

Viticulturas heroicas. Aproximación etnográfica a los vinos naturales

Heroic viticultures. Ethnographic approach to natural wines

Francisco Checa y Olmos

Catedrático de Antropología Social, Universidad de Almería (España)
fchecayolmos@gmail.com

40 AÑOS (1982-2022) DE GAZETA DE ANTROPOLOGÍA
MONOGRÁFICO COORDINADO POR ÁNGELES ARJONA Y JOSÉ LUIS SOLANA

RESUMEN

Este artículo muestra la doble realidad del vino en España: de un lado su industrialización, con todo lo que significa poner en el mercado millones de litros de un producto que está dentro de la cadena alimentaria; de otro, el romanticismo y la honestidad con la naturaleza para sacar al mercado una bebida sin manipulación ni químicas añadidas. Para responder a esta dualidad el autor se centra en los siguientes aspectos: expone la evolución de la producción de vino en España, dando cuenta de su importancia como sector social, cultural y económico. A continuación, se pregunta si, desde los macrodatos de la poderosa industria del vino, es posible que aún tengan cabida en el mercado pequeños vinicultores, haciendo de sus bodegas negocios rentables. La respuesta es sí, y lo muestra ejemplificado en las bodegas que elaboran vinos naturales. Apoya la exposición una etnografía realizada entre varias bodegas de vignerons.

ABSTRACT

This article shows the double reality of wine in Spain: on the one hand, its industrialization, with all that it means to put millions of litres of a product that is part of the food chain on the market; on the other, the romanticism and honesty with natural environment to bring to market a drink without manipulation or added chemicals. To respond to this duality, the author focuses on the following aspects: he describes the evolution of wine production in Spain, giving an account of its importance as a social, cultural and economic sector. He then wonders if, based on the macro-data of the powerful wine industry, it is possible that small winemakers still have a place in the market, making their wineries profitable businesses. The answer is yes, and it is exemplified in the wineries that produce natural wines. The exposition is supported by an ethnography carried out among several vigneron.

PALABRAS CLAVE

vino | vinos naturales | viticultura | vigneron | etnoturismo

KEYWORDS

wine | natural wines | viticulture | vigneron | ethnotourism

“El vino es poesía embotellada” (Robert Louis Stevenson)

1. Introducción

¿Llevaría razón Víctor Hugo cuando afirmó que Dios hizo el agua, pero el hombre inventó el vino? España, Francia, Italia o la misma Portugal, acumulan variadísimos paisajes y caldos para comprobar este reto al divino todopoderoso.

En cualquiera de estos países el sector vitivinícola es una parte muy importante de su economía, sociedad y cultura. En España incluso podría alcanzar un peso mayor –social, cultural y turístico, por ende, económico– pues países como los citados, con menor número de viñedos y bodegas, todo lo que rodea al vino tiene una impronta extremadamente destacada en el paisaje, sus habitantes y economías.

En cualquier caso, poco a poco el vino y cuanto le rodea está contribuyendo a ofrecer una imagen diferente de nuestro país: es un polo de atracción de visitantes y turistas, de viajeros nacionales y extranjeros que buscan rutas donde probar vinos y degustar gastronomías autóctonas (el llamado enoturismo), los viñedos conforman entornos naturales sostenibles, convertidos en motor de desarrollo para comarcas y pequeñas ciudades, vertebran el territorio y ofrecen empleo estable.

Sabemos que la elaboración de vino llega a ser un símbolo de tradición e identidad, anclados al pasado;

sin embargo, en las últimas décadas viñedos, bodegas y vinos vienen siendo punteros en innovación e investigación. Las cifras que mueve el vino son muy sustanciosas y aún podrían ser más elevadas, como digo.

Ahora bien, hemos de ser conscientes de que el vino es mucho más que números y cuentas de resultados, aunque estas, por sí solas, dan muestra de su magnitud. Porque detrás de la ingente cantidad de hectáreas cultivadas de viñas hay miles de personas y empresas, pueblos y comarcas trabajando al completo, es cierto que las industrias –o cooperativas– solo miran cuentas de resultados, pero también existen viticultores románticos, emprendedores, emigrantes que vuelven a sus orígenes a hacerse cargo de una viña abandonada, locos que buscan convertir en realidad su sueño, persiguiendo lo que aman (ver Palacios 2016).

En este artículo quiero mostrar la doble realidad del vino en España: de un lado su industrialización, con todo lo que significa poner en el mercado un producto en millones de litros que está dentro de la cadena alimentaria; de otro, el romanticismo y la honestidad con el medio, en lo que conlleva sacar al mercado, en cantidades muy limitadas, un producto que, también, está dentro de la cadena alimentaria.

Ahora bien, en cualquiera de los casos el vino debe ser un producto saludable. ¿Y son compatibles con ello ambas orientaciones? O lo que es igual, de un lado, ¿es posible elaborar miles de kilolitros de vino sin adulterar? De otro, ¿se puede hacer frente a la industrialización o globalización del vino? O de qué manera, con qué recursos y, al final, quiénes lo intentan. A saber, ¿ciertas bodegas se pueden convertir en referencia de calidad con cero euros de gasto en publicidad y sin entrar en circuitos turísticos del enoturismo?

Intento en estas páginas despejar algunas de estas incógnitas, respondiendo a las preguntas planteadas. Para ello, en primer lugar, expongo la evolución de la producción de vino en España, que dé cuenta de su importancia como sector social, cultural y económico, especialmente en las últimas décadas. Atiendo a sus valores como producto de exportación. En segundo lugar, me pregunto si todos estos macrodatos afectan de igual manera a las miles de bodegas que se asientan en nuestro país, o si los vinicultores pequeños –de una producción menor a las 40.000 botellas/año– tienen cabida dentro de este enfoque tan mercantilizado; es decir, ¿un pequeño vinicultor puede abrirse hueco entre los consumidores y hacer de su bodega un negocio rentable? Pues sí, lo es; en tercer lugar, descubrimos que para cientos de bodegueros aún es posible sobrevivir y desarrollar con dignidad su trabajo y su pasión, con viñas ecológicas y la elaboración de vinos sin aditivos, llamados *vinos naturales*, muy reconocidos en el mercado.

Por último, presento esta idea desde una etnografía desarrollada en torno a seis de estas bodegas. En estas páginas solo me alcanza a exponer el trabajo de campo realizado en tres de ellas (de Andalucía, Murcia y Cataluña). Lo cierran las conclusiones alcanzadas.

2. Los vinos elaborados en España. Evolución de la producción y exportaciones. Datos (1)

España cuenta con 949.565 hectáreas de viñedo (aprox. el 13% del total mundial). Para hacerse una idea, el territorio nacional de viñas, de estar en un solo pago, sería casi tan grande como la provincia de Lugo y superaría de largo la extensión de trece provincias españolas (Alicante, Almería, Ávila, Castellón, Ourense, Pontevedra, Segovia...) y a Comunidades Autónomas como La Rioja, Cantabria o el País Vasco. Esto es, nuestro país se ha convertido en el primer viñedo del mundo y el tercer productor mundial de vinos. A tal fin dispone de una amplia red de figuras de calidad reconocidas, entre sus 70 denominaciones de origen (DO), 42 indicaciones geográficas protegidas (IGP) y 26 vinos de pago (VP) (2). También el viñedo en ecológico nos hace líderes, con 121.200 hectáreas (en 2020) que producen más de 400 mil toneladas de uva de vinificación.

La producción media anual de vino y mosto oscila entre los 40 y 42 millones de hectólitros, de ahí que la facturación de las bodegas españolas ascienda a 5.381 millones de euros al año –solo vino y mosto– y la actividad de la cadena de valor vitivinícola suponga el 2,2% del Valor Añadido Bruto del estado. Todas estas cifras resumen el trabajo inagotable de unas 4.300 bodegas esparcidas por todas y cada una de las provincias y comarcas del territorio nacional.

2.1. El consumo. Las exportaciones

España contaba en 2018 con 3.075 (el 71,5%) bodegas exportadoras. Eso significa que los caldos españoles se comercializan en 189/194 países de todo el mundo. Ello supone haberse consolidado en 2020 como el segundo exportador mundial en volumen, con algo más de 2.012 millones, y como el tercer mayor exportador del mundo, por un valor cercano a los 2.616 millones de euros en exportaciones. Y debería significar un valor añadido mayor si, según señala Víctor Escribano (2020), España no exportara tanto vino a granel a tan bajo precio (1,14 €/l de media), pues se trata de un vino de calidad que no se vende para hacer vermut o vinagre. En contraste, el vino a granel de Italia sale del país a 2,50 €/l y el de Francia se paga a más de 5 €. Conclusión: los beneficios serían mucho más elevados solo con subir el precio del granel y muchísimo más si salieran embotellados y etiquetados (algo similar sucede con el aceite andaluz, también vendido a granel, y es calidad pura). Así hacia el exterior no se da una idea global como país, exportando de cualquier manera (3).

Por otro lado, no se puede ocultar que con el vino, ya es un producto popular de consumo, se ha generado un problema que lo está castigando en su línea de flotación: en una guerra de precios desmesurada, al consumidor se le ofrece una botella de vino por debajo de la media de sus costes. ¿Cómo es posible que en un supermercado se pueda adquirir un Crianza o Reserva por menos de 3-4 €? O se está engañando al consumidor o al viñador-bodeguero, o a todos, pues, de facto, se ofrece una imagen de que ese caldo es un producto de poca calidad (además de su nula rentabilidad). Los datos son meridianamente claros: una botella de vino vacía (vidrio, corcho, etiquetas, caja), sin introducir su transporte, vale entre 1 y 1,5 euros. Un kilo de uva tiene al menos un costo de 0,5 €. ¿Con un valor mínimo de unos 2 euros, cómo cuadrar balances si hay que sumar transporte y los beneficios del mercado, con sus intermediarios?

Ahora bien, obsérvese la paradoja, a pesar de la guerra de precios creada para forzar que el consumidor eche al carro una o dos botellas de vino por compra, el consumo interior no ha aumentado en los últimos años, más bien al contrario, desde los años 70 del siglo pasado en España sigue decreciendo el consumo. El descenso de 2020 se sobreentiende que ha sido debido a la pandemia (4), pero ¿y los anteriores? Según la OIV, en 2020 se consumieron en España 23,9 litros por persona y año, una cifra muy por debajo de Portugal (51,9 litros per cápita), de los italianos, con una media anual de 46,6 litros por persona, o los franceses, 46 litros. Incluso si tomamos los datos del OeMv, nuestro consumo per cápita debería ser inferior, pues, según sus estimaciones, en 2020 se consumieron 910 millones de litros, que, con una población de 47 millones de habitantes, la cifra sería de 19,4 litros per cápita. De hecho, España ocupa hoy la decimosegunda posición en el ranking mundial de consumo de vino per cápita (la decimoprimera en 2019), aunque somos el país donde más viñedos hay en producción.

No obstante, el empleo que mantiene el vino es también significativo: tanto en el campo como en las bodegas y la industria auxiliar, la hostelería cercana y el turismo, el sector del vino genera y mantiene 427.700 empleos en todo el territorio nacional (lo que supone un 2,4% del empleo en el país), siendo un sector clave en la lucha contra el despoblamiento de las zonas rurales. Por ejemplo, casi 3 millones de personas al año visitan bodegas, restaurantes gastronómicos asociados, museos y rutas del vino, con un gasto cercano a 80 millones de euros, con datos de la FEV (www.fev.es/sector-cifras/).

En España, según el Registro de Variedades Comerciales de Vid de España, se cultivan 215 variedades diferentes de uva de vinificación y de mesa (en realidad 74 de ellas son de cultivo minoritario o están en peligro de extinción), de las que 111 son uvas autóctonas de vinificación o de cultivo tradicional (5). La última lista definitiva del Registro –hay otra provisional– incluye a 86 variedades como las más extendidas: 15 de uva de mesa, 4 de doble aptitud y 67 de vinificación (ver Chomé (coord.) 2006). De las 19 variedades extranjeras de cultivo autorizado (sobre todo procedentes de Francia y Alemania) la cabernet sauvignon es la más extendida (autorizada en 48 DO), la tempranillo es la tinta más plantada (presente en 56 DO); otras muy cultivadas son airen, bobal y garnacha tinta.

2.2. La evolución de la producción. Algunos datos

Según recoge el informe *Exportaciones vitivinícolas por comunidades autónomas y provincias 2000-2020*, elaborado por el OeMv (Observatorio Español del Mercado del Vino 2021) para la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE), la industria global de producción de vino en nuestro país no para de crecer, incluso soportando los años de pandemia de la covid-19, sobre todo en exportaciones. Incluso cambiando los rankings tradicionales de las primeras posiciones, en producción y ventas. EE.UU, Francia, Reino Unido, Alemania y China siguen siendo los principales importadores en valor y volumen de vino español.

En el año 2000 Cataluña era la región líder incontestable según su valor de ventas al exterior: exportaba productos vitivinícolas por un importe de 359 millones de euros (el 26,2% del total español) y superaba a Castilla-La Mancha, con 204 millones de euros (casi el 15%). Los vinos de La Rioja (desde donde se exportaban litros por valor de 156 millones de euros, el 11,3%), los producidos en Andalucía (con 154 millones y el 11,2%), y los de la Comunidad Valenciana (136 millones, casi el 10% de las exportaciones vitivinícolas de todo el país) eran las CC AA más destacadas. En su conjunto, nuestro país realizó exportaciones en vino por una cantidad que ascendió a 1.366 millones de euros. Solo estas cinco regiones sumaron el 73% nacional de todo lo vendido en el exterior.

Sin embargo, aquella región vinícola de Castilla-La Mancha, donde se decía que se elaboraban vinos del país para consumo nacional, de caldos jóvenes, sin mucha personalidad debido a su mediocre calidad, veinte años después se ha convertido en la primera potencia del sector exportador vitivinícola español y elabora reservas y grandes reservas muy reconocidos. En 2020 aparece convertida en la primera potencia indiscutible, Cataluña baja al segundo lugar y Andalucía presenta un retroceso sin parangón. La Rioja, Comunidad Valenciana y País Vasco logran mantenerse entre las primeras exportadoras. La otra sorpresa es la Región de Murcia, donde se ha producido una irrupción espectacular. Los datos son: Castilla-La Mancha, según este informe del OeMv, sumó 761 millones de euros, aventajando ampliamente a Cataluña (528 millones), La Rioja (332 millones), Comunidad Valenciana (261 millones), País Vasco (207 millones) y Murcia (186 millones). Estas 6 regiones acaparan el 76,8% del valor total de las exportaciones españolas en vino y otros productos vitivinícolas, sobre un total de 2.956 millones de euros. Solo las exportaciones de Castilla-La Mancha representan el 25,7% de todas las exportaciones de vino español.

Si en lugar de millones de euros hablamos de litros exportados, si en el año 2000 Castilla-La Mancha representaba el 33,6% del volumen vitivinícola nacional exportado, en 2020 alcanzó el 52,8%, al pasar de 380 millones a 1.400 millones de litros, sobre los 2.646 millones de litros del conjunto nacional. La Comunidad Valenciana, que en 2000 exportaba 183 millones, dos décadas más tarde ha comercializado 315 millones de litros. Cataluña ha pasado de 149 a 201 millones. Murcia, por dar un dato de los más vertiginosos, ha experimentado una subida de 51 a 169 millones de litros. El lado opuesto es Andalucía, que retrocede del quinto al décimo lugar de la clasificación y pasa de exportar 75 millones de litros a tan solo 45 millones, 20 años después.

No es un secreto que la irrupción de los dos colosos empresariales, encabezados por el manchego Félix Solís (don Félix, 1945) y el murciano José García Carrión (don Pepe, 1948), han llevado a cabo una auténtica revolución en el tablero vitivinícola español. Se han asentado en sus feudos de procedencia, pero, además, los *nuevos señores del vino*, así llamados, han extendido sus modernas estructuras de producción por todo el país. Los Solís tienen bodegas esparcidas por Ribera de Duero, en La Rioja, en Toro, como las más destacadas, y copan la inmensa mayoría de Valdepeñas. Factura 340 millones de euros con la venta de caldos en todo el mundo. Opera en 115 países, tiene filial en China desde 1998 y da trabajo directo a más de 300 personas (de forma indirecta a 4.500). Es el primer exportador de vino español. Una de sus marcas, Viña Albali, es la marca de vino más vendida en las grandes superficies de España.

Al otro lado, don Pepe –cuyo holding incluye también el mundo del zumo con su marca más conocida, Don Simón– en 2020 facturó 975 millones de euros y cuenta con 1.000 empleados directos. Se ha asentado, además de en Jumilla, en La Rioja, en Ribera de Duero, en La Mancha, en Toro, Huelva, Comunidad Valenciana y llegó a Valdepeñas en 2006. Sus vinos insignia son Pata Negra, Mayor de Castilla, Señorío de los Llanos y Viña Arnáiz. Fue el primer bodeguero en comercializar vino de mesa en tetrabrik, al considerar que era más fácil ponerlo en el carro de la compra que una botella de vidrio.

Como digo, Solís y Carrión asientan dos imperios vitivinícolas de gestión familiar y han permitido que se encuentren entre los 10 mayores grupos bodegueros del mundo (ver Fuenteálamo 2021). Tampoco es un secreto que pasan muchas veces por los juzgados, acusados en la Denominación de Origen Valdepeñas de supuestos fraudes en la venta de sus vinos. Ambas multinacionales del vino ya han sido investigadas por la Consejería de Agricultura de Castilla-La Mancha, tanto por comercializar como crianza, reserva y gran reserva vinos que no habían pasado por barrica o que no tienen el envejecimiento que corresponde, como por una simple cuestión matemática: “Faltan litros de crianza, según los datos registrados en la DO, para cuadrar los millones de hectólitros de ventas”.

2.3. La calidad de los vinos convencionales

Este es otro tema que, sin embargo, tiene mucho que ver con lo que páginas más abajo abordó: elaborar vino bajo la filosofía de no mentir nunca. Valdría la pena recordar la máxima atribuida a Plinio *El Viejo*: “In vino veritas”, que se traduce por “En el vino [está] la verdad”, muy cercana a la que Louis Pasteur profiriera: “Hay más filosofía y sabiduría en una botella de vino que en todos los libros”.

Pero surge la pregunta que me hacía al principio: ¿más allá de don Félix y don Pepe, hay vida en otras viñas y se elabora vino reconocible? Que es igual a cuestionarse, ¿pueden los *David* combatir contra estos *Goliat*? ¿Se están elaborando, por ejemplo, cavas de calidad en bodegas alejadas del Penedés, bajo el control de Freixenet y Codorníu? Cómo hacer frente a toda esta industria colosal del vino, que mueve miles de millones de euros, dentro y fuera del territorio nacional, desde los pequeños bodegueros. ¿Estas bodegas quedan relegadas a diversos nichos del mercado nacional o también exportan sus productos a otros países, compitiendo con vinos de calidad?

Sin duda alguna, muchas de estas preguntas y otras deben acechar a las personas que se aventuran a adentrarse en el mundo de la producción de vino, casi seguro invirtiendo mucho trabajo y dinero para regenerar viñas y bodegas anticuadas, en paisajes y parajes de una enorme personalidad, pero abandonadas por la edad de sus propietarios y el acoso de las grandes comercializadoras, las cadenas de suministro, el máquetin, la publicidad, las guías de vinos, las cartas de los buenos restaurantes, las ferias nacionales e internacionales, el precio de materiales insustituibles, como el acero, las barricas, el vidrio o los corchos, cada vez más caros y escasos (6). Por no entrar en las batallas de las denominaciones de origen, un etiquetado manual correcto (7), la utilización de sulfuroso y otros productos químicos o biológicos que distorsionan el producto final. Y con una última pregunta que seguro les quita el sueño de los cinco primeros años a estos emprendedores: ¿nos será rentable económicamente toda esta aventura?

3. Viña y bodega pequeñas, ¿son aconsejables, fiables, rentables?

Cualquier bodeguero y comercial debe estar al tanto de que las compras de vino por Internet han crecido exponencialmente. Según el Observatorio Español de los Mercados del Vino, de las 76 ocasiones en las que un español consume vino al año, 66 son en el hogar (más del 85%), por lo que las grandes superficies han decidido aprovechar el empuje del *E-commerce* (marketing y venta de productos o servicios a través de Internet) y ofrecer un catálogo de vinos en su web para servir directamente al domicilio del cliente. La globalización aprieta, pero también da otros respiros. Este nuevo sistema de venta favorece mucho a las bodegas pequeñas, pues los mismos bodegueros pueden atender y servir a sus clientes o desde distribuidoras especializadas (por ser en vinos biológicos, naturales, de autor, de pagos...), dado que son caldos muy respetados por los consumidores.

A saber, la única forma de hacer frente a los gigantes del sector es mediante el ofrecimiento de productos de calidad y conquistar los gustos de personas que ya han mostrado el hartazgo de consumir vino sin saber verdaderamente lo que toman. La salud cada vez importa más y a más población: “queremos saber que comemos sano y el vino es fuente de salud”, me dijeron Juan y Araceli, dos aficionados al vino que conocí en Barranco Oscuro. “O debería serlo”, les puntalicé.

Podemos plantear aquí la cuestión de si existen verdaderamente vinos de calidad sin aditivos. ¿Qué ingeriremos al tomar una copa de vino, y que puede no aparecer en la etiqueta? Con independencia de su denominación de origen, añada, tipo de uva, sea blanco, tinto, cava o vinos de licor, cuando tomamos una copa de vino deberíamos exigir conocer si tomamos sulfuroso añadido y, muy especialmente, los otros muchos añadidos que al consumidor se les oculta.

La Comunidad Europea aprobó en 2009, en su Comisión del 10 de julio, el Reglamento (CE) nº 606/2009 que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 479/2008 del Consejo en lo relativo a las categorías de productos vitícolas, las prácticas enológicas y las restricciones aplicables. En el Anexo 1 A (páginas 7-11) aparece un cuadro con las prácticas y tratamientos enológicos autorizados, referentes a la aireación u oxigenación a partir de oxígeno gaseoso, para tratamientos térmicos, la centrifugación y filtración, el empleo de anhídrido carbónico, de argón o de nitrógeno, levaduras de vinificación, adición de fosfato de diamonio, bisulfito de amonio, diclorhidrato de tiamina, anhídrido sulfuroso, bisulfito de potasio, carbones de uso enológico, clarificación mediante gelatina alimentaria (cola de pescado, caseinatos de potasio, albúmina de huevo...), tanino, enzimas pectolíticas, ácido sórbico en forma de sorbato potásico... Así, hasta 43 casillas que recogen los tratamientos que se puede

hacer en la elaboración del vino y unas 60 sustancias diferentes. Cierra el anexo el “tratamiento con intercambiadores de cationes para la estabilización tartárica del vino”. Si en cada etiqueta aparecieran los productos químicos empleados es lógico pensar que no estarían todas las sustancias que recoge el reglamento 606/2009, pero sí que en casi todas las botellas veríamos escritos los conceptos de “contiene...” sulfitos, ácido ascórbico, goma arábiga o ácido metatártico, como los más comunes.

Ahora bien, a pesar de esta taxonomía tan detallada, la legislación es muy clara: todas aquellas bebidas que superen 1,2 grados de alcohol no están obligadas a reflejar en el etiquetado las sustancias con las que han sido fabricadas, con la única excepción de aquellos ingredientes que provocan alergias. “¿Por qué motivo estos productos gozan de tales privilegios?”, se preguntaba en 2018 Gonzalo de Diego Ramos en un artículo periodístico muy esclarecedor. La pregunta no tiene una fácil respuesta, pero ¿han de valer razones como la tradición en los modos de fabricación o la presión ejercida en su momento por grandes grupos empresariales para obtener una normativa favorable? Parece ser que esto último fue cierto, aunque no lo es menos que ante las autoridades competentes existen cientos de reclamaciones efectuadas por asociaciones de consumidores, o multitud de informes que corroboran la preocupación de la opinión pública porque estas bebidas se rijan por las mismas leyes que regulan cualquier otro alimento.

En consecuencia, gracias a esta anómala legislación, “en el imaginario colectivo se ha instalado la idea de que una bebida como el vino es el mero resultado de un proceso natural de vendimia, con su correspondiente fermentación en bodega, embotellado y poco más”. Y puede ser que nada haya más lejos de la realidad: “en la elaboración del vino intervienen procesos químicos bien estudiados y regularizados. Las combinaciones con las sustancias legales son inmensas, tantas como vinos hay en el mercado. Parece casi alquimia”, le asegura una enóloga (ver De Diego 2018).

En la enología moderna los procesos se tecnifican muchísimo para que el azar y las condiciones externas influyan lo menos posible en el resultado que se pretende lograr, sin introducir jamones en las botas, ya sabe el enólogo qué componente del jamón que da un sabor especial al vino. Hay cientos de vinos donde el aditivo es el ingrediente que define el carácter propio del vino, y no la uva o la añada. Hablo, por ejemplo, de la resina del pino carrasco que le otorga al *blanco retsina* griego su particular aroma. Sabemos que milagros no se pueden hacer cuando la cosecha no ha sido buena, pero sí se puede corregir en la bodega y presentarla como un producto aceptable para el consumo (eso sí, sin privar después de dolores de cabeza, resaca o acidez de estómago en los clientes que lo beban). Cuando se desea que una copa de cava tenga burbujas vivas y chispeantes, pero su vino no ha generado el suficiente carbónico de forma natural, se le añade anhídrido carbónico, o cloruro de plata y citratos de cobre para eliminar malos olores producidos por mercaptanos.

Sin embargo, ni todos quieren vender más vino del que se recolecta en su viña, ni todos están dispuestos a adulterar el producto: “¡Creemé! No todo está perdido en este mundo del vino”, me sentenció Ramón Saavedra, de Bodega Cauzón.

Por todas estas razones nace el llamado vino natural que, a la sazón, se está convirtiendo para muchas personas y pequeñas empresas en una manera muy potente de arraigarse a la tierra, de alcanzar un contacto pleno con la naturaleza, una forma de vida y un compromiso con el universo. Así de sencillo, así de amplio, así de fácil, así de complicado, así de natural.

4. El vino natural, un producto con identidad propia

Hablando con Lorenzo Valenzuela sorprende su afirmación, en forma de preguntas, que debe hacer reflexionar a cualquier persona, sea o no consumidora de vinos: “¿Cómo es posible que a un producto que procede del zumo de uva haya que calificarlo de *natural* como signo de distinción? ¿Acaso todos los vinos no deberían ser naturales?”. La respuesta le resulta obvia. “A este vino se le debería llamar, simplemente, vino. El adjetivo deberían llevarlo los otros, pues lo único que lleva el vino natural es uva. Al resto que se les obligue a calificarlos como *vino con sulfitos*, *vino con aditivos*, *vinos adulterados*, ¡o qué sé yo!”, concluye entre una sonrisa burlona.

Cuando hay bodegueros que tratan de distinguirse y significar su producción con el sello de *naturales* porque consideran que el resto no lo son, por algunas razones. No obstante, si tenemos en cuenta el texto de la Ley 24/2003 sobre viñas y vinos (8), el vino es “el alimento natural obtenido exclusivamente

por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca, estrujada o no, o de mosto de uva”. Alguna práctica debe ejercerse cuando, aun cumpliendo la norma, a la inmensa mayoría de los vinos no se les puede etiquetar de naturales. Veamos, pues, qué propiedades tiene un *vino natural* frente a los vinos convencionales que, en principio, han sido manipulados en su proceso de elaboración antes de salir al mercado.

Como definición general, por vinos naturales se entienden aquellos en los que no se utiliza ningún tipo de aditivos químicos, ni en la viña ni en la bodega. Es un vino hecho con uva, sin añadirle ni quitarle nada que pueda distorsionar su expresión como bebida y, por ende, como reflejo de la tierra y el entorno del que procede. Su resultado no puede ser otro que la pura fidelidad al espacio del que nace. El vino representa el suelo donde se asienta la cepa, en todos los sentidos: si es rocoso o arenoso, su pH y los materiales orgánicos que habitan, pero también la altura, la orientación de la viña o el sol, la humedad, las lluvias o vientos de cada año concreto, etc., etc. En cada cosecha la cepa da una uva diferente, porque climatológicamente no existe un año exactamente igual a otro, ni la propia cepa lo es, pues ha envejecido, echa más raíces, se le secan otras, se alimenta de manera distinta... “cosecha a cosecha. Aprender de la Naturaleza, todo lo que acontece en ese tiempo medido... lluvia, tormenta, frío, calor, sol, viento del atlántico o aire solano... Tierra, cepas... eso es vino”, dice J. M. Márquez, de Marenas (<https://bodegamarenas.com/vistas/historia/>).

Por ello, quien dirige una bodega debe mostrar una filosofía basada en dos pilares básicos: primero, como viñador: respeto a la naturaleza y al medio que rodea las viñas; segundo, como bodeguero: elaborar un caldo que sea, en su fermentación y elaboración, el fiel reflejo de lo que se extrae de la uva, sin añadidos de químicas o productos biológicos. En consecuencia: las características de los vinos naturales más destacadas se concentran en el respeto del medio rural, que el trato a la viña sea desde una agricultura ecológica o biodinámica, el cuidado de las uvas, sin añadidos de levaduras químicas, ausencia de productos químicos en la elaboración del vino, fermentación espontánea con las levaduras propias de las uvas y una producción artesanal que sea, por ende, bastante controlable (siempre menos de 40.000 botellas por añada) (9). E. Asimov (2020) ha escrito: “el vino natural promueve la diversidad. Revive y celebra antiguas variedades y tradiciones locales que han sido olvidadas o descartadas por las altas autoridades de la comunidad. Busca sacar el vino de su pedestal con irreverencia, presentándolo como una bebida vivaz y alegre que, sin embargo, tiene una fuerte carga emocional y cultural”. Que la expresión del vino refleje lo auténtico de la variedad que hay en la naturaleza: en el terreno y el clima.

No obstante, conviene tener presente que los vinos naturales tienen riesgos inesperados, difíciles de controlar si no se utilizan sulfitos añadidos (el anhídrido sulfuroso es un antiséptico, desinfectante, clarificante, antioxidante y conservante, el protector del vino por excelencia), tales como las contaminaciones en el proceso de fermentación y una posible falta de estabilidad en la botella. Sin embargo, ellos, según confiesan, prefieren correr estos riesgos (deshacerse de mil botellas, si hiciera falta) e investigar cómo disminuir sus consecuencias, antes de someterse a un sulfuroso incontrolado. Este es el mejor ejemplo que me lo ha reafirmado: en la Bodega Enebro, de Bullas, su bodeguero, Juan P. López, me muestra dos cubas de acero inoxidable con vinos tintos y blancos que no han pasado la prueba de poder ser embotellados: “se me han ido y ahí los voy acumulando, y prefiero ver si con ellos algún día puedo venderlos como buen vinagre [ríe], antes que meterles sulfuroso”, y antes que lamentarse concluye: “hay que ser conscientes que esta manera de tratar la uva puede sorprendernos un año... Así que a esperar al siguiente. Honestidad ante todo”.

Ahora bien, lo complicado de los vinos naturales, aunque resulte paradójico, es que aún no existe una normativa específica que los regule de manera clara, como sucede, por ejemplo, en los vinos ecológicos y biodinámicos, hasta donde sí llega la legislación europea (10). Solo en Francia existe el sello (bajo la denominación de *Vin Méthode Nature*, VMN) que certifica a los vinos que han sido elaborados con procedimientos naturales (11). Como digo, en España no hay ningún organismo que especifique o certifique que un vino es natural.

4.1. La defensa de los vinos naturales. Asociaciones

En Francia ya existe la certificación *Vin Méthode Nature* (VMN) con un logo que lo reconoce, desde 2020. En septiembre de 2019 los productores de vino artesanal dieron un paso de gran envergadura, creando el *Syndicat de défense des vins naturels* (<https://vinmethodenature.org/>). Su propósito era unir a una gran comunidad en torno a los valores que representan los principios de producción y distribución del vino elaborado desde un método natural, es decir, desde la artesanía, la transparencia, la independencia y con dimensiones éticas y sociales. Sus objetivos operativos no fueron otros que (1) defender el vino

natural y a sus miembros ante instituciones y organismos públicos; (2) que sus vinos pudieran llevar explícita una etiqueta donde se reconociera un logotipo de “vino de método natural” y asumir por escrito que así están elaborados; (3) dar vida y poner en valor a la comunidad de viticultores, consumidores y profesionales del vino que se mueven en torno al vino natural.

El logo que distingue y certifica que ese vino ha sido elaborado de forma natural lo aprueba –y otorga– el INAO francés (Instituto Nacional de Origen y Calidad). Se hizo necesario cuando la oficina de *Répression des Fraudes* (DGCRRF) observó que en ocasiones algunas bodegas utilizaban y comercializaban sus vinos bajo la categoría de “vinos naturales” y comprobaron que el producto había sido manipulado y que contenía grandes cantidades de sulfitos; descubrieron, por ejemplo, que una cooperativa mezclaba vinos convencionales y vinos simples para diluir el contenido de azufre.

En el ánimo de poner fin a estos abusos, en Francia solo podrá llevar este logo un vino que haya sido certificado como natural cuando haya superado los muchos controles exigidos. Para ello las bodegas deberán mostrar análisis que acrediten el contenido total de sulfuroso después del embotellado (la suma del volátil y el añadido). Además, cada año y sorteadas al azar se controlarán tres áreas respecto a la trazabilidad, el método de producción ecológica de la uva, la vendimia manual, la ausencia de residuos de plaguicidas y el contenido total de azufre (12).

Según su web, el *Syndicat* cuenta con un total de 234 asociados. De estos, 188 son viticultores (*vignerons*), el resto se reparten entre mercantes de vino (*caviste*) y algún restaurante-bar de vinos. De entre los viticultores, en 96 bodegas alguno de sus vinos ya cuenta con el certificado y sello de *Vin Method Nature* (como VMN o como VMN <30 mg); en total son 218 vinos y añadas diferentes (a finales de 2021).

Italia es otro país donde la conciencia del vino natural va en aumento y llevan varias décadas empeñados en hacerse valer como marca de vino de calidad. A tal fin crearon la asociación *VinNatur* (www.vinnatur.org). Según reza en su web, “producir vino natural significa actuar en pleno respeto del territorio, la vid y los ciclos naturales, limitando —a través de la experimentación— el uso general de agentes invasivos y tóxicos de naturaleza química y tecnológica, primero en el viñedo y luego en la bodega”. La fundó en 2006 Angiolino Maule. En 2021 hay más de 180 bodegueros asociados de 8 países diferentes (Italia, Austria, Francia, Alemania, España, Portugal, Eslovenia y República Checa). De España las bodegas asociadas son las 9 siguientes: Cauzón, Esencia Rural, Barranco Oscuro, Purulio, Clos Lentiscus, Viña Enebro, López Díaz-Alejo, Dominio del Urogallo y Jordi Fernández.

El interés de esta asociación consiste en “preservar la individualidad del vino de la homologación que la química, la tecnología y la industrialización han aportado a las actividades vitivinícolas”. Su objetivo al fundarse superaba la barrera nacional, pues querían unir “a todos los enólogos del mundo” que quisieran conseguir una mayor fuerza, conciencia y visibilidad del vino natural, compartiendo experiencias, estudios e investigaciones. Uno de sus objetivos consiste en promover la investigación científica y difundir entre sus asociados el conocimiento de las técnicas naturales e innovadoras que vayan sucediéndose, “para crecer juntos”. En 2019 crearon la revista *VinNatur* (semestral, primavera y otoño) como herramienta de difusión de la asociación y para que sirva de espacio de encuentro entre los asociados y como vínculo de aprendizaje.

Desde 2007 la asociación realiza controles exhaustivos. Analiza un vino de cada uno de sus miembros para comprobar que no hay residuos de pesticidas; este análisis garantiza al consumidor que el vino es limpio y saludable.

Como asociación *VinNatur* organiza al menos tres eventos al año, tipo ferias o salones, en Italia y en el extranjero, enfocadas a la promoción y comprensión del vino natural. También dan cobertura a jornadas temáticas sobre estudios de suelos y técnicas de vinificación. Con las ganancias encarga a científicos o enólogos estudios que den explicación y soluciones a ciertos problemas que ocurren en la agricultura ecológica y la vinificación sin aditivos.

También en España hay movimientos en este sentido, que vienen de atrás. Allá por abril de 2008 tuvo lugar una reunión de unos 12 bodegueros españoles con la intención de ajustar unos principios comunes que los unieran, tener de referencia unos valores que los identificaran, así como la posibilidad de crear una asociación que los representara desde un espacio compartido, aunque sin pretender que fuera considerada como una especie de organismo *ad hoc* que certificara qué es un vino natural, aunque sí ofrecer al mercado una imagen de unidad. La primera noticia de su web (<http://www.vinosnaturales.org>)

no puede ser más elocuente: “Bueno, aquí están los chicos de los vinos naturales. Creemos en unos principios, de vida y de elaboración de vinos con vida. No sé si llegaremos a ninguna parte, no hay objetivos que cumplir, metas que alcanzar. Solamente una voluntad, trabajar la tierra en paz, disfrutar de la naturaleza, vivir. Los que estamos por aquí hacemos vino, es una oportunidad esto de la red para darnos a conocer, para que otros que hagan vino sepan también de nosotros. Con la mente abierta, los sentidos dispuestos, vamos a ello”.

El inicio se apoya en once pequeñas bodegas (13), principalmente de Andalucía (Granada y Córdoba), La Mancha (Cuenca), Valencia y Cataluña (Tarragona y Lleida). Consiguen su punto de arranque en Mota del Cuervo (Cuenca), en Restaurante El Toboso, los días 21 al 23 de junio de 2008, celebrando el primer salón de vinos naturales de España. Con esta iniciativa, como reza en la noticia de su web, “se pretende salvaguardar el patrimonio cultural vitícola histórico y ofrecer al consumidor vinos completamente sanos”. El domingo 22 de junio se firmaron los estatutos de la Asociación. Laureano Serres, de la bodega Mendall, de la Terra Alta tarraconense, fue consensuado como su primer presidente.

Pero a esta iniciativa le faltaba lo fundamental: definir qué era —para ellos mismos— un vino natural. No fue extraño que alguna bodega de aquellas primeras constituyentes de la PVN abandonara pronto el proyecto, pues sus propietarios no compartían lo estricto de sus principios, prefiriendo seguir su propio camino. Al paso de estos años la filosofía de la PVN y cómo elaborar un vino natural ha ido quedando cada vez más definida, por ello otros bodegueros se han ido sumando a la causa y a las ferias y salones acuden cada año más bodegas, aunque no pertenezcan a la asociación. En la actualidad la asociación la conforman 15 bodegas, tras el reinicio que sufrió en junio de 2013. José Manuel Márquez (de Marenas) fue elegido presidente y presidente de honor a Manuel Valenzuela (de Barranco Oscuro), el bodeguero de mayor edad, considerado por todos como el padre de los vinos naturales de España (www.vinosnaturales.org/2013/06/).

4.2. La visibilización de los vinos naturales

4.2.1. Ferias y salones

Durante la segunda semana de febrero de 2022 se ha celebrado en la *Barcelona Wine Week*, “el evento más importante del vino español”, según reza su publicidad. Es el salón de referencia del vino español, que Fira de Barcelona organiza a través de Alimentaria Exhibitions. Volverá a congregarse la mayor oferta vitivinícola del país para mostrar toda su potencia y variedad ante los compradores nacionales e internacionales. Ha reunido a más de 600 bodegas, con la práctica totalidad de las Denominaciones de Origen presentes y las marcas más consolidadas del mercado; también han participado más de 400 empresas y firmas distribuidoras. El programa BWV Hosted Buyers invitó a más de 350 profesionales internacionales de alto nivel, procedentes de más de 40 países compradores de vino español (sobre todo de EE UU, Canadá, Alemania, Reino Unido, Bélgica y Holanda), cuya presencia en el certamen propicia la celebración de más de 4.000 reuniones de negocios con las empresas expositoras. Además, el programa VIP Buyers convocó a cerca de 1.300 profesionales nacionales del sector con poder de decisión de compra en la distribución, la hostelería y el comercio acreditado. En la anterior edición (febrero 2020) se dieron cita cerca de 15.600 profesionales, un 13% de ellos procedentes de 54 países.

Confronto estos datos con los que se han dado —en esos mismos días y en la misma ciudad— en el Salón de Vino Natural, celebrado en Nau Bostik-La Segrera: algo más de 50 *vignerons* y unas mil quinientas personas han pasado por los stands de su Salón, teniendo en cuenta las limitaciones covid-19. Unos cuarenta distribuidores y restaurantes. Desde la elección de un lugar y otro, la estética de cada sitio y el lujo de los stands —incluso podría decirse que la manera de vestir de los bodegueros y participantes externos— muestra una diferencia abismal entre ambos acontecimientos, siendo, en realidad, dos salones con la misma filosofía y finalidad: vender vino, darse a conocer como bodegueros, ganar en publicidad, contactar con personas con las que hacer negocio, incluso realizar allí mismo transacciones comerciales. Pero en un salón prima el marketing y el volumen de ventas (como mínimo de cientos de miles de euros), ofreciendo ofertas y con la intención de mejorar al oponente de la bodega del stand contiguo, y en el otro se respira camaradería, empatía, solidaridad, apoyo mutuo y desde la defensa del fin común, como es resguardar la autenticidad del producto que producen y sacan al mercado.

Desde la creación de la asociación PVN esta ha organizado un total de 13 salones del vino natural (entre 2015 y 2022), eligiendo a Barcelona y Madrid como sedes anuales. Optando por los meses de febrero para la ciudad condal y los de mayo para la capital. La elección de Nau Bostik, en el barrio de La

Sagrera, no es casual, dado que es conocido en Barcelona como un “espacio de creación y difusión de la cultura” (no en vano así reza el subtítulo de este espacio alternativo). El espacio madrileño va cambiando al paso del tiempo. El conjunto de Nau Bostik se debe a la rehabilitación de antiguas fábricas abandonadas, situadas en dicho barrio, orientando sus espacios para la cultura, la recreación artística y el teatro, similar a como se ha hecho en otras ciudades, como Madrid (Matadero), Sevilla (antigua Fábrica de sombreros) o Berlín (RAW Tempel, unos antiguos hangares de trenes junto a las viejas vías de la Alemania Federal). En Nau Bostik, en salones sencillos los bodegueros presentan sus vinos sobre simples mesas plegables [como muestran las fotos publicadas] y atienden con cordialidad y entusiasmo a colegas españoles y extranjeros, así como a visitantes y consumidores. También hay tiempo y espacio para los comerciales e intercambio de experiencias entre bodegueros.

Como he adelantado, si se aprecia el número de asistentes tanto en Madrid como en Barcelona, da una idea de la dimensión de ambos acontecimientos: mil o dos mil invitados, frente a más de quince mil. 600 bodegas frente a las 57 de la PVN; representación de 54 países contra tres: España (43 bodegas, de casi todo el territorio nacional), 10 bodegas de Francia y 3 que proceden de Italia.

Pero puede parecer injusto confrontar estos datos, salvo para apreciar de qué estamos hablando cuando nos referimos al vino y cuando ponemos el foco en los vinos naturales. Siguiendo la pregunta que tracé al principio, se puede afirmar que estos vinos se han hecho con un hueco en el mercado, como lo demuestran sus salones, aumentando cada año las bodegas que asisten. Ya están presentes en todo el territorio nacional: bodegas gallegas, leonesas, riojanas, andaluzas, catalanas, valencianas, de Murcia, manchegas... Y lo que es más elocuente: los vinos que salen de sus bodegas se distribuyen y consumen en más de 50 países de los cinco continentes.

4.2.2. ¿Hay enoturismo para los vinos naturales?

El enoturismo –también llamado turismo enológico o turismo vinícola– es una de las actividades más populares en España entre los aficionados al vino, ya que es la perfecta combinación entre turismo rural, ecología, cultura y gastronomía. No es de extrañar que esta actividad venga despertando desde mediados de la década de los años noventa una enorme curiosidad entre los estudiosos, habiendo generado una ingente literatura científica (véanse, a modo de ejemplo básico, López-Guzmán y otros 2013; Compés y Szolnoki (eds.) 2020; Elías 2006, 2014; Medina y otros (eds.) 2012); también múltiples tesis doctorales (Durán y otros 2016).

He de advertir, aunque para estas páginas poco importa que la definición y conceptualización del término enoturismo aún no es uniforme, al poderse analizar desde diferentes ópticas, como la perspectiva del marketing, la generación de recursos económicos, el desarrollo de una zona concreta o la motivación de los viajeros. Así resumen López-Guzmán y otros (2013: 173) los acercamientos conceptuales más aceptados: para unos el turismo del vino es “la experiencia de visitar viñedos, conocer bodegas, asistir a festivales y demostraciones vinícolas en los cuáles la cata del vino y/o la experiencia de los atributos del mismo son el principal motivo para los visitantes”, para otros “el enoturismo es simultáneamente un comportamiento del consumidor, una estrategia para desarrollar el área geográfica y el mercado del vino de dicha zona, y una oportunidad de promoción de las bodegas para vender sus productos directamente a los consumidores”.

Ahora bien, lo que queda fuera de toda duda es que el turismo del vino se está configurando en los últimos años como una vía complementaria de creación de empleo y de generación de riqueza en las zonas rurales. Ello es debido a que el vino es un elemento complementario para el desarrollo turístico, fundamentalmente por tres razones: incrementa los flujos turísticos en esa área geográfica, crea una importante imagen de destino turístico de calidad y sirve para desarrollar determinadas áreas geográficas; a tal efecto, consideran que las pequeñas y medianas empresas económicamente son, de forma directa, las más beneficiadas con este flujo de visitantes, pues pueden vender a los viajeros parte de su producción en la propia bodega. Por su parte, las grandes bodegas van a obtener beneficios centrados, sobre todo, en la mejora de la imagen de la propia empresa.

En cada ruta se asocian otras empresas, entre las que se encuentran restaurantes, alojamientos y tiendas especializadas en productos de la tierra, sin olvidar los diversos museos, monumentos, parajes naturales y las manifestaciones artesanas propias de cada lugar. A su vez, esta forma de viajar cuenta con la ventaja de que, sabiendo que la mejor época para realizarlo es entre los meses de agosto y octubre es una actividad lúdica que se puede programar durante todo el año.

Es un tipo de turismo que contine rutas por todas las comunidades autónomas. Al efecto ha nacido la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN; www.acevin.es/), desde donde se publica una guía de rutas (14), extendidas por casi todo el país, pero muy lejos de las 70 denominaciones de origen que hay en España (véanse <https://www.acevin.es/miembros>; o <https://wineroutesofspain.com/> o la revista *Vinetur* <https://www.vinetur.com>, entre otras). No cabe duda que para gran parte de las bodegas que están dentro de estas rutas, su proyección exterior, de promoción y venta, el enoturismo es una gran oportunidad de venta y desarrollo.

Sin embargo, las bodegas de vinos naturales no están dentro de ninguna ruta diseñada por la ACEVIN. No tanto porque hayan sido excluidas de ellas por razones ideológicas o logísticas, sino porque estas visitas no les son rentables a sus intereses de bodegas pequeñas y de trabajo familiar y artesanal. A través de la ACEVIN suelen ser viajes organizados, con grupos de muchas personas –al menos un autobús– y sus instalaciones tampoco están preparadas con salas de catas, personal que atienda al grupo, guías para enseñar las viñas y la bodega, alguien encargado de las ventas... Aseguran que no desprecian el enoturismo o los enoturistas, como forma de dar a conocer su bodega al exterior, pero prefieren los grupos reducidos, familiares, con visitas concertadas personalmente con los dueños de la bodega, y mucho mejor que ya sean personas conocedoras y amantes del vino natural, que con toda seguridad comprarán en bodega y servirán de altavoz de sus caldos.

5. *Vignerons* españoles. El vino natural como filosofía de vida

Como ya sabemos, los llamados vinos naturales son productos muy apreciados entre los consumidores que los conocen. Confían plenamente en sus *vignerons* y reconocen los caldos, por su personalidad, su calidad o identidad territorial, por su autenticidad, sin necesidad de ser excelentes catadores ni gozar de una pituitaria extraordinaria y entrenada, al modo y manera de un sumiller. Se trata de estar preocupados por la propia salud y por el cuidado del medio ambiente. Así lo define la web *The Organic Wine*, especializada en venta de vinos naturales, ecológicos y biodinámicos: “buscando conseguir unos vinos más puros y sin aditivos y buscando a su vez un beneficio para la salud de las personas. (...) Estos vinos no son solo una tendencia sino también una filosofía de vida, donde se combinan el trabajo duro, la sabiduría, la sostenibilidad y la conexión con la tierra” (<https://heorganicwine.eu/>).

El crítico Carlos Delgado los definía así (abril de 2018) al seleccionar para *El País* los 10 mejores vinos naturales de España: “Carentes de regulación, los vinos naturales son una manifestación de un estilo de vida y un acto de fe en la honradez de sus elaboradores. Su consumo, en alza, tiene que ver más con el concepto de vida saludable que con el placer de beber un gran vino”. Entiendo que, al menos un poco, yerra en no considerarlos grandes vinos (de hecho, algunos consiguen un 96,6, 9,7 y 9,8/10). “Se conforman con ser diferentes, originales y con una calidad más que aceptable en muchos casos”. Otra cosa es que ni sus bodegas ni sus botellas gocen del márketing que acompaña a otros, pero la calidad la tienen, sobradamente demostrada, de lo contrario no se exportarían tanto ni estarían compitiendo con otros mundialmente conocidos en cartas de restaurantes internacionales. De hecho, no son nada baratos.

De las más de 100 bodegas que se tiene constancia que en este país elaboran vino natural, respetando el medio ambiente y sin trampas, embotellado y etiquetado, he elegido varias por sus circunstancias, atendiendo a su variedad, localización y acceso a ellas para realizar una entrevista con sus responsables. Predominan las asentadas en la provincia de Granada, no solo porque la cercanía me lo permite, sino porque han estado a la vanguardia en los inicios de esta aventura de volver a los orígenes en la elaboración del vino. Mi etnografía se centra en Barranco Oscuro (Alpujarras, Granada), con Manuel y Lorenzo Valenzuela, Cauzón (Cortes y Graena, Granada), con Ramón Saavedra, Purulio (Valle de Alhama, Granada), con Torcuato Huertas Tomás, Viña Enebro (Bullas, Murcia), con Juan Pascual López y Mas Molla (Calonge, Lleida), con Montse Molla. He podido mantener conversaciones informales y telefónicas con varios bodegueros más, tomar nota de sus páginas webs, leer sobre ellos en guías y libros especializados (Isamat 2016; Maldonado 2006; Elías 2016, Moreno 2009), pero el trabajo de campo más completo ha sido con estas cinco. Ahora bien, debido al espacio que me permite este artículo, me he visto obligado a ejemplarizarlo en tres, por su diversidad y, al mismo tiempo, por sus afinidades (biográficas y bodegueras).

5.1. Bodega Barranco Oscuro, desde 1982

Con unas viñas situadas en el Cerro de las Monjas, Sierra de la Contraviesa, término de Cádiar, Granada, a 1.368 metros de altitud, equidistante entre el mar Mediterráneo y las cumbres de Sierra Nevada, se encuentra la bodega que toma el nombre de ese barranco (ver Isamat 2016: 32-37; Moreno 2009: 112-125). Se fija a un cortijo construido en 1873, con la intención de ser una bodega de referencia en toda la zona, pues en ella se podrían albergar hasta unas 100.000 botellas, procedentes de unas 100 Has. de terreno (ver Marchena 2011). La filoxera puso fin a los sueños de aquellos soñadores. El cortijo fue dividido entre los herederos, llegando hasta como está hoy. Los nuevos propietarios, el matrimonio Manuel Valenzuela y Rosa Mas, junto a Jordi Casanova, compraron un tercio del cortijo y unas 15 Has de tierra de secano, ocupada por almendros y algunas paratas para el cultivo de hortalizas. No obstante, el cortijo tiene agua en propiedad, circunstancia que convence a Manuel (“El cortijo y la tierra la compramos en octubre, ya oscureciendo, y en el cortijo no había luz eléctrica; incluso así estuvimos varios años. Así que el resto ya lo puedes imaginar tú mismo”, me confiesa). La primera vez que durmieron en el cortijo fue la noche del 28 de diciembre de 1979. Recuerdan que amanecieron con un nevazo que hizo época: “¡Que la naturaleza nos gastó la *inocentá!*”, se despacha.

Manuel Valenzuela es oriundo de Marchal, un pueblo granadino de la comarca de Guadix, donde nació en 1943, el penúltimo de nueve hermanos. Tiempos de postguerra y en la familia Valenzuela no les había ido bien. Declarados como rojos, aunque gente de bien, sin doblegarse sumisamente a los caciques, Luis, el padre de Manuel, fue unos meses alcalde durante la república y su hermano Manuel, secretario. Al final de la contienda ambos estuvieron en la cárcel. El primero se libró de la muerte. El secretario no, ejecutado en enero de 1940, en la pared del cementerio de Guadix, junto a otras 12 personas de la comarca, como relata minuciosamente su nieto Alberto, en un libro de extraordinario sentimentalismo, lleno de imaginación (15).

Esta infancia llena de miserias, recuerdos y silencios, hizo del joven Manuel un inquieto emprendedor, rebelde, sin miedo a los retos, de espíritu en constante evolución, un tanto terco y solitario, listo, con la inteligencia que da el terruño, sabiendo perfectamente lo que quiere, lo que busca y lo fáciles –aparentemente– que le pueden resultar las cosas cuando se persiguen desde la perseverancia y la honestidad, sin miedo a los riesgos. Así fue siempre su vida. A lo largo de los últimos 30 años su nombre y figura ha estado retratada en multitud de reportajes de prensa, provincial, nacional y extranjera. Todos destacan lo indomable de su carácter, la firmeza en sus ideas, lo inquieto que es y cómo su pensamiento está en continua ebullición y evolución, desde la trinchera. No es que no se detenga ante los retos, es que él se los crea a diario: “para no aburrirme, que aquí solo en estos parajes hay que buscar distracción”, me comenta, y ríe, de manera socarrona e inteligente, y guiña el ojo derecho, sabiendo lo que hace, si bien pudiera parecer un tic nervioso. Que quienes se afanan en elaborar y comercializar vino sin sulfitos, le consideren unánimemente “el padre de los vinos naturales en España” no le ha cambiado nada su carácter, es más, recuerda bien los comienzos en esas Alpujarras indomables.

Manuel Valenzuela, tras cursar el bachillerato en Guadix y Jaén su padre le envió a Madrid a estudiar ingeniería química: “tienes que estudiar algo para colocarte rápido y ganar dinero, me decía. Ganar dinero, algo que a mí nunca me preocupó. Y entonces yo tenía la cabeza en otras cosas”, me cuenta. Así que solo aguantó un par de cursos, más ocupado por la poesía, el cine, la literatura, embeberse de aquel Madrid que despertaba en los campus universitarios. En 1967 abandonó la capital y llegó a Barcelona, donde pronto encontró nuevas vías y espacios para encauzar sus entusiasmos, políticos y sociales, culturales y personales. Rosa, la que sería su compañera el resto de sus días, estaba perseguida por el TOP, que iba a juzgarla por pertenencia al PCI, de manera que el joven matrimonio debió cruzar clandestinamente a Francia, marzo de 1970. A los pocos meses en Arlés nació Elsa, su primera hija, y un par de años más tarde, ya en París, vino al mundo Lorenzo, que hoy regenta la bodega y es fiel seguidor de su padre.

En el país gallo trabajó de cuanto pudo, incluso entró en contacto con el mundo del vino, pero a finales de 1973 deciden regresar a España. Tras un año de paso por Bilbao la familia se instala en Barcelona. Manuel trabajó, una vez más, en lo que iba saliendo o él aguantaba. Donde más se mantuvo fue en el montaje de cocinas, como si de un carpintero se tratase. “Pero un día vi que hasta me saltaba los semáforos en rojo. Ni estaba en lo que estaba ni se podía decir que aquel era yo. Barcelona me estaba consumiendo”. En 1978 intentaron, con otros amigos, establecer una vía de escape arrendando una tierra y masía con ganado en la comarca de la Seu de Urgell, pero fracasó, porque el proyecto estaba mal planteado: “¿Éramos o no urbanitas? ¿A tiempo completo o de lunes a viernes? ¿Vivimos en el campo y nos valemos por nosotros mismos o queremos un recreo de fin de semana para los hijos?”, llegaron a preguntarse sus impulsores, Rosa y Manuel, Jordi Casanova, Emili Viñals...

En esas circunstancias Jordi y la familia Valenzuela-Mas fueron los más atrevidos de la cuadrilla y dieron el salto. Abandonaron la ciudad y encontraron en La Alpujarra su paraíso buscado. No fueron los únicos que por aquellos años se instalaron en la cara sur de Sierra Nevada, tanto españoles como alpujarreños retornados y muchos jóvenes de buena parte del mundo. “Buscábamos el encuentro con la naturaleza, vivir nuestras propias vidas, ser nuestros dueños y señores”. Tras años de vivir autosuficientes con la venta de almendra e higos secos, haciendo mermeladas y conservas que vendían por los mercadillos de las aldeas alpujarreñas y aquel hippie –como dieron los lugareños en llamarlo– arando cientos de cerros a jornal (“con un tractor oruga que hice trizas en 5 años”), Manuel decidió comprobar si en una tierra que había sido vinícola siglos atrás “se podría elaborar vino de calidad”. De hecho, en la parte de cortijo aún quedaban dos cubas con vino de los antiguos propietarios.

Manuel decidió convertir de nuevo aquella tierra en una viña. A tal efecto quiso analizar y comparar la zona de la Contraviesa con otras vinícolas similares a lo largo del Mediterráneo. Viaje que le requirió paradas en Alicante, el Priorat catalán, la Camarga francesa... “No encontré ninguna de las similitudes que yo buscaba, así que poco pude aprender”, me asegura. En él se impuso la intuición y el acierto y error (ver Bartolomé 1999).

En 1982 replantaron cepas en una hectárea en el Cerro de las Monjas (las viñas más altas de Europa, casi a 1.400 metros) y pronto empezaron a introducir varietales foráneas, como la cabernet sauvignon, y la garnacha, que con el tiempo ha demostrado su gran adaptación al clima mediterráneo de montaña. También Manuel empezó a rescatar variedades autóctonas, como la vigiriega alpujarreña, autóctona de Granada (ya conocida en tiempo de los moriscos; hoy existen algunas cepas en Tenerife y El Hierro), de donde más tarde extraería su fabuloso espumoso.

Valenzuela no tardó en etiquetar su primer vino y venderse en un restaurante. “Si para nosotros fue un éxito, imagínate lo que supuso en 1984 que saliera de las Alpujarras vino en una botella, si siempre se había vendido a granel. Que me lo digan a mí, cuando el Land Rober se me quedó atascado en el puerto de la Ragua en un nevazo, lleno de garrafas...”. Se refiere Valenzuela a un hecho que le obligó a descargar todo el todoterreno, lleno de garrafas, y transportarlas a mano más de doscientos metros sobre la nieve para que el vehículo pudiera pasar de aquella ventisca. Se juró, al modo como hiciera Scarlett O’Hara (Vivien Leigh) en *Lo que el viento se llevó*, quizá sin poner a dios por testigo, que nunca más volvería a vender ni repartir vino a granel en garrafas.

Desde ese momento –primeros de los años noventa– el desarrollo de Barranco Oscuro, bodega que elabora “vinos singulares de pagos andaluces” (como al principio se le empezó a denominar), en su diversidad y calidad no ha ido más que en aumento; sus vinos tienen el reconocimiento de sumilleres y críticos, de asociaciones de vinateros y distribuidores internacionales; la experiencia de Valenzuela es presentada en documentales televisivos (algunos para cadenas francesas), a través de reportajes de prensa, en cientos de ocasiones en la prensa internacional, homenajes en ferias y salones, inclusión de sus vinos (siempre con puntuaciones superiores al 9/10) en famosas guías de vinos, como la británica *Tom Stevenson’s Wine Report*. Ya en su edición de 2007, del vino Blanco de Blancas Nobles 2004 de Barranco Oscuro, John Radford escribe: “es el hallazgo más excitante e inusual del año, es el más singular de los vinos blancos españoles que nunca haya probado”. Alguien me lo definió nada menos que como “el bodeguero que había reinventado los vinos blancos”. En cambio, sus palabras son una sentencia: “a día de hoy no he invertido ni un céntimo en publicidad; no la he necesitado, ni esos elogios me confunden”.

La bodega se amplió y modernizó en la primera década del siglo XXI, todas las hectáreas del cortijo (quince) están plantadas de viñas y con un rendimiento óptimo, con variedades autóctonas recuperadas, como la vigiriega negra, y otras importadas, como la gewürztraminer, o el pinot noir, donde, al decir de expertos, esta cepa ha encontrado su mejor adaptación en todo el litoral mediterráneo. La planificación a medio plazo es plantar otro par de hectáreas más, recientemente adquiridas. La producción anual ronda las 40.000 botellas y su venta está asegurada a través de comercializadoras internacionales, si bien Lorenzo y María Luisa también han creado una distribuidora para vinos naturales del arco mediterráneo, bajo el nombre de Vino Auténticos.

Si en las viñas de Barranco Oscuro hay cepas de vigiriega, riesling, sauvignon blanc, vermentino, viognier, moscatel morisco, albariño, chardonnay, Pedro Ximénez, vigiriega negra, pinot noir, tempranillo, garnacha, merlot, syrah, cabernet franc... hasta un largo etcétera, es lógico pensar que los coupages y combinaciones de uvas hayan dado toda clase de bancos, tintos, rosados, espumosos o vinos dulces (ver Lorente-Bartolomé 2007: 13-14).

Por otro lado, y para terminar, destaco, como a cualquier observador de márquetin le llamaría la atención, los nombres comerciales que reciben sus botellas, además del continuo cambio de imagen y etiquetas. Estos son algunos de ellos: en tintos: BO2, El canto del Mirlo, El Pino Rojo, El Pino Granate, Garnata, Tempranillo y Más, 1368 Cerro las Monjas, Borgoñón Granate, La Familia, Rubaiyat, Barranco Oscuro, Varetúo, Syrnacha, Palomo Negro. En blancos: Blancas Nobles, Blancas Nobles Clásico, Ring! Ring!, Cardonohay, Tres Uves, V de Valenzuela, Salvaje Blanco, Formentino, La Vi y soñé, Musk. Imaginación y atrevimiento, también para esto, tampoco les falta a los Valenzuela (ver www.barrancooscuro.com/).

5.2. Bodega Mas Molla, desde 1338

En la bodega de la familia Molla (Lluís y María y sus tres hijas, Montse, Núria y Neus) a la hora de calificar o encuadrar sus vinos se escapa a la mayoría de los estereotipos, salvo la denominación de *vins de payés*; y así es, desde hace siglos (ver Isamat 2016: 84-89). Son vinos elaborados tal como se hacía en el terreno, siguiendo las tradiciones ancestrales de la comarca. Por ende, si bien como bodega o marca registrada no están asociados a ningún grupo de bodegueros de vinos tradicionales, tipo ecológicos, tradicionales o naturales (“que hacemos vinos naturales se nos ha reconocido recientemente, no hace más de diez años”), se sabe que están elaborados sin ningún añadido: son naturales cien por cien.

La historia del Mas Molla de la Riera se remonta a 1338. Siempre en el mismo lugar del municipio de Calonge, Girona. Mucho tiempo atrás me parece, pues hablamos de la baja Edad Media, aunque lo afirma su web (www.masmolla.com) y la fotocopia de un legajo pegada en una columna de la bodega. También me lo confirma su hija mayor, Montse, que me atendió durante una tarde: “¡Pues es real! El Mas está datado ya en 1338 y tenemos datos que lo demuestran. Somos de las pocas familias que documentalmente podemos acreditar que desde esa fecha ha habido en el Mas bodega y que siempre ha estado unida a nuestros antepasados (16). Eso sí, podemos asegurar que tal como hoy se entiende nuestra masía es de la época del siglo XVIII”. Hablando de la historia de su masía, la bodega y la tienda que en ella se albergaba, Montse asegura que vendían todos sus productos en casa, ítem más, “desde el Mas Molla se exportaba vino a Cuba, que se vendía en una tienda de La Habana de nuestros primos Molla Preses. Conservamos folletos publicitarios de la época. Hasta que Cuba no se independiza en 1898, nuestros vinos se vendían en un colmado habanero, el “Vinos Molla”, fíjate”, y ríe.

De esta bodega es preciso destacar varios aspectos que la hacen tan singular: el primero, que son herederos de un campesinado tradicional catalán. En realidad, los agricultores de esta comarca han logrado mantenerse arraigados a la tradición, basada en las formas y el trabajo familiar, atendiendo solo a la cosecha propia, como algo inquebrantable, incluso utilizando el propio idioma, como por ejemplo en la manera de llamar a sus tareas y al vino, por ello no utilizan la palabra reserva o gran reserva, de creación riojana, y sí *pol/sosa* (polvorienta), botella que más polvo ha acumulado, por ende, la que se llenó hace más tiempo.

Cuidar de una buena viña significa que haya una buena uva y que el mosto sea de primera calidad. “No hay más secretos”, asegura Montse Molla. La Fundación Remesa XXI vela por conservar el espíritu de este arraigo al territorio y las costumbres; este lugar ha sido declarado Zona de Interés Etnológico de Calonge y Vall Llobrega, lo que no solo le aporta un plus de encanto, también les genera publicidad extra y “cierta protección ante los depredadores industriales”. Ahora bien, en segundo lugar, no se ha de perder de vista la personalidad de estas viñas, es decir, su altura, la insolación, la pendiente, la humedad, la proporción de guijarros o arcilla, los vientos, la pluviometría... En este caso la masía se encuentra en Conca del Tinar de Calonge, valle que muere en la misma orilla del Mediterráneo, en el núcleo turístico de Sant Antoni, bahía de Calonge, plena Costa Brava. Pero es una especie de anfiteatro montañoso que protege a las viñas del sol, los vientos y la humedad excesivas. “Un lujo natural –y cultural– que nuestros antepasados han sabido aprovechar muy bien desde hace más de doscientos años”, asegura Montse.

Pero también es preciso destacar, tercero, que, en ese entorno tan privilegiado de viñas, hay algo muy especial: las variedades de uva. Un aporte muy particular de esta bodega consiste en que en su viña conviven con toda naturalidad mezcladas variedades de cepas (incluso con árboles frutales en medio): garnatxa, monastrell, cariñena, malvasía, xarel·lo, picapoll, garnatxa negra y ull de llebre. Y todo lo cosechan junto, como se venía haciendo siglos atrás; es un policultivo con un sentido ancestral de terroir (hoy se ha acuñado el concepto permacultura). Además, en la zona se sienten muy orgullosos de que, a finales de 2021, Pedro Balda, viticultor de San Vicente de la Sonsierra y Doctor por la Universidad de La Rioja, presentara una investigación de ampelografía, con un estudio de identificación de variedades de viñas de esta zona (Balda 2021). Su resultado ha revelado que hay al menos 11 variedades de vid

autóctonas desconocidas (17). Ocho no se habían registrado anteriormente, mientras que las tres restantes sí habían sido encontradas, si bien no identificadas. Quizá no se deba solo al hecho de realizar una vendimia conjunta de todas las variedades lo que le dé esa singularidad a sus caldos, también en lo autóctono y diferenciador de esas plantas varietales.

En cuarto lugar, otra particularidad del Mas Molla es su utilización y modo de venta: siempre de forma directa a sus clientes en el manso (la misma masía) o en los mercadillos locales y de los municipios colindantes. Por ello, la inmensa mayoría de los consumidores ha sido siempre gente local o barceloneses que vienen los fines de semana o veranean en San Antoni y se llevan varias botellas. Es vino de calidad, pero sin etiquetar, en la mayoría de las veces llenado directamente desde la bota, cuando el cliente llega a adquirirlo, con sus propias botellas o las recicladas de la bodega. Los lugareños, tras catar vino y añada, pueden reservar su vino y los Molla lo anotan con tiza en la cara de la bota (que hace de pizarra), al modo de: “Josep Maria 25. Francesc 10”. En la bodega hay 165 barricas de unos 500 litros y 52 botas de 300 litros. Son maderámenes antiquísimos, vitrificados en el interior por efecto del tartrato. Para que los clientes no interrumpen las labores diarias de la viña y bodega, esta se abre a los clientes –también para la venta de frutas ecológicas, melocotones, nectarinas, ciruelas, peras– en horarios concretos de lunes a domingo, según sea invierno o verano.

Por último, la manera de elaborar el vino. En la familia Molla se sigue apostando por el sistema natural y tradicional. Esta larga cita resume todo el proceso: “aunque te parezca irreal, seguimos utilizando las botas de madera vieja del siglo XVI. El resto lo pone la naturaleza, como es la fermentación espontánea, las levaduras autóctonas... Por eso el vino de cada añada es diferente. ¡Incluso de cada bota!”, asegura Montse, que es la enóloga actual de la bodega. “Y te aseguro que en Calonge no somos los únicos que trabajamos así. Hay algunos bodegueros más”.

Montse Molla es enóloga de formación. “Cuando llegué recién graduada lo primero que quise fue poner orden en la bodega. Allí me topé con mi padre, que lo único que me decía era que las cosas había que seguir haciéndolas como se hacían en el Mas de toda la vida y que él había visto en sus padres y abuelos. Solo por eso, por no querer industrializar la bodega, lo tacharon de loco y anticuado, de no saber ponerse al día utilizando las técnicas modernas. Yo misma no lo comprendía. ¿Pero no soy yo la que ha estudiado?, le rebatía. Tardé poco en darme cuenta de que prácticamente nada de lo que había aprendido en la universidad me valía para mi diario. Me enseñaron que un vino no puede refermentar en botella, como si dejara de ser un ser vivo tras su contacto con el cristal; así que cuando abría una y había refermentado solo decía, ¡papa lo estamos haciendo mal! Mi padre me dio la solución. Me preguntó: ¿se lo has dejado probar a la gente?, tal vez les guste ¡Estaban encantados con ese vino! Quiero decirte que ser enóloga me ha servido para saber lo que no quiero hacer, que se resume en no ser intervencionista, ni en la viña ni en los vinos; eso sí, conociendo mis viñas y mi bodega, yo puedo aprovechar los vinos residuales no como algo mal hecho, sino como una manera para su mejor conservación; por cierto, en Francia a esos vinos les llaman ancestrales y los venden como la joya de la bodega”, concluye.

Con una venta de más de 50.000 botellas al año “de vino turbio”, es decir, no filtrado o no intervenido, prácticamente todas a través de venta directa en la misma masía, los Molla ha demostrado que es posible competir con las nuevas industrias del vino, sin haber perdido calidad ni clientela, más bien todo lo contrario. Solo con la pandemia de la covid-19 se han visto obligados a la venta que les llega vía internet, yendo, en este caso, alguna de su producción a otras partes de España y a algunos países cercanos, como Italia y Francia, algo que hasta 2020 no sucedía. En consecuencia, Mas Molla no dispone de distribuidor alguno y su negocio es perfectamente sostenible. Para ellos, que miles de personas deseen continuar con la costumbre de consumir vino de payés no procede de una reflexión de elegir el vino natural como algo novedoso (y saludable), sino desde el ejercicio de continuar con una tradición muy arraigada entre sus paisanos. “Esto no significa que en la última década no hayamos apreciado que aparecen por la bodega nuevas generaciones que van buscando, además del vino de payés, un vino natural, sin intervencionismo humano, más que el de su acompañamiento. Hay personas que vienen preguntando por vino vegano. ¡¿En serio?!, les digo: ¿no son todos los vinos veganos? La costumbre del capitalismo de colgarle a todo una etiqueta”, y se ríe sin complejos.

Resultará extraño que en esta bodega el vino más barato no alcance ni los dos euros y el más caro los seis. Pero puede presumir, por ejemplo, de que alguna de sus *po/sosasse* venda en el restaurante El Celler Can Roca de Girona, aunque eso sí, son los más baratos de la carta (<https://www.guiarepsol.com/es/comer/vinos-y-bodegas/mas-molla-el-vino-mas-barato-del-celler-de-can-roca/>).

5.3. Bodega Viña Enebro, desde 2004

La bodega de Juan Pascual López, Viña Enebro, dentro de lo que es la DO de Bullas (Murcia), aunque las viñas y bodega quedan fuera ella, es una bodega familiar y natural (según recoge su misma web: <https://fincallanorubio.com/>) (ver Isamat 2016: 148-153). Los comienzos no fueron fáciles, como suele suceder, pues, aunque resulte curioso, Juan Pascual no venía de tradición de empresarios bodegueros. Otra cosa es que sea una profesión no le era desconocida, pues en este pueblo existieron unas 200 bodegas y a lo largo del tiempo ha habido muchas más (“en realidad prácticamente en cada casa había una”, me asegura), para una población que en los últimos 150 años apenas ha superado los 12.000 habitantes (hoy cuenta con 11.619). En la actualidad quedan dos cooperativas que elaboran vino y solo 11 bodegas independientes. Las viñas se están sustituyendo por fincas de almendros, que pueden mecanizarse al completo.

Un hecho insólito para una agrocuidad que puede presumir de que casi el cien por cien de su población ha vivido del vino, configurando su paisaje y su cultura a lo largo de los siglos. En la web de las rutas del vino (donde Bullas es una apuesta para toda la comarca, con el Museo del Vino (ver Martínez 2014), hoteles rurales, restaurantes y diferentes visitas por el campo, con más de 30 organismos y empresas asociadas), podemos leer: “Desde siempre Bullas ha mostrado una secular dedicación al cultivo de la vid y a la elaboración de vino, como se desprende del hallazgo en la villa romana de Los Cantos de la escultura del Niño de las Uvas o en la abundante documentación conservada en diversos archivos (destaca la descripción del historiador Martín de Ambel sobre la producción de vino en Bullas en 1657 o el Acta Capitular de 1849 que describe la forma artesanal de hacer vino). Solo en su casco urbano se conservan total o parcialmente más de 200 bodegas tradicionales, la mayoría construidas entre los siglos XVIII y XIX”.

Pero Juan P. López no es bullero de nacimiento, sino de la almeriense Garrucha, una localidad pesquera del norte de la provincia; luego es hijo y nieto de marineros, “un bracero de la mar”. Su padre emigró a Barcelona en 1960, buscando en aquel Puerto mejores oportunidades para la familia y con el fin de estar todos juntos, “pues mi padre se iba en el barco y a lo mejor aparecía por la casa a los cuatro meses. Pero mi madre era una mujer valiente, muy inteligente y adelantada a su tiempo. Fíjate que llegó a poner una escuela, pues había estudiado por su cuenta, aunque no llegó a tener título; de hecho, la conocían como la maestra del barrio pimentón, el barrio de pescadores”, me cuenta Juan, al tiempo que reconoce que a su madre como la persona que más le ha influido y enseñado en su vida.

Cuando llegan a Barcelona se instalan en la barriada chabolista de Somorrostro, llena de gitanos y pescadores, en la periferia de la Barceloneta y el límite de Pueblo Nuevo, chabolas que en 1918 (en la número 48) viera nacer a la famosa bailaora Carmen Amaya. Cuando Juan y sus padres llegaron a Barcelona vivían unas 18.000 personas en el barrio, en unas 1.400 barracas, que en muchas ocasiones cientos de ellas desaparecían en una fuerte marejada. La barriada se desmanteló en 1966, coincidiendo con la visita del dictador a Barcelona para asistir a unas maniobras navales.

En su infancia (Juan llega a Barcelona con cinco años) prácticamente no pudo asistir a la escuela, pues la “maestra” tenía que ir temprano a limpiar un banco y su padre estaba embarcado. Se quedaba solo en la barriada, jugando con otros niños. Recuerda perfectamente ver a Carmen Amaya grabando delante de su chabola la película de Francesc Rovira-Beleta, *Los Tarantos* (1963). “Esos años estábamos durmiendo a la misma orilla del mar, cubierto por un plástico y sobre dos cajas de pescado puestas bocabajo, con un colchón encima lleno de perfollos. En nuestra casa entraba y salía el agua de un apunta a la otra casi todos los días. Un día de gran temporal nos desalojaron y llevaron a los hangares de una estación de ferrocarril. Al día siguiente yo aparecí en un vomitorio del campo abandonado de Montjuic, otra vez entre gitanos, mendigos y pobres. Mi madre puso unas cortinas para guardar cierta intimidad. Pero para mí fue un impacto muy grande, ver mi casa rodeada de aquellos jardines y un campo de fútbol donde jugábamos con total libertad. Rodeado de cortinas fue nuestra casa varios años, hasta que nos adjudicaron una, ya hecha de obra, en el Campo de la Bota, también otro barrio chabolista, lleno de los andaluces que iban llegando. Vivíamos casi cuatro mil personas. Allí, durante la guerra civil los rojos fusilaron a religiosos y tras la contienda los franquistas fusilaban a los rojos. Hoy es el Parque del Fórum”, me va recordando.

A los 14 años empezó a trabajar en el Corte Inglés para organizar repartos, de ayudante en el almacén; con quince ya estaba en planta de vendedor. No había ido a la escuela mucho tiempo, pero tenía las destrezas que da la calle. No olvida, sin embargo, que “el primer día que volví a la escuela en el Campo de la Bota, lo primero que hizo el maestro fue hacernos un dictado. Cuando pidió el número de faltas, lo recordaré siempre: ¡yo dije 26!”, y ríe con solvencia. Antes sus padres lo habían matriculado en la

Escuela de Comercio para estudiar Contabilidad; estuvo tres años. Esto le sirvió para acceder como trabajador de estos grandes almacenes. Aunque en planta no aguantó ni el año. Las cuatro paredes y la corbata no eran para un adolescente inquieto. Buscó otras ocupaciones, como repartidor o comercial: “Ganaba menos, pero estaba en la calle”. Así durante unos doce años.

Tras el servicio militar, en 1976 intentó asentarse en los Campos de Dalías, aprovechando las ayudas que a través del INC daba el gobierno para la repoblación de esas tierras e iniciar una agricultura intensiva, oportunidad que miles de alpujarreños aprovecharon entonces. Sus padres no se lo permitieron. Fue ya con 26 años, casado con una bullera, cuando Juan Pascual (hartado de “ser un *chico corti*, “colaborador” de la empresa, que no un trabajador, porque no se cansaban de decirnos que la empresa lo era todo, incluso que está por encima de la familia”), dejó atrás el Corte Inglés y decidió volverse al sur para vivir de la agricultura: “soy hijo y nieto de marineros, pero a mí la tierra es lo que me ha gustado siempre. Me gustaba mucho Cataluña, pero siempre me veía viviendo en el sur”.

A finales de 1981 la familia se asentó en Bullas y empezó a reorganizar su vida: de jornalero, de taxista y a ocuparse de la media hectárea que la esposa había heredado de sus padres (en término de Cehegín): en la Finca Llano Rubio. Tierra plantada de almendros, olivos y una viña poco explotada, todo en secano. Ahora bien, pudo comprar una finca de 16 hectáreas, alguna parte en regadío, que estaba abandonada, y ahí empezó con su (sueño) proyecto de ser agricultor: plantó más almendros, olivos y una viña diseñada con criterios más modernos, con cepas monastrell y forcallat.

Colaboró en vendimias de amigos para aprender el arte del viñador y bodeguero, cortó uva a jornal y “en lo que me salía, que había que dar de comer a la familia”. Fijándose en unos y otros, preguntando asiduamente a los viejos del lugar y asistiendo a muchos cursos específicos de agricultura y viña se fue haciendo un *vignerón*. Aunque previamente debió sufrir la desilusión de una administración pública que le retuvo durante casi tres años la documentación en la que solicitaba que una parte de su cortijo pasara de uso agrícola a industrial, pudiendo así montar la bodega. Esta demora de su expediente le obligó a enfrentarse, en la misma puerta de la Consejería de Política Territorial de la Región de Murcia, a los poderes autonómicos con una acampada de cinco días y la amenaza de huelga de hambre, en un frío febrero de 2002. Incluso con anterioridad ya había sufrido otra lección que su mismo hijo, ingeniero agrónomo; este le había demostrado que con toda la finca certificada en ecológico seguir vendiendo a granel una uva de calidad (a las cooperativas de Bullas o Jumilla) era más rentable arrancar las cepas por completo que seguir trabajando. O dar un paso más y producir sus propios vinos. Hasta que lo consiguió.

El primer año que embotelló, 2005, puso en el mercado 2.500 botellas de monastrell. Lo vendió todo. No podía certificar sus vinos de ecológicos porque para ello debía estar dentro de una denominación de origen, lo que le resultaba muy oneroso, según sus cálculos. “La DO de Bullas me lo ponía muy complicado y exigía mucho dinero. Pareciera que la DO estaba pensada para impedir que pequeños bodegueros se abrieran caminos propios”, me asegura. Así que desde sus primeros años como bodeguero –“¡y ya van 17!”– sus vinos los ha venido prácticamente todo él mismo, respondiendo ante los clientes como agricultor, productor, comercial y en venta directa. Sigue acudiendo a ferias y salones organizados, con su stand, y recuerda cómo hasta hace unos cuatro años llenaba la furgoneta de cajas de vino, aceite, tomate envasado o almendras... y con su María Jesús se ponían a vender en los mercados callejeros de agricultores, especialmente en las provincias de Barcelona (Molins de Rei, Sant Boi, Sant Adrià del Besos...) y Murcia (Totana, Los Alcáceres...). “Ese modo de venta directa nos ha enseñado mucho”, me afirma satisfecho. Como digo, al paso de los años, y con su presencia en los salones de vinos naturales (desde la segunda edición barcelonesa de 2016 de los PVN, incluso asistiendo a las ferias de otros países), sus vinos ya se encuentran en tiendas, vinacotecas o se sirven en restaurantes especiales de Francia, Bélgica, Canadá, Nueva York, incluso en Japón o Dinamarca, y buena parte de España. “A día de hoy en Bullas, para consumo local no vendo prácticamente nada; incluso vendo más fuera de España”.

Reconoce que fue una decisión acertada replantar la uva que mejor se adapta al terreno, la forcallat, tradicionalmente colocada en medio de cepas monastrell, que por ser una uva tinta que da muy poco color, si bien produce mucho, los lugareños decidieron ir sustituyéndola por otras variedades. En toda España aún se conservan unas 500 hectáreas de forcallat entre la zona alicantina, Albacete y el noroeste de Murcia. De hecho, antiguamente en las vendimias le llamaban “la del Reino –de Valencia–, debido a su lugar de origen”. El bodeguero asegura que “la he mantenido y me da muchas posibilidades, además de que el oídio (o ceniza), al ser racimos muy aireados, le ataca menos en años que hay humedad”. Con

la forcallat Juan Pascual elabora un vino blanco muy peculiar (tras una prensa directa), pues el color no corresponde con su volumen en boca, que es el de un tinto; combinada obtiene un clarete muy aceptable.

Así reza en la página web lo que podría ser un buen resumen de toda su actividad. “Desde que comenzamos nuestra aventura en 2004, Viña Enebro ha vivido muchos momentos felices. Desde el inicio teníamos claro que queríamos hacer vinos distintos. Los vinos ecológicos fueron un buen punto de partida que pronto en 2008 se convirtieron en naturales. Empezamos con vinos tintos jóvenes y de crianza, a continuación, rosados, blancos, espumosos, reservas, y un sinfín de elaboraciones donde lo importante era respetar el producto, la uva, y, a partir de ahí, obtener el mejor caldo posible, sin sulfuroso, sin clarificantes, sin acidificantes, sin levaduras seleccionadas, etc. El objetivo estaba claro: solo uva (...) buscando siempre vinos especiales y auténticos”. Y a bien que lo ha conseguido, él solo: “he estado trabajando 30 años y quizá no habré dado 10 jornales a personas de fuera”.

Por qué Viña Enebro. Debe su nombre al enebro que hay en el centro de un bancal de la finca. Cuando allanó el terreno con una máquina, casi llega a enterrarlo. Comprobar cómo se repuso y volvió a florecer, Juan entendió que ese milagro de la naturaleza era una lección de supervivencia y así decidió ponerle de nombre a su bodega.

Viña Enebro comercializa vinos bajo nombres sugerentes, muy relacionados con el lugar o la viña, como sus tintos El Surco, La Lasca y La Pámpana (tintos 100% monastrell), El Yesar (blanco joven 100% forcallat), El Cuarteo (un espumoso rosado, 100% monastrell) o El Ripio (blanco espumoso de macabeo). También obtiene vinos de sus otras dos variedades, macabeo y malvasía.

En la actualidad saca al mercado una producción de unas 10.000 botellas, cumpliendo el sueño de alguien que hereda lo que significaba salir a la mar sin saber cuándo va a volver: soñar que la tierra es un lugar seguro para volar, mimetizado en la felicidad que da saberse parte activa y respetuosa de la naturaleza.

6. A modo de conclusión

Acabamos de ver que España es de los mayores productores vinícolas del mundo y un gran exportador de vino, un bien convertido en consumo muy popularizado.

La enorme cantidad de hectólitros producidos está llevando, de un lado, a una gran competencia en los precios, con bajadas muy significativas para dar acceso al consumidor y, de otro, que para sacar más litros al mercado el producto final sea un vino muy manipulado en la bodega, con mucha química para estabilizarlo y conservarlo.

El oscurantismo sobre los procesos bodegueros es cada vez mayor. Pero, si el vino es salud, un alimento, ¿cómo es posible que el consumidor ni siquiera sepa realmente lo que está consumiendo? La normativa europea no contribuye al esclarecimiento. Desde ese desconocimiento y desconfianza proliferan cada vez más personas que se decantan por el consumo de vinos sobre los que se tenga la certeza de que no están manipulados ni contaminados con aditivos y procesos químicos. Los vinos naturales, procedentes de viñas ecológicas, responden a esas exigencias: se trabajan con métodos de cultivo tradicionales y no hacen uso de productos químicos.

A tal efecto, cada vez aparecen más bodegas pequeñas de *vignerons* que, como contrapartida a las grandes empresas vinícolas, elaboran y ponen en el mercado vinos sin ningún aditivo, sin sulfitos añadidos ni manipulaciones inaceptables: son vinos de lo que da la tierra y la uva. Vinos únicos, diferentes, con personalidad territorial reconocible, naturales, sin trampas. “Un sorbo de naturaleza”, le llaman en Viña Enebro.

En España no hay un organismo oficial que certifique que un vino es *natural*, pero sí es fácilmente demostrable en el paladar del consumidor, en el compromiso de cada *vignerón* y en las analíticas presentadas.

Los bodegueros de vinos naturales europeos se han dado a conocer a través de la creación de asociaciones que los agrupe y retroalimente en su filosofía. Francia está a la vanguardia, también Italia;

España se ha sumado a esta corriente, aunque aquí no están asociados todos los bodegueros que elaboran vino natural. También alcanzan visibilidad a través de las ferias nacionales e internacionales que bien ellos mismos organizan o a las que acuden. Estas ferias son un escaparate al mundo, desde donde estrechan relaciones, prueban los caldos elaborados en otros lugares y entran en contacto con comerciales directos e importadores especializadas en vinos sin adulterar. De tal manera que han colocado sus productos en bastantes países de Europa y América, en China y Japón, apareciendo en las cartas de restaurantes gourmet y en vinacotecas de prestigio.

La globalización y las redes sociales han contribuido a que estos bodegueros tengan una aceptable visibilidad fuera de sus comarcas, al tiempo que actúan como sus propios comerciales, evitando intermediarios. Son negocios familiares que se mantienen económicamente sin muchas dificultades. Su plusvalía les permite invertir en la mejora de las viñas, en la bodega o ampliando hectáreas en sus plantaciones. Lo normal es que sus cosechas se vendan prácticamente al 100% cada año.

Como vinos de calidad que son, salen a la venta embotellados, etiquetados y con un precio ajustado en bodega, nunca por debajo de sus costes de producción. Las dimensiones de viña y bodega les impide superar las 30-40.000 botellas al año. Suficiente para que en la relación precio-calidad sea ajustada y no acumular pérdidas irrecuperables.

En su estructura de organización y venta (*on line*, directa y en ferias) no precisan vincular la bodega a los circuitos del enoturismo de sus comarcas, lo que distorsionaría sus principios y quehaceres, con catas y guías turísticas a personas o grupos organizados que no les interesa el vino natural en especial. Abren sus viñas y bodegas a personas o grupos reducidos que van buscando la simbiosis del vino con la naturaleza, porque estos son sus mejores clientes y mensajeros.

Sus resultados, “zumado de uva 100% fermentado”. Son *Vinos Naturales*.

Notas

1. Las referencias para los macro datos las extraigo, como fuentes más destacadas, de las páginas webs e informes elaborados por la Federación Española del Vino (FEV) (<http://www.fev.es/sector-cifras/>), el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) (<https://www.oemv.es/>), la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) (<https://www.oiv.int/es/organizacion-internacional-de-la-vina-y-el-vino>) y de estudios del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) (<https://www.icex.es/icex/es/index.html>).

2. En los vinos de pago se garantiza una calidad integral, tanto con la procedencia de las uvas (solo pueden proceder de un pago o paraje rural, que viene determinado con unas características edáficas específicas), como que los vinos serán controlados por los dueños de los viñedos, siendo elaborados, embotellados y guardados de forma separada del resto. Ver Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico (Disposición Adicional Tercera).

3. Valga este ejemplo: como país exportador no se entiende que el ICEX tenga dos portales para la promoción externa de nuestros vinos: el *Wines from Spain* y, al mismo tiempo, el *Foods & Wines from Spain*. Incluso la imagen de las páginas webs de la *Wines from Spain* no es la misma: cambia su diseño, idioma y contenido según el país, solo mantiene el logo. Es evidente que esta falta de homogeneidad genera confusión y resta fuerza como productores de un mismo país: no parecen apoyados ni por sus organismos oficiales.

4. En el año 2020, con datos del OIV, debido a la pandemia el consumo mundial de vino ha caído un -3% en volumen (234 millones de hectolitros) y un -10% en valor. Es muy importante el retroceso de China (-17%), Sudáfrica (-17%) y España (-7%). Caída mundial similar a la observada durante la crisis financiera de 2008-09.

5. La ampelografía es la ciencia que estudia las variedades de vid. Para identificarlas se realizan sus rasgos (forma de la hoja, el racimo la uva, el color de las bayas), las aptitudes enológicas (contenido de

azúcar y acidez, composición fenólica y aromas) y las condiciones agronómicas (vigor, fertilidad, rendimientos, época de maduración o sensibilidad a las enfermedades). Hoy día, gracias a las técnicas por ordenador, las identificaciones moleculares basadas en estudios del ADN y poder comparar la información entre distintos centros de estudios especializados se están resolviendo para todo el planeta un sinfín de homonimias (poner el mismo nombre a variedades diferentes para alcanzar fama) y sinonimias (poner nombres diversos, en lugares diferentes, a una misma variedad).

6. Uno de los efectos de la pandemia covid-19 que más están afectando a los bodegueros en 2021 es la falta de vidrio. No hay suficiente vidrio para abastecer la necesidad de tantas botellas. La producción se detuvo en 2020 y ahora las reservas de vidrio se están agotando, como sucede con el etiquetado, el corcho y el cartón. Por otro lado, entre las bodegas españolas se pueden contabilizar hasta 50 modelos o estilos diferentes de botellas, lo que ralentiza la fabricación. Además, en toda España hay un excedente de vino en las bodegas: no se ha vendido la cosecha entera de 2019, la de 2020 empieza a tener salida y ya está hecha la vendimia de 2021, que también saldrá al mercado en unos meses. Las pequeñas bodegas que no tengan sitio para tanto almacenamiento tendrán que vender su vino a granel. Ni espacio ni botellas para envasar.

7. Toshiba Tec España presentó en Enomaq 2019 (Salón Internacional de Maquinaria y Equipos para Bodegas y del Embotellado, celebrado en Zaragoza), una solución integral de etiquetado del mercado para el sector vitivinícola, con independencia del tamaño del negocio. En 2018 Toshiba, mediante un estudio realizado por ellos mismos a 300 bodegas de nuestro país, detectó el elevado coste asociado a un etiquetado deficiente que, de media, supone hasta un 4% de pérdidas en la facturación anual de cada bodega.

8. Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino. BOE, 11 de julio de 2003. Última modificación de 13 de mayo de 2015.

9. Para ahondar en algunos detalles se puede tomar la declaración de la Asociación de Productores de Vinos Naturales (PVN), creada en España en 2008, que no difiere mucho de lo ya expuesto (ver <http://www.vinosnaturales.org/vino-natural/>).

10. Se trata del Reglamento (UE) nº 203/2012, de 8 de marzo, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, que establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, en lo que respecta a las disposiciones de aplicación referidas al vino ecológico.

11. Precisamente en 2021 la bodega Puerta del Viento, de Arborbuena (en el Bierzo, León), con su vino godello se convierte en la primera –y hasta ahora única– bodega española en contar con este sello de calidad VMN expedido en el país gallo. No abundan las bodegas con este sello fuera de Francia, solo cinco. Según la página web de la propia organización (<https://vinmethodenature.org/membres/>), una en la Toscana italiana (Manziano, Grosseto), otra en Japón (Yamagata), otra en Eslovaquia (Devicie) y la de Suiza (en Ayent), frente a las 233 bodegas certificadas que hay en Francia.

12. El INAO francés también reconoce el sello de “VMN <30 mg”, que significa la aceptación del método natural de producción del vino, pero con ajuste mediante la adición de sulfito menor de 30mg/l en total.

13. Son las siguientes bodegas, con nombre y lugar de ubicación, entre paréntesis su propietario: Barranco Oscuro, La Alpujarra, Granada (Manuel Valenzuela); Cauzón, Valle del Alhama, Granada (Ramón Saavedra); Dagón, Utiel-Requena, Valencia (Miguel Márquez); Eco Setrill, Costers del Segre, Lleida (Jordi Sanfeliu); Escoda-Sanahuja, Conca de Barberá, Tarragona (Joan Ramón Escoda); Marenas, Montilla, Córdoba (José Miguel Márquez); Mas Garrián, Priorato, Tarragona (Josep Garriga); Mendall, Terra Alta, Tarragona (Laureano Serres); Naranjuez, Valle del Alhama, Granada (Antonio Vilchez); Patio, La Mancha, Cuenca (Samuel Cano) y Vitis Natura, La Mancha, Cuenca (Antonio Soler).

14. El movimiento y diseño de Rutas del Vino de España es una iniciativa de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) (<https://www.acevin.es/>), una magnífica idea para promover el enoturismo en España. Hay 42 ciudades adheridas y 22 asociaciones, con 24 rutas diferentes. Muy insuficiente si tenemos en cuenta que en España en 2021 existen para el vino 96 Denominaciones de Origen Protegidas (DOP). Las rutas son: de Alicante, de Arlanza, de Arribes, de El Bierzo, de Bullas, de Calatayud, de Campo de Cariñena, de Cigales, Del Vino de La Garnacha, de Jumilla, de La Mancha, de Lleida, de Madrid, Del Vino y El Brandy Marco de Jerez, de La Manchuela, de Montilla-Moriles, de Navarra, de Penedès, de Rías Baixas, de Ribera Del Duero, de Ribera de Guadiana, de Rioja Alavesa,

de Rioja Alta, de Rioja Oriental, de Ronda y Málaga, de Rueda, de Sierra de Francia, de Somontano, de Toro, de Utiel-Requena, de Valdepeñas, de Yecla. Faltan rutas del vino para Madrid, La Mancha, Mérida, Toledo, Alella, Priorat, Costers del Segre, Binissalem, Pla i Llevant (Mallorca), Canarias, etc., por citar algunos lugares donde ya deberían estar implantadas.

15. Se trata de la obra de Alberto Valenzuela Carreño, *Me lo decía mi abuelito. Una crónica sentimental de la experiencia republicana y de la represión franquista*. Gillena-Sevilla, Atrapasueños, 2016.

16. La familia Molla aparece recogida entre las más antiguas existentes en Cataluña. Ver Xavier Cortadellas, Judit Pujadó e Ignasi Revés, *Arrelats. Les famílies més antigues de Catalunya*, Barcelona, Edicions Sidillà, 2021; contiene familias incluso antes de que se iniciaran los apellidos, allá por los siglos XII y XIII.

17. Se trata de un estudio surgido en 2009 por la Fundació Remença XXI, con el soporte de la Càtedra de Gastronomia, Cultura y Turismo Calonge-Sant Antoni de la Universitat de Girona. Las 8 variedades son: picapolla moscatella (blanca), M3 (tinta), M1 (tinta), negra del caim (tinta), abeller (tinta), roig (tinta), blanca del caim (blanca) y mollí (blanca). Las tres restantes se llaman grech, cua d'Avoia y sumoll. La excepcionalidad del descubrimiento se explica mejor haciendo comparaciones: en La Rioja, con 65.000 hectáreas de viñedo, existen tres variedades desconocidas, mientras que Calonge, con tan solo 140 hectáreas, alberga las 11 mencionadas.

Bibliografía

Asimov, Eric

2020 "Vin naturel, l'amour fou", *The New York Times*, 14 de septiembre.

Balda Manzanos, Pedro José (y Fernando Martínez de Toda)

2021 *Identificació de varietats de vinya en el terme municipal de Calonge*. Universitat de Girona, Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge y Sant Antoni [mecanografiado].

Bartolomé Sánchez, Javier Pulido

1999 "Manuel Valenzuela. Un soñador en las Alpujarras", *Vinum. La revista internacional del vino*, febrero, nº 10: 41-42.

Chomé Fuster, Pedro Miguel (coord.)

2006 *Varietades de vid: registro de variedades comerciales*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Compés López, Raúl (y Gergely Szolnoki) (ed.)

2021 *Enoturismo sostenible e innovador. Modelos de éxito alrededor del mundo*. Almería, Fundación Cajamar.

De Diego Ramos, Gonzalo

2018 "Todas las sustancias que te ponen en el vino y que no te cuentan", *Revista Alimento+* (24 de junio). https://www.alimento.elconfidencial.com/nutricion/2018-06-24/aditivos-vino-quimica-sulfites-conservantes_1582526/

Durán Sánchez, Amador (y otros)

2016 "Análisis de la literatura científica en las investigaciones transculturales de tesis doctorales en enoturismo", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, nº 25: 186-202.

Elías Pastor, Luis Vicente

2006 *El Turismo del vino, otra experiencia de ocio*. Bilbao, Universidad de Deusto.

2014 "El paisaje del viñedo: Su papel en el enoturismo", *Revista Iberoamericana de viticultura, agroindustria y ruralidad*, nº 3: 12-29.

2016 *Atlas del cultivo tradicional del viñedo y de sus paisajes singulares*. Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Escribano van Hoolwerff, Víctor

2020 "Problemas y oportunidades del Vino de España", *Wine Lover's Blog*. En línea (consultado 19 de noviembre de 2021): <https://empresaexterior.com/art/58466/problemas-y-oportunidades-del-vino-de-espana>

Fuenteálamo, María José

2020 "Félix Solís y García Carrión, el odio de dos bodegueros que amenaza al vino de Valdepeñas", *El Español*, 28 de junio. https://www.elespanol.com/reportajes/20200628/felix-solis-garcia-carrion-bodegueros-amenaza-valdepenas/500950266_0.html

Isamat, Clara

2016 *Raíces del vino natural. Un año de viña*. Barcelona, Sd. Edicions.

López-Guzmán, Tomás (y otros)

2013 "Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España", *Cuadernos de Turismo*, nº 32: 171-188.

Lorente-Bartolomé Sánchez, Ana

2007 "Vinos tintos de pueblos blancos", *Vinum. La revista europea del vino*, nº 59: 9-17.
<https://www.yumpu.com/es/document/read/8431008/descargar-pdf-vinum>

Maldonado Rosso, Javier

2006 *Las rutas del vino en Andalucía*. Sevilla, Fundación José-Manuel Lara.

Marchena Domínguez, José

2011 "Les beautés cachées: Histoire, fondement et vins de l'Est de l'Andalousie", *Territoires du vin*, nº 3.
<http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1419>
<https://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1406&lang=en>

Martínez Sánchez, Salvador (y Pedro García Moreno)

2014 "El Museo del vino de Bullas y la red Europea Vinest", *Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica*, nº 60: 115-125.

Medina, Francisco Xavier (y otros) (edits.)

2012 *Turismo del vino. Análisis de casos internacionales*. Barcelona, Editorial UOC.

Moreno Moreno, Mónica

2009 *Guía de Vinos de Granada, 2009*. Granada, Fundación Caja Rural de Granada.

Observatorio Español del Mercado del Vino

2021 *Exportaciones vitivinícolas por comunidades autónomas y provincias 2000-2020*. Madrid, OeMv.

Palacios García, Antonio Tomás

2016 *Mitos y leyendas del vino. Un libro para consumidores y profesionales*. Madrid, AMV Ediciones.