó la viticultura a la Península Ibérica, aunque cabe suponer, como ha ocurrido en otras partes, que fueran los comerciantes de oriente quienes trajeran las primeras vides y las técnicas de cultivo. El profesor Beltrán Martínez atribuye a los *focenses* la implantación de la vid y el olivo en el valle del Ebro, pero el testimonio más antiguo que se conoce se encuentra en la *Ora marítima* del poeta latino del siglo IV, Rufo Festo Avieno. Esta obra se basa en un texto fechado hacia el año 550 a. de J.C. que llegó a Avieno transcrito por diversos autores anteriores, y trata de un periplo de cabotaje entre Marsella y Cádiz que algunos especialistas atribuyen a los griegos de Massalia (Marsella) y otros a los fenicios.

Según cuenta Avieno, Tortosa era un importante centro comercial del Mediterráneo occidental desde donde algunos navegantes se adentraban por el Ebro hasta *Vareia* (Varea), en las puertas de Logroño, para negociar con los habitantes ribereños y aprovisionarse de aceite, vino y trigo. Por tanto en esta época ya existía la viticultura en lo que hoy es Aragón, aunque no debía de tener mucha importancia por las referencias que existen sobre la importación de vinos de fuera. Según Poseidonio (160-130 a. de J.C.) el comercio de vino entre las costas catalanas y las riberas del Ebro y Jalón era muy importante, aunque para entender este fenómeno, habría que pensar que el caudal de los ríos sería mucho mayor que el que estamos acostumbrados a ver y que, por consiguiente, el clima será muchísimo más húmedo que el actual.

La expansión de la vid y el olivo se debe a la colonización romana, cuando se establecieron aquí legionarios licenciados y emigrantes itálicos. Desde finales del siglo III a. de J.C. el Bajo Aragón fue escenario de frecuentes enfrentamientos entre cartagineses y romanos llegados a Hispania para combatirlos. Los pueblos indígenas del valle, aliados de los cartagineses, también contribuyeron a frenar las infiltraciones romanas

hasta que en el siglo II, Indibil y Mandonio, jefes de los *ilergetes*, rompieron la alianza con los cartagineses mientras suscribían pactos de amistad con el cónsul romano Publio Cornelio Escipión, favoreciendo con ello la romanización del *Iber* que después se denominaría Ebro, aunque la verdadera conquista de Roma empezó en el año 206 a. de J.C. tras la derrota de los cartagineses. Cuando Publio Cornelio vuelve a Roma, los *ilergetes* con la ayuda de los *Suessetanos*, *Sedetanos* y *Celtíberos*, pueblos también ribereños, aprovecharon la ocasión para sublevarse, pero fueron sofocados y Roma extendió sus dominios por todo el valle estableciendo lo que siglos después alguien denominaría el *corredor del Ebro*.

En excavaciones arqueológicas se han encontrado ánforas de cerámica de los siglos II y I a. de J.C., utilizadas para transportar vino procedente de las regiones de Lacio-Campania, en el sur de Italia, y de la región catalana. Estos hallazgos hacen suponer que el comercio del vino a lo largo del Ebro tenía mucha importancia, lo que no se sabe es si las ánforas se empleaban para importar o exportar, y si se acudía a importarlo de fuera se debía, probablemente, a que aquí escaseaba o no tenía la calidad de los de Falerno.

El periodo musulmán

Con la aparición del cristianismo el vino se sacralizó. O, mejor dicho, se volvió a sacralizar porque anteriormente ya se había considerado como un producto divino. Desde el punto de vista histórico, las raíces del cristianismo primitivo se encuentran en el judaísmo y su rápida expansión se vio favorecida por las fuerzas espirituales del helenismo pagano que, además de haber conservado la historia religiosa griega, había sido enriquecido por las aportaciones de los cultos del Próximo Oriente en los que el vino ocupaba un papel relevante. Prueba de ello son las múltiples referencias que existen en todo el Antiguo Testamento, desde el Génesis, relativas a la vid y al vino. En cambio en el mundo musulmán, originario también de la misma zona que el cristianismo, el Corán prohíbe beber vino por considerarlo un placer terrenal, pero curiosamente promete que a los justos del paraíso «se les dará a beber un vino perfumado».

Las legiones romanas que habían permanecido en contacto directo con las religiones de la parte oriental del Imperio, cuando se instalaron en Hispania contribuyeron de forma notoria en la cristianización de los nativos y de este modo el cultivo de la vid se generalizó.

En el año 472 los godos asentados en Tolosa (Francia) conquistaron Zaragoza, pero como este pueblo ya estaba cristianizado, aunque escaseen los testimonios de la vid en Aragón sobre esta época, es de suponer

que el cultivo continuara con la misma intensidad. Durán Gudiol en *Colección diplomática de la catedral de Huesca*, describe la existencia de viñas en Morillo de Monclús, cerca de Boltaña, hacia el año 576.

En el año 714 los musulmanes invadieron el valle del Ebro y lo normal es que la vid perdiera importancia por la prohibición del Corán, pero estos islámicos no debían ser muy *fundamentalistas* porque hay testimonios de que en la Aljafería se bebía vino. Los pueblos del llano colaboraron con los invasores, pero los de las montañas, más difíciles de dominar, mantuvieron su autonomía a cambio de unos tributos que con frecuencia se convertían en motivo de conflicto por negarse a pagarlos. Los europeos, por la cuenta que les traía, apoyaban esta rebelión contra los musulmanes, buen ejemplo de ello es la venida de Carlomagno con su posterior fracaso en Roncesvalles, porque tras la victoria de Poitiers, el primitivo Aragón se había convertido en la punta de lanza de los cristianos del norte contra los musulmanes del sur.

Mientras tanto, el culto religioso de los indómitos aragoneses necesitaba el vino para la misa y en las proximidades de los monasterios siempre se cultivaron viñas. Por los testimonios de las donaciones se sabe que la vid seguía conservando su importancia en esta zona montañosa de los Pirineos. María Concepción Estella en su libro *El viñedo en Aragón* hace un pormenorizado estudio de las referencias históricas de la vid en la región.

Se sabe que en el año 867 Galindo Aznárez, conde de una nueva dinastía del primitivo Aragón, donó las viñas al monasterio de Siresa en el valle de Echo, y por aquella época se construyeron los monasterios de San Juan de la Peña, Santa Cristina, Santa Cruz de Serós, Sigena, etc., a quienes continuamente les hacían donaciones de viñas y vino. Estos monasterios, junto a las funciones espirituales y colonizadoras que realizaron, contribuyeron en la conservación y difusión de la cultura autóctona entre la que se encontraba la cultura del vino.

Con Ramiro I, y sobre todo su hijo Ramiro Sánchez en el siglo XI, el reino de Aragón se consolidó y, tras las relaciones que este último estableció con el Vaticano y con Francia, después de su segundo matrimonio con Felicia de Roucy, nuevas corrientes culturales enriquecieron el panorama de Aragón.

Pedro I, hijo de Sancho Ramírez y posteriormente su hermano Alfonso I El Batallador, emprendieron la reconquista del territorio haciendo posible que las vides que hasta entonces habían permanecido recluidas en las proximidades de los monasterios, volvieran a ocupar el lugar que tuvieron antes de la invasión musulmana. Los reyes, para

premiar los servicios que sus siervos les prestaban, también les hacían donaciones de viñas o tierras para que las plantaran. Según Duran Gudiol, el primer ejemplo que se tiene de contrato *ad plantandum* data de 1072 cuando el rey Sancho Ramírez concedió un campo a su ayo Sancho Galíndez para que lo plantara de viña y lo cultivara a medias. Esta práctica fue muy habitual en la reconquista ya que las comunidades solían ceder tierras a los labradores cristianos o a los musulmanes que se quedaban, para que las plantaran de vid y a partir del quinto año repartirse la producción.

Otro factor de gran importancia para la viticultura fue el Camino de Santiago. Desde tiempo inmemorial los hombres peregrinaban hacia el Final de la Tierra (Finisterre) buscando la paz física en las fuentes termales y la paz espiritual siguiendo el camino de la Vía Láctea. Posteriormente, tras la leyenda que aseguraba hacia el año 800 que se había descubierto la tumba del apóstol Santiago en Compostela, millones de europeos siguieron la tura de sus antepasados hacia Compostela, creándose en este camino un flujo intenso de cultura occidental y potenciando aún más la cultura del vino. Los monjes benedictinos del Cister que fueron grandes expertos en el cultivo de la viña y en la elaboración del vino, ejercieron gran protagonismo en la ruta jacobea puesto que dirigieron la colonización de las tierras recuperadas plantando importantes áreas de viñedo. El hecho de que la ruta tolosana del Camino de Santiago penetrara en España por el Somport (*Summus Portus*) y continuara por la ribera del río Aragón hasta el límite con Navarra, favoreció sin duda el intercambio con los pueblos europeos que seguían prestándole mucha importancia al vino. Incluso los templarios, que actuaban de banqueros con los caminantes medievales, debieron de influir notablemente en la difusión de la viticultura, ya que vendían pan y vino a los caminantes y regentaban hospederías y hospitales, como el de la vecina población navarra de Sangüesa.

La consolidación del reino de Aragón

Después del siglo XII, una vez conquistada Zaragoza, se empiezan a plantar las vides en las huertas próximas a la ciudad, y debían estar en regadío porque la *zalmedina* o administrador de la ciudad, determinó al alfarda que había que pagar por regar según se tratara de viñas u otros cultivos. La producción de vino no debía de ser muy importante, porque en los fueros que Alfonso I concedió a Zaragoza para fomentar la repoblación de la vid, se menciona la necesidad que existía de comprar vino de fuera.

Las órdenes religiosas que tanta importancia tuvieron en la Reconquista, estimularon sin duda la expansión de los viñedos. Los monjes cistercienses que se establecieron en los monasterios de Rueda, Veruela y Piedra, portando como portaban la cultura vinícola de Borgoña, ejercieron sin duda una gran influencia entre los agricultores de las zonas. Desde el siglo XIII hasta mediados del XV por ejemplo, según cuenta Laurent Dailliez (*Veruela, Monasterio Cisterciense*. DPZ 1987), los monjes de Veruela crearon en los alrededores del monasterio un centro importante de vida social, económica, religiosa y cultural con gran influencia en la parte norte del Aragón occidental. En una auditoría del siglo XV del Abad de Escala-Dei (Barcelona), jerarquía inmediata superior del de Veruela, se cuenta que las rentas del monasterio en especias (trigo, vino y cebada) y dinero de censo eran por valor de 27.283 sueldos. Por tanto los monjes cistercienses favorecieron la expansión del cultivo de la vid. La Orden de San Juan de Jerusalén, instalada en La Almunia de Doña Godina, desarrolló igualmente una gran labor expansiva de la vid a lo largo del Jalón y Campo de Cariñena.

Poco a poco aquel reino iniciado a partir del núcleo establecido entre los ríos Subordán y Aragón, fue adquiriendo sus límites actuales. Se iban abriendo caminos y el transporte se veía favorecido y, gracias a esto, en muchas zonas se dejó de cultivar la vid porque les resultaba mejor comprar el vino en otras partes donde el clima favorecía la calidad, que seguir con un cultivo casi imposible. Al mismo tiempo se acentuaba la competencia y, para impedir la quiebra económica de los viticultores, fue necesario aplicar serias medidas restrictivas.

En el siglo XIV, por ejemplo, se tuvo que prohibir en Zaragoza la entrada de vinos foráneos aunque fueran del mismo reino mientras el precio no se equiparase al de los vinos propios. En las Cortes de Zaragoza de 1414 se dispuso que no se podía importar vinos de fuera y en las Cortes de Maella de 26 de noviembre de 1423 se volvía a insistir en lo mismo, estableciendo medidas para reprimir el contrabando de vino y creando comisarías en Ejea, Jaca y Huesca para inspeccionar mejor las fronteras. En las Cortes de Zaragoza de 1446 en cambio, se liberalizó el mercado dejando libertad para importar y exportar, y poco antes se había autorizado a las comunidades de Teruel y Albarraçín a comprar vinos del Reino de Valencia debido a su proximidad o porque la producción propia era escasa o de mala calidad.

El ocaso del reino

A partir del siglo XVI, el reino de Aragón empieza a perder autonomía e inicia su declive. La expulsión de los moriscos en 1610 decretada

por Felipe II acabó con un largo periodo de convivencia y transigencia, iniciándose una profunda recesión económica ya que en muchas zonas se quedaron sin mano de obra que trabajara las tierras. Este hecho fue profundamente trágico en la cuenca del Jalón bajo. Las viñas sufrieron igualmente los efectos de la expulsión ya que, de golpe y por decreto, Aragón perdió el veinte por ciento de la población y, junto al serio problema de los moriscos, las zonas montañosas, poco aptas para el cultivo de la vid, lo fueron abandonando paulatinamente. Aún así, en el siglo XVII seguían teniendo cierta importancia en la Jacetania. En 1592 las tropas reales de Felipe II entraron en Zaragoza y, sin proceso alguno, ejecutaron al Justicia de Aragón, símbolo de la soberanía del reino. En 1707, tras perder la guerra de sucesión contra Felipe V de Borbón después de haber apoyado a Carlos de Habsburgo, el otro pretendiente a la corona de España, Aragón perdía también sus fueros y sus peculiaridades históricas.

Para conocer la situación del viñedo en esta época, hay que acudir a las numerosas referencias de los viajeros que cruzaron la Península y, sobre todo, a Ignacio Jordán de Asso, autor en 1798 de la *Historia de la Economía Política de Aragón*. Enrique Cock, por ejemplo, acompañante de Felipe II, cuenta que cuando el Monarca pernoctó en Cariñena en 1585, había dos fuentes que manaban vino, una tinto y otro blanco y que los viñedos eran muy abundantes en la zona así como en las proximidades de Zaragoza.

Bartolomé Joly en su *Viaje por España* en 1603 cuenta que en Calatayud tenían la costumbre de regalar a sus amigos de fuera que pasaban por la ciudad pan, vino y frutas confitadas. A. Jouvin por su parte refiriéndose a Ateca y Terrer: «Aquí como en todo el reino de Aragón, el vino es muy barato, pero no en todas las partes es bueno; estiman el blanco que es más raro que el clarete y que el tinto del que no se puede beber ni un vaso sin agua que no embriague al que lo ha bebido. Tan fuerte es y tan lleno de espíritu. Alhama, que allí se ensancha, deja sitio para ver un terreno lleno de viñas, de árboles frutales, de olivos...».

Respecto a las Cinco villas, Juan Bautista Labaña narra que Tauste, Sádaba, Ejea, Sos y Uncastillo producían vino y que el viñedo había crecido de tal forma en el valle bajo y medio del Arba que debía de sobrar vino. Este mismo autor cuenta de Magallón y Borja que en esta zona se producía, tanto en regadío como en secano, mucho vino y aceite. Según Asso, en los Monegros hubo muchas viñas porque en La Almolda se conservaban más de 40 lagares de piedra picada.

En cuanto a la calidad del vino, Asso hace referencia a las diferentes técnicas de elaboración comentando «que nuestros vinos no tengan la

perfección a que pueden aspirar consiste en la poca atención y cuidados que se pone al trasmudarlos, y en no saber despojarlos de sus heces, usando la clara de huevo o cola de pescado. Las cubas en que se encierra el vino son de tanta capacidad que no se puede hacer la trasmuda sino en portaderas; por esto convendría que, haciendo los vasos vinarios menores, se colocasen en la bodega de modo que el vino de los que están superiores cayese en los de abajo por un conducto de cuero evitando el contacto con el aire exterior».

En el siglo XVIII la producción de vino en Zaragoza era muy abundante y según cuenta Asso, el de mejor calidad era el de Miralbueno «antes que los repetidos riegos que ahora proporciona el nuevo canal hubiese alterado la bondad del fruto». El canal Imperial trajo el agua a Zaragoza en 1784, pero desde 1530 existía la Acequia Imperial que no consiguió pasar de Garrapinillos, sobre la que se formularon numerosas propuestas a lo largo de 200 años para finalizar las obras que hicieran posible el abastecimiento de Zaragoza y la transformación del secano en regadío. Uno de los proyectos presentados fue el de Lana y Rodolfi que pretendía la concesión de la explotación del futuro canal durante 40 años, fórmula similar a las de las autopistas actuales, pero «conservando los privilegios para los viñedos de Utebo, Sobradíel, casetas, La Marlofa, La Joyosa y Torres de Berrellén», lo que demuestra la importancia que tenía el viñedo en estos pueblos ribereños.

En la provincia de Huesca el mejor vino, dice Asso, era el del Somontano que llevaba una ventaja sobre los demás «por su agradable gusto, hermoso color de rubí y aptitud para conservarse».

El Barón de Bourgoig en su *Paseo por España* en el siglo XVIII, escribe sus impresiones sobre lo que va encontrando por el camino. Al entrar en Aragón se debió de ver sorprendido por el vino porque cuenta «Después de pasar Monreal, Cetina y Bubierca, se llega a Calatayud, pero antes hay que hacer el relevo de los tiros en Ateca, pueblo rodeado de huertos muy feraces. Aconsejo a los viajeros que al detenerse en Ateca pidan vino de Cariñena. Su color de ojo de perdiz, su sabor dulce y agradable les compensará del vino negro y espeso que les servirán en toda esta parte de Aragón hasta Zaragoza y que es la más horrible bebida con que se ha envenenado a los hombres».

Significación especial tienen los comentarios de Pedro Saputo, personaje célebre del costumbrismo aragonés que después de generar abundantes chascarrillos, fueron recogidos por Braulio Foz en su célebre obra *Vida de Pero Saputo*. Éste, cuando alaba los productos de la tierra ante el rey acaba sentenciando que el vino sería excelente si los aragoneses no tuvieran la virtud de hacer de buenas uvas mal vino. Por

tanto, tratándose de quien se trataba, no hay que dudar de los escasos conocimientos enológicos que existían entonces, pero también hay que tener en cuenta que no todos los que bebían vino tenían los conocimientos y capacidad crítica de Pedro Saputo.

La superproducción de algunos años, como en todas las épocas, llegaba a poner en peligro la supervivencia de las viñas por las caídas de los precios. En 1616 incluso, se estableció un estatuto que prohibía la plantación de nuevas viñas. La exportación nunca fue uno de los puntos fuertes de la industria vinatera aragonesa, a pesar de que desde el siglo XVI se sacaban vino hacia Francia por Navarra, Guipúzcoa y Vizcaya. Las dificultades de transporte impedía el acceso hacia los puertos en una época en que la exportación hacia América tenía cierta importancia. Entonces se decía que «el vino es excelente en este reino pues tiene mucho cuerpo y por consiguiente es propio para la exportación, y sería mucho mejor si los aragoneses guardasen otro método para liquidarlo. El vino es un fruto considerable en Aragón, y lo sería mucho más si su exportación fuese más fácil; antes tenía un precio muy inferior, pero en el día ya se vende a ocho reales el cántaro».

Se sabe que en la Edad Media, el pueblo turolense de Peñarroya de Tastavins fue un centro importante en el comercio de vinos puesto que allí se reunían los compradores catalanes y valencianos con los vendedores aragoneses y navarros para probarlos o testarlos, como así se sigue denominando en catalán a la cata de vinos, antes de cerrar las operaciones. La actividad de este pueblo de la serranía, cercano a Valderrobres y a poca distancia de la provincia de Castellón y Tarragona, que desde el siglo XII perteneció a la encomienda de la Orden de Calatrava, sirvió sin duda para que tomare el sobrenombre de Testavins.

En el siglo XVIII la Ilustración influyó de manera positiva en el cultivo de la vid aunque los viticultores siguieron mayoritariamente con el conservadurismo tradicional porque todas las referencias mencionan las prácticas arcáicas que utilizaban. Prueba de ello que según las estadísticas de la época, en España con una superficie ligeramente inferior a la mitad de la actualidad, se producía diez veces menos de vino que ahora. En las proximidades de Zaragoza, la finalización de las obras del Canal Imperial haría modificar el paisaje vitícola ya que la puesta en regadío de muchas tierras, motivó el arranque de las viñas para poner otros cultivos, principalmente remolacha. En la época de la Ilustración se creó la Sociedad Económica de Amigos del País, institución de gran importancia que influirá posteriormente en el desarrollo de la región y que emprendió diversas acciones para fomentar la exportación de los vinos.

El espejismo del vino en el siglo XIX

A principios del siglo XIX Aragón tenía algo más de medio millón de habitantes y, tras la guerra de la Independencia, con nueva fama de heroicos, se inicia el último tramo de la decadencia del viejo reino. A lo largo de este siglo se produjeron profundos cambios en el panorama agrario y las estructuras se vieron afectadas las desamortizaciones de Mendizábal y Madoz. La pérdida de las colonias en Ultramar representaron una fuerte crisis en la exportación de vino, pero la aparición de la filoxera en Francia supondría la expansión definitiva de la vitivinicultura aragonesa. La construcción del ferrocarril facilitó el comercio de los vinos.

En 1868 apareció la terrible plaga en Francia y en diez años quedaron arrasados prácticamente todos los viñedos. Pero el país necesitaba vino y no le quedó otra alternativa que importarlo. Aragón era una región muy próxima y sus vinos eran corpulentos y de alta graduación, precisamente lo que necesitaban ellos para sus mezclas con los pobres caldos indígenas o con los que compraban en otros países. Esta situación provocó una especie de «fiebre del vino» ya que en Cariñena y en el Campo de Borja se establecieron comisiones permanentes dispuestas a comprar todo lo que les ofrecían. Incluso en la zona de Cariñena se instalaron almacenistas y bodegueros como Violet Fraires, en Aragón, para comprar uvas y hacer sus propias elaboraciones.

Poco después, España firmó un tratado comercial con Francia en el que se rebajaban las tarifas aduaneras y se establecía, para poder exportar, una graduación mínima de 14º de alcohol. A partir de este momento y durante diez años llegaron a salir hasta 30 barcos al mes cargados de vino desde Tarragona con destino a puertos franceses.

Un inconveniente serio para la comercialización del vino aragonés era el transporte. Cariñena inauguró en 1887 un ferrocarril de vía estrecha que tenía la estación terminal muy cerca del Campo Sepulcro en Zaragoza, donde actualmente está la calle de Cariñena y más tarde haría lo propio Borja con su pequeño tren que finalizaba en Cortes de Navarra; pero estos dos medios de transporte tampoco resolvían el problema, porque después había que transbordar la mercancía a los trenes convencionales. Cuando se construyó la estación de Morata de Jalón en la línea Barcelona-Zaragoza-Madrid, este pueblo se convirtió en un gran centro vinícola donde acudían los de Cariñena. Los vinos de Campo de Borja, por su parte, los trasladaron en carros hasta la estación de Tudela.

Hasta la llegada de los franceses, Zaragoza se autoabastecía de vino gracias a los viñedos de San Gregorio, Miralbueno, Las Fuentes, etc. El principal comercio que tenía Cariñena era el Bajo Aragón, Huesca, la zona pirenaica y en menor importancia Soria, Burgos o Madrid. El transporte se

hacía en botos de piel que cargaban en carros. En Encinacorba, por ejemplo, en 1860 había 123 personas dedicadas precisamente a estas tareas. Los vinos de Borja y Tarazona se vendían principalmente en Castilla.

Tras la fiebre del vino, el precio pasó en poco tiempo de 10-12 pesetas el alquez a 30-40 y, fruto de esta febril demanda, todo el mundo empezó a plantar viñas. En 1877 se cultivaban en Aragón 86.000 hectáreas y ocho años después la superficie ya era de 145.000 hectáreas, contando además que por estas fechas se empezó a cultivar también la remolacha y algunas viñas de los nuevos regadíos se arrancaron. Según cálculos hechos por el ingeniero agrónomo Julián Rivera en una memoria de 1889 sobre el cultivo y producción de vid en la provincia de Zaragoza, la superficie era de 88.544 hectáreas, pero advertía al mismo tiempo «que era tan grande el aumento que había sufrido la plantación de viña en el decenio 1880-1890 por causas del elevado precio a que se cotizaban los vinos entonces, que sin dificultad alguna podía admitirse la cifra de 102.000 hectáreas como muy aproximada a la verdad». A partir de entonces la superficie oficial de la provincia quedó fijada con 92.500 hectáreas.

Durante el quinquenio de 1895 a 1900, la producción media anual de la provincia de Zaragoza fue de 1.967.465 quintales métricos de uva que se pagaron a 9 pesetas el quintal. La producción de vino por tanto era del orden de 1.380.000 hl. con unos rendimientos medios de 15 hl/ha.

Pero los franceses, que no se habían dormido con la crisis de la filoxera, en poco tiempo empezaron a replantar nuevas viñas utilizando la técnica del injerto en las vides americanas y de nuevo volvieron a tener producción propia de vino. Esto provocó que cuando las nuevas viñas aragonesas comenzaban a dar fruto, los franceses cerraran las fronteras al vino español y que aquí empezara a sobrar vino por los cuatro costados. En 1887 las uvas se pagaron en Cariñena a 24 reales la arroba y un año después el precio bajó a ocho reales. La fugaz «fiebre del vino» se había convertido en una pesadilla que llevó a muchas familias a la ruina y a la emigración, posiblemente el gran éxodo rural. En 1892, año trágico para España, se clausuró el tratado con Francia.

Y mientras en Francia reconstruían sus viñedos con pies resistentes a la filoxera, en España se seguía plantando como siempre sin pensar que aquí podría llegar algún día la plaga. En Zaragoza, no obstante, se organizó en 1880 el Congreso Antifiloxérico para estudiar las medidas a tomar y paliar los daños del insecto. En este sentido hay que destacar el importante papel que desarrolló la *Escuela de Ampelografía Americana* ubicada en la Granja Agrícola de Zaragoza experimentando con nuevas plantas y organizando charlas por los pueblos para divulgar los últimos conocimientos.

Para frenar la debacle vitivinícola española, las Cortes aprobaron una ley presentada por el duque de Almodóvar que autorizaba la entrada de vinos franceses para la elaboración de *coupage* con la condición de que esta mezcla llevara un 60% de vino español. Se pretendía que se instalaran en nuestro país negociantes franceses quienes comprarían el vino y lo mezclarían con los medio-vinos de 8º a 9º del Midi francés importados. Pero los frutos no fueron éstos porque los franceses que vinieron compraban las uvas, producían un vino de 15º-17º, y sobre los orujos añadían agua para que volvieran a fermentar y conseguir así un vinillo, que en Aragón llaman *piqueta*, de mejor calidad que el importado. De este modo, mientras los cosecheros locales obtenían 70 litros de vino por cada 100 kilos de uva, los franceses conseguían 150, con lo cual, los viticultores no se vieron beneficiados por la *Ley del Coupage*.

La filoxera en Aragón

En las viñas que se habían plantado en Aragón a raíz del fugaz periodo de esplendor, predominaba la variedad Garnacha sobre las demás, a pesar de que la Mazuela, es más productiva, pero da vinos con menor graduación. La demanda de alcohol favoreció el abandono de muchas variedades tradicionales. La Mazuela además es muy sensible al oidio y eso siempre era un inconveniente para los viticultores.

Según datos de la época, hacia 1889 entre las variedades de uva negra, la Garnacha representaba el 35%, seguida del Tinto con el 20%, la Crujillón con el 15%, la Monastrel el 10%, el Perrel el 10%, el Vidadico el 5% y Miguel de Arcos el 5%. En las variedades blancas la Valancia ocupaba el 40%, lo mismo que la Viuna o Macabeo y el 20% restante correspondía al Moscatel romano.

A finales del siglo XIX ya se sabía que el viñedo aragonés estaba sentenciado a muerte. En 1899 se detectó la filoxera en el somontano del Moncayo, y un año después empezaban a morir las primeras cepas en Cosuenda y Aguarón. En 1906 este segundo pueblo había perdido ya las tres cuartas partes de sus viñas y en Almonacid de la Sierra la cosecha que se recogía representaba la cuarta parte de los años anteriores. La invasión se debió de producir entre el año 1896 y 1897 ya que es normal que cuando se aprecian los primeros síntomas el insecto lleve atacando tres años. El origen debió de estar en los viñedos afectados de Navarra, para luego penetrar por las Cinco Villas y la comarca de Tarazona con el favor del cierzo. Igualmente, penetró la plaga por el sur-este de Tarragona, pero el avance fue más lento que en el caso anterior.

La plaga no podía venir en peor momento porque los viticultores estaban arruinados por la debacle del comercio con Francia. Algunos,

con dificultades para comprar pies americanos, seguían en sus trece y volvían a plantar los sarmientos del modo tradicional, pero se dieron cuenta que eso era imposible. En las zonas donde la viticultura era la principal fuente de ingresos, rápidamente empezaron a reconstruir los viñedos, pero en aquellas otras en que su objetivo era la producción para el autoconsumo, o tenían posibilidad de cambiar de cultivos ya no se volvieron a plantar. Esto ocurrió en las proximidades de Zaragoza, en las Cinco Villas, en la Jacetania y en otros muchos sitios.

De la superficie antigua de viñedo de la provincia de Zaragoza, en 1909 se habían destruido totalmente 69.412 hectáreas y las 23.088 hectáreas no destruidas se hallaban invadidas en su totalidad quedando en producción únicamente 11.573 hectáreas.

La aparición de la filoxera sirvió para empezar a utilizar técnicas más modernas. A principios de siglo aparecieron los *malacates*, enormes arados de vertedera que necesitaban 10 caballerías para arrastrarlos y que obligó a muchos viticultores a agruparse para comprarlos y realizar el trabajo. Los *barbados* de pies americanos los empezaron a traer los viveros catalanes, navarros y la Diputación de Zaragoza, pero rápidamente se establecieron algunos viveros en Magallón, Calatorao, Zaragoza y en menor escala en los pueblos en los que se hacían plantaciones.

En 1909 se habían reconstruido en la provincia de Zaragoza 10.375 hectáreas de las que 7.043 Has habían sido viñedos destruidos por la filoxera y las 3.332 restantes se habían plantado sobre terrenos incultos. El resto de la superficie destruida se dedicó principalmente a cereales y leguminosas. Según datos de este año, las viñas plantadas en terrenos viejos de vid tenían unos rendimientos medios de 12 quintanales por hectárea, mientras que en las tierras nuevas los rendimientos eran de 17 quintales.

Los injertadores venían de Cataluña pero enseguida aprendieron los viticultores de Aragón. También se empezó a utilizar las tijeras de podar francesas que eran mucho más manejables que las tradicionales, y se empezó a emplear productos químicos para combatir las enfermedades. Contra el oidio se aplicaba azufre en polvo y contra el mildiu cobre. Contra la piral o papeletero, que es un gusano de grandes dimensiones (en algunos sitios de Cariñena le llaman «la culebra»), aún tardaron a emplear insecticidas porque se combatía con agua hirviendo que solía resultar poco eficaz.

Las variedades que se injertaban sobre los pies americanos conservaban más o menos la proporción que hasta entonces había existido; de este modo la Garnacha venía a ocupar el 50%, el Tinto el 10%, la Crujillón el 10%, la Monastrel el 10%, la Miguel de Arcos el 5% y el 15% res-

tante la Sumoll, Tempranillo, Graciano, Perrel, Valancía, Viuna, Moscatel y otras. En Cariñena, sin embargo, la Garnacha representaba el 90%, y en Tarazona y faldas del Moncayo la superficie estaba más repartida entre la Crujilón o Mazuela, Tempranillo, Graciano y Miguel de Arcos, que según una memoria de la Región Agronómica «dan a los vinos de dicha comarca la característica de ser los más finos de la provincia».

Los viticultores habitualmente transformaban las uvas en sus propias bodegas, y lo normal era que carecieran de los conocimientos y medios necesarios para conseguir unos vinos de mediana calidad, aunque tampoco tenía mucha importancia, pues los compradores lo que querían era un líquido con mucho color y con mucho alcohol para hacer después sus mezclas. Algunos sometían las uvas pisadas en las cubas y las dejaban allí largo tiempo sin trasegarlas.

A principios de siglo aparecieron los *mejadores*, que eran cuadrillas de hombres dirigidos por un capataz, encargados de sumergir periódicamente en el mosto el sombrero que forman los hollejos sobrantes, para conseguir una mejor fermentación y maceración. Algunos incluso empleaban sangre de cordero para clarificar los vinos, pero, según manifestaba Pellejero Soteras en 1933 en una publicación sobre las vinificaciones en Aragón, las técnicas enológicas no debían estar muy avanzadas. Éste se quejaba de la escasa limpieza que había en las bodegas «la base de una buena fermentación junto a la temperatura».

Este mismo autor cuenta en un folleto publicado en 1916 que en un pueblo de Aragón alguien vendió el vino de un lagar que tenía una calidad superior al resto, y esto le permitió venderlo más caro. Cuando se vació el recipiente se comprobó que dentro había un gato muerto y tal hallazgo sirvió para que, a partir de entonces, se dijera que el vino mejoraba metiendo un gato muerto en los depósitos de fermentación. Otras recetas domésticas, como la introducción de un pernil en las vasijas, dan idea de los conocimientos enológicos que tenían los bodegueros de entonces.

Pero aunque los más ancianos reconocen que ahora los vinos son mucho mejores que antes, esto no quiere decir que entonces no existieran buenos enólogos y magníficos vinos que se guardaban para las fechas señaladas o para los acontecimientos excepcionales: el nacimiento de los hijos, la primera comunión, las bodas, etc. El propietario del restaurante Rodi de Fuendejalón conserva unos cuadernos manuscritos de un antepasado que hizo unos estudios de enología a principios del siglo en la Estación de Enología de Haro (Rioja), donde se puede comprobar los conocimientos que se tenían ya entonces sobre la industria del vino, lo que ocurría es que no todos los llevaban a la práctica. También hay personas que cuentan el esmero que ponían algunos para lle-

var las uvas en cuévanos, conocedores de que nunca podría salir buen vino de unas uvas malas. Pero si el comercio no valoraba esta calidad y únicamente buscaba color y grado, es normal que los sistemas de producción se basaran en esto.

La época de la replantación de la vid también fue un periodo favorable a los prestamistas, ya que muchos carecían de medios para afrontar las inversiones y obligatoriamente tenían que acudir al dinero ajeno, aunque fuera con altísimos intereses. Cuando los prestamistas acudían a recuperar el capital que habían dejado junto a los altos intereses, muchas veces tenían que quedarse con las viñas por no poder devolvérselo y, de este modo, algunos consiguieron hacerse con grandes propiedades sin haber plantado un barbado.

La pérdida del mercado francés se vio contrarrestada en cierto modo con el mercado del País Vasco, que se favoreció gracias al ferrocarril. Desde finales del siglo XIX hasta los años sesenta, Guipúzcoa y Vizcaya fueron los principales clientes del vino aragonés, e incluso Bodegas Bilbaínas construyó en 1913 una bodega en Longares, convirtiéndose en el mejor comprador de Aragón. En los últimos años del XIX se empezaron a construir alcoholeras para destilar parte de los excedentes, pero ni aún así se consiguió restaurar el mercado. En los pueblos vitícolas aún se conservan las altas chimeneas de las alcoholeras que funcionaron hasta los años sesenta.

En 1914 otra tragedia benefició al vino aragonés, especialmente al de Cariñena, puesto que tras el estallido de la Primera Guerra Mundial Francia perdió el mercado, adueñándose de él España. El despertar de la demanda promovió de nuevo las plantaciones de vid y muchos cambiaron los viejos trujales por depósitos de hormigón o construyeron bodegas nuevas en las afueras de los pueblos.

Pero con la crisis económica de 1929, otra vez volvieron las vacas flacas y con ellas el empobrecimiento, pero no tanto como la vez anterior, porque muchos ya habían emigrado y los que quedaron no permitieron tantas alegrías. En los años 30 se seguía produciendo vino de pasto y en 1932 las Cortes españolas aprobaron el primer *Estatuto del Vino*, donde se regulaban y prohibían algunas prácticas fraudulentas que empeoraban la calidad. Los primeros cambios sobre este aspecto empezaban a ser patentes. Los consumidores exigían vinos mejores, a remolque seguramente de los avances enológicos que se estaban produciendo en Francia. En 1932 se creó en Cariñena la primera *Estación Enológica* con el objeto de fomentar la mejora de la calidad, pero la Guerra Civil no dejó que ello ocurriera.

La era de las cooperativas

Las bodegas necesitaban renovarse, porque los pequeños trujales que durante tanto tiempo habían servido para producir el vino que se demandaba, ahora se habían quedado obsoletos. Además, los pequeños cosecheros no podían ni acercarse de lejos a los puntos de consumo y siempre tenían que estar a merced de los almacenistas e intermediarios que dictaban el precio del vino. La situación se hacía insostenible y la única posibilidad de supervivencia que quedaba era la agrupación de productores.

Desde principios de siglo se produjeron en Aragón algunos intentos para formar asociaciones de viticultores, pero la mayor parte fracasaron. En Aguarón, por ejemplo, 30 viticultores formaron una cooperativa vinícola que solo resistió cinco años, y en Almonacid ocurrió algo parecido unos años después. Durante el periodo republicano se fomentaron las cooperativas vitivinícolas, pero en Aragón no acabaron de cuajar.

Tras la Guerra Civil, el nuevo régimen volvió a promover el cooperativismo de un modo forzado, porque los viticultores carecían de ese espíritu. Sólo el abuso de muchos intermediarios, y la fuerte competencia que ejercían las grandes bodegas y almacenes, hicieron posible que se llegara al asociacionismo. Entre 1944 y 1965 se crearon casi todas las cooperativas vinícolas, y como se estaba dentro del nacional-catolicismo del régimen de la postguerra, se puede comprender que todas estas bodegas llevaran el nombre del santo patrón de la localidad. Incluso en la actualidad, a pesar del laicismo y la aconfesionalidad de la nueva situación democrática, se siguen conservando nombres que resultan de lo más opuesto a la era *marquista* de economía de mercado, y totalmente contrarios a la imagen que propugna el *marketing* actual. Este detalle puede tener dos lecturas; o los socios de las cooperativas tienen una envidiable fe en su patrón, lo cual es digno de tener en cuenta, o no han evolucionado hacia posturas más comerciales.

Estas nuevas bodegas son de considerables dimensiones, capaces de absorber las uvas de uno o varios pueblos. En Cariñena, Campo de Borja y Calatayud, las cooperativas producen más del 95 por ciento del vino. Cuando se construyeron se pensó en el tipo de vino que se demandaba, es decir, vino de pasto para *coupage*. Pero la revolución que, según se decía, iba a suponer el cooperativismo se quedó a medias. Es verdad que en los primeros años resolvieron muchos problemas a pequeños productores al concentrar la oferta, que ya es bastante, pero en lugar de concebirse como verdaderas empresas capaces de acercar la producción al consumo, todo el mundo las consideró simplemente como el almacén donde se llevaban las uvas. Sus propietarios, es decir los socios, siempre se sintieron viticultores antes que dueños de una industria, y esto ha difi-

cultado seriamente las decisiones que se deberían tomar para adaptarse a los cambios de los mercados.

La situación de hambre y miseria que se padeció al finalizar la Guerra, obligó a los gobernadores a establecer una legislación que prohibía la plantación de viñas en tierras que fueran capaces de producir más de 1.200 kilos de trigo, es decir, que las viñas quedaban relegadas a las tierras menos fértiles, principio que ya se venía poniendo en práctica desde hace años. El paisaje vitícola aragonés, por tanto, se puede resumir a una serie de colinas o llanos cascajosos donde la sequía y la permeabilidad del suelo no permiten cultivar otras plantas que no sea la vid.

Los nuevos consumidores

Todo el vino de Aragón se vendía a granel y se cotizaba en función del grado alcohólico (hectógrado). Pero el consumo empezaba a descender por los cambios sociales que se estaban produciendo al hacerse urbana la población rural. El mercado de los graneles se empezaba a tambalear y se veía que había que empezar a embotellar para obtener mayor valor añadido.

A principios de los sesenta la Cooperativa San Valero de Cariñena, de la mano de Eulogio Pérez, un joven enólogo con experiencia adquirida en Navarra, se convirtió en la pionera del embotellado. Por primera vez se vendía vino de Aragón con nombre y apellidos sin necesidad de mezclas ni aguados. Poco después se crearon dos empresas embotelladoras, *Arvin* y *Monteviejo*, que se nutrían del vino elaborado en las cooperativas de la región consiguiendo gran importancia en los mercados. Monteviejo, fue la empresa española que más vino vendió bajo una única marca. Mientras tanto se pensaba en la necesidad de crear una denominación de origen en Cariñena.

José Bribián, alcalde carismático de Cariñena en aquella época, con importantes tentáculos en la Administración franquista, se encargó de gestionar la solicitud ante el Ministerio de Agricultura y en un corto periodo de tiempo esta zona vitícola estrenó la *primera Denominación de Origen de Aragón*.

Pero, aunque el embotellado fue un gran avance en la comercialización del vino, la elaboración se seguía haciendo como cuando se vendía para coupage, es decir pensando en la alta graduación alcohólica, más que en la calidad organoléptica que ya empezaban a demandar ciertos estratos de consumidores. San Valero por ejemplo, tras el popular *Don Mendo* sacó la marca *Monte Duca*y para comercializar los vinos de más calidad.

Hacia mediados de los 70, Mario Suso, que como se demostraría era un gran comerciante que conocía a la perfección el mercado estadou-

nidense, construyó una nueva bodega en Cariñena con criterios más afrancesados, cuidando el etiquetado y la presentación de las botellas y produciendo un tipo de vino más ligero y suave al paladar. Para ello contrató a Luis Gasca, que era un enólogo de Encinacorba que llevaba varios años trabajando en Francia y que traía las ideas de la escuela de Burdeos, una de las cunas más importantes de la ciencia del vino. Mario Suso con la marca *Viña Tito* se convirtió en uno de los primeros patrocinadores del deporte español cuando los equipos todavía no llevaban marcas comerciales en sus camisetas. En este caso fue un equipo femenino de baloncesto zaragozano que militaba en primera división quien sirvió para difundir el nombre de un vino aragonés por todo el país. En esta época las exportaciones de vino de Cariñena recibieron un gran impulso, que continuó mientras Suso estuvo en el negocio.

De esta empresa Gasca pasó de enólogo a la cooperativa de Fuendejalón, donde introdujo el embotellado, y poco después pasó a la cooperativa San Valero de Cariñena. Mientras tanto el embotellado había empezado a ser habitual en muchas bodegas y en Ainzón, Bordejé, empezaba a sacar el primer cava aragonés.

En 1977 Campo de Borja consiguió que se le reconociera la Denominación de Origen, poco después fue el Somontano y en 1990 la obtuvo también Calatayud.

En San Valero, coincidiendo con una directiva claramente renovadora presidida por Santiago Gracia, el actual propietario y director de Solar de Urbezo, que había contratado al riojano Javier Bermejo de gerente por su larga experiencia en La Rioja, Luis Gasca empezó a poner en práctica nuevos conceptos enológicos para Aragón, aunque viejos ya en la zona francesa de donde procedía. Programó la vendimia para que los vinos tuvieran unos 12-13 grados, pensando en la calidad organoléptica y en las características que esperan los consumidores, dejando a un lado la producción de alcohol. Esta idea innovadora motivó, no sin críticas de quien no entendía la realidad del mercado, que la vendimia se adelantara a las fechas habituales y que por fin los vinos fueran algo más que alcohol. También provocó cierto malestar entre los defensores de la tradición a ultranza, porque la vendimia coincidía con las fiestas patronales de Cariñena y se consideraba prioritario honrar al santo patrón. Fue la que se denominó vendimia controlada, en la que se establecían unos criterios objetivos de liquidación de las uvas en función de la calidad que ofrecían. A los pocos años, en 1986, Luis Gasca falleció sin haber visto culminadas sus ideas, pero la semilla ya había germinado, y poco después ningún viticultor se escandalizaría con las teorías que él había intentado poner en práctica.

Pero las innovaciones del sector vitivinícola aragonés también se vieron favorecidas por la labor apostólica de la *Agencia de Extensión Agraria de Cariñena* donde Manuel Gracia Aguarón y Pedro Cebrián aglutinaban todas las inquietudes en favor de la viticultura. Se recorrieron toda la región dando charlas y cursillos a los agricultores, organizaron viajes a otras zonas para conocer nuevas técnicas, y, a mediados de los años 70, con unos viticultores agrupados en SEGES (Seminario de Extensión para la Gestión de las Explotaciones), y otros organismos de la Administración, abordaron un programa de ensayos para conocer las posibilidades de adaptación de nuevos portainjertos y variedades y la incorporación de nuevas técnicas de producción. Poco después, también desde Extensión Agraria, se vio la necesidad de investigar y experimentar en el campo de la Enología para que las bodegas pudieran avanzar en la mejora de la calidad de sus productos. Manuel Gracia y José Manuel Tabuenca animaron la constitución de un Consorcio entre las cooperativas de la zona de Cariñena con el patrocinio de la Diputación Provincial de Zaragoza y el Consejo Regulador, y en una pequeña bodega de Almonacid, Ernesto Franco, un joven enólogo que con el tiempo se doctoraría en ciencias químicas con una tesis sobre esta materia, empezó a trabajar para después explicar, bodega tras bodega, los resultados de los ensayos.

En 1984 la Diputación General de Aragón creó la *Estación de Viticultura y Enología* con un equipo de técnicos jóvenes portadores de ideas y conocimientos nuevos, como fuente de información y como ayuda para incorporar nuevas técnicas capaces de mejorar la situación del sector vitivinícola. A lo largo de los 80, las bodegas empezaron a reestructurarse para mejorar sus condiciones técnicas incorporando equipos de refrigeración para controlar la fermentación, materiales de acero inoxidable, prensas menos agresivas, etc. Ello supuso una inversión de más de 1.500 millones de pesetas, sin contar la reestructuración que se llevó a cabo en los viñedos para rejuvenecer las plantaciones y obtener vinos de mayor calidad.

A final de los años 80 y principios de los 90, la zona del Somontano recibió un impulso tan importante que sus efectos repercutieron sin duda en el resto de la región. Dos grandes empresas, Compañía Vitivinícola Aragonesa S.A. (COVISA) y Viñedos y Crianzas del Alto Aragón, plantaron nuevas viñas y construyeron modernas bodegas con planteamientos empresariales acordes con la distribución agroalimentaria actual. Años antes la Cooperativa del Somontano de Sobrarbe, después Bodega Pirineos, ya había marcado la tendencia de lo que sería esta zona. Su caso ha sido tan espectacular y emblemático que se estudia y se dan charlas sobre él. Pero es absolutamente irreplicable. Muy difícil-

mente volverán a repetirse unas condiciones socio-económico-políticas de similares características en alguna zona de España para que el fenómeno del Somontano vuelva a repetirse. Pero, sin ninguna duda, ha sido el gran revulsivo del vino aragonés de los últimos años. Y eso que durante muchos años había quien no lo quería reconocer y sufrió ataques muy fuertes. Pero eso es otra historia digna de otra ponencia que alguien, algún día, debería acometer.

En 1992 se inició la vendimia mecánica en Aragón de la mano de Bodegas Torcal, tras haber adquirido una sofisticada y costosa cosechadora, capaz de realizar el trabajo de 40 vendimiadores. Este acontecimiento va a marcar sin ninguna duda el punto de inflexión de la viticultura aragonesa lo mismo que lo marcó 90 años antes la aparición de la filoxera. En los últimos años resultaba muy difícil recolectar las uvas por la escasez de mano de obra local, que se tenía que suplir con inmigrantes portugueses y africanos llegados de forma masiva y sin permiso de residencia en muchísimos casos.

Para poder vendimiar de forma mecánica, las cepas han de estar formadas en espaldera y ello va a motivar que muchas viñas abandonen el tradicional vaso. Se comenta que, dentro de unos años, sólo se cultivarán aquellas viñas que se puedan vendimiar con máquina, lo mismo que se dijo 30 años antes cuando aparecieron las primeras cosechadoras de cereales. Según estas expectativas, de momento la viticultura aragonesa tiene asegurado su futuro. Andarán malos tiempos pero cuando se vive del vino, no queda otra alternativa que ponerse al día y producir excelentes caldos si no se quiere llevar una vida mísera o emigrar a otras partes.

A principios de 1994, las cooperativas de Fuendejalón, Magallón y Tabuena, en la zona de Campo de Borja, decidieron formar una sociedad, *Bodegas Aragonesas*, para comercializar sus vinos. La adaptación a los nuevos tiempos siempre va más despacio que la propia evolución de los acontecimientos, pero al final todo queda en su sitio. El propio afán de supervivencia ha hecho que otras empresas, en la misma zona, sigan los pasos de Bodegas Aragonesas. Ha sido el caso de Bodegas Borsao.

En abril de 1999, el Monasterio de Piedra sirvió como escenario para constituir Bodegas y Viñedos del Jalón en la Denominación de Origen Calatayud. Esta nueva sociedad que arrancó su andadura como el motor impulsor de los vinos de la zona con un capital inicial de 3.605.000 euros y con el apoyo accionarial de diversas entidades financieras y el Instituto Aragonés de Fomento (IAF) sigue manteniendo una posición de liderazgo absoluto en la zona. El organigrama interno de la bodega está dirigido por Miguel Ruz, gerente, José Antonio Burdío, Director de Expor-

tación, y Fernando Ballesteros, Director Técnico y enólogo. Dentro de esta estructura, Bodegas y Viñedos del Jalón cuenta con un total de algo más de 700 socios inscritos a la comercializadora.

La producción total de la entidad ronda los 2.500.000 botellas dirigiendo el 80% de esta cantidad hacia el mercado exterior. Reino Unido, Finlandia, Alemania, Holanda, Bélgica, Suiza, Austria, Dinamarca, Irlanda, Estados Unidos, Venezuela, Costa Rica y México, son los principales países a los que Bodegas y Viñedos del Jalón llega de la mano de su marca líder: Castillo de Maluenda.

La Denominación de Origen Cariñena ha mantenido durante los últimos años una estupenda salud y algunas bodegas han experimentado cambios interesantes de seguir. Es el caso de Bodegas Ignacio Marín que, aunque la tradición le viene desde 1903, según dicen ellos mismos, es a partir del año 1996 cuando experimenta un gran impulso con incremento importante en las exportaciones y con reconocimientos nacionales e internacionales para sus vinos.

El 28 de abril de 1995 se constituye una nueva bodega en Cariñena: Solar de Urbezo. La familia Gracia Campillo decide, después de su paso durante años en la Cooperativa San Valero, montar sus propias instalaciones. Desde el comienzo el trabajo de Santiago Gracia se ha visto recompensado por presencia en todas las guías y el logro de diferentes premios de ámbito nacional e internacional.

Otra de las bodegas destacables de la Denominación Cariñena es Covinca. Se trata de una cooperativa fundada en 1997 por la unión de la Cooperativa Vitivinícola de Longares y de la Cooperativa San Nicolás de Tolentino de Almonacid de la Sierra, que fueron fundadas respectivamente en 1942 y 1945. Con una extensión de 490 hectáreas dedicadas a la uva blanca y 2510 a la de tinto, agrupa en la actualidad a 700 cooperativas. Cuenta con unas instalaciones de más de 9.000 metros cuadrados para la elaboración de sus vinos, con una sofisticada y moderna maquinaria, totalmente automatizada, lo que la sitúa entre las más modernas de España.

También en el año 1997 se constituye una de las mayores sociedades vinícolas aragonesas. Se trata de Grandes Vinos y Viñedos en Cariñena. Es la unión de las siguientes bodegas: San José, de Aguarón; San Roque, de Alfamén; San Berbabé, de Cosuenda, y la Sociedad Agraria de Transformación 75, de Cariñena. Unos años más tarde inauguran un flamante edificio que da cobertura a esta impresionante bodega.

En lo que a Somontano se refiere, y al margen de lo ya comentado, la fundación de Bodegas Enate, en el año 1991, supone un gran respal-

do social y económico pues supone la entrada masiva de capital privado en una zona en la que mandaba el público o cooperativista.

Enate se abastece de 400 hectáreas de viñedo propio, ubicado en el valle de Enate y en los términos municipales de Salas Altas, Salas Bajas y Cregenzán. Goza de una ubicación privilegiada, amparado por la protección que le otorga la cordillera pirenaica y por los suaves vientos que a partir del mes de junio, cuando se inicia el crecimiento de la uva, hacen que las temperaturas diurnas de 34-35 grados desciendan por la noche a 17-18. Su situación a una altitud entre 550-600 metros sobre el nivel del mar —y por tanto con menor índice de humedad— permiten reducir de manera considerable los tratamientos que necesita el viñedo, realizándose una viticultura ecológica.

En la actualidad la producción de vinos se reparte en un 85% tintos, 5% rosados y 10% blancos. Enate se caracteriza por un estilo de vinos que sorprenden por ese toque diferencial, propio de un vino menos hecho, pero con mayor fuerza.

Y otras bodegas que se están instalando en la actualidad son bodegas Dalcamp, Blecua, que pertenece a Viñas del Vero y se erigió en el año 2000, Bodegas Sierra de Guara y Bodegas Otto Bestue.

El vino de Aragón en los libros

Los principales agentes, elaboradores, comentaristas, escritores y periodistas especializados en el mundo del vino están de acuerdo en que los últimos veinte o veinticinco años transcurridos en España, coinciden con la gran revolución del vino en nuestro país. El gran cambio del vino español en todos los ámbitos y en todos los sentidos se produce en torno al año 1978, aproximadamente, coincidiendo con el cambio político y la forma de vida de los españoles, influido en gran medida por la desaparición del régimen político del general Franco. Uno de estos cambios se observa en las publicaciones que es lo que en este momento de la ponencia nos interesa.

Hasta el año 1977 en el que Miguel A. Torres publica su emblemático libro «Viñas y Vinos», los libros que trataban aspectos relacionados con el vino eran de tipo, esencialmente, teórico, práctico y técnico.

Evidentemente habrá muchos más, pero traemos aquí algunos de los ejemplos más claros de ello.

• *Enología Teórico-Práctica*. Del profesor D. Octavio Ottavi. Editado por Rivas Moreno. Año 1901. Madrid.

- *Industrialización de la elaboración de vinos*. De José Pellegrero Soteras. Imprenta de Heraldo del Aragón. Año 1916. Zaragoza.
- *El vino y su valor alimenticio e higiénico*. Del Doctor D. Joaquín Decref Ruiz, publicado por el Sindicato de Viticultores de Valdepeñas. Año 1935.
- *Manual del cantinero*. De Carlos Golfrin. Publicado por F. Granada y C^a., Editores. Sin año pero calculamos que de comienzos del siglo XX. Barcelona.
- *Elementos de enología*. Publicado por el Servicio de Extensión de Enseñanzas Técnicas. Año 1940. Barcelona.
- *Aguardientes y licores. Su fabricación actual* De Mateo Carbonell Razquin. Editorial Síntesis. Año 1965. Barcelona.
- *El gran libro del vino*. De Editorial Blume. Año 1971. Barcelona.
- *La química del vino*. De Jules Carles. Editorial Oikos-tau. Año 1972. Barcelona.
- *Los vinos de Rioja*. De Manuel Llano Gorostiza. Editado por Induban. Año 1974.
- *Análisis de vinos y mostos*. De M.A. Amerine y C.S. Ough. Editorial Acibia. Año 1976. Zaragoza.
- *Aguardientes y licores*. De Martínez Llopis. Editorial Cantábrica. Bilbao 1978.
- *Los vinos de Aragón*. De David Revuelta, José Domínguez y Guillermo Revuelta. Librería General. Año 1978. Zaragoza.
- *El viñedo en Aragón*. De María Concepción Estella Álvarez. Institución «Fernando el Católico», Zaragoza 1981.

Hasta aquí el denominador común a todos ellos era, como hemos indicado, el tono y contenido eminentemente práctico o teórico-técnico.

En el año 1979 la Compañía Vitivinícola del Norte de España, más conocido en el ámbito vinícola como CUNE, para conmemorar el Centenario de su fundación, edita un bello libro bajo el título *Un vaso de bon vino* y escrito por uno de los grandes entendidos en vino de este país: Manolo Llano Gorostiza. En el interior de este ejemplar, y aunque está dedicado evidentemente a La Rioja y a la bodega editora, ya comienza a tratar temas que hasta entonces prácticamente no se habían tocado. Por ejemplo «vinos y copas» o «los vinos en la mesa» o «la enoteca». Quizá se comenzaba a vislumbrar un cambio en las maneras y costumbres de

los españoles en su relación con el vino y el autor consideró interesante incluir estos puntos en su libro, hasta ahora, como digo, prácticamente intratados.

Dos años antes, en 1977, Editorial Blume publica el libro «Viñas y vinos», escrito por Miguel A. Torres y que supone, desde mi punto de vista, el gran cambio en lo que a libros de vinos se refiere. En el prólogo a la tercera edición dice el autor: «Viñas y vinos se prepara ya para su tercera edición y ello es significativo: el interés por la vid y el vino se halla en auge en España y en América Latina. No podemos sino congratularnos todos los que de algún modo formamos parte de la gran familia del vino español y, al mismo tiempo, esforzarnos en una línea de constante superación».

Pocos son los títulos y autores que Miguel A. Torres cita en la bibliografía de este libro salvo los ya mencionados títulos técnicos. Con una concepción mucho más moderna incluso en el lenguaje, y con una maquetación distinta, este libro constituye, desde mi punto de vista, el inicio de un larguísimo camino que estaría posteriormente lleno de ejemplares como de los que ahora citaremos unos cuantos.

Un año más tarde, en diciembre de 1978, el mismo Miguel Torres publica, también en Blume *Vino español. Un incierto futuro*. Con valentía y realismo aborda cuestiones muy delicadas y hasta entonces nunca leídas en un libro de tales características, o al menos yo no lo he visto. Tan interesante nos parece el estudio de este libro que reproducimos ahora los prólogos a la primera y segunda edición.

Como curiosidad y anotación decir que los vinos de Aragón no se citan en los dos volúmenes de Miguel Torres, salvo únicamente cuando hace referencia a la uva «cariñena» y hace la explicación correspondiente.

PRÓLOGO A LA PRIMERA EDICIÓN DEL LIBRO DE MIGUEL A. TORRES: VINO ESPAÑOL. INCIERTO FUTURO

«Mucho antes de que el éxito de la primera edición de *Viñas y Vinos* fuese una realidad, cavilaba ya sobre la conveniencia de escribir de nuevo acerca del vino. Era como un presentimiento de que había más cosas que decir, nuevas facetas que revelar.

Pensaba que en aquella mi primera obra había tocado con cierta amplitud todos los aspectos del complejo proceso que va desde la plantación del viñedo hasta la elaboración, crianza y conservación de los

vinos. Profundizar con mayor extensión en determinadas partes del proceso hubiera pecado, con toda seguridad, de un excesivo tecnicismo.

Pero en esta época apasionante que nos ha tocado vivir, en donde los cambios y las transformaciones se suceden vertiginosamente, puede y debe constatar una profunda relación entre facetas y sectores aparentemente desvinculados entre sí.

En efecto, la vid y el vino en tanto que resultado de un proceso de producción no escapan a las leyes inefables de la economía, a los principios de la sociología, a la normativa dictada por el imperio de la tecnología dominante en tantos aspectos de nuestro mundo.

Este libro se dirige a todos los que deseen adentrarse en tantos otros aspectos —quizás inéditos por lo desconocidos— que en la realidad existen alrededor del vino.

No es una obra técnica en ningún momento, pues desearía que pudiese merecer un interés general. Pero el vino español y su futuro tienen una tremenda importancia para miles de familias españolas. Y el conocimiento de su problemática pasa por el estudio de todas las facetas sociales, económicas y técnicas involucradas en el proceso.

Por ejemplo, el vino español, para sobrevivir, debe poder ser exportado. Y no parece que el camino elegido hasta hoy para conseguirlo sea el más adecuado.

El lector sabe que el vino español de mesa casi nunca se halla presente en las cartas de vino de los restaurantes y hoteles extranjeros.

¿Por qué se nos rechaza mientras se acoge a los vinos franceses, alemanes, italianos y portugueses?

¿Qué errores habremos cometido en el pasado los cosecheros españoles para merecer tamaña discriminación? ¿Qué podría hacerse para conseguir una mejor imagen para nuestra bebida nacional? Intentaremos explicarlo a través de estas páginas.

Asimismo, el «viaje» a los demás países productores de vino se hace necesario. Pero al contrario de los tratados clásicos al respecto, aquí no trataremos de realizar una meticulosa explicación de las zonas vinícolas, de los vinos que elaboran, ni tampoco el panegírico de sus cualidades.

Se estudian las zonas vinícolas de Europa, América y Oceanía en un esfuerzo por extraer de ellos su «razón de ser», su estructura socioeconómica, y su calibre en tanto que competidores —actuales o potenciales— del vino de mesa español. He pretendido demostrar que, a fin de cuentas, en los países occidentales la última palabra la tiene el consu-

midor. Y toda la ciencia vitícola y enológica del mundo puesta a contribución fracasaría si no atinara a conseguir finalmente un vino interesante para él. Un vino que, respetando las grandes reservas de producción limitada, debe ser de precio moderado pero de una gran calidad. Y que debe al mismo tiempo ser capaz de permitir a todos los que intervienen en el proceso de la vid y del vino unos ingresos dignos y necesarios.

De nuevo debo agradecer a mi buen amigo Albert Pujol el haber tenido la habilidad de conseguir para estas páginas un imprescindible soporte gráfico que, sin lugar a dudas, harán su lectura más comprensible y más amena.

Pachs del Penedés, marzo de 1978.»

Y algunos puntos de su índice pueden, igualmente, ayudarnos a comprender la visión ciertamente adelantada a su tiempo de este catalán universal. Por ejemplo cuando se habla del «dudoso prestigio del vino español», o cuando aborda «las denominaciones de origen», tan en boca de todos ahora con la nueva ley del vino. Él ya las estaba cuestionando y analizando ocho años después de la promulgación de la famosa ley del vino del año 1970.

En definitiva, un libro que constituye el origen de una nueva forma de entender y tratar el vino.

En 1980 el famoso escritor y periodista Xavier Domingo publica en Dédalo Ediciones un libro que se vendió y comentó muchísimo en la época: *El vino trago a trago*.

Por el contenido del mismo se puede considerar un intento, lo más probable conseguido, de popularizar lo que hasta entonces había sido cosa de unos pocos. Algunas reflexiones pueden surgir de la sola lectura de algunos puntos de su índice: Un vino de mala uva, el saber de vinos, el vino muere, el vino no engaña, etc.

Muy poco se citaban los vinos aragoneses en estos libros. Cariñena se citaba y se comentaba, la mayoría de las ocasiones bien y, en alguna otra ocasión, no tan bien por el tan traído y llevado tema de la graduación alcohólica.

José Peñín es uno de los escritores y comentaristas más veteranos en el contexto del panorama vinícola español. Quizá uno de sus primeros libros publicados sea este *Manual de vinos españoles*, editado por Penthalon en el año 1980 y prologado por Xavier Domingo. Y dice Domingo que después de que Peñín se «ha pasado unos buenos años recorriendo España a bordo de un Land Rover, consiguiendo vinos bajo el apodo del

“buscavinos”, ahora se decide a contarlos en un libro». Y sigue diciendo «Este libro estaba haciendo falta». Justamente es la frase que pone de manifiesto que hasta entonces no existían libros que hablasen de consejos prácticos, conservación y consumo. Cuestiones que ahora parecen tan básicas como la elección de un vino en botella de litro o de 3/4, entonces eran todavía cuestionadas. ¡Y no hace tantos años! Ya habla José Peñín en este su primer manual de las cuatro zonas vinícolas más importantes de Aragón y, por primera vez, Somontano, Cariñena, Calatayud y Borja, aparecen descritas y comentadas. Y todavía señala la zona de La Almunia y la de Valdejalón.

Cinco años más tarde el periodista Carlos Delgado publica *El libro del vino* en Alianza Editorial. Es el año 1985 y él también cita en su prólogo como referencias los libros de Miguel A. Torres, José Peñín y Llano Gorostiza. Algo que nos está confirmando que estamos en el buen camino a la hora de determinar los orígenes de la literatura moderna del vino en España. En este volumen los vinos de Aragón están representados sólo con Campo de Borja y Cariñena. Somontano y Calatayud aún no tenían las respectivas denominaciones de origen.

A partir de este momento se van incorporando a la nómina de libros, poco a poco, títulos como los siguientes:

- *Galería de borrachos* de Eduardo Chamorro. Ediciones Penthalon.
- *Mis 101 mejores vinos* de José Peñín. Ediciones Penthalon.
- *Manual de los vinos de Rioja* de José Peñín. Ediciones Penthalon.
- *Manual de los vinos y aguardientes de Galicia* de Xose Posada. Ediciones Penthalon.
- *Manual de los vinos de Cataluña* de Miguel A. Torres de Ediciones Penthalon.

Y por supuesto la gran obra editorial que obtuvo unas ventas muy importantes, *Enciclopedia del Vino* de la editorial Orbis, publicada en siete tomos en el año 1987. Quizá con esta obra se llegó al punto más álgido de las ediciones de libros de nuevo cuño en el mundo del vino.

Después de esta obra la profusión de libros fue importantísima y comenzaron a salir al mercado los libros de vinos como objeto de regalo. Sin duda habíamos entrado en una nueva dimensión.

Mucho más tarde, en el año 1994, con mi colega Miguel Lorente y editado por La Val de Onsera tuve el placer de publicar el libro *Vinos de Aragón*. Hasta ese momento tan sólo dos libros habían sido publicados sobre los vinos de Aragón de manera monográfica, ambos ya citados. El

primero el de los hermanos Revuelta y el segundo la tesis doctoral de María Concepción Estella. Afrontábamos con este título un reto que era actualizar los grandes cambios que se habían producido en el sector en Aragón. A lo largo de más de 230 páginas fue el primer trabajo exhaustivo que sobre el vino de Aragón se hacía y publicaba.

Destacable es la obra de nuestro querido compañero académico Juan Cacho que para la colección «CAI 100» publicó en el año 1999 *Los vinos aragoneses*. Un libro de consulta obligada para conocer la actualidad del momento.

En el mes de enero de este mismo 2003 y nueve años más tarde, también con Miguel Lorente, acabamos de terminar *El gran libro de los vinos de Aragón*, editado por El Periódico de Aragón y entregado por fascículos durante 20 semanas.

Las tiendas especializadas

La verdadera evolución del vino moderno es España, la gran revolución del mundo del vino se ha vivido en nuestro país, tal y como hemos comentado, durante los últimos veinticinco años. Resulta interesante repasar los textos y libros que durante todo este tiempo se han publicado para entender algunas cuestiones, como por ejemplo la relacionada con las tiendas especializadas.

Decía Xavier Domingo en su libro *El vino trago a trago*, publicado por Dédalo Ediciones en el año 1980 en el capítulo dedicado a la compra de vinos: «Compramos vino principalmente en tres sitios. En las tiendas, especializadas o no (en España hay muy pocas), en las bodegas o cooperativas de origen o en el productor y en los restaurantes». Nos quedamos con la reflexión de Domingo de que «en España hay muy pocas tiendas especializadas». Más adelante en el mismo libro comentaba dos cosas más que merece la pena resaltar: que existe una cuarta fórmula de comprar vino y que son los clubes de vino, entonces una auténtica novedad; y también decía que desde luego y en todos los casos había que comprar vino embotellado y no a granel. Hoy nadie duda que el verdadero vino de calidad con seguridad es el que se vende embotellado. Sólo han pasado 22 años desde entonces.

Otro escritor histórico sobre temas de vino, el ya citado José Peñín, en el mismo año 1980 y en su éxito editorial *Manual de vinos españoles* de Penthalon Ediciones comentaba sobre el mismo asunto que a la hora de comprar vinos se podía hacer en «bodegas elaboradoras, supermercados e hipermercados, tiendas especializadas y clubes de vino por correspondencia», es decir introducía a los hiper y super y no tenía en cuenta

a los restaurantes. Y sobre las tiendas decía: «Desgraciadamente nuestro país no cuenta con un número suficiente de tiendas de esta clase. Alguna en Madrid, bastantes más en Cataluña y pocas en el País Vasco». Las recomendaba mucho y desaconsejaba por el contrario las compras en las grandes superficies. Los tiempos han cambiado mucho y hace no más de tres años, el propio José Peñín, sin duda una de las mentes más entendidas en vinos y una de las personas que más ha trabajado por la investigación de la calidad de los mismos, ha cedido su imagen personal para una campaña nacional de vinos en Carrefour.

Cuatro años más tarde también José Peñín en otro libro super ventas, *Mis 101 mejores vinos* repetía el mismo texto que en su libro anterior. Es decir, se reafirmaba en la ausencia de tiendas especializadas de vino en España.

Otros autores con parecido prestigio que los anteriores no comentaban nada sobre las tiendas, y así Carlos Delgado en su *El libro del vino*, o el propio Miguel Torres en sus *Viñas y Vinos* y *Vino español un incierto futuro*, no se refieren a los lugares donde comprar vino en España.

Lo cierto es que las cosas han cambiado sustancialmente en lo que a las tiendas se refiere y así María Isabel Mijares y José Antonio Sáez, en su muy interesante libro *El vino de la cepa a la copa* editado en el año 1995 por Ciencias de la Dirección, apunta en el apartado a las compras de vino que en los últimos años cada vez se compra más vino atendiendo a dos formas importantes las tiendas especializadas y los clubes de vino. Y sigue con el comentario «Las tiendas especializadas, que existen desde hace muchos años, han experimentado últimamente un gran aumento y es rara la zona de España donde no existan. Algunas son realmente excepcionales en cuanto a su instalación, contenido, competitividad en el precio y agilidad en el reparto. Disponen en general de un personal conocedor de los vinos y capaz de asesorar al cliente». Y continúa con algunos piropos más hacia las tiendas. Es decir, hemos pasado de casi nula existencia en el 84 a estar repartidas por todo el territorio nacional en el 95.

En el año 1992 se crea la Asociación Nacional de Comerciantes Especializados en Vino (ANCEV). Tuve el placer, y lo recuerdo como una gran aventura, de ser su fundador y primer presidente durante los primeros. Actuaba como secretario el también tendero zaragozano Isidro Moneva que posteriormente acogería la presidencia. La secretaría nacional permanece en Zaragoza con el apoyo de la Cámara de Comercio y se hacen grandes progresos en lo que a prestigiar las tiendas y a sus propietarios se refiere. Hasta el punto que se llega a editar una guía propia de la Asociación en la que figuran setenta y tres establecimientos repartidos por todo

el país. Años más tarde la editorial de Manuel Quintanero Arte de Vivir S.A. publica su primera edición de *Tiendas de Selección*, que viene a ser lo mismo, es decir, un compendio de las mejores tiendas especializadas en vino de toda España. En esta ya aparecen más de cien.

En aquellos años diez comercios zaragozanos integraban la Asociación, que llegó a tener vida propia en el ámbito regional bajo la denominación de «Maestros Vinateros». Eran Bodegas El Pilar, Sabores Mil, Casablanca, Ciriaco Yáñez, Sánchez, Foncea, Montal, Buisán, Moneva y Barbacil. El paso del tiempo y el fallecimiento de algunos de sus miembros hizo que la asociación fuera perdiendo fuerza en el ámbito local. En estos momentos siguen con mucha pujanza Montal, Moneva, Ciriaco Yáñez, Foncea, Bodegas El Pilar y los hermanos Barbacil. La actuación y el compromiso de las tiendas con el desarrollo de los vinos de Aragón fue decidido e importante. Durante mucho tiempo las bodegas utilizaron la estructura de la Asociación para hacer labores de promoción de los vinos aragoneses. Y hoy no se entiende una buena política de comercialización de vinos sin que aparezca la figura del comercio especializado.

Durante los años más intensos de la vida de esa Asociación de Maestros Vinateros los acuerdos con bodegas tan emblemáticas como Viñas del Vero, Bodega Pirineos, Castillo de Maluenda, Bodegas Aragonesas y otras, fueron muy importantes. Quizá el más llamativo fuese el pactado con Viñas del Vero y los «Premios a la buena uva y a la mala uva». Artistas y famosos nacionales, personajes del mundo de la empresa y el deporte o la música fueron objeto de estos premios que fue un invento de las tiendas especializadas y rentabilizado por la bodega del Somontano, según acuerdo con ellas.

Mientras tanto en el resto de España han seguido floreciendo los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta especializada de vinos. Y no podemos dejar de mencionar al Club del Gourmet de El Corte Inglés que se está implantando en las principales ciudades españolas y que ejerce una interesante influencia en el comercio de los vinos de calidad.

Las tiendas especializadas son las preferidas por las bodegas para iniciar sus labores de marketing y los lugares ideales para utilizarlos como laboratorios de pruebas de cara a futuros desarrollos comerciales. A veces ocurre que algunas grandes bodegas después de emplear la buena fe de los comerciantes y haber exprimido los conocimientos y la experiencia de los tenderos, poseedores de una especial sensibilidad para acercar a sus clientes las elaboraciones más recientes y recomendables, abandonan esa colaboración, pues sus producciones ya son mucho más cuantiosas y han de pactar con las grandes superficies que, hoy por hoy,

es donde se vende el vino de forma mayoritaria. Pero las tiendas y los tenderos deben de aprender esta lección y saber utilizar sus armas conociendo que llegará el día en el que habrán de cambiar la estrategia.

Los sumilleres

Como se dice más arriba la evolución del mundo del vino en España tiene su especial punto de inflexión durante los últimos veinte o veinticinco años. Y el mismo o parecido análisis que el hecho para las tiendas podría hacerse para los sumilleres. Otro de los colectivos básicos para el buen desarrollo de los vinos españoles en general y de los aragoneses en particular.

Antes de seguir veamos cómo define la figura del sumiller una de las plumas mejor informadas en el panorama vinícola nacional como es Mauricio Wiesenthal en su gran *Diccionario Salvat del Vino*. Una obra imprescindible para el buen aficionado. Dice: «Experto que se encarga de la administración de la bodega y del servicio de los vinos y espirituosos en un restaurante, en un establecimiento, en los supermercados, etc. El origen de la palabra proviene de *somme* que en francés medieval significaba «carga», especialmente la de los toneles de vinos que se transportaban en un carro. El *sommelier* tenía que vigilar su descarga y eventuales trasvases. En realidad no se ocupaba del servicio que correspondía al *chambelan* o al *escanciador*, que cuidaba de la cava, y a los copeiros o maestresalas, que servían los vinos.

Quando el *sommelier* (hoy ya está admitida la palabra sumiller en el DRAE), desarrolla su trabajo de cara al público asume la responsabilidad de asesorar y aconsejar, pero también debe de catar los vinos y ocuparse del servicio correcto».

Al comienzo de los años ochenta no había sumilleres en España tal y como lo dice el mencionado Xavier Domingo en su *El vino trago a trago*. Pero es que diez años más tarde no había muchos más. Los inicios y el núcleo duro corresponden a no más de tres o cuatro personas: Custodio Zamorra, Jesús Flores, Joan Muñoz y Agustí Torelló. Corrían los inicios de los noventa cuando se empezaba a tener conciencia de la necesidad de impulsar a este colectivo hasta entonces prácticamente inactivo en España. Como siempre la actividad empezó en Madrid y Barcelona, pero Zaragoza no tardó demasiado tiempo en sumarse a la iniciativa. Y de hecho hoy pasa por ser una de las primeras asociaciones de sumilleres, tanto por antigüedad como por cantidad de miembros asociados y experiencia y calidad de sus protagonistas.

Fue el 25 de mayo de 1994 cuando se compone de manera oficial y legal la junta directiva de la Asociación de Sumilleres de Aragón. Está compuesta de la siguiente forma: presidente José Antonio Puyuelo (del restaurante La Matilde), tesorero Rafael Barrios (del Hotel Meliá Corona de Aragón), secretario Miguel Arlés (del Gran Hotel) y cinco vocales: Viñas del Vero representada por su entonces gerente Joaquín Sanz, Arturo Peiró (del restaurante Gayarre), Juan Barbacil y Vicente Palacio (del restaurante El Cachirulo). A partir de ese momento se inicia una auténtica carrera que aún está en marcha con una actividad trepidante. Se organiza y lleva a cabo la primera promoción de sumilleres de Aragón con el apoyo de la Caja de Ahorros de la Inmaculada (CAI). El panel de profesores que mantiene es verdaderamente espectacular y por las aulas de los sumilleres pasan los más prestigiosos enólogos, viticultores y por supuesto los sumilleres que entonces había en España. No hubiera sido posible sin la intervención decidida y vital de Joan Muñoz, auténtico padre de la sumillería moderna en España. Durante más de dieciocho meses intensísimos se dan todas las asignaturas necesarias para que luego un experto grupo de profesores de la Universidad de Barcelona se desplace hasta Zaragoza y haga los exámenes que certificarán a los sumilleres como tales, ya que la Escuela Superior de Hostelería de Aragón aún no tiene rango suficiente para llevar a cabo dichas pruebas. El resultado es espectacular y más de veinticinco jóvenes aragoneses salen con su título de sumiller debajo del brazo.

Este extremo es, lógicamente, muy utilizado por las bodegas que rápidamente y conocedoras del gran impacto mediático que en el sector tiene la noticia, no quieren perder ni un minuto y desean llegar a acuerdos con estos profesionales de la hostelería que más cerca del cliente están y, en definitiva, son los que recomiendan finalmente un vino u otro en los restaurantes de cierto nivel.

A partir de la primera promoción, el desarrollo de la Asociación, a sido imparable representando a Aragón en foros nacionales e internacionales; pactando acuerdos de colaboración con Denominaciones de Origen e instituciones pero siempre, y esto es fundamental, preservando su independencia.

En estos momentos se está llevando a cabo el curso de la segunda promoción de sumilleres. Cuenta con el apoyo del propio Gobierno de Aragón, nuevamente la Caja de Ahorros de la Inmaculada y *El periódico de Aragón*. Están colaborando distintas bodegas aragonesas y de otras zonas españolas. Volverá a salir una veintena de nuevos profesionales que apoyarán decididamente los vinos de Aragón.

El vino en el restaurante

El 24 de octubre de 1974 el restaurante Elíseos, de Zaragoza que dirigía todo un histórico como Norberto Romea, le ofreció la siguiente cena de despedida a la popular cantante Lolita Sevilla: caldo de gallina en taza (juliana de jamón), salmón *grillé maître d'hotel* (gambas glaseadas), centros de lomo de ternera Villeroy (patatas Dauphín) y piña a la americana con nata helada al melocotón. Vinos de Monasterio de las Viñas, de Cariñena, champán Castellblanch y de licores, «cognac» Magno y anís Marie Brizard.

Éste podría ser un ejemplo de los menús de la época en la que otros platos habituales eran los centros de merluza a la vasca, pollo a la chilindrón, huevos al salmorejo, truchas a la navarra, borrajás, medallones de rape en distintas preparaciones y, por supuesto, el ternasco de Aragón (cordero pequeño de menos de once kilos y sacrificado antes de los noventa días) con patatas a lo pobre, es decir, panaderas.

Mandaba Francia en la terminología y la retórica en la expresión. Como en la proclamación de la reina de las Fiestas del Pilar del año 1976 por el alcalde de Zaragoza en la que se cenó lo siguiente: gigantesco espárragos de Aranjuez con jamón de Jabugo, medallones de rape a la *parisienne* con langostinos de San Carlos y salsas diversas, pierna de ternera de Ávila glaseada al horno con los champiñones de Campiel y patatas Castillo, melón al Oporto, el *bisquit glacé* Melba y café y finos licores. Los vinos fueron Campo Viejo de Rioja y el champán, entonces no se decía cava todavía, Codorniu.

Términos como a la *parisienne*, arroz *pillaf* o *pilaw*, bella vista, jardinera, *waleska*, bella molinera, *villeroi*, *gourrmandises*, *rossinis* o los caldos de presa recorrían los menús y las cartas de los restaurantes.

Tanto en Huesca como en Teruel o Zaragoza y hasta el comienzo de los ochenta los vinos eran fundamentalmente los de La Rioja y Cariñena. Alguna pequeña muestra de Navarra y, en los grandes banquetes algún chablis blanco. Codorniu, Delapierre, Castellblanch Extra Cristal y Dubois (que los cursis pronunciaban duboas) eran los cavas preferidos. Los aguardientes y licores no se conocían como tal y después de las cenas o comidas, el camarero ofrecía coñac o anís. El whisky comenzaba su imparable recorrido hasta situarse, posteriormente, en su lugar de líder.

El pollo era plato casi obligado en los banquetes de alto rango que en muchas ocasiones se servía a la chilindrón (preparación tradicional aragonesa en la que interviene el tomate, pimiento rojo, cebolla y un poquito de jamón). En los bares y tascas se tomaban muchos menuceles

o casquería que son los términos que en Aragón se emplean para llamar a riñones, sesos, hígados, madejas o cabezas. Ir a tomar unas buenas cabecicas de cordero asadas, con un buen tinto de la zona era toda una experiencia llena de ritual.

Por otra parte, iban desapareciendo preparaciones clásicas hasta entonces como los huevos a la flamenca que eran los preferidos de José Vicente Lasierra (Javal), único periodista gastronómico de Zaragoza de aquellos años al que luego me referiré pues su colaboración ha sido básica en la elaboración de este artículo. (Y del que en este momento hemos de hacer referencia especial pues el día de Nochebuena del año pasado nos dejó. Sin duda una gran pérdida para el sector de la prensa gastronómica). Poco a poco también caían de las cartas muchas preparaciones Villeroy, el bacalao a la navarra —que llevaba langosta— y las zarzuelas de marisco o pescado.

El andar gastronómico de un territorio tiene dos puntos básicos de referencia: la cocina pública y la privada o familiar. No hay duda de que la segunda influye en la primera y es la pública la que trasciende. Es por lo que damos más cuenta de ella sin olvidarnos que en el ambiente rural y en los domicilios de Zaragoza, auténtica población de aluvión y más en aquellos años, se consumían platos y recetas clásicas como farinetas (harina, agua, aceite, tocino, ajo, pan y sal); huevos tontos (costilla de cerdo, espárragos, longaniza, ajos y huevos); judías blancas, migas, patatas a la pastora y, como no, el tradicional rancho con el tajo bajo (la falda del ternasco), patatas, arroz y verduras. Ajoarriero, caldereta y fardeles son platos típicos aragoneses que se han elaborado desde siempre, pero que en los años que van de 1975 a 2000 no han tenido prácticamente ninguna presencia en los restaurantes. Otros como las costillicas de ternasco, los jarretes de cordero, las albóndigas o el bacalao, sí que han permanecido en las mesas públicas junto a postres como el melocotón con vino, las natillas, el arroz con leche o las torrijas.

Las escuelas de hostelería aragonesas (TOPI, Miralbueno, Guayente, San Lorenzo y la Superior de Aragón del Gobierno de la comunidad) comienzan a dar sus frutos. Las segundas generaciones de los propietarios, por un lado, y los jóvenes cocineros que quieren salir del ostracismo o, simplemente, subirse a las corrientes que vienen del País Vasco, por otro, terminan de conformar toda una puesta al día de la gastronomía aragonesa.

En Huesca, el restaurante Navas —hoy con igual nombre pero con diferente ubicación y dirección— resultó ser el vivero de toda una generación de buenos profesionales y equipos completos. Tales son los casos de Carmelo Bosque con su Lillas Pastia y Fernando Abadía con Las

Torres, ambos estrellas Michelin. Éste es un hecho relevante que todavía hoy marca mucho las pautas en el consumidor habitual medio de la restauración aragonesa. La Venta del Sotón, en Huesca, sigue siendo el decano con una trayectoria impecable desde hace décadas. En Zaragoza hay otro fenómeno similar, en este caso con el Hotel Corona de Aragón —de triste recuerdo para todos por su terrible incendio— y hoy perteneciente a la cadena Meliá. Durante una época el alemán Eduardo Loeffler supo transmitir a un equipo de, entonces, jóvenes aprendices, el gusto por la alta hostelería. De las manos de este director de hotel salieron Manuel Berbegal, hoy propietario de Gayarre; Luis Lucientes hoy dueño de su Goyesco; José María Sanz de adjunto en la Escuela Superior de Hostelería de Aragón y algunos otros ya desaparecidos.

En la provincia de Teruel el desarrollo ha sido diferente y la evolución ha querido que sea la hostelería de turismo rural la que haya encontrado mejor acomodo y haya tomado el relevo y seguido las enseñanzas de los clásicos Fonda Alcalá en Calaceite y Meseguer en Alcañiz. En estos momentos, establecimientos como La Torre del Visco, cerca de Valderrobres es el único Relais Château de Aragón.

La llegada a Zaragoza de la General Motors, en 1982, supuso un antes y un después en todos los ámbitos de la sociedad aragonesa. También en la hostelería y en la gastronomía pública, pues los ingenieros que llegaban de todo el mundo con un alto nivel, querían conocer y disfrutar de la gastronomía. Esto hizo que cambiasen muchos de los hábitos hasta entonces inamovibles.

La influencia de las revistas especializadas, sobre todo *Club de Gourmets*, los concursos nacionales de cocina, los salones especializados de alimentación, las campañas genéricas de promoción de los productos regionales, la aparición de las Asociaciones de Cocineros de Aragón y de Sumilleres de Aragón, el empuje decidido de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen y, en fin, muchos más episodios, han hecho que la actual realidad aragonesa esté marcada por el optimismo y los locales de buen nivel.

En una comunidad como la aragonesa, sin cabeceras de medios de comunicación de ámbito nacional, hemos tenido la suerte de contar con estupendos profesionales de la comunicación gastronómica y cuyos artículos, enseñanzas y constantes referencias han influido también decididamente en conseguir las posiciones que ahora existen. Son el ya mencionado José Lasierra de seudónimo Javal y que desde las páginas de *El Heraldo de Aragón* durante décadas, nos hizo saber lo que ocurría en los comedores públicos. Y el llorado José Manuel Porquet que desde

su tribuna oscense del *Diario del Alto Aragón*, fue fundamental en todo esto de las comidicas en Aragón.

Jesús Felipe Gallego y Ramón Peyrolón definen el término restaurante en *El Diccionario de Hostelería* como «establecimiento que sirve al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo lugar», y siguen con «actividades relacionadas con la producción y servicio de comidas y bebidas» refiriéndose en éste caso a restauración. El vino, como bebida alcohólica por excelencia, desempeña una función poderosa y vital dentro del sector restaurador. Su influencia, su disposición y su sólida presencia lo convierten en pieza fundamental.

El restaurante, o lo que es lo mismo, el más completo y heterogéneo escaparate gastronómico, ha prestado especial atención al vino ya que, desde la Antigüedad, ha caminado junto a él manteniendo siempre un matrimonio tan variado como intenso.

Y en la actualidad, la inmensa mayoría de restaurantes amplía, selecciona o distingue su carta habitual de vinos debido a la demanda que de ellos existe.

Especialistas en nutrición, restauradores, gastrónomos y cocineros coinciden al afirmar que el mundo de la restauración no se concibe sin vino. Maridar un vino y un plato, o viceversa, es uno de los placeres que acrecientan el disfrute personal de un encuentro en torno a una mesa. La cocina, ahora más inquieta que nunca, necesita la inexorable presencia del vino para elevar su categoría.

Pero además el vino precisa una serie de figuras y accesorios en el restaurante que optimizan tanto su conservación como su servicio. Nos estamos refiriendo a maîtres y sumilleres, como elementos humanos, y a termómetros, decantadores, sacacorchos, vajillas y otros muchos como medios técnicos.

Si la cocina y el vino son y están para disfrutar, es evidente que ambos forman un trazado en el que ninguno de ellos puede ser omitido.

Tradicionalmente se ha concebido al vino como un complemento, como una mera herramienta que asiste a un plato. Sin prestarle demasiada atención, en mayor o menor medida, el vino ha estado siempre presente en el mundo de la gastronomía bien sea privada o pública. Pero es en este último, en el restaurante, donde el vino ha experimentado un mayor reconocimiento. Lo que anteriormente era un complemento se ha convertido ahora en una parte imprescindible. Los establecimientos no especialmente sensibilizados hacia este mundo, con una escasa oferta vinícola, sienten la necesidad, motivada principal-

mente por la demanda del público, de crear cartas de vinos, ofrecer una mayor selección de referencias, conservarlas correctamente y presentarlas de manera convincente y garantizada.

Pero, del mismo modo, también existen lugares que no prestan demasiados cuidados al transporte y conservación del vino que, una vez en el local, pasan directamente a lugares con elevadas temperaturas, refrigeraciones casi congelantes, ruidos y espacios de paso poco apropiados para su subsistencia. Lo que se consigue con estas desatenciones es que, normalmente, el vino esté deteriorado y se vayan sucediendo los continuos cambios de botella una vez en la mesa.

Sobre este aspecto no hay que ser tajantes y eliminar un vino por esnobismo sin estar fundamentado en cuestiones meramente organolépticas. El vino es algo más serio que el antojo de un cliente y, solamente estará justificado, cuando tenga algún defecto tan evidente que impida degustar una botella en perfecto estado.

Un vino joven correctamente conservado y con una evolución adecuada puede tomarse transcurridos un par de años después de su cosecha. No por tener la añada 2001 y tomarlo en el 2003 debe rechazarse inmediatamente.

Y con respecto a los matrimonios gastronómicos o maridajes, una de las mayores exaltaciones del vino en la restauración, no se sabe a ciencia cierta si el plato resalta al vino o por el contrario el vino ayuda al plato. Tampoco se puede ser tajante a la hora de establecer distintos maridajes ya que los cánones de *blanco para el pescado, tinto crianza para un asado o cava para los postres* están variando sustancialmente. No existe una norma fija que determine estos matrimonios pero sí recomendaciones.

Lo que sí es cierto es que el vino cumple una función tan determinante como la propia cocina, el servicio, los complementos o la ambientación. Es uno de los pilares dentro de la restauración que incluso en algunos lugares cobra un especial colorido por la dedicación y sensibilidad hacia el mundo del vino. Y se entienden como vinos no sólo blancos, rosados y tintos, sino también espumosos, generosos o vinos de postre, entre otros. El abanico vinícola es tan amplio que no puede limitarse únicamente a un tipo de vino. Si la cocina, tan variada y heterogénea, ofrece tantas posibilidades, el vino también despliega un enorme potencial de sensaciones.

Temperatura constante, humedad apropiada, ausencia de vibraciones y olores, o circulación de aire, son algunos de los requisitos necesarios para mantener un vino en perfecto estado. Y en restauración tan

importante es este mantenimiento, como su servicio o su elección apropiada.

Durante siglos la forma más eficaz de envejecer y conservar vinos han sido las bodegas naturales que los preservaban de cualquier elemento externo que dificultase su correcta evolución. Uno de los principales recursos utilizados cuando, por problemas de espacio, no se puede habilitar una bodega, es la utilización de cavas de conservación.

Las cavas son armarios climatizados de distintas capacidades en las que se imitan las condiciones de temperatura, humedad y posición propias de una bodega simulando las mismas características de esta última. Es decir, mantienen una circulación de aire en su interior favoreciendo así una perfecta oxigenación, siguen una temperatura y humedad constante y soportan las botellas en su correcta posición para garantizar que el vino no pierda cualidades con el transcurrir del tiempo.

Al igual que existen cavas de cigarrillos o despensas de quesos, cada vez son más los establecimientos que, sin disponer de una bodega propia, recurren a la utilización de este tipo de cámaras conservadoras.

Hoy en día la oferta existente en el mercado, con distintos formatos, dimensiones y soluciones, hace que sean piezas igualmente solicitadas por particulares y bodegas domésticas.

Pero lo que sin duda representa la morada del vino en el restaurante es la bodega, un lugar sensiblemente acondicionado para albergar todas aquellas referencias que, dependiendo de la demanda del establecimiento, su volumen de negocio, o la capacidad y atrevimiento del sumiller, sean necesarias.

Su puesta en marcha representa un enorme desembolso para el empresario restaurador por lo que, si invierte una considerable cantidad en crear o acondicionar una bodega, es porque su rentabilidad es viable y porque la importancia que cobra el vino en estos días es merecedora de tener un espacio dedicado a éste. Además entra en juego el papel de un entendido en la materia —sumiller— que optimice todos los recursos y vaya dotando de vida a la bodega por lo que la inversión es todavía mayor.

Ante esta dedicación, no sólo aparecen grandes bodegas con largas listas de botellas, sino que existen otras más modestas, igualmente adaptadas y de menores dimensiones, que cumplen sobremano la función vital de estos espacios.

La propulsión vinícola en nuestra comunidad autónoma ha hecho que se hayan desarrollado interesantes proyectos en la restauración.

Aragón cuenta en la actualidad con numerosos referentes en distintos establecimientos que han ido creando y solventando esas deficiencias tan presentes en la hostelería.

Uno de los ejemplos más representativos es la del Complejo Hostelero Sella que ya posee el premio a la Mejor Bodega de Aragón. Sus propietarios quisieron crear un espacio para que el vino pudiese desarrollarse de tal modo que se asegurasen todas las garantías una vez servido en la mesa. Y lo cierto es que lo han conseguido poniendo en marcha un inmejorable entorno para albergar alrededor de 25.000 botellas.

Si la del Sella representa juventud, la del restaurante La Matilde es otro de los santuarios vinícolas. Allí están representados vinos de medio mundo con una impresionante carta de espumosos, generosos y otros tipos. Continuamente está acogiendo las novedades más sonadas del mercado vinícola, así como joyas enológicas y piezas casi de colección.

Si seguimos revisando la lista de grandes bodegas de restaurantes, el nombre del Aragonia Paradis sale a escena con una fuerza imparable. Un local contiguo a los salones del restaurante ha sido concebido especialmente para cobijar una de las bodegas más activas de cuantas existen en nuestra comunidad. Todo el mérito de ésta se debe a la constante preocupación del equipo humano por rizar el rizo y sorprender con tipos, formatos y presentaciones sensacionales.

El ejemplo de establecimiento que ha denotado un crecimiento en cuanto al sistema de conservación, que no el único, es el restaurante Gayarre. Durante años mantuvo vivas diversas cavas de conservación que cumplían perfectamente su función hasta que se decidió crear una bodega propia. Hoy es una dependencia más y, entre nichos y rincones, descansan botellas nacionales, internacionales y alguna que otra rareza.

Otro de los grandes hosteleros de Zaragoza, El Cachirulo, hace un tratamiento merecedor al mundo del vino. A pesar de las dimensiones, la bodega se mantiene viva gracias al empeño de sus responsables. Como todas las anteriores, ocupa un lugar importante dentro de la estratificación de un local de estas magnitudes.

Pero la lista de establecimientos no termina aquí, ya que otros muchos hacen cuanto está en sus manos por agilizar su stock y otorgar al vino la distinción que se merece.

Huesca, uno de los motores precursores de la gastronomía y la restauración aragonesa, tiene otros tantos exponentes con magníficas bodegas. La más representativa de todas ellas se alza en La Venta del

Sotón donde el vino ha gozado desde siempre de un tratamiento exclusivo.

Bodegas de restaurante: ¿Hacia dónde mira el futuro?

Si bien es cierto que la cultura vinícola sigue ascendiendo y el interés crece al mismo tiempo que las innovaciones y novedades de las propias bodegas, el futuro en la restauración no es menos alentador.

La tendencia actual tiende a conceptualizar el espacio, es decir, a eliminar cantidades excesivas de botellas y centrar todos los esfuerzos en ofrecer una visión más selectiva y global del panorama vinícola mundial. Ahora que irrumpen con fuerza en el mercado vinos procedentes de países como Chile, Nueva Zelanda, Australia y otros muchos, surge la necesidad de incorporar lo más representativo de cada país eliminando todas aquellos tipos o marcas que, por diversas razones, tienen difícil salida y rotación.

Más que una carta de vinos con cientos de referencias, es preferible y así se indica, tener la selección privada más acreditada con lo que se favorece la rotación, el mantenimiento de añadas y una visión más amplia del ya por sí extenso catálogo de vinos.

Además, los establecimientos están demostrando una mayor sensibilidad hacia este sector por lo que, poco a poco, vamos a ser testigos de la impronta de una mayor oferta en la hostelería. Un hecho que, afortunadamente, redundará en beneficio de quien sirve y quien consume.

Una bodega de un considerable volumen gestiona todos sus movimientos a través del libro de registros de entradas y salidas para controlar la rotación y reponer a tiempo existencias.

En él se deben clasificar los vinos por tipos (tintos, espumosos, rosados, etc.), procedencia (denominación de origen o zona de producción, país), bodega, marca y por añada. Del mismo modo, también se suelen incluir las variedades con las que está elaborado, así como las indicaciones gastronómicas. Pero uno de los aspectos ineludibles en el libro de registros es el precio de compra, dicho de otro modo, incluir cuánto se pagó por aquella botella para, posteriormente, fijar el precio de ésta en la carta.

El reflejo en las cartas de vinos

Si la bodega es la residencia habitual del vino en un restaurante, la carta se convierte sistemáticamente en su emisario. Es la encargada de reflejar la oferta que cada uno propone y, al mismo tiempo, sirve como

herramienta para comprobar el puesto que el vino ocupa dentro del restaurante.

Tradicionalmente se han presentado las cartas, independientemente del formato, con una distinción que únicamente atendía al tipo de vino, bien sea blanco, rosado, tinto o espumoso, entre otros. Pero la inquietud dominante hace que hoy en día aparezca más información.

Con el paso del tiempo se fueron diferenciando las procedencias gracias al mayor conocimiento existente sobre las denominaciones de origen. Por este motivo no era de extrañar que apareciesen distintos apartados con las zonas más relevantes del país.

Pero hay quien va más allá. Además de tipos o denominaciones, también se incorporan las variedades de uva utilizada en cada vino y una descripción de éstas, maridajes, distintos formatos, bien sean medias botellas, magnums y otros, así como datos referentes a la propia bodega elaboradora.

En cualquier caso, se tiende a concentrar una mayor información de cada vino con lo que una carta de vinos es una aglomeración de documentos de identidad de ellos.

Los precios, otro determinante de las cartas de vinos, siempre está presente para orientar al cliente de lo que supone descorchar una botella. Y dependiendo de las posibilidades y la osadía de cada uno, se procederá a la elección más acertada.

En la restauración aragonesa, hace un par de décadas los vinos aragoneses tenían menos protagonismo al estar sometidos a la fuerte influencia de zonas como Rioja, principalmente. Y de esta zona, solamente las bodegas decanas cuyas marcas siguen igualmente presentes. No hay que olvidar que en 1980, constituidas como Denominación de Origen, solamente existían Cariñena y Campo de Borja, esta última otorgada justo en aquel año.

No quiere decirse por ello que en las dos restantes, Calatayud y Somontano, no se elaborase vino, que lo había, pero no estaba del todo presente en la restauración.

El panorama vinícola cambió de rumbo cuando en 1984 Somontano, tal y como hemos dicho, consigue la denominación de origen y cinco años más tarde lo hace Calatayud. Aquel influjo de los vinos riojanos, los elaborados más caros en restauración, se vio fuertemente resquebrajado por el desembarco de los vinos producidos en nuestra comunidad autónoma.

Pero durante los años noventa y lo que ha transcurrido hasta la fecha, las denominaciones aragonesas han cobrado un mayor protagonismo al mismo tiempo que llegan otras nacionales como Ribera del Duero, Priorato, Penedés o Toro. Hoy por hoy, en muchos establecimientos los apartados más amplios de las cartas lo marcan los vinos de las cuatro denominaciones de origen aunque Rioja sigue manteniendo grandes cuotas de mercado. El gusto del vino y la prescripción desarrollada durante estos últimos años han convertido a los nuestros en una pieza indispensable.

Hoy en día los espumosos aumentan referencias en su sección particular al igual que lo hacen vinos de postre, generosos y los que llegan de otros puntos del planeta entre otros. Y no resulta extraño ver que un vino californiano está justamente debajo de un Jumilla, o que un blanco alsaciano se equipara a los Ruedas o Rías Baixas.

Incorporar apartados de vinos recomendados, joyas enológicas o rarezas, y sugerir alguna promoción concreta, son algunas de las secciones variables que también tienen cabida en las cartas de vinos.

Dos restaurantes decanos de la capital, desde sus inicios, vinieron demostrando una inclinación hacia vinos aragoneses mientras el resto del sector lo hacía hacia otros. La Rinconada de Lorenzo, con la familia Navascués al frente, y Casa Emilio, de los Lacambra, fueron dos de los que apostaron persistentemente por dar salida a los elaborados dentro de nuestra comunidad autónoma. Pero, poco a poco, la implantación de las distintas denominaciones de origen, la mayor aceptación por parte del público y la tendencia a defender productos autóctonos, entre otros motivos, hicieron que aumentase la lista de establecimientos que defendían a ultranza nuestros vinos.

Desde entonces, la lista no ha dejado de crecer y visto está que hoy en día las cartas de vinos ofrecen referencias de las cuatro denominaciones y de otras zonas vinícolas aragonesas.

Precisamente en el momento de escribir este trabajo acaba de llegar a mis manos una interesante publicación editada por el prestigioso Grupo Gourmet. Se trata de una recapitulación endogámica de veinticinco ediciones de la guía *Gourmetour*. En este folleto de menos de cincuenta páginas se da cuenta de los restaurantes españoles que han permanecido durante el cuarto de siglo recogidos en la citada guía. Tan sólo un zaragozano, La Rinconada de Lorenzo; un oscense, La Venta del Sotón, y un turolense, Meseguer, aparecen reflejados. Nos consta que en los tres el vino de la casa que desde siempre han recomendado era aragonés.

Además de reflejar la oferta de cada establecimiento, la carta de vinos sirve como instrumento que muestra otra serie de datos.

Se puede comprobar la inquietud y la importancia que se le otorga al vino si se expone una carta amplia, con gran variedad de tipos y procedencias. Este hecho exhibe el peso que puede llegar a tener el vino dentro de la estructura de un restaurante, denota el interés por recoger todas aquellas novedades que acontecen en el mercado y, en cierto modo, prestigia incluso al propio establecimiento.

Por el contrario, también se puede cotejar el carácter estático de una carta que solamente presenta referencias clásicas y no de todos los tipos, ya que el restaurador afirma que sus clientes «sólo demandan reservas riojanos». Si una carta no ofrece vinos jóvenes, por ejemplo, o únicamente un rosado, nunca podrá satisfacer todas las exigencias del cliente ya que tiene que limitarse a consumir un determinado tipo de vino.

Del mismo modo, se pueden saber los criterios que se han seguido para determinar los precios y su relación con la calidad y el servicio. Es decir, un cliente difícilmente conocerá el precio de la ración de pescado que está tomando, pero ya no es tan extraño que sepa cuánto cuesta la botella que está a punto de pedir y que anteriormente ha podido ver en la estantería de cualquier tienda o en un catálogo de ofertas y promociones. Por este motivo, el precio se convierte en un referente que refleja el margen de beneficio que se ha aplicado y que, en ocasiones, es totalmente desproporcionado.

El Salón Internacional del Vino celebró en marzo de 2002 la primera edición del concurso «*Decantador de Oro*» que premiaba a las mejores cartas de vinos de cada comunidad autónoma y fue el Complejo Hostelero Sella quien consiguió el primer premio resultando así la Mejor Bodega de Aragón.

El empeño y dedicación de José María Rodríguez, propietario y sumiller, hizo que se pusiese en marcha una bodega ubicada en el restaurante de Villanueva de Gállego. Se trata de una bodega subterránea que alberga en su interior más de 25.000 botellas de bodegas de todo el mundo y en la que no faltan las marcas míticas o las novedades más curiosas. Además, y con el fin de mostrar este estupendo lugar, también se ofrece la posibilidad de elegir directamente el vino y tomar un aperitivo en la misma bodega.

Gastronomía ambulante

Hasta ahora hemos tratado al restaurante como espacio físico fijo y hemos venido revisado al mismo tiempo la vital importancia que el vino ejerce en él. Pero los tiempos que corren obligan a crear nuevas fórmu-

las hosteleras que vayan solventando las cada vez más complejas necesidades del público. Uno de estos casos viene de la mano de las empresas de catering. Se trata de gestiones integrales que se orientan bien hacia instituciones (menús para personal de empresas, menús para clínicas, colegios), servicios empresariales (cócteles, almuerzos de trabajo, *coffee break*) o servicios sociales (aniversarios, banquetes de bodas, bautizos).

El catering está cada vez más representado por empresas que se encargan de organizar eventos llevando su propio restaurante hasta el lugar que se desee. Son una especie de cocinas ambulantes que ofrecen una larga lista de propuestas a precio cerrado y que varían en función del espacio en el que se vaya a desarrollar el servicio. Y para ofrecer un servicio completo, las empresas de catering prestan especial atención a vinos y otras bebidas.

Si necesitan transportar hornos, planchas, cajones frigoríficos y, evidentemente, la materia prima, también hacen lo propio con los vinos que acompañen los menús seleccionados. Se trata de unas operaciones logísticas que, en muchos casos, mueven medios técnicos y humanos capaces de ofrecer grandes banquetes o encuentros. Aquí el vino vuelve a cumplir una función básica y se le presta la atención que necesita.

Uno de los valores añadidos es que los menús se conciertan con antelación, incluido el vino por lo que no se desplazan referencias innecesarias centrándose únicamente en los productos escogidos. Y es entonces donde el transporte, la conservación y la temperatura de servicio son los aspectos clave para una puesta en escena sin sobresaltos. ¿No se sorprendería de tomar un tinto crianza a una temperatura excesiva en la mesa de un restaurante? Pues causa la misma reacción si se hace en un servicio ambulante. Por este motivo, se necesitan las mismas atenciones que si se sirve en un establecimiento.

En definitiva, el vino, independientemente del lugar de su servicio, precisa una serie de cuidados que lo convertirán en el centro de atención de un encuentro o por el contrario lo relegarán al último puesto en la escala de valoración. Pero este aspecto depende en gran medida del restaurador.

A continuación recogemos las opiniones de tres personas que por su especial posición en el entorno del vino pudiesen ser interesantes para este trabajo.

Eduardo Tobías (Director de restauración de la empresa de catering COMBI)

Dice Eduardo Tobías: «El vino ha sido tradicionalmente una fuente de intercambio cultural entre diferentes países siendo un factor muy

importante para valorar el nivel social de los pueblos. En nuestra región el esfuerzo por lograr vinos de calidad está obteniendo sus frutos y podemos presumir de productos muy competitivos habiendo logrado un alto reconocimiento regional y nacional. Es un orgullo para todos los que por nuestro trabajo estamos en contacto directo con las personas que nos visitan, comprobar lo mucho que valoran los vinos que se están elaborando en nuestra comunidad y la curiosidad que tienen por degustar las novedades de las diferentes denominaciones de origen.

Las empresas de catering, al absorber actos multitudinarios que atienden habitualmente a personas de otras comunidades, ven en el vino un magnífico embajador. Es una de las formas de difundir y extrapolar las virtudes de todos estos productos».

Rafael Barrios (Sumiller del Hotel Meliá)

«Fue a finales de los años ochenta cuando los vinos aragoneses comenzaron a verse reflejados en mayor medida en la restauración de nuestra comunidad. La Denominación de Origen Somontano fue la que inició el despegue y, paulatinamente, se fueron incorporando las tres zonas restantes. Poco a poco se fueron incluyendo más referencias de otras denominaciones como Campo de Borja y Calatayud mientras Cariñena mantenía el mayor índice de conocimiento. Esta última denominación evolucionó con nuevos elaborados y una mejor adaptación que la convirtió en una zona referente en las cartas de vinos. Además, a la evolución de todos los vinos de Aragón, hay que sumar el trabajo de sumilleres y otros profesionales del sector que seguían dándolos a conocer. Sin duda, los vinos aragoneses han experimentado un progreso totalmente favorable que sigue dando sus buenos frutos».

José Antonio Puyuelo (Presidente de la Asociación de Sumilleres de Aragón)

Y esto es lo que dice el presidente de los sumilleres aragoneses: «Es necesario matizar el tipo de restauración. Aquel que se desenvuelve en un segmento medio alto, con sus más y sus menos, se preocupa por tener una muestra de todas las denominaciones de origen aragonesas e incluso de alguna zona vinícola.

La zona que prácticamente todos los restauradores tienen de común acuerdo es Somontano, mientras Cariñena y Campo de Borja están haciendo un cambio de imagen, de orientación, conservando su tradición bien entendida para incorporarse con pleno derecho a la restauración de nivel. Calatayud es la que necesita incrementar la presencia en restau-

ración a pesar del excelente trabajo que vienen demostrando algunas empresas adscritas.

Los restaurantes son los que deben tener vinos de las denominaciones de origen al mismo tiempo que tanto éstas como sus bodegas deben responder a esta demanda».

Las campañas genéricas de promoción del Gobierno de Aragón

Y si alrededor de veinticinco años es el periodo que estamos analizando por considerarlo coincidente con el gran despegue del vino, no sólo en Aragón sino también en el resto de España, aproximadamente son dieciséis los años que el Gobierno de Aragón lleva impulsando el consumo de los productos regionales con Denominación de Origen, en un principio, y con marca de calidad, en un segundo plazo.

Durante los días 1 y 2 de diciembre de 1998, impulsadas por la Consejería de Agricultura que entonces dirigía José Manuel Lasa, se celebraron en la sede del Gobierno de Aragón, en el Edificio Pignatelli, unas Jornadas sobre Denominaciones de Origen, y en las que tuve la oportunidad de participar desde el gabinete de organización de las mismas.

Al término de tan interesantes jornadas en las que se debatieron distintos modelos, marcos de actuación de las denominaciones de origen, certificación de productos y un largo etcétera del que no daremos más detalles en este momento pues no es objeto importante en este trabajo, se publicó por la Editorial La Val de Onsera que gerencia nuestro compañero académico José María Pisa, un librito de 142 páginas que recoge las ponencias e intervenciones que allí se produjeron. Una de ellas, la que expuso mi querido amigo José Antonio Rújula con el que he tenido y sigo teniendo el placer de trabajar conjunta y esporádicamente en diferentes proyectos de índole promocional y publicitario, es la que me sirve ahora de apoyo para ofrecer algunos datos que parecen interesantes para interpretar el papel que las campañas genéricas de promoción han jugado en beneficio del vino aragonés.

Precisamente con José Antonio Rújula hemos participado en la mayoría de las campañas genéricas de promoción de Alimentos de Aragón, incluidos naturalmente los vinos, que se han realizado desde el Gobierno de Aragón.

Su Departamento de Agricultura, desde el año 1987, puso en marcha distintas acciones promocionales que tenían como objetivo el incremento tanto del conocimiento como del consumo, por parte del público, de los productos agroalimentarios aragoneses. Arrancando con la campaña del citado 1987 nos encontramos con que el objetivo funda-

mental era cultivar la autoestima. Concienciar a los aragoneses de que debíamos consumir «lo nuestro». Por entonces los productos de Aragón con Denominación de Origen eran los grandes desconocidos. «Alimentos de Aragón: los nuestros», era el eslogan de la campaña y su ejecución estaba circunscrita a la época navideña. Para muchos consumidores supuso conocer la existencia de productos autóctonos que, en muchos casos, eran absolutamente desconocidos.

El objetivo prioritario de la campaña siguiente era comunicar la diferencia cualitativa de los productos. Transmitir una imagen de calidad basada en su origen, en el control realizado por las Denominaciones de Origen. Una apuesta importante en esta campaña fue la realización de un buen número de degustaciones realizadas por casi todo el territorio aragonés que posibilitó el conocimiento cercano de las excelencias de los diferentes productos. Para llevarla a cabo se contó con la valiosa colaboración de los más significativos establecimientos de hostelería de las tres provincias aragonesas. Mediante estas degustaciones, el consumidor comenzó a apreciar las diferencias cualitativas que aportaban los productos aragoneses con Denominación de Origen.

Hay un pequeño salto en el tiempo hasta el año 1992, año en el que el objetivo era acercar la realidad de nuestros productos a un público joven, no tanto con la intención de cambiar sus hábitos como por la necesidad de que fueran familiarizándose con ellos y predisponerlos, como consumidores de futuro, hacia un consumo preferencial de los mismos. «La fiesta de la calidad», ése era su eslogan que pretendía marcar pautas de consumo en ese público joven, consumidor de mañana.

En los dos años siguientes, 1993 y 1994, se mantuvo esa filosofía de campaña llevándola a la realización y patrocinio de una Carpa, instalada para las Fiestas del Pilar en la avenida de Cesáreo Alierta, donde se realizaban conciertos al tiempo que se consumía, exclusivamente, en su interior, Alimentos de Aragón con Denominación de Origen. La iniciativa supuso un éxito que contribuyó en gran medida a la popularización de los productos y a seguir con la captación de un consumidor más joven.

En 1995 y 1996 se creyó oportuno y conveniente el patrocinio de la Vuelta Ciclista a Aragón. Con esta actuación se alcanzó un gran nivel de notoriedad y se siguió profundizando en el conocimiento directo de los productos mediante degustaciones. Coincidiendo con ese patrocinio, en 1995 se inició durante un año la publicación de un suplemento de las Denominaciones de Origen en *Heraldo de Aragón*. A través de sus sucesivas entregas se realizó un amplio recorrido sobre las características de cada Denominación de Origen y los productos amparados por ellas. Este trabajo periodístico constituyó un riguroso estudio en pro-

fundidad que cosechó el «Premio Alimentos de España» de 1995 otorgado por el Ministerio de Agricultura al periodista Ángel de Uña, autor de los suplementos.

En la Navidad de 1996 se inició a título experimental una nueva fase en las campañas de promoción. Para entonces se había hecho un largo y duro camino, pero por fin se podía constatar que ya existía una amplia corriente de autoestima y un convencimiento de la calidad de nuestros productos. Ahora bien, estábamos detectando una cierta pasividad en el sector. Las empresas productoras no aprovechaban las sinergias creadas por las campañas genéricas y se palpaba la necesidad de realizar alguna acción que realmente convenciese al sector de la fuerza que genera una campaña de promoción.

Con no muchos recursos, en ese año ya se había patrocinado la Vuelta Ciclista a Aragón, conseguimos involucrar en la Campaña a los prescriptores del consumo de los productos, es decir, a grandes superficies, cadenas de alimentación, tiendas especializadas, detallistas y asociaciones de amas de casa y consumidores. Convertimos a estos colectivos en protagonistas de nuestra Campaña recomendando el consumo de productos aragoneses con Denominación de Origen. Los responsables de cada uno de estos colectivos prestaron su imagen y voz para convencer a los aragoneses de la bondad de los productos.

La iniciativa constituyó un rotundo éxito y la extraordinaria acogida prestada por los colectivos prescriptores nos animó a profundizar en el camino emprendido, dada la respuesta obtenida a todos los niveles. La Campaña de 1997 supone un punto de inflexión importante en la historia de las Denominaciones de Origen de Aragón. Construyendo sobre la base de la experiencia de 1996, se vuelven a firmar los acuerdos con grandes superficies, tiendas especializadas, detallistas, etc. Se establece un calendario de promociones con cada colectivo, incluyendo un compromiso formal de atender a todas las empresas pertenecientes a una Denominación de Origen y posibilitar la implantación de productos que habitualmente no se encuentran en sus lineales. De esta forma, por primera vez la totalidad de las empresas empiezan a comprobar la eficacia de una campaña de promoción ya que muchas de ellas tienen oportunidad, por vez primera, de tener sus productos en una gran superficie o cadena. Y las que ya los tenían, beneficiarse de las facilidades que otorgaba el convenio establecido con ellos.

Pero faltaba algo. Una tarea tan ambiciosa necesitaba la colaboración de los medios de comunicación para, aun contando con un presupuesto razonable, publicitar la gran cantidad de promociones que contemplaba el calendario. Habida cuenta de la magnitud de la Campaña y

su planteamiento, los medios nos abrieron de par en par sus puertas y habilitan, además de los espacios comerciales normales, programas y espacios específicos que nos permitieron cubrir con amplitud todos los frentes que precisaba la campaña, convirtiéndose así en colaboradores de la misma y en unos prescriptores más.

Tenemos los productos, los centros donde se pueden comprar, los medios para recomendar su consumo, comunicar las promociones e informar de sus cualidades. Pero faltaba que los diferentes profesionales: responsables de compras de las grandes superficies, cocineros, sumilleres, reposteros, asociaciones de amas de casa y consumidores... para mejor hacer su labor prescriptora, conociesen a fondo nuestros productos. Para ello se ponen en marcha las Aulas Gastronómicas Aragonesas, dotadas de un excelente cuadro de profesores, y por las que desfilan cientos y cientos de personas que completan así una formación rigurosa y altamente cualificada respecto de los productos de nuestras Denominaciones de Origen. Se llevan a cabo cursos programados en las tres provincias aragonesas, constituyendo un rotundo éxito.

Un éxito que nos obliga, por petición de todos los colectivos, a repetir esquemas en la Campaña de 1998. De nuevo productos con Denominación de Origen, grandes superficies, centros comerciales, cadenas de alimentación, tiendas especializadas, detallistas, carniceros, sumilleres, cocineros, reposteros, amas de casa y consumidores, profesores de las aulas gastronómicas y medios de comunicación... caminan unidos para hacer llegar al consumidor aragonés los productos de máxima calidad que pueden encontrarse en el mercado.

La novedad en esta Campaña de 1998 es que, por vez primera, se firma un convenio con una prestigiosa cadena, El Corte Inglés, para llevar a sus 32 centros distribuidos por toda la geografía española y durante 3 semanas, los productos aragoneses con Denominación de Origen. Acompañados de unas Jornadas Gastronómicas Aragonesas coincidiendo con la promoción. La Campaña de 1998 también renueva la creatividad, logrando una campaña de una gran belleza plástica donde lucen sus mejores galas todos nuestros productos. El eslogan lleva a su máxima expresión el concepto de calidad, muy vinculado a las imágenes de la campaña: «Calidad hecha arte». Para esta creatividad se contó con la inestimable colaboración del Ballet de Zaragoza, que desinteresadamente prestó la imagen de los miembros de su cuerpo artístico.

El 12 de marzo de 1999 se presentaba la tercera edición de la Campaña «Calidad Hecha Arte» en un acto-concierto en el Auditorio Palacio de Congresos. Asistieron al acto entre otros, y además de los presidentes de los cuatro consejos reguladores de las denominaciones de

origen de vinos aragoneses, los cocineros Pedro Larumbe, Mai Hoffman y Gorka Txapartegui que fueron presentados por el crítico gastronómico y miembro de esta Academia José Carlos Capel. Además se desplazaron hasta Zaragoza artistas de la talla y fama de Jordi Estadella o la entonces Miss Aragón Asunción Lasheras.

La campaña iba a tener una filosofía continuista en relación con las anteriores, desde el nombre hasta las ya mencionadas Aulas Gastronómicas, etc.

Ese mismo año se firmó un acuerdo con el entonces gran supermercado Continente y de la mano de su director, el zaragozano Francisco Javier Salinas, se llevaron los vinos de Aragón y el resto de los productos a los supermercados que la cadena tenía en Barcelona.

En esta misma edición se firmó una colaboración muy importante con el sector Horeca y vinos y productos de Aragón estuvieron presentes en una gran parte de los restaurantes aragoneses. Las grandes superficies fueron, un año más, aliados de la Campaña, pues se negociaron con ellas ofertas y promociones continuas a lo largo de todo el año. Para dar una buena cobertura a todos estos acuerdos se firmaron sendos protocolos con los principales medios de comunicación para que, al igual que había pasado en años anteriores, el tratamiento informativo fuese preferente y páginas completas y programas de radio y televisión se pusieron en marcha.

Mención aparte merece la organización y puesta en marcha de la cena de gala Aragoneses del Año que organizan Antena 3 de televisión en Aragón y El Periódico de Aragón. En el año 1999 fue la primera ocasión en la que los alimentos de Aragón en general y los vinos en particular tuvieron una especial relevancia y presencia.

PRÓLOGO A LA SEGUNDA EDICIÓN DEL LIBRO DE MIGUEL A. TORRES

«Doce meses escasos han transcurrido desde la aparición, en enero de 1979, de la primera edición de *Vino Español, un incierto futuro*. Y parece que la buena acogida que en general ha merecido la obra no viene sino a confirmar el auge de la literatura relacionada con el vino y el creciente interés que el tema suscita entre profesionales, amateurs y enófilos del país.

Es evidente, pues, que se va progresando en esta «cultura del vino», en la consideración respetuosa e interesada de la más noble de las bebidas. Y

ello es altamente motivador para los miles de familias que en España están de un modo u otro relacionados con el vino: campesinos y enólogos; bodegueros y exportadores; *sommeliers* y profesionales de la alimentación.

Pienso que a todos nos invade un prudente pero reconfortante optimismo cuando constatamos esta evolución favorable hacia el vino, el conocimiento de sus virtudes y su moderado consumo.

Porque no cabe la menor duda de que somos todos nosotros los primeros interesados en que se erradiquen los excesos que la ingestión desmesurada de vinos y licores acarrea inexorablemente.

El alcoholismo está totalmente reñido con la idea que nosotros tenemos del vino como bebida destinada a ser apreciada, a ser consumida con los alimentos y con moderación, a proporcionar un honesto placer a los hombres alegrando sus espíritus, facilitando su acercamiento al elevarlos por encima de prejuicios y barreras.

Pero en estos últimos meses, los planteamientos que anteriormente se establecieron en las páginas de esta obra con respecto a nuestras estructuras de producción y comercialización de los vinos españoles poco o nada han variado. El cuadro continúa siendo alarmante. Y hay escasos síntomas de que pueda variar en un próximo futuro.

La reforma fiscal no ha venido acompañada de medidas que facilitarían la mecánica operativa de las bodegas. Por ejemplo, la inflación ha pasado a ser uno más de los impuestos a que deben hacer frente los elaboradores y criadores. El mantenimiento de los stocks, al encarecerse las materias primas, supone un incremento totalmente artificial del patrimonio que la Hacienda grava como si de un beneficio se tratase. Los estímulos a la inversión han desaparecido casi totalmente desde el año 1979. Y, en cualquier caso, el incremento de los stocks, imprescindible para la mejora de las calidades, no tiene la categoría de inversión en ninguna circunstancia.

¿Por qué se aplica este tratamiento a las industrias vinícolas y de licores que tantos puestos de trabajo, directa o indirectamente, podrían llegar a crear?

¿Por qué se continúan otorgando mayores estímulos a la exportación de vinos a granel no amparados por ninguna Denominación de Origen que a la exportación de vinos embotellados de calidad?

Son muchos los interrogantes que difícilmente hallarían adecuada respuesta en el marco de la atribulada industria vinícola española de nuestros días. Pero así y todo habría que conservar la esperanza. Y seguir

Juan Barbacil Pérez

creyendo que el acercamiento entre la Administración y los hombres del vino español es todavía posible.

En cualquier caso, cada vez que una copa de vino español se levanta con respeto aquí o en el extranjero, y se habla del vino con interés y con sincero entusiasmo, se está ayudando a conseguir el reconocimiento universal de la bondad del fruto de nuestras vides.

Falta mucho todavía para conseguir prestigiar nuestros vinos alrededor del mundo. Nuestra imagen hoy continúa siendo, salvo muy dignas excepciones, la de un país elaborador de vinos típicos, pero no de gran calidad. Aunque algunas de nuestras marcas ya sean reconocidas entre las mejores de Europa. Quizás el esfuerzo común de todos los buenos viticultores, cosecheros y enófilos españoles consiga con los años que nuestro vino se aprecie y respete aquí y más allá de nuestras fronteras.

Diciembre de 1979».

CENA ENTREGA DE LOS GALARDONES ARAGONESES DEL AÑO 1999

Entrantes

Delicias de Jamón de Teruel.

Flor de Queso de Aragón.

Montadito de Longaniza de Aragón con mantequilla de pimienta verde.

Vinos blancos

Torrelongares, D.O. Cariñena.

Monte Armantes, D.O. Calatayud.

Primer plato

Ensalada de Paletilla de Ternasco de Aragón rellena de Longaniza con su jugo reducido. Espárragos y Aceite del bajo Aragón a la mostaza antigua.

Vinos rosados

Marqués de Nombrevilla, D.O. Calatayud.

(Zarcillo de Plata 1999).

Castillo de Maluenda, D.O. Calatayud.

Segundo plato

Solomilolo de Ternera de Alimentación Natural, al Vino Tinto de Garnacha con Arroz cremoso de Borrajas y puré de Cebolla de Fuentes.

Vino tinto

Corona de Aragón, crianza 96, D.O. Cariñena.
(*Zarcillo de Oro 1999*).

Postre

Pastel de chocolate amargo con crujiente de guirlache y Frutas de Aragón con salsa al Melocotón de Calanda.
Cava Gran Ducay de Cariñena.

Complementos

Agua de Lunares del manantial de Jaraba (Zaragoza).
Pan especial de cinta de Grupo Rébola.
Cafés Orús.
Trenza de Almudévar.
El resultado fue tan excelente que, en el 2000 la experiencia se repitió, en este caso con el siguiente menú.

CENA ENTREGA DE LOS GALARDONES ARAGONESES DEL AÑO 2000

Aperitivo

Delicias de longaniza de Aragón.
Clavelina de queso con confitura de tomate.
Montadito de crema de olivas del Bajo Aragón con espárrago.
Queso en aceite.
Chorizo con la C de Calidad.
Paleta curada de Jamón de Teruel.

Vino

Cava Reinante de Ainzón.

Entrantes

Lomo embuchado.
Virutas de Jamón de Teruel.

Vino

Montesierra tinto crianza, D.O. Somontano.
Coto de Hayas tinto joven, D.O. Campo de Borja.

Primer plato

Verduras de temporada del huerto ecológico rellenas de salsa y nueces.

Vino

Borsao tinto crianza, D.O. Campo de Borja.
Gran Vos reserva, D.O. Somontano.

Segundo plato

Tronco de Ternasco de Aragón con pollo campero trufado (flan de arroz, ajos y Espárrago de Navarra).

Vino

Coto de hayas tinto Garnacha Centenaria, D.O. Campo de Borja.
Enate reserva tinto, D.O. Somontano.

Postre

Pastel de queso de Aragón con espuma de Melocotón de Calanda.

Vino

Moscatel de Ainzón, D.O. Campo de Borja.

Y de complementos agua de Lunares de Jaraba en Zaragoza, pan especial del Grupo Rébola, Café Orús, Trenza de Almodévar, Frutas de Aragón y Caprichos de avellana y almendra de la Pastelería Isabel de Alcorisa (Teruel).

El 24 de junio del espectacular año del 99 para los vinos y los Alimentos de Aragón, un titular de Heraldo de Aragón firmado por nuestro colega Ángel de Uña decía: «Las cuatro denominaciones de origen de Aragón tienen un 59% de cuota de mercado aragonés de vinos de calidad».

El resto de los años hasta la actualidad, los proyectos estrellas de la Campaña Genérica de Promoción del Gobierno de Aragón, han sido la actuación y presencia masiva de Alimentos y Vinos de Aragón, durante las Fiestas del Pilar en la Sala Multiusos del Auditorio. Se trataba de

hacer coincidir la presencia multitudinaria de visitantes a Zaragoza por motivo de las Fiestas, con una contundente puesta en escena de los productos aragoneses en un ambiente de fiesta y música, agradable y divertido. El eslogan ha sido «Diversión y buenos alimentos de Aragón».

¿ Y cómo terminar este discurso de ingreso en la Academia Aragonesa de Gastronomía al que tanta importancia le doy pues me sitúa, aunque sé que de una manera ficticia pero que a mí me sirve, entre la nómina de las gentes nobles, preclaras y genuinas de mi tierra?

Pues no penséis que será de una manera corta y ramplona, pues con términos barrocos hemos de suplir la sabiduría aquellos que tenemos carencia de cultura con mayúsculas.

En primer lugar, dedicándoselo a mi familia y especialmente a mi padre que fue mi mentor en el mundo del vino.

Y en segundo lugar, a Pepe Otal. Cuando llegan estos momentos, siempre me acuerdo de él. Me decía: «Querido Juan, siempre has de acabar cualquier intervención pública con un ¡Viva Cartagena!». Y yo durante algún tiempo me pregunté, hasta que lo supe, qué querría decir aquello.

Pues según escribió Julia Maura el 11 de julio de 1952 en el diario *A B C*, parece ser que en la hermosa ciudad mediterránea una vez un mal tenor interpretando la ópera (o zarzuela, según se prefiera) *Marina* con música del maestro Emilio Arrieta y letra de Francisco Camprodón, dejó escapar un agudo «gallo». Y antes de que el público tuviera tiempo de exteriorizar su protesta, el infortunado divo se adelantó hasta las candilejas y soltó un patriótico y eficaz «¡Viva Cartagena!», que el público premió con una cordial y calurosa ovación, salvándose así del pateo que le amenazaba.

Aunque tuviera poca voz no era tonto el tenor aquel. Desde entonces el ¡Viva Cartagena! ha quedado como patrimonio de los mediocres, algo así como su escudo de armas o como su muro de protección. El poeta ramplón que hace un canto a la Patria o a la Fe sabe que, aunque sus versos sean flojos, ha de salvarlos la grandeza del tema. El autor que ha realizado un argumento histórico aunque sea de un modo artificioso o falso, sabe también que no corre ningún peligro si distribuye a tiempo dos o tres ¡Viva Cartagena!. El orador que observa cómo flojea la atención de los oyentes, usa enseguida el latiguillo local o patriotero, que es otra forma de gritar ¡Viva Cartagena!

Así pues, y haciendo caso a mi amigo Pepe, acabaré con un «Viva Cartagena» por si acaso ha flaqueado la atención del oyente. Pero ¿qué «Viva Cartagena» seleccionar?

¿Alguna página de José Manuel Caballero Bonald de su *Breviario del vino*? ¿O quizá alguna otra del recopilatorio impresionante de Augusto Jurado? Pues no. Algo más sencillo que todo eso.

Hace ya algunos años, concretamente en el 88, la familia de nuestro colega académico Víctor Guelbenzu, me regaló un librito de poco más de cien páginas que se titula *Antología del vino. Vendimia poética*. De él he seleccionado un poema del recién desaparecido José Hierro y que dice así:

EL VINO

Puentes de yedra. Arroyos largos
como brazos. Sol amarillo
entre las ramas despojadas.
¡Qué mundos nuevos pinta el vino!
Deja su sangre en los toneles,
en nuestro pecho hunde su pico.
Con ramas y hojas del otoño
en las frentes hace un nido
Si bebemos su roja música,
su caliente, su denso río,
bajo los pies vibra la selva
con tambores de sacrificio.
Nace en nosotros una fuerte
pasión de seres primitivos
y todo es viento, vida: fuego
en que ardemos sin consumirnos.
Alegría, tu rosa roja
nos inunda de ocasos tibios.
Y cuando ya te desvaneces
¡qué solitarios nos sentimos!
¡Qué despertar a la tristeza
sin engañosos espejismos!
Y nos reímos de nosotros
pero no nos arrepentimos.
He dicho.

Constestación del académico Juan F. Cacho Palomar

Excelentísimo señor presidente de la Academia Aragonesa de Gastronomía, excelentísimos e ilustrísimos señores académicos, señoras y señores.

Finalizada la lectura del discurso reglamentario de ingreso en la Academia Aragonesa de Gastronomía de D. Juan Barbacil, me corresponde el cumplir con el deber de contestar a su intervención, por indicación suya y en nombre de la Academia, lo cual voy a hacer con gran satisfacción por diversos motivos. Porque es mi primera intervención oficial en un acto solemne de la Academia, por el tema elegido por D. Juan Barbacil para su discurso, que me es muy grato, y por tener la ocasión de decir algo relativo al nuevo académico de derecho, a su personalidad y a su trabajo.

Durante muchos años, cuando por motivos relacionados con mi principal línea de investigación en la Universidad, el vino, acudía a conferencias, reuniones, mesas redondas, jornadas y similares relacionadas con este producto, siempre encontraba a Juan Barbacil, bien como ponente, bien como espectador atento. Aquello me llamaba la atención, pues la mayor parte de las veces dichas actividades no estaban relacionadas con la comercialización y nombro comercialización porque ésta ha sido la principal actividad de la familia Barbacil desde hace muchos años. Concretamente en 1917 D. Florencio Barbacil y Dña. Vicenta Oliván, abuelos de Juan, fundaron el establecimiento Barbacil Bodega Licoería, que todavía continúa en la actualidad. Con el tiempo me di cuenta que si Juan Barbacil siempre estaba en el sitio adecuado en el momento oportuno no era debido al azar o a su curiosidad innata, sino porque en la mayoría de los casos él participaba en la organización de tales eventos. Eso era debido no sólo a sus conocimientos, sino a su personalidad polifacética, a su gran capacidad de trabajo, gran sensibilidad para percibir los cambios en el mundo del vino y a su inteligencia, que le hace ver lo que se avecina y se adelanta a los acontecimientos y todo esto hecho siempre con discreción y amabilidad.

Con claridad meridiana se dio cuenta que iba a tener lugar una revolución en los hábitos de los españoles en relación con la comida y la bebida. Las nuevas generaciones, mayoritariamente nacidas y educadas en un ambiente urbano, sin contacto ni conocimiento del medio rural y sus productos, se iban a incorporar a un mercado de trabajo de poder adquisitivo alto y que por prestigio social, fundamentalmente, demandarían formación en temas relacionados con la gastronomía, comenzando por el vino. Por esa razón ya en 1985 realizó el «Primer curso de

iniciación al Análisis Sensorial» en la antigua E.V.E. del Gobierno de Aragón y posteriormente la «Primera Edición de las Catas de Primavera» de Zaragoza. Visto el éxito y demanda de estos cursos, abrió con su familia en 1993 la Sala de Catas Barbacil, por la que pasan una media de 1.200 personas al año y que cuenta con el reconocimiento del Gobierno de Aragón.

Defensor de la idea de que la unión hace la fuerza, ha impulsado la creación de Asociaciones de profesionales del mundo de la gastronomía, como la de Cocineros de Aragón (1993), Sumillers de Aragón (1994), Maitres y Jefes de Sala de Aragón y también la Asociación Nacional de Tiendas Especializadas en Vino.

El consumidor actual demanda continuamente información sobre lo que compra y Juan Barbacil se ha sentido hechizado por las posibilidades que ofrece en este campo el mundo del periodismo y la comunicación. Por eso se ocupa del área de gastronomía en *El Periódico de Aragón* y es colaborador desde hace once años en la Cadena Ser. A través de su gabinete «Barbacil Comunicación» ha sido el responsable de las sucesivas campañas de promoción de los Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y C de Calidad del Gobierno de Aragón.

Si todo lo mencionado es más que suficiente para avalar el conocimiento y el rigor que se exigen a un académico, hay una última faceta de Juan Barbacil que no se puede olvidar. La de escritor de libros relacionados con la gastronomía, bien en solitario o en colaboración con otros prestigiosos autores, y la de colaborador en revistas y guías de gastronomía; entre ellos tenemos *Vinos de Aragón*, *El Gran Libro de la Cocina Aragonesa*, *Guía de las Tapas de Zaragoza*, *Las Cuatro Estaciones de la Gastronomía Aragonesa* y *El Gran Libro de los Vinos de Aragón*.

Con este bagaje a nadie puede extrañar el documentado discurso de ingreso en la Academia que hemos tenido el gusto de escuchar y del que yo ya disfruté cuando lo leí previamente.

Juan Barbacil nos ha llevado de la mano por la historia de los vinos de Aragón para profundizar y dar una visión amplia del momento actual y de su inmediato pasado. Hemos podido comprobar que al igual que en ciertos eventos deportivos, como las carreras ciclistas, en los que de forma cíclica se suceden momentos de calma con otros de actividad frenética, también el cultivo de la vid y los procesos de elaboración del vino han sufrido y sufren avatares semejantes. Al momento álgido del desastre de la filoxera en Francia y la excepcional expansión de la superficie del viñedo español, sucede la recesión por la finalización en 1892 del tratado comercial con Francia y la llegada de la filoxera a nuestra tierra;

a la bonanza de la Primera Guerra Mundial le sigue la crisis económica de 1929 y la Guerra Civil; al auge por la creación de las cooperativas y las Denominaciones de Origen, el cambio en las costumbres alimenticias de la sociedad y el acusado descenso del consumo de vino; al despertar de los nuevos vinos y el aumento externo de consumidores ante la difusión de las saludables cualidades del vino tinto y el mayor poder adquisitivo, le sucede la decadencia del mercado de graneles y la competencia feroz de los países con viticultura y enología emergentes. Y así estamos y creo que seguiremos en un próximo futuro.

El denominador común de estos ciclos siempre es escasez o demanda y superproducción y oferta. Es la eterna ley del mercado. Al igual que la carrera ciclista, que después de cada escaramuza, ataque, escapada y *sprint* final hay una serie de abandonos, llegadas fuera de control y similares y una escalada en la clasificación de quien está mejor preparado, tiene mejor equipo o más suerte, en el caso del vino cada ciclo también ha dejado su huella. Lo primero que se advierte es la disminución, en cada uno de ellos, de la superficie plantada de viña que se va restringiendo a las áreas de mayor tradición. No me atrevo a decir a las aptas, pues por las características de su clima y suelo en Aragón se podría elaborar vino de calidad en muchos más sitios de los que se hace actualmente.

Las palabras que se citan de forma continua, directamente o de forma subliminal en el discurso que hemos escuchado, son buena imagen, calidad, innovación y difusión. Son los vértices de la base de la pirámide del mundo del vino cuyo vértice superior y volumen son los litros elaborados, sus características y demás aspectos relacionados con el vino.

El primer vértice, la imagen de los vinos de Aragón, su fama, es un tema continuo de debate al hablar de comercialización y gastronomía. La idea más extendida entre el consumidor medio, no entre los entendidos, es la de vinos recios, fuertes y de graduación alcohólica alta expresada casi siempre en sentido peyorativo. Esto se debe fundamentalmente a su elaboración anterior, a los escritos de viajeros, como nos nombra en su discurso Juan Barbacil y a la popularización de ciertas frases como la del Tenorio «... fue el maldito Cariñena que se apoderó de mí».

La historia del vino en los siglos XIX y parte del XX es la de multitud de pequeños o medianos propietarios de vides interesados en vender sus uvas, no en elaborar vino. Éste únicamente se hacía cuando no se podía vender el fruto, o cuando no resultaba rentable la venta. La elaboración se efectuaba en las bodegas familiares situadas por lo general en los sótanos de las casas, para que la parte superior de los lagares quedase algo por debajo del nivel del suelo de la calle y se pudieran llenar fácilmente.

te con los racimos transportados desde las viñas en carros o caballerías. Estas uvas, tras ser pisadas por los hombres para romper los granos, fermentaban y se obtenía así el vino más común de nuestra tierra. Del grado de maduración de la uva, y del cuidado de las operaciones enológicas en los lagares, principalmente el tiempo de contacto del mosto vino con los hollejos, raspones y pepitas, la forma de las prensadas y de la limpieza de la bodega, dependía que se obtuviera el vino agradable del que tenemos noticia o bien una bebida fuertemente alcohólica, casi negra, áspera y falta de calidad, que el Conde de Aranda llamaba vino delictivo y que para nuestra desgracia es el que ha dejado más impronta como vino de nuestra Comunidad. No hay que olvidar que, además, durante mucho tiempo los propietarios de las viñas no permitían a sus arrendatarios vendimiar antes de determinadas fechas del santoral, como San Miguel y San Mateo, más bien tardanas, al objeto de que las uvas no se cogieran sin madurar y produjeran vino con menor graduación alcohólica.

Tanto arraigó en Aragón la idea de que el vino de calidad es sinónimo de vino de graduación alcohólica alta, que todavía hoy para alabar las excelencias de los vinos de un cierto lugar sus habitantes comienzan por nombrar su grado alcohólico, que por supuesto no baja de 16° o 17°. El relacionar la calidad del vino con el grado alcohólico no ha sido una idea exclusiva de los aragoneses. Luis Antonio de la Vega en su *Guía Vinícola de España* de 1958 (que por cierto clasifica a los vinos aragoneses en lo que denomina Alcorato de los Vinos Machos) hace un canto a los vinos con grado alcohólico superior a los 15° y ese parámetro parece ser que es para él el único válido en cuanto a calidad. Esa opinión la compartirían muchos de sus coetáneos, por lo menos eso se deduce de los comentarios de su libro.

Aún sin minusvalorar el efecto que un grado alcohólico excesivamente alto puede tener en la imagen del vino de Aragón, no ha sido esa la causa de su mala fama. Un grado alcohólico alto se enmascara con unos aromas complejos y originales, arropándolo con un contenido polifenólico elevado y evitando la oxidación. Pero no un contenido fenólico cualquiera, sino el que proviene de los hollejos de la uva en su grado justo de madurez y de cepas de producción baja. No hay más que mirar las guías de los modernos vinos de autor para comprobar que su grado alcohólico está alrededor de 14° y dichos vinos ocupan los primeros lugares en cuanto a calidad y a precio.

La mala imagen proviene fundamentalmente de su contenido polifenólico duro, cedido al vino por raspones, pepitas partidas y hollejos de dudosa calidad, además de un prensado excesivo, lo cual produce en

boca una astringencia y sequedad muy desagradable. También a una falta de aromas y a una oxidación degenerativa, problemas solucionables con medios técnicos y conocimientos enológicos, que evidentemente no existían antes de las cooperativas. La labor de estas empresas, hay que reconocerlo, aclaró el panorama de la vitivinicultura aragonesa e hizo desaparecer la mayoría de los vinos delictivos. Aquellas bodegas oscuras, sucias, llenas de mohos y con un olor mezcla de huevos podridos y pajueta, originado por compuestos del azufre, quedaron para el recuerdo de los mayores. Nos tenemos que felicitar por ello.

Las cooperativas, y aquí está el segundo vértice, al disponer de locales nuevos y espaciosos, de medios técnicos y de gran capacidad de elaboración contribuyeron a la homogeneización de los vinos de su zona de influencia, no sólo a la elaboración según los dictámenes del mercado del vino. Con el tiempo su fisonomía cambió y en la actualidad la remodelación que han sufrido las hace irreconocibles de las de hace cuarenta años en cuanto a medios humanos y técnicos se refiere. Sus enólogos han elevado la calidad del vino a cuotas difícilmente imaginables hace relativamente pocos años y en todas las Denominaciones de Origen y Vinos de la Tierra ha habido al menos una cooperativa que destacara por su calidad y originalidad y de ejemplo y de acicate a sus vecinos.

Llegados aquí quiero destacar la figura de mi amigo Teodoro Pablo, recientemente fallecido. Con sencillez y autoridad, cuando trabajaba en la cooperativa de Borja, antes de su paso a Bodegas Aragonesas, dirigió las elaboraciones pensando en el producto final y puso en el mercado un vino joven, el Borsao, que fue el asombro del mundo del vino y no sólo en España, pues con regularidad aparecía en un lugar destacado en la prestigiosa revista de Ian Parker de los mejores vinos del mundo. Su prematura muerte nos ha privado de su presencia y de saborear los vinos que tenía en mente hacer con las uvas de las viñas viejas de secano de Bodegas Aragonesas.

Pero la labor de los enólogos no es sencilla en una cooperativa por tener que vinificar todas las uvas que entregan sus socios independientemente de su calidad. Ésta varía enormemente y muchas uvas no son aptas para vinificación. Como todavía el vino se valora según grado alcohólico, el control que se hace en bodega a la recepción de la uva es el de grado alcohólico probable y por supuesto el peso. Acaso el estado sanitario. Poco o nada más. No se controla el color, tamaño y separación de los granos de la uva, ni su contenido en compuestos nitrogenados, ni nada del material botánico responsable del aroma y sabor del vino, es

decir, de todo aquello que le aporta la calidad que se demanda en este momento.

Al agricultor le es muchísimo más rentable producir más de 15.000 kg. de uva por hectárea con un grado alcohólico probable bajo y con poca o nada calidad enológica, que menos de 5.000 kg. con un grado alcohólico alto y una calidad excelente. Por eso en muchos sitios se ha vuelto a plantar viña en la huerta.

Las cooperativas, para poder dar salida a la producción global de vino, necesitan mezclar el vino de calidad de ciertos depósitos con el de otros que no la tiene y de esa forma poder ofrecer un producto que pueda aceptar el mercado. Esto lo desconoce el consumidor medio, por lo que al beber ese vino saca la idea que la calidad de la bodega es mediana, idea que cambiaría si tuviera la oportunidad de poder degustar y comentar con el enólogo los vinos de sus depósitos preferidos.

Parece evidente que si no se ponen más controles en la recepción de la uva o se modifican los reglamentos y se paga la uva en función de su calidad global, las cooperativas pueden incluso llegar a desaparecer. Un argumento para esta afirmación es lo que ha sucedido en las Denominaciones de Origen Cariñena y Somontano. En Cariñena y ante el ejemplo de Solar de Urbezo se han montado y se están montando nuevas empresas que elaboran vino de calidad, muchas de ellas por propietarios que anteriormente llevaban sus uvas a las cooperativas. Es de esperar que en un futuro próximo esta tendencia se amplíe y se consolide la idea del «nuevo Cariñena».

La cooperativa del Somontano del Sobrarbe dejó de funcionar como tal, transformándose en una cooperativa de viticultores que vende su uva a una bodega, Bodegas Pirineos, dedicada exclusivamente a la elaboración y comercialización del vino. La participación de los viticultores únicamente tiene lugar en su representación en el consejo de administración en razón a su porcentaje en el capital de la empresa. Por tanto, en el Somontano, no hay bodegas cooperativas. Todo son empresas de capital privado o con participación del IAF administradas por sus propietarios o por profesionales. Las bodegas del Somontano son las más prestigiadas de Aragón y posiblemente las más rentables.

A pesar de su larga tradición vitivinícola la D.O. Somontano es una denominación de diseño, no heredada. Desde las variedades de uva a las bodegas (las catedrales del vino como las definió nuestro compañero Ángel de Uña), pasando por los equipos humanos nada se ha dejado a la improvisación. Las grandes bodegas contaron desde el primer momento con enólogos del prestigio y la valía de Pedro Aibar, Jesús Artajona, Jesús

Navascués y posteriormente Jesús Astraín, plantillas que con el tiempo se ampliaron con Cristina Peña (Doctora en Ciencias Químicas con una tesis sobre el Chardonnay), Begoña Roca (Licenciada en Ciencias Químicas con una tesina de Licenciatura sobre fenoles volátiles y Ana Cristina Lapeña, (Doctora en Bioquímica) y de especialistas en viticultura como Jesús Gracia y Jesús Sesé. Este último artífice de los espléndidos viñedos de Enate, de nueva plantación.

La D.O. Somontano ha tenido que ser pionera en muchos aspectos, pero quiero destacar uno por la trascendencia que ha tenido: la investigación enológica. Desde el primer momento José Antonio Belda, ligado en aquel momento a Viñas del Vero, tuvo claro que en la vinificación debía extraerse de las uvas todo su potencial enológico y se emprendieron trabajos en colaboración con las Universidades de Zaragoza y Politécnica de Madrid que ayudaron a optimizar los procesos de vinificación. De forma similar Bodegas Pirineos ha apostado decididamente por esa línea de trabajo, y sus nuevos vinos, y los que verán la luz en un próximo futuro, son el resultado de proyectos europeos Eureka y del Ministerio de Ciencia y Tecnología, siempre en colaboración con la Facultad de Ciencias de Zaragoza. Enate por su parte hace investigación, pero de forma privada.

La investigación enológica, al ampliar los conocimientos sobre la uva, su vinificación y crianza, ha permitido adecuar controles que aseguren la calidad y, dentro de sus limitaciones, la continuidad en las características de un vino. Este aspecto ha sido una de las claves del ascenso en la apreciación de los consumidores de los vinos del Somontano, cansado de la irregularidad en los vinos de otras zonas productoras.

Pero la investigación también permite otra cosa, la innovación, tercer vértice de la pirámide.

El consumidor, aún fiel a un estilo de vino, continuamente demanda algo nuevo para saciar su curiosidad y las bodegas están obligadas a suministrárselo. Por eso cada año aparecen vinos elaborados con tecnologías diferentes que presentan color, aroma y sabor ligeramente distinto al de sus hermanos mayores. Para ello las bodegas tradicionales han tenido que incorporar los últimos adelantos en utillaje. El sector del vino, que es el más dinámico dentro del tejido agroalimentario aragonés, ha invertido en los últimos años por este concepto más de cincuenta y dos millones de euros.

Pero no sólo con tecnología se obtienen vinos distintos, sino también con variedades de uvas diferentes. Variedades que pueden ser foráneas o tradicionales, pero que por desconocimiento no se vinifican en con-

diciones. Un caso digno de mención es el vino de la variedad «Garnacha de grano gordo» conocida popularmente como Vidadillo de Almonacid de la Sierra. José Pascual Gracia, enólogo, Doctor en Ciencias Químicas, con una tesis sobre parada de fermentación, observó cuando comenzó a trabajar en Covinca que el vino de los depósitos de Vidadillo presentaba aromas singulares de muy alta calidad. Tras una ardua investigación en el actual Laboratorio del Aroma de la Facultad de Ciencias y tras los pertinentes ensayos de vinificación, obtuvo un vino que causó asombro y tuvo su reconocimiento en un Premio Zarcillo.

Las vides, como todo ser vivo, tienen un tiempo de vida y aunque las más antiguas son las de mayor calidad su pequeña producción las hace inviables económicamente para la obtención de vinos normales. Por otra parte, al cambiar el gusto y las preferencias de los consumidores, determinadas variedades de uva, como las blancas, no tienen aceptación. Ante estas circunstancias se impone una reestructuración del viñedo, que es lo que está ocurriendo actualmente en la Comunidad, donde se llevan invertidos más de catorce millones de euros y todavía se está en la primera fase.

La sustitución del viñedo está permitiendo plantar nuevas variedades de uva y sustituir el marco de plantación que pasa del vaso a la espaldera. Este último cambio es para facilitar el riego y, sobre todo, para poder llevar a cabo más fácilmente las labores de la viña y especialmente la vendimia mecanizada. Esta última innovación merece algún comentario adicional.

Tradicionalmente la vendimia se ha llevado a cabo por cuadrillas de vendimiadores y por los propios agricultores y la uva se transportaba a la bodega en remolques. En consecuencia, el número de kilos recogidos por día era bastante estable, por lo que el enólogo en la bodega podía distribuir las uvas que le llegaban de acuerdo con un plan preestablecido de acuerdo con su disponibilidad de depósito de fermentación. Únicamente los fines de semana, en que acudían a ayudar en la vendimia familiares y amigos de los agricultores que no trabajaban en el campo, la recogida de uva se multiplicaba y le creaba al enólogo algún que otro dolor de cabeza.

Con la llegada de las vendimiadoras mecánicas este panorama ha cambiado. Las máquinas al poder trabajar las 24 horas del día recolectan una cantidad muy superior y para la recepción de semejante cantidad de uva hay que tener la bodega optimizada. A las bodegas del Somontano, que se diseñaron pensando en este tipo de vendimia no les crea especiales problemas, pero no es el caso de otras D.O. que van a tener que remodelarse de nuevo para amoldarse a esta realidad.

La vendimia mecánica al poder hacerse por la noche y por sacudida, permite que la uva llegue a la bodega despalillada y a temperatura baja. Éstas son las bazas, conjuntamente con la rapidez, de los defensores de esta vendimia frente a los que la critican por la posible pérdida de calidad.

El último vértice de la base de la hipotética pirámide es la difusión. De nada vale producir vino de gran calidad si el consumidor no lo conoce. Por eso son necesarias las campañas publicitarias y otros recursos que nos ha mostrado Juan Barbacil. En este punto sólo quisiera nombrar dos acontecimientos que tienen gran repercusión en el sector del vino, uno a nivel nacional e incluso internacional, la Enomag y otro en la Comunidad que es la Muestra de los Vinos de Aragón.

La Enomag, que se celebra en la Feria de Muestras bianualmente, es la feria en la que se exponen las últimas novedades de la industria enológica. Desde depósitos hasta corchos y etiquetas. Simultáneamente se celebran jornadas técnicas. Por Enomag pasan casi todos los enólogos españoles.

La Muestra de los Vinos de Aragón, que anualmente organiza Isidro Moneva, de La Garnacha, es el lugar que reúne a gran cantidad de profesionales de la hostelería y de la industria agroalimentaria. Allí se tiene la oportunidad de conocer y degustar los nuevos y viejos vinos y se ha convertido en un acontecimiento social.

Como final de esta geométrica disertación quisiera hablar del último vértice, el volumen de producción y características, y dar algunos datos para reflexionar sobre la importancia del vino en nuestra región. Si en 1880 Joaquín Costa decía en el Congreso de Agricultores que España debía aspirar a ser la bodega de Europa, algo más de un siglo más tarde los presidentes de los Consejos Reguladores aspiran a algo parecido. Se hizo famosa la frase de Félix Bagena, de la D.O. Cariñena de que esta Denominación debía ser «la bodega de Aragón».

Cariñena es la máxima comercializadora de vinos de Aragón, con cuarenta millones de litros, seguida del Campo de Borja, con unos dieciocho millones y Calatayud con doce millones de litros. Somontano comercializa en torno a los diez millones y los Vinos de la Tierra alrededor de nueve millones. Son datos del año 2001.

La D.O. Cariñena ocupa la primera posición en cuanto a valor de ventas, treinta y tres millones de euros. La D.O. Somontano, que ocupa la última posición en cuanto a cantidad comercializada, es la segunda denominación con respecto al valor de sus ventas, diecinueve millones y medio de euros. Campo de Borja vende por valor de once

millones setecientos mil euros, Calatayud once millones y Vinos de la Tierra casi cinco.

En la comercialización de estos vinos el granel ocupa todavía un 53%, la botella de tres cuartos un 38% y la garrafa un 8%. La antigua y popular botella de un litro está desapareciendo, supone únicamente un 1%. Excepto para el Somontano, que prácticamente embotella en tres cuartos la totalidad de su producción, para el resto de las zonas productoras el granel representa el mayor porcentaje de vino comercializado.

El vino joven es el que se comercializa embotellado en mayor proporción. Ésta es máxima en Vinos de la Tierra (84%) y mínima en Somontano (40%). Los vinos crianza tienen el mayor peso en Campo de Borja, Cariñena y Somontano, con porcentajes del 20 al 24%. Los reservas son más importantes en Cariñena que en el resto.

A pesar de que los vinos rosados de Calatayud son bien conocidos y están prestigiados, su presencia en la comercialización es mayor en Somontano y Cariñena. En vinos blancos el máximo lo tiene Somontano.

A lo largo de la tarde hemos hablado mucho de vinos tranquilos y poco o nada del Cava, aún importante y más aún por las noticias aparecidas en la prensa en relación con el desembarco en Aragón de los gigantes elaboradores. Tampoco de los estudios de enología en la Comunidad, ni de la labor de la Asociación Aragonesa de Enólogos que tan bien preside Fernando Bordejé, ni de otras muchas cosas importantes relacionadas con el vino. Son asignaturas pendientes que se deberán tratar en otro momento.

Muchas gracias por su atención.

CONCEPTOS DE ENOLOGÍA

1. ¿Qué es el vino?

Según el art. 10 del Reglamento de la Ley 25/1970 (Estatuto de la viña, del vino y de los alcoholes), vino es la bebida resultante de la fermentación alcohólica completa o parcial de la uva fresca o del mosto.

Es por lo tanto la uva, base y única materia prima en la elaboración del vino y por lo tanto sus características: variedad, madurez, situación sanitaria, etc., unidas al proceso de elaboración y crianza, las que nos van a determinar las características organolépticas del vino.

La enología es una ciencia que se puede aprender. Pero no es una ciencia exacta. Cada uva, cada mosto, tiene su propia personalidad y el enólogo debe realizar un ejercicio de «interpretación», un trabajo destinado a sacar el máximo provecho de esa materia noble que llega a su bodega. Por eso la enología se convierte en un arte.

Las uvas que llegan al enólogo nunca están en el mismo grado de madurez. Las uvas, en su crecimiento y maduración, están sujetas a numerosos factores.

Los distintos tipos de suelo, por ejemplo, calcáreos, arcillosos, o sustratos gravosos de aluvión, tienen una composición física diferente, que dará una mayor o menor riqueza a las uvas en sus componentes minerales.

También unos adecuados tratamientos fitosanitarios, así como los períodos de lluvia y el número de horas de sol necesarias para una adecuada maduración, determinarán la calidad de la uva.

Es una práctica recomendable vendimiar cada clase de uva en su momento idóneo, en función del índice de madurez.

Los colores, aromas y sabores, tienen que ver con todos estos factores. Con esto como punto de partida el enólogo trabajará, vigilará todo el proceso, para mantener sus mejores características.

Cada vino tiene su personalidad. En él debemos buscar el equilibrio y la calidad de sus componentes, el color, aroma y el sabor. En definitiva, es la armonía en el conjunto de su cuerpo lo que nos deleita el paladar. Y para ese objetivo ha sido creado.

2. Factores que influyen en las características de un vino

Se pueden dividir en:

Permanentes: Variedad, suelo y clima.

Variables: Temperatura, luminosidad, humedad. Su cambio cada año marcan la diferencia de calidad de la uva de cada cosecha.

Modificables: Son los relacionados con el estado físico y base alimenticia del suelo, que el hombre puede modificar con las labores, abonado, poda, etc...

2.1. La Variedad

La variedad de uva con que ha sido elaborado, aporta unas características y una personalidad indiscutible. No tiene las mismas características un vino de tempranillo que un vino de *cabernet sauvignon*, por citar dos variedades muy conocidas.

2.2. El Suelo

No olvidemos que las raíces de la vid se hunden en el suelo y de él se alimentan.

Sería necesario hacer un recorrido por todas las características de los suelos para poder estudiar de verdad a fondo la influencia de los mismos en el desarrollo de la vid y en las cualidades de los vinos. Tendríamos que estudiar su:

- * Geografía (dónde están situados).
- * Geología (origen geológico).
- * Edafología (clasificación de los suelos).
- * Textura (partículas que componen los suelos).
- * Estructura (forma en que se unen esas partículas para formar otras).
- * Profundidad.
- * Fertilidad.
- * Exposición al sol.

2.3. *El Clima*

El clima incluye las temperaturas, las lluvias, la presión, la humedad del aire, los vientos, etc., y existe una gran relación entre todos esos parámetros.

Lo importante no es sólo que haga calor o frío y que llueva o no llueva, sino que los fenómenos atmosféricos estén coordinados con el ciclo de la vid y sean favorables a la vegetación.

Los climas de la Tierra se conocen y están bien clasificados.

La vid vive mejor en zonas de pluviosidad media, es decir, en climas semiáridos o subhúmedos. Si la lluvia es excesiva, las hojas no evaporan suficientemente el agua y la planta es más fácilmente atacable por las enfermedades y, algo más importante para el vino, los granos de uva engordan mucho y tienen poco sabor.

De igual manera, en las zonas excesivamente secas, la viña carece de agua y su salud es precaria.

Por otra parte, en las zonas de escasas lluvias hay más horas de insolación directa que es muy útil para que maduren las uvas.

3. **La Maduración**

3.1. *Períodos de maduración*

La uva, que es el fruto de la viña, nace y se va formando en la planta, hasta su maduración, en varios períodos que forman su ciclo vegetativo completo.

Primer Período: Llamado período **herbáceo**: va desde que nace la uva (se cuaja) hasta el momento en que cambia de color. Es verde debido a la clorofila y muy dura. Tiene muy pocos azúcares (apenas 20 gramos de azúcares por kilo) y es tan ácida que no podría comerse.

Segundo Período: Comienza cuando la uva empieza a colorear y se llama período **traslúcido**. Durante este período, el grano de uva va engordando y adquiriendo elasticidad. El contenido en azúcares aumenta rápidamente y a veces repentinamente. El cambio de color es también repentino, denominándose **envero**.

Las uvas blancas cambian del color verde al amarillo, las uvas tintan del color verde al rojo claro primero y después al rojo oscuro.

Tercer Período: Se llama período de maduración y como su nombre indica, va desde el **envero** hasta el momento de la madurez. Es mucho

más largo que el anterior y dura entre cuarenta y cincuenta días. La uva va progresivamente engordando, acumulando azúcares, volviéndose dulce y, a la vez, pierde acidez.

Se dice que la uva está fisiológicamente madura, ya puede comerse. Sin embargo, eso no basta para que esté ya lista para recogerla, **vendimiarla** y hacer vino, que es lo que se llama **madurez industrial**.

Para ello es necesario un punto exacto de madurez que el elaborador de vino debe conocer y sobre todo elegir.

Cuarto Período: De duración muy variada —no se llega siempre a él, y se conoce con el nombre de **sobremaduración** y lógicamente sigue a la maduración. La uva empieza a vivir de sus reservas, pierde agua y su zumo se concentra. Este período se busca para la obtención de ciertos vinos, algunos muy famosos, como el de la región vitivinícola de Sauternes (Francia), en donde se llega hasta un estado llamado Podredumbre Noble producida por el ataque de un microorganismo (*Botrytis cinerea*). Produce después vinos muy apreciados, con aromas y sabores muy especiales y generalmente de elevado precio.

3.2. Mecanismo de la maduración

Durante estos períodos se producen unos fenómenos que después tendrán una gran influencia en las características de los vinos que se obtienen:

- Engrosamiento del grano de uva.
- Aumento del contenido en azúcares.
- Disminución del contenido en ácido.
- Coloración del fruto y formación de los taninos.
- Formación de los aromas.

Como vemos, en estos períodos se está decidiendo el futuro de lo que será después el vino, su composición y, por lo tanto, sus características organolépticas que podremos percibir por los sentidos: vista, olfato, oído, gusto y tacto.

Durante la maduración se produce también una acumulación de azúcares (glucosa y fructosa) en la uva. Los azúcares proceden fundamentalmente de la madera y de las hojas. Las maderas poseen azúcares reductores —sacarosa y también almidón—, parte de los cuales pasan a las uvas, de tal manera que en la maduración influyen decisivamente el estado sanitario de la vid y la edad de la misma, ya que de estos factores depende la mayor o menor acumulación de sustancias de reserva.

Hay una intervención grande de la temperatura en los ácidos formados tanto que en países cálidos los frutos son cítricos, en templados, tartáricos y en los más fríos málicos.

Los colorantes y los aromas se forman en la maduración.

4. La Vendimia

4.1. Momento de la Vendimia

Aunque no se debe pasar por alto las señales exteriores de madurez del fruto que son aquellas que observan normalmente los viticultores para iniciar la vendimia y que consisten en su color definitivo, típico para cada variedad y blandura. Desde un punto de vista técnico se debe iniciar la vendimia cuando se considera el equilibrio adecuado entre el azúcar y la acidez contenida en el grano, pudiendo apreciarse de una manera gráfica mediante el gráfico de maduración, que representa en el eje de ordenadas las dos escalas, de grado de azúcar y acidez tartárica y en el de abscisas el transcurso de los días de la época de maduración.

Inicialmente es mayor el número de grados de acidez que de azúcar, al ir aumentando el azúcar y disminuyendo la acidez llegan los grados de azúcar a superar los de acidez, existiendo un punto en que los gráficos se cortan.

A la vista del gráfico se pueden elegir los días de la vendimia, según se desee mayor o menor grado alcohólico en el vino, o menor o mayor acidez pero siempre dentro de unas condiciones mínimas de equilibrio.

La determinación de grado en azúcar se puede efectuar de una manera rápida mediante un mustímetro de acuerdo con la densidad del mosto.

También se puede determinar con la prueba de refractometría en la misma viña, mediante un refractómetro de bolsillo, que consiste en depositar unas gotas en una placa de vidrio del aparato, indicando mediante la refracción de la luz y sobre una escala el grado en azúcar.

4.2. Realización de la vendimia

La vendimia es una de las labores que ha exigido más mano de obra y que tiene difícil mecanización en comarcas accidentadas. Puede realizarse a mano y a máquina. A mano suele haber cuadrillas o grupos de vendimiadores, hombres o mujeres, que recogen la uva cortando los racimos mediante una tijera o pequeña hoz, echándolos en un cesto o

recipiente de alrededor de diez kilos; vaciándolo posteriormente a otro envase mayor que luego recogerá el camión o remolque.

La vendimia mecanizada, a su vez, puede ser parcial o totalmente mecanizada. En el primer caso una máquina colectora de uva entra en la viña, pero los vendimiadores deben cortarla y echarla a la máquina. En el segundo caso, la máquina dispone de vibradores, ciclones y no hacen falta vendimiadores.

5. Elaboracion del vino

5.1. Estrujado

Ya desde los tiempos más remotos, el hombre comprendió que era necesario prensar las uvas para conseguir que el líquido resultante, el mosto, llegara a transformarse en vino y hasta el siglo XX se ha estado efectuando el pisado de la vendimia, pisado que sigue practicándose en algunos lugares.

El estrujado con los pies, además de un deficiente rendimiento cuantitativo por la incompleta apertura de los granos da lugar a una insuficiente extracción de materias colorantes.

Desde hace años se utilizan las máquinas estrujadoras que pueden clasificarse en:

- 1) Estrujadoras de rodillos.
- 2) Estrujadoras de rodillos con desraspados.
- 3) Estrujadoras centrífugas verticales y horizontales.

La presencia de raspones (total o parcial) en las pastas puede facilitar su apurado pero también puede conferir sabores ásperos. Igualmente en la fermentación de tintos el raspón tenderá a favorecer la obtención de color y en algunos casos vinos de mayor cuerpo, con posibilidades de sabor algo astringente según la variedad de uva y duración del período de maceración (contacto prolongado del mosto con las partículas sólidas, semisólidas de la uva).

El estrujado de las uvas con máquinas de rodillos puede considerarse como el más interesante con vistas a la calidad, no así si se desea extraer más materia colorante. En tal caso se debe obtener una laceración de los tejidos epidérmicos de la uva, siendo preferible en este caso las estrujadoras centrífugas.

La estrujadora de rodillos aplasta los granos de uva por la presión de dos a cuatro rodillos acanalados que giran por pares en sentido inverso,

mientras que las centrífugas ejercen el mismo cometido por aplastamiento contra las paredes de un cilindro mediante la fuerza de la rotación, con o sin paletas, interponiendo una criba igualmente cilíndrica para impedir el paso de raspones que son expulsados por otro conducto.

Con vistas a la calidad la ventaja de la estrujadora de rodillos es la posibilidad de poder graduarse la intensidad o presión de aplastamiento independientemente de la velocidad de giro de los rodillos solucionando así el aplastamiento de toda clase de uvas, frescas o pasificadas, regulando la presión para no triturar las pepitas ni tampoco excesivamente el raspón.

Así mismo es de gran ventaja las estrujadoras con posibilidad de desraspado por lo indicado anteriormente. El sistema de desraspado consiste en un cilindro metálico perforado, que efectúa la acción de un cedazo por cuyos orificios sale el mosto y los hollejos, mientras que los raspones salen por el extremo del mismo.

5.2. Ecurrido del mosto

Las uvas estrujadas o pasta fresca son transportadas de las máquinas estrujadoras a las cubas o tinas de fermentación por medio de bombas adecuadas.

En el caso de vinos blancos y rosados que han de realizar la fermentación sin presencia de hollejos, se ha de proceder al escurrido del mosto efectuándose esta operación de separación del líquido de las partes sólidas mediante los siguientes procedimientos:

a) Ecurrido a fluidez inmediata

— Sangrado directo, mediante bombeo de una parte del mosto desde la misma parte de la estrujadora.

— Ecurrido simple mediante jaulones y por gravedad desde tinas provistas de rejillas de madera o metálicas. Procedimiento que tiende a desaparecer, debido al exceso de mano de obra y difícil asepsia del material que puede perjudicar la calidad del producto.

b) Ecurrido mecánico, mediante sinfines traspasadores de doble fondo y ligera presión, desvinadores rotativos y escurridores compresores.

El sistema de escurrido de estos aparatos varía desde los sinfines transportadores de casi escurrido de fluidez inmediata, a los escurridores compresores en los que ya se efectúa presión sobre la pasta por lo que la calidad del mosto va en descenso desde los primeros a los últimos.

5.3. Elaboración de vinos blancos

En los vinos blancos, tras el prensado, tiene lugar la separación del mosto. Al principio el mosto fluye lentamente por gravedad o mediante una ligera presión. Los primeros mostos son los de mayor calidad y reciben el nombre de mosto yema, mosto flor o mosto lágrima. Es un líquido de gran ligereza y finura, aromático, suave, floral y afrutado.

La pasa restante recibe presiones de intensidad creciente. Según la presión recibida, se obtienen mostos de distintas calidades.

Cada una de las diferentes calidades fermentan por separado y dan lugar a diferentes tipos de vino.

Los mostos obtenidos son ricos en materias sólidas en suspensión, procedentes en su mayor parte de la uva. Para separar estas materias se procede al *desfangado*. Esta labor consiste en dejar el mosto estático, cuidando de que no comience a fermentar, durante 24 horas aproximadamente. De esta manera los elementos sólidos caen al fondo por su propio peso. Los mostos limpios se trasiegan y se llevan a fermentar.

Algunas bodegas están elaborando vinos blancos de forma algo diferente, manteniendo una corta maceración del mosto con los orujos impidiendo mediante bajas temperaturas (*maceración en frío*) que comience la fermentación. Con este procedimiento se consigue dotar al vino de un mayor extracto, más cuerpo e incrementar las sensaciones en boca, así como una mayor potencia aromática y una mejor evolución en botella.

Esta técnica puede darnos en la boca una sensación levemente rasposa.

La fermentación de los mostos blancos recibe el nombre de fermentación en virgen, es decir, sin contacto con los orujos. Se obtienen así vinos ligeros y muy limpios.

La fermentación es el proceso de transformación de los azúcares del mosto en alcohol y otros productos orgánicos. Es un proceso metabólico realizado por las levaduras, con desprendimiento de calor y anhídrido carbónico. Mediante el control de la temperatura de fermentación se consigue que el desdoblamiento de los azúcares en alcohol y el desprendimiento de carbónico sean lentos, conservando los aromas propios del vino y obteniendo aromas de fermentación adecuados y de más calidad.

La fermentación alcohólica se desarrolla en dos etapas, una tumultuosa y otra más lenta. La puesta en práctica de los controles de temperatura en la fermentación tiende a unificar ambas etapas. La fermentación de los vinos blancos dura entre 10 y 15 días y se da por concluida cuando el vino contiene entre 1 y 2 gramos de azúcar por litro.

Una vez finalizada la fermentación, el vino sufre dos o tres trasiegos para eliminar los restos sólidos procedentes de la fermentación. Estos trasiegos se realizan entre mediados de noviembre y principios de enero, aprovechando las bajas temperaturas y de esta forma evitar contaminaciones y enfermedades causadas por microorganismos.

Aun después de los trasiegos en los vinos, siguen quedando elementos sólidos en suspensión que podrían degenerar confiriendo al vino olores y sabores desagradables.

Para eliminar estas partículas sólidas se procede a la clarificación, mediante sustancias encargadas de arrastrarlas y depositarlas en el fondo del depósito. Esta operación dura unos diez días.

El siguiente paso es la filtración y consiste en pasar el vino a través de unas sustancias que retienen las partículas sólidas que pueda contener el vino. Los sistemas son varios, desde el filtro de tierras diatomeas y filtros de placas, hasta los más modernos filtros esterilizantes y amicrobicos.

5.4. Elaboración de vinos rosados

Para la elaboración de los vinos rosados los racimos de uva son despojados del escobajo o raspón, operación que se llama despalillado. La uva se estruja y se traslada a un depósito, donde se mantiene el mosto en contacto con el hollejo durante un corto tiempo de 6 a 16 horas, impidiendo que comience la fermentación. Transcurrido este tiempo, el mosto ha tomado color y se procede al sangrado o separación del mosto y la pasta sólida.

El desfangado se realiza de igual modo que para los vinos blancos. La fermentación en virgen —sin presencia de hollejos— se debe realizar a temperatura controlada para obtener vinos frescos y afrutados (18° a 20° C).

El resto de las operaciones son las que ya se han descrito para la elaboración del vino blanco.

Rosados y Claretos: Existe una gran confusión a la hora de diferenciar entre vinos rosados y claretos.

En muchas ocasiones se venden rosados como claretos, la diferencia está en el método de elaboración. Los rosados fermentan en virgen, es decir, sin partes sólidas, y los claretos en presencia de hollejos.

5.5. Elaboración de vinos tintos

En la elaboración tradicional de vinos tintos, a las uvas se les quita el raspón o parte leñosa, siendo estrujado el resto y pasando a depósito de

fermentación. En este depósito se deja un 20 por ciento de su capacidad sin llenar ya que, cuando fermente, la pasta aumentará su volumen y ocupará parte de este espacio vacío.

Es práctica habitual la adición de anhídrido sulfuroso para lograr una selección microbiana. El sulfuroso ayuda también en la extracción de la materia colorante. Durante la fermentación, y por acción de la levadura, los azúcares se desdoblán en alcohol y se desprende anhídrido carbónico. Al mismo tiempo, las materias colorantes del hollejo se disuelven en el líquido, el gas carbónico desprendido empuja hacia arriba los hollejos, y se forma una barrera superior denominada sombrero.

Este sombrero hay que remojarlo con mosto en fermentación para ativar la extracción del color. Esta operación se realiza normalmente con bombas y recibe el nombre de remontado.

La temperatura del proceso de fermentación no debe sobrepasar los 30°. Este proceso de fermentación se llama fermentación tumultuosa.

Cuando el enólogo considera oportuno, normalmente después de 7 a 10 días, da por finalizado este proceso de *fermentación tumultuosa* y procede a trasegar a otro depósito el vino, que fluye por la parte inferior del depósito. Esta operación se llama *descube*.

En el segundo depósito es donde finaliza la fermentación lenta que dura entre 10 a 20 días, dependiendo de la temperatura. Tras el descube el sombrero contiene aún mosto-vino. Estos orujos son transportados a la prensa donde, por medio de presiones progresivas, obtenemos un vino de prensa, de más color, tanino y más astringente.

Los orujos obtenidos después del prensado son transportados a la alcoholera. Allí se les extraerá el alcohol restante, el ácido tartárico y el aceite de las pepitas de la uva, llamadas «granilla».

Cada calidad de vino, obtenida por las anteriores labores, finaliza la fermentación por separado. En el fondo de cada depósito se van acumulando materias sólidas, quedando el vino limpio. Este proceso se ve favorecido por el frío del invierno.

Con los trasiegos evitamos que se descompongan los sedimentos que alterarían las cualidades del vino. Es en este momento cuando se decidirá el destino de cada vino, bien sea una inmediata salida al mercado o una crianza, más o menos larga, en barrica o depósito.

5.6. Crianza y embotellado

Terminadas las fermentaciones, el vino se dispone en barricas situadas en locales a temperatura constante y baja, el vino se somete a varios

trasiegos al año para eliminar los barros que se forman en los fondos de los envases al depurarse. El oxígeno del aire que se disuelve en el vino por los trasiegos y pasa a través de los poros de las duelas, reacciona con el sulfuroso y también con el alcohol; como consecuencia de esta acción, se produce sulfato originado por el sulfuroso y aldehído e incluso acético por oxidación del alcohol. Desde luego, la acidez volátil aumenta con los años de conservación, aunque muy lentamente.

Tanto los sulfatos como el aldehído son perjudiciales a la calidad del vino fino de mesa y es prudente evitar su formación cuanto sea posible. Para disminuir la producción de estas dos sustancias deben limitarse los trasiegos y procurar que se disuelva la menor cantidad de aire en el vino mientras se realizan.

La formación de aldehído en los vinos tintos tiene menos importancia porque se combina con la materia colorante y esta combinación termina desapareciendo por precipitación, acompañándose el fenómeno de pérdida del color del vino. En los vinos blancos por esta razón es conveniente la mínima permanencia en envase de madera.

Acerca de los procesos que tienen lugar en el vino durante el añejamiento, los conocimientos son escasos y poco precisos. Domina el convencimiento, de una preponderancia de fenómenos de oxidación durante la permanencia en envases de madera, ya que el vino está expuesto a contactos con el aire y en su composición se encuentran sustancias de fácil oxidación.

Por el contrario, a la fase de añejamiento en botella se le da un carácter reductor; ha desaparecido la intervención del aire, del oxígeno y los compuestos oxidados inicialmente han oxidado a otros, quizá irreversiblemente y persiste la gran capacidad reductora del vino.

Ha de tenerse en cuenta que si bien se cumplen reacciones de oxidación y reducción durante la maduración del vino, éste es de composición muy compleja, por lo que deben tener lugar reacciones de muy diversos tipos.

Termina el proceso de elaboración de los vinos con el embotellado.

La puesta en botella no es para el vino una simple acción mecánica como sucede en la mayoría de los productos que se presentan en el mercado, ya que durante la conservación en botella el producto gana. Una vez que el vino se ha depurado, ha adquirido estabilidad, brillo y grado de aroma y sabor que es propio de la conservación en barrica, se completa, se redondea en sus cualidades, desarrolla su «bouquet» definitivo en la botella y tal vez necesite años para llegar a este punto final.

La materia colorante de los vinos tintos contribuye poderosamente a su «bouquet». Un vino al añejarse modifica su color definitivamente y paralelamente evoluciona de manera profunda su «bouquet». En la bodega se forman depósitos de materia colorante y es muy difícil encontrar un vino que se ha mantenido muchos años en botella sin haber formado cierto sedimento también de colorante.

5.7. Influencia sobre el alcohol

La fermentación alcohólica en presencia de vinazas especialmente en sombrero flotante, por razones de orden biológico y físico se hace más activa, más tumultuosa.

Esta mayor actividad fermentativa es producida en gran parte por los hollejos, los cuales estando recubiertos de fermentos alcohólicos y de otros microorganismos exaltan el proceso calentando notablemente la masa. En tales circunstancias se paralizan algo las levaduras que son microorganismos que transforman la glucosa en alcohol y anhídrido carbónico, dando como consecuencia una pérdida de alcohol por evaporación y una disminución de los principios sápidos y aromáticos. Con el descube (separación de las vinazas del mosto) se activa la levadura y en el caso de fermentación incompleta acaba la glucosa por transformarse.

5.7.1. Acidez fija

La acidez fija por efecto de la presencia de las vinazas, experimenta una disminución ya que los cationes de hidrógeno se encuentran estrechamente ligadas a ácidos más débiles que los del mosto, dando origen a un cambio que determina la formación de las sales neutras comunes.

5.7.2. Acidez volátil

La acidez volátil, en cambio, a causa del mayor aireamiento, que se desarrolla durante la fermentación tumultuosa y el relativo aumento de temperatura que favorece la formación de fenómenos oxidantes y bacterianos, aumenta en medida bastante notable.

Se evita y se contiene generalmente este aumento controlando y regulando el ritmo de la fermentación.

5.7.3. Tanino

Los taninos se hallan principalmente en los tallos y semillas y confieren un aroma astringente al vino.

Además de poseer cualidades antisépticas, que contribuyen a inhibir las bacterias nocivas, sirven también como antioxidantes para proteger el vino durante su envejecimiento. Cuanto más tiempo haya fermentado un vino tinto en los pellejos, mayor será su contenido de tanino y por consiguiente, será capaz de envejecer durante más tiempo. En el envejecimiento, los taninos experimentan complicadas reacciones de oxidación y polimerizaciones con los aldehídos, pigmentos y demás componentes, de modo que la aspereza del vino joven va disminuyendo gradualmente a medida que los taninos se combinan y precipitan. Estas modificaciones contribuyen no poco al carácter y aspecto de un buen vino añejo.

5.7.4. Extracto

El extracto aumenta en razón de la presencia de vinazas, porque las materias extractivas, minerales, pécticas y mucilaginosas se encuentran en las células de los hollejos y son cedidas al vino por acción de fenómenos osmóticos y coloidales.

5.7.5. Cenizas

Las cenizas experimentan la misma suerte que el extracto, aumentan o disminuyen según estén o no, presentes las vinazas.

5.7.6. Materias Colorantes

Las materias colorantes que se encuentran en los hollejos, se ceden al vino, tomando color éste cuando fermenta en presencia de vinazas.

5.7.7. Sabor

Está demostrado que los vinos obtenidos con la maceración de las vinazas son de más cuerpo, más ásperos, de más sabor.

La vinificación de vino tinto se efectúa a partir del contacto de las vinazas mediante dos procedimientos distintos:

- Vinificación con el sombrero sumergido.
- Vinificación con el sombrero flotante.

En el primer procedimiento, al sombrero, es decir, la masa de hollejos y sustancias sólidas que tiende a ascender en la fermentación se le obliga a estar sumergido por medio de falsos fondos.

En el segundo procedimiento, se deja libre al sombrero, que queda flotando. En esta masa se instalan gran parte de las mejores levaduras las

cuales dan lugar a una fermentación muy tumultuosa, mientras en la parte inferior el proceso fermentativo es bastante lento.

Se suele remover la masa hundiendo en el mosto el sombrero flotante, para mejorar la fermentación tumultuosa, favorecer la oxidación de coloides, el desarrollo de materias tánicas y aumento de color. Esta operación se denomina mecido o bazuqueo, realizándola hoy mediante insufladores de aire que expelen el anhídrido carbónico y que se conocen por el nombre de bazuqueadores.

Se conoce con el nombre de remontado la operación de tomar el mosto de la parte más baja de la cuba y hacerlo caer sobre el sombrero de vinazas mediante una bomba. El remontado se puede hacer al aire, pero es preferible por obvias razones hacerlo fuera del contacto del aire, se efectúa al aire cuando se quiere enfriar la masa realmente demasiado caliente, o también cuando se trata de eliminar alguna sustancia gaseosa, tipo hidrógeno sulfurado. Se adopta el remontado en ambiente anerobio cuando no se quiere perder calor y aroma.

Hoy existen una serie de procedimientos de vinificación como son: autovinificación continua, termovinificación, vinificación bajo gas inerte, y vinificación con maceración carbónica.

En los vinos de cierta calidad, por las razones antes enunciadas, no debe practicarse el bazuqueo y debe controlarse las temperaturas de fermentación. Una temperatura de fermentación elevada perjudica los aromas, paraliza la fermentación alcohólica y la glucosa es objeto de fermentación manítica o agridulce que altera profundamente el vino. Se evita refrigerando el depósito para hacer descender la temperatura de fermentación, aunque sea mayor la duración de ésta.

5.7.8. Descube

Una vez realizada la fermentación tumultuosa o primera fermentación de una duración de 4 a 6 días, se procede al descube consistente en sacar el vino por la parte baja del depósito separándolo de la pasta depositada en el fondo y trasladándolo a otro depósito. En éste se realiza una fermentación lenta o secundaria, cuya duración es de dos a tres semanas. Durante esta segunda fermentación se perfecciona en sus cualidades, los azúcares terminan su desdoblamiento y los componentes tienden a una inicial estabilización.

A continuación y mediante la práctica de los trasiegos se separan periódicamente los vinos de las heces (precipitaciones producidas por la primera y segunda fermentación) de las materias que lentamente van haciéndose insolubles y precipitándose en el fondo de los envases, ya

que en las heces existen materias que puedan descomponerse y servir de medio apropiado para el desarrollo de microorganismos y comunicar gustos y olores poco gratos.

Entre el primero y segundo trasiego en muchos vinos se suele producir la fermentación maloláctica dando por resultado: una mejora gustativa, al suavizarse el vino, pérdida de aroma afrutado, disminución de acidez, aumento de ácido láctico, ya que con dicha fermentación las bacterias lácticas transforman el ácido málico en láctico.

5.7.9. Clarificación del vino

Los consumidores de vino manifiestan una preferencia cada día más clara para los vinos jóvenes y frescos. Actualmente goza de mayor aceptación el vino claro, brillante e inalterable al aire, a partir del momento en que haya finalizado la maduración de éste. Los métodos de elaboración del vino consistían antiguamente en un almacenamiento que se extendía a lo largo de muchos años, pues únicamente de este modo se logra una clarificación y estabilidad, pero ésta se lograba siempre si durante la elaboración del vino se habían realizado los trasiegos suficientes. Ahora bien, el almacenamiento largo da lugar a que el vino pierda notable cantidad de «bouquet», además de exponerse a padecer un enturbiamiento de color pardo.

Actualmente hay una serie de métodos enológicos que permiten conseguir estos vinos jóvenes y frescos, brillantes e inalterables al aire.

Se distinguen, por lo tanto, dos formas de clarificación:

— Clarificación espontánea, la que se realiza de una manera natural en los mismos tinos o depósitos de bodega.

— Clarificación influida, la que se realiza con tratamientos fisicoquímicos, que pueden ser:

a) Por adición directa de productos inocuos, que produzcan la sedimentación de las sustancias enturbiadoras.

b) Por acción mecánica: Centrifugación, filtración y abrillantado.

5.7.10. Sulfuración de los mostos

El anhídrido sulfuroso ejerce múltiples efectos sobre la marcha de la fermentación:

- 1) Selecciona la flora microbiana.
- 2) Detiene el movimiento fermentativo.
- 3) Disuelve la materia colorante de las vinazas.

4) Protege de las acciones oxidantes.

La sulfuración del mosto y vino es un proceso que se viene practicando desde hace años, con la finalidad de detener el movimiento fermentativo y centra toda actividad de microorganismos causantes de enfermedades.

A pesar de los enormes progresos de la química, aún no se ha dado con una substancia que sustituya el anhídrido sulfuroso en la industria del vino.

Además de los procedimientos antiguos de quemar azufre, en tiras, anillos o hilos en el vino, en los mostos o en las barricas vacías para su desinfección, en la actualidad existen aparatos denominados sufitómetros que inyectan anhídrido sulfuroso líquido.

5.7.11. Prensado

Consiste en exprimir los orujos para obtener todo el vino que sea posible. El vino que se obtiene se denomina vino de prensa.

El prensado es siempre un procedimiento de compleja mecánica, basado en la fuerza de una presión aplicada y convenientemente distribuida a toda la masa que se elabore.

Todavía existen algunas prensas de leva o husillos de fuerza manual pero en la actualidad las prensas industriales las podemos clasificar en:

A). Prensas continuas

— Presión con reducción de salida o prensas veloces en las que las pastas, en rápido proceso de desplazamiento y baja presión, son apuradas sin otra compresión que una reducción simple en la boca se descarna.

— Presión con obturación, de cuyas prensas de pastas se desplazan a ritmo lento y fuerte presión, ejercida por el espiral y el taco formado en una cámara de compresión, a cuya salida se opone un obturador regulando su fuerza mediante contrapesas o dispositivo hidráulico.

B). Prensas horizontales

— Presión y depresión combinadas, como resultado de los platos compresores que limitan los extremos de una jaula cilíndrica en posición horizontal y cuyo desplazamiento, por rotación de todo el conjunto sobre un husillo central, comprime la masa y una vez alcanzada la presión deseada, o al final de recorrido se separan los platos, al mismo tiempo que un dispositivo de esponjado desapelmaza la masa para volverla a comprimir y desapelmazar en sucesivos prensados.

Actualmente existen las prensas horizontales neumáticas y sin émbolo.

C). Prensas verticales de cubillos

Presión creciente en masa, aplicada con ayuda de husillo o tornillo central. Es un tipo de prensa usual para mostos destinados a vinos espumosos. Algunas de ellas, adaptadas para el prensado de uva entera, llevan cubillos de hasta 4 metros de diámetro y altura de 0,8 a 1 m.

El vino de prensa difiere del vino flor tanto más cuanto mayor presión se haya ejercido para obtenerlo.

Generalmente el vino de prensa es más áspero, más tánico, más coloreado y de más lenta maduración que el vino de flor.

Diversos ensayos analíticos han permitido establecer que el vino prensado tiene una graduación alcohólica de una décima de grado superior a la del mosto flor, y una acidez más viva. Además resulta más rica en extractos, cenizas, tanino, sustancias nitrogenadas y fosfatadas.

El vino de segundo prensado es menos alcohólico que el flor y se presta poco para ser mezclado con éste. Generalmente se guarda aparte y se emplea en la mezcla con vinos de calidad inferior.

6. Los Aromas del vino en las diferentes fases de elaboración

Los más recientes investigaciones nos llevan a intentar dosificar los aromas de los vinos, según las fases de elaboración en:

a). *Aromas procedentes de la uva:*

Es el caso del aroma vegetal inconfundible de las uvas, como la moscatel, etc.

b). *Aromas procedentes de la fermentación:*

En que se incluyen los procedentes de la flora microbiana, es decir de las levaduras de fermentación.

c). *Aromas procedentes de crianza en madera:*

La crianza en roble nos da el aroma característico de la madera.

d). *Aromas procedentes de la crianza en botella:*

Son los más complejos y profundos y sólo llegan a conseguirse en la atmósfera carente de oxígeno. Los alcoholes superiores y los ésteres son los responsables mediante complejos y lentos procesos del agradable e intenso olor de las viejas botellas. A otro tipo de aromas se le conoce con el nombre de bouquet.

7. Defectos de olor y sabor en los vinos

7.1. Debidos a la composición anormal de la uva:

A). Vinos de uvas verdes

La uva vercosa viene como consecuencia de una vendimia demasiado temprana. Los vinos de uvas verdes se caracterizan por su excesiva acidez, que altera el sabor resultando verdes al paladar.

B). Vinos de uvas excesivamente maduras

Si se vinifican uvas excesivamente maduras, es decir recogidas después de la maduración adecuada, dan por resultado mostos muy ricos en azúcar por efecto de la evaporación de agua y empobrecidos en ácidos, debido a la respiración u oxidación prolongada.

Los vinos que resultan de esta maduración excesiva son alcohólicos, es decir con fermentación incompleta y por tanto dulzones y con tal falta de acidez que a veces son vinos «sosos» y que expuestos al aire se enturbian por oxidarse las sales férricas.

C). Vinos de uvas averiadas

En los países meridionales las uvas pueden ser atacadas por el golpe de sol o por vientos cálidos o secos en el periodo en el cual completa su madurez. La desecación del pedicelo o la falta de absorción de agua por las raíces impiden que la uva pueda seguir madurando, de modo que al llegar a la vendimia las uvas se recolectan sin haber alcanzado una madurez perfecta. Estas uvas, si son blancas quedan de color verdoso y si son tintas su color es rojizo.

Con estas uvas no es posible hacer un vino comercial porque les faltan demasiados elementos para producir un vino medianamente equilibrado; si son tintas carecen por completo de materia colorante. Por otra parte este accidente climatológico quema la glucosa y los ácidos, sobre todo el ácido tartárico y málico.

D). Vinos de uvas atacadas por el mildiu

Las uvas de vides atacadas por el mildiu no maduran por completo, porque la alteración que sufren las hojas interrumpe el proceso de maduración, los mostos son pobres en glucosa y ricos en acidez y como en todos los casos de maduración incompleta, el hollejo es pobre en materia colorante.

Los vinos de uvas mildiadas pueden compararse con los de la vendimia vercosa, pero presentan un carácter específico: sabor particular-

mente amargo desagradable y un olor característico. Son además muy propensos a la «casse» por la gran cantidad de oxidasas que produce el hongo.

E). Vinos de uvas atacadas por el Oidio

Los granos atacados se vuelven coriáceos y los atacados parcialmente siguen engrosando en la parte sana, pero se hieden, porque los tejidos celulares situados debajo de la mancha afectada por el oidio están formados por células muertas.

Los pedicelos y el raspón atacados no se desecan pero se vuelven coriáceos. Naturalmente, la uva en estas condiciones queda pequeña con todas las características de la uva que no llega a completa madurez, y es pobrísima en materia colorante si pertenece a una variedad tinta.

Si el oidio prosigue su acción después del envero, los granos hendididos por efecto de la evaporación contienen más glucosa que los sanos, pero el hollejo queda siempre pobre en materia colorante.

F). Vinos de uvas pedriscadas

El pedrisco, cuando hiere las uvas en las proximidades de la vendimia, rompe los granos, que quedan rápidamente invadidos por mohos y microorganismos unicelulares, tales como sacaromices y bacterias que consumen azúcar, los ácidos y otros componentes del mosto.

Entre los mohos, la especie más peligrosa es el *Penicillium glaucum*, que recubre como un filtro blanco los granos dañados y exhala un olor a moho que no se percibe en las uvas atacadas por *Botrytis*. El *Penicillium* es muy ávido del azúcar y de los ácidos y sus ataques hacen disminuir el valor del vino resultante de dichas vendimias.

Las uvas pedriscadas deben vendimiarse enseguida de ocurrido el accidente, para impedir los daños que causan el *Penicillium* y demás mohos. Es inútil intentar el expurgo, porque los granos atacados suelen estar en mayor proporción que los sanos, y el vino tiene fuerte olor a moho y un sabor amargo sumamente desagradable, llamado por los italianos «sapore di tempesta».

G). Vinos de uvas enlodadas

Los vinos de ciertos pagos fermentados con el hollejo, tienen un sabor terroso muy desagradable. El defecto proviene de la tierra adherida a los racimos, que por ser largos y de viñas armadas bajas, tocan fácilmente el suelo.

Las opiniones sobre la causa de este defecto son muy diversas, algunos autores suponen que es debido a los abonos orgánicos de la viña.

Ya en 1891, Berthelot publicó el primer trabajo científico sobre «Olor a tierra», que se percibe perfectamente cuando después de largo periodo de sequía, sobreviene una ligera lluvia, olor que en los países meridionales se percibe aún en el interior de las casas, cuando las calles se ven mojadas por la lluvia o por el riego.

Destilando la tierra con una corriente de agua, se recoge en el destilado una substancia que tiene olor a tierra. Berthelot formuló la hipótesis de que dicha substancia fuese producida por un microorganismo que se desarrolla fácilmente en la tierra mojada. Estudiado más tarde este microorganismo resultó ser una forma adaptada a la vida terrestre del «Cladotrix dichotoma», algo microscópica y frecuente en las aguas encharcadas.

El sabor terroso de las uvas, del cual se hallan estas impregnadas, pasa al vino. El microorganismo que produce la substancia olorosa se desarrolla en el terreno, pero no puede hacerlo en el mosto, por ser éste un líquido ácido.

7.2. Debidos al procedimiento de vinificación:

A). Fermentación Alcohólica incompleta

El vino incompletamente fermentado, además del defecto de limpieza tiene el de su sabor dulce. La presencia de azúcar no se limita a ser la causa de estos defectos, sino que favorece además de un modo particular el desarrollo de los fermentos patógenos (amargor, agrio,).

Para obtener vinos bien fermentados, deben prevenirse las temperaturas altas, mediante la refrigeración o mediante tratamiento de sulfuroso y las temperaturas demasiado bajas, mediante el calentamiento del mosto.

B). Fermentación alcohólica en presencia del azufre

La fermentación en presencia de azufre, produce vinos con olor hidrógeno sulfurado, a agua sulfídrica (huevos podridos).

— Puede provenir de los racimos azufrados.

— A veces debido al azufre fundido que cae en el envase cuando se azufra.

— También puede ser debido al sulfitar el mosto para que no fermente hasta que convenga.

C). Defectos que dependen del descube

Con descube tardío, adquiere un sabor demasiado astringente. Si además no se ha derraspado, se advierte en toda la masa del vino descubiado el sabor a raspón, esto es, un gusto tánico y amargo que embrutece el vino y lo hace poco agradable.

Este defecto es debido no sólo al tánico, sino también a todos componentes solubles del raspón; el olor recuerda al que desprende el orujo prensado cuando se desmenuza al sacarlo de la prensa.

El gusto a raspón se nota aun cuando se haya descubiado a tiempo, si se añade al vino flor el de prensa, pues en este último se nota siempre dicho gusto, aunque no se retrase el descube.

Con el despalillado completo, permite tener vinos exentos de gusto a raspa, aunque se descube tarde, en cuyo caso puede mezclarse el prensado al vino flor, por lo que se refiere a este defecto.

La crianza disminuye notablemente el gusto a raspón. También mediante clarificación y filtrado se disminuye.

D). Olor y sabor a anhídrido sulfuroso

El anhídrido sulfuroso que con diversos fines se añade al vino, comunica a éste su olor característico que irrita la mucosa nasal y altera el sabor del caldo; se nota una cierta acidez nada agradable, que se confunde con la debida al ácido acético, dando una sensación particular en la garganta; pero el olor, muy distinto al acético, advierte al paladar que se trata de anhídrido sulfuroso.

La alteración del sabor y olor es tanto más grave o sensible cuanto mayor es la dosis de sulfuroso contenido en el vino. En los vinos dulces, a veces excesivamente azufrados para impedir que fermenten, el sulfuroso se nota menos que en los caldos secos; el azúcar enmascara su sabor ácido.

El anhídrido sulfuroso se nota bien después del trasiego a envases azufrados o después de añadir al vino un sulfato de otra substancia que contenga aquél. Si el uno se halla alojado en envases de madera, el sabor y olor a sulfuroso va perdiéndose poco a poco y llega a desaparecer. Parte se oxida y se transforma en ácido sulfúrico, parte se combina con los aldehídos, pero la mayor parte se puede ir al aire a través de los poros de la madera.

La cura de este defecto se funda principalmente en la naturaleza gaseosa del anhídrido sulfuroso que se pierde en el aire cada vez que se

agita el vino. Los trasiegos al aire, aunque se hagan con bomba, y las filtraciones ayudan a dicha pérdida.

E). Sabor a venteado

El gusto a disipado o venteado es el sabor de los vinos que han estado en contacto con el aire, como son los contenidos en recipientes pequeños sin llenar, los que han sido muy agitados, recién trasegados o filtrados.

El vino absorbe lentamente el aire cuando está en contacto con él y el aire absorbido se transforma en una mezcla de nitrógeno y anhídrido carbónico. En el período en el cual se forma anhídrido carbónico, el vino tiene sabor soso, gusto que podríamos llamar sabor de aire, es un sabor particularmente intenso y menos agradable que el vino conservado en envases llenos. El sabor «molle» o falta de acidez total, se advierte con más intensidad en el vino venteado y se acompaña siempre de este defecto.

El sabor a disipado es pasajero, desaparece después de cierto reposo, cuando la atmósfera del vino, esto es, los gases disueltos en él, recobran su composición normal: mezcla de gas carbónico y nitrógeno.

La falta de acidez es una condición favorable a este defecto, porque es bien sabido que los fenómenos de oxidación se verifican más fácilmente y con mayor rapidez en los líquidos alcalinos, neutros o poco ácidos.

Los vinos tintos están más propensos a contraer este defecto que los vinos blancos, en los cuales sólo un paladar experto advierte una sabrosidad menor si el vino ha sido expuesto al aire. La causa de esta diferencia depende de la materia colorante, de naturaleza tánica ávida de oxígeno.

7.3. Debidos a los recipientes

A). Gusto a madera

Los envases de madera nuevos, imperfectamente depurados, ceden tanino y otras sustancias solubles que alteran el sabor del vino. Si la madera es de roble, le comunica sabor amargo; también el olor del vino cambia adquiriendo el particular de la madera.

Este sabor ha sido frecuente en los vinos de Burdeos, que han seguido el procedimiento tradicional de crianza en pequeños envases de madera nuevos, los cuales si no están bien depurados alteran el olor del caldo puesto en ellos; tratándose de vinos viejos y clarificados, muchas

veces las modificaciones son mucho más sensibles al olfato que al paladar. El aumento de tanino que sufre el vino alojado en madera nueva no depurada, puede provocar el ennegrecimiento o casse férrica.

B). Olor a resina

El vino contenido en recipientes de pino de abeto o que tenga tan sólo alguna duela o piezas de estas maderas resinosas, contrae con facilidad el olor característico de los mismos. También el gusto se altera; el paladar nota la presencia de resina, pues siendo ésta soluble en el alcohol pasa al vino y hace, además, esta bebida indigesta.

El vino de Chipre tiene olor a sabor de resina porque se mezcla tradicionalmente con una cierta cantidad de ella.

Algunos metales como el cobre, plomo y mercurio, forman compuestos más o menos solubles, que tienen un sabor particularmente desagradable. Dada la toxicidad de las sales de estos metales, el sabor es un aviso para evitar la ingestión del vino.

El cobre y el plomo son dos metales que por circunstancias diversas pueden estar en contacto directo con el vino y por medio de sus sales alteran el sabor del líquido, comunicándole el conocido como «gusto metálico», aunque sea fácil especificar cuál es el metal que ha intervenido. Si el sabor de los compuestos de hierro, disueltos en el vino, se llamase también metálico, podría confundirse con el del cobre o plomo; conviene, pues, concretar llamándole gusto ferruginoso.

Los compuestos de hierro no son venenosos, por lo que es importante distinguir el gusto ferruginoso del resto de los gustos metálicos.

El cobre se disuelve en el vino, si éste pasa por grifos de latón y también toma el gusto de cobre de calderas, cazos y otros recipientes de cobre, si ha permanecido en éstos, aunque sólo sea breves instantes. Hoy en día es difícil el contacto con este metal.

C). Sabor a corcho

El corcho utilizado para la fabricación de tapones es un producto renovable que sale del alcornoque, árbol capaz de reconstruir su corteza (que es el corcho), cada doce años aproximadamente.

El corcho como material se presenta como un tejido cortical alveolar formado por pequeñas células hexagonales. En un cm³ de corcho hay de 20 a 40 millones de células. Esta estructura hace pensar en una especie de espuma de madera.

El tejido no es homogéneo, está atravesado transversalmente en su espesor por poros o canales en paredes más o menos lignificadas, las lenticelas permeables a los gases y a los líquidos. Por el contrario, en sentido longitudinal sólo tiene unos canalículos finísimos difíciles de atravesar por los gases y absolutamente imposible de hacerlo por los líquidos.

Los problemas que a veces dan los tapones de corcho que terminan siendo auténticos defectos y que causan enormes accidentes en el vino embotellado, unido a la escasez de alcornoques, ha hecho que se busque incesantemente un material que sustituya al corcho en el cerrado de las botellas; pero, hasta hoy, el intento ha sido vano. No se ha encontrado ningún material que estética y técnicamente tenga tantas ventajas.

Estos defectos del taponado de corcho se van solventando hoy en gran parte precisamente con la esperanza de no tener que renunciar al tapón de corcho.

D). Olor y gusto a moho (Enmohecido)

Puede aplicarse al aroma desagradable que ciertos corchos defectuosos comunican al vino.

E). Gusto y olor a aguardiente

F). Gustos metálicos

Se califican así aquellos vinos que han adquirido gusto a metal debido a su permanencia en cubas de metal sin recubrimiento interior adecuado, o a su contacto con tuberías mal lavadas.

8. Valor nutricional del vino

Un alimento es una sustancia aportada por vía digestiva susceptible de ser digerida y absorbida por el tubo digestivo para nutrir el organismo.

El vino es el producto resultante exclusivamente de la fermentación completa o parcial de la uva o del mosto de uva fresca que, tras su transformación, contiene principalmente agua, alcohol (producto de la fermentación) y otras sustancias nutritivas (minerales, aminoácidos, vitaminas y oligoelementos).

El vino es, por lo tanto, un alimento y como tal nos aporta nutrientes y energía. El vino presenta, además, otras propiedades fisiológicas y digestivas:

- produce placer organoléptico.
- calma la sed.

- resalta los sabores de los otros alimentos,
- estimula el apetito,
- debido a su pH ácido (en torno a $3,5 < 9$, muy similar al de los jugos gástricos), estimula las sensaciones,
- ayuda a la digestión de las proteínas gracias a su actividad iónica. Evita, además, la oxidación de ciertas proteínas durante la ingestión de carne con lo que se entorpece la formación de coágulos digestivos;
- tiene un efecto eupéptico, es decir, regula el funcionamiento del colon.

8.1. Aporte de sustancias minerales y oligoelementos

Las principales sustancias minerales y oligoelementos aportadas por el vino son:

- potasio, agente diurético. El efecto diurético se potencia en los vinos espumosos debido al alto contenido en anhídrido carbónico,
- sodio,
- calcio,
- magnesio,
- hierro,
- cobre,
- manganeso,
- cromo,
- flúor.

8.2. Aporte vitamínico

Las principales vitaminas presentes en el vino son:

- vitamina C,
- vitamina B₁ o tiamina,
- vitamina B₂ o riboflavina,
- vitamina B₃ o PP o nicotinamida,
- vitamina B₅ o ácido pantoténico,
- vitamina B₆ o piridoxina,
- vitamina B₁₂ o cianocobalamina,
- vitamina P o C₂: el vino es el alimento más rico en factores vitamínicos P, entre los que destacan las procianidinas. Esta vitamina agrupa tres sustancias: rutina (en vinos tintos), citrina y esculósido.

8.3. Aporte de aminoácidos

Los aminoácidos son los constituyentes simples de las proteínas. El vino contiene cantidades significativas de aminoácidos esenciales, que son los que no puede sintetizar el organismo humano. Además, esos aminoácidos están presentes en cantidades muy próximas a las contenidas en la sangre humana

8.4. Aporte calórico

Hay tres componentes en el vino que suministran calorías:

- el etanol,
- el azúcar,
- el extracto (sin azúcar).

La fórmula clásica para calcular el aporte en calorías, Q , es mediante la siguiente ecuación:

$$Q = 6,9 \times 0,794 \times GL + 0,4 \times AZ + 0,24 \times EX$$

donde:

Q = calorías por 100 ml de vino

GL = grado alcohólico en % vol

AZ = contenido en azúcar en g/l

EX = extracto seco (sin azúcar) en g/l

En una primera aproximación se puede considerar que todos los vinos contienen entre 10 y 40 g/l de extracto. Supongamos una media de 25 g equivalentes a 6 calorías.

La fórmula resultante, simplificada y más fácil de usar es:

$$Q = 5,5 \times GL + 0,4 \times AZ + 6$$

en calorías/100 ml de vino.

Ejemplos:

1. Un vino tinto de 13% vol. aporta por cada 100 ml:

$$Q = 5,5 \times 13 + 0 + 6 = 77,5 \text{ calorías}$$

2. Un vino blanco o un vino espumoso de 11% vol. y 4 g/l de azúcar aporta por cada 100 ml:

$$Q = 5,5 \times 11 + 0,4 \times 4 + 6 = 68,1 \text{ calorías}$$

La mayoría de los vinos contiene entre 70 y 90 cal/100 ml.



C. S. I. C.