EDITORIAL

Jesús Ortiz. *Camino Hacia el Vino.* Acuarela, 1m. x 60 cm.

Tacoronte-Acentejo, la Denominación de Origen de vinos en vanguardia de Canarias, con el espíritu de divulgar y dar a conocer los vericuetos del mundo vitivinícola ofrece nuevamente a los diferentes lectores-consumidores esta segunda entrega de **Vinaletras, cuaderno de cultura y vino Tacoronte-Acentejo.**

Cierto es que cuanto más nos "sumergimos en el terreno vitivinícola" más afinidades encontramos del mismo con diversos aspectos de la vida, las artes y las ciencias. En este volumen, serán la historia, la literatura de viajes, la viticultura, el enoturismo, la arquitectura, el cómic, la lingüística y el márketing, los nuevos porteadores de los entresijos de la cultura vitivinícola. Diferentes contribuciones que discurren entre lo local y lo global, realizadas por nuestros expertos colaboradores que profesionalizando sus pasiones vitivinícolas han sabido imprimir en sus respectivos campos de trabajo el lenguaje divulgativo y ameno que caracteriza a esta publicación. Tacoronte-Acentejo sigue siendo vanguardia, pase la página y compruébelo disfrutando con estos nuevos contenidos: la aventura continúa.

Estamos seguros de que la lectura reposada de estos capítulos, con la compañía de una copa de vino Tacoronte-Acentejo, aportará nuevas luces sobre la importancia del sector vitivinícola en el devenir de la sociedad actual. Pocos productos procedentes del agro son capaces de acumular tantas vinculaciones con diferentes disciplinas a lo largo del tiempo como ha sido y sigue siendo capaz la vid. El esfuerzo de los viticultores, bodegueros y consumidores de nuestros vinos, junto con la complicidad de diferentes instituciones públicas que colaboran en esta nueva entrega, son los verdaderos valedores de que salga al mercado este segundo ejemplar.

En definitiva, *Tacoronte-Acentejo es un placer…* con usted.

CARLOS PINTO GROTE

Elogio del vino

ELOGIO DEL VINO[1]

Carlos Pinto Grote

1735.– Fragmentos del diario del Regidor de Anchieta y Alarcón. "El vino a ocho cuartos. En Santa Cruz lo han vendido mejor y a más precio los vecinos de Santa Cruz que tienen viñas y los de Taganana, y en las bodegas a como han querido, porque vienen a tierra los ingleses de los navíos y le tienen tanta afición que no reparan en el precio. El vino vale mucho más. Andaban las carretas por los caminos en procesiones, cosa nunca aquí vista, que los viejos decían que ni cuando las flotas. Andaban apremiando por la justicia a los de las carretas a que se diesen prisa a bajar al puerto pipas. Cada pipa se vendía a 25 pesos y hasta a treinta."

Señoras y señores: Es para mí un honor estar ante Vdes., un honor y un atrevimiento para hablar del vino, cosa de la que poco sé. Pero mis buenos amigos, Mary Paz Gil Díaz y Santiago Suárez Sosa, que creen, equivocadamente, que yo conozco algo acerca de tan importante cuestión, me convencieron de que podía hacerlo, que todos Vdes. eran muy buenos y no me darían una "comida de palos" cuando finalizara mi charla. Así las cosas y con este compromiso, voy a intentar entretener a Vdes. diciendo algunas cosas sobre el vino, aunque corra el riesgo de repetir lo que sin duda saben mucho mejor que yo.

Comenzaré diciendo que aquellos que hallan en el vino un incomparable placer (ver su color, oler sus aromas y gustar sus múltiples sabores), son siempre, parcos en su consumo, existe entre ellos la virtud de la templanza y no se embriagan nunca, no precisan beberlo constantemente y en demasía, porque estas dos acciones producen un agotamiento de la percepción y desaparición del goce. De modo que no se crea el hábito, ni es refugio ante la desgracia.

Nunca tendrá mal vino quien sabe medirlo porque, además, lo consumirá en grata y buena compañía o, si solo, le bastará con una copa de la que extrae su esencia y no enturbiará su mente en soledad, que así es la dicha de encontrarse a sí mismo, de vez en cuando.

El vino es un ser vivo: tengamos esto presente. Lleva su crianza como un niño, su juventud y adolescencia, alegre y confiada, su madurez, en la que da su gloria y su vejez donde, si han sido buenas las pasadas edades, si ha tenido amor y cariño, ofrece su experiencia en el perfume y el sabor añejos, que es, en los Jerez, Madeiras, Oportos y Malvasías viejos, como un Pentecostés en los labios.

Tengo muy clara una evidencia: Sin el vino el hombre jamás hubiera llegado a ser lo que es, ni la civilización

1.- El presente texto es el contenido íntegro de la conferencia impartida por el autor en los actos relativos al programa *Noviembre, mes del vino Tacoronte-Acentejo en La Laguna* el día martes 8 de noviembre de 2005. Esta conferencia es la que inauguró los llamados "ciclos de cultura y vino Tacoronte-Acentejo" que en las siguientes ediciones del programa de *"Noviembre,…"* se han venido desarrollando [Nota del editor].

sería esta civilización. Por ello y porque soy, como Vdes. saben, un poeta he de señalar lo que un inmenso poeta dijo una vez:

No esperes a mañana
Para volver al pan, a Dios, al vino:
Son ellos tu destino.
Y has de ser resumible, siempre, amigo,
En una espiga, un cáliz y un racimo.

Miguel Hernández

Les contaré ahora una anécdota que, aunque referida a una destilación del vino —el cognac— podemos aplicarla al vino mismo pues se advierte en ella cómo hemos de conducirnos cuando alguien nos ofrece una copa de vino y va a disfrutarla con nosotros.

Siendo François René de Chateaubriand embajador de Francia en Londres, allá por el año 1821, invitó a un personaje sobresaliente de la Corte inglesa a cenar con él. Después de consumir un perfecto menú, pasaron a la biblioteca donde Chateaubriand obsequió a su invitado con un inapreciable cognac. Sirvió, él mismo, ceremonialmente, las copas y ofreció a su acompañante el generoso presente. El caballero acercó a sus labios la copa y la apuró de un trago. Chateaubriand quedó atónito. Con su proverbial cortesía dijo a aquel hombre: Perdonará Vd. mi atrevimiento, pero he de decirle que así no se bebe el cognac. ¿Es que hay otra manera de hacerlo?, respondió el interpelado. Naturalmente, amigo mío, replicó el conde. Primero se sirve el cognac, luego se mira al trasluz, se acerca la copa a la nariz, se mueve levemente y se deja la copa en la mesa. Nuestro embajador quedó en silencio y pasados unos instantes el invitado le dijo: ¿Y luego? Amigo mío, añadió Chateaubriand, entonces, y antes de beberlo, se habla del cognac.

Sí. Se habla del vino primero, mientras reposa breves momentos en la copa adecuada y se prepara, él y nosotros para comenzar la maravillosa ceremonia del diálogo entre los dos.

Y es que la gran tarea, la tarea determinante del beber, ha de cumplimentarse con esa dialéctica persona-vino, que es donde ha de salir toda partícula de felicidad y de enriquecimiento que puedan proporcionar los buenos vinos. Porque el vino es obra de unos hombres que, además, son poseedores de un arte y así cuando como personas nos hallamos frente a un vino hemos de procurar comprender su mensaje. ¿Qué nos aportará este vino? ¿Qué sensaciones de placer nos proporcionará? ¿Qué señales nos permitirán deducir acerca de su constitución y su origen?

FIG.1. Lola del Castillo. S/T.
Acrílico sobre lienzo, 60x97 cm. (2006)

Este diálogo entre la persona que intenta conocer el vino, hacerse de él una idea intelectiva y el vino que nos regala sus sensaciones, que nos deja entender secretos y sugerencias, que se deja degustar, debemos encontrarlo en la base y origen de la felicidad que los aficionados logran hallar en la degustación de los vinos.

Ustedes ya habrán percibido que no es mi intención hablarles de la historia del vino ni sobre las técnicas de su preparación, pero algo hemos de decir sobre ambas cosas.

Anotemos brevemente ciertas curiosidades. El primer dato que se conoce sobre el vino se remonta a 6500 años antes de Cristo. La *vitis vinifera* es una especie vegetal única pero que tiene catalogadas más de 500 variedades. De entre ellas, tan solo unas 50, ¡que ya son bastantes!, tienen interés desde el punto de vista enológico.

FIG.2. Elena Lecuona. *Sarmiento.*
Óleo sobre tabla, 70x50 cm. (2006)

La domesticación de la vid y su cultivo por el hombre, constituye el origen de toda copa de vino que llega a nuestros labios. Es, también, la historia de los esfuerzos, los afanes y las esperanzas de numerosísimas generaciones de hombres, la que cabe leer detrás de los viñedos alineados en nuestro paisaje. Pensemos en ello, meditemos y en consecuencia respetemos las viñas y a los hombres que las cultivan, y advirtamos que tierras, soles, vientos, lluvias, temperaturas, cambios climáticos y una serie de factores, a veces perceptibles y otras veces desconocidos, dan a los vinos de cepas idénticas, diferencias enormes.

¿Dónde está el comienzo del vino?

Según el libro del historiador Kramer, cuyo título es *La historia comienza en Sumer,* que es la Baja Mesopotamia actual, a orillas del golfo Pérsico, una civilización grandiosa muy anterior a la egipcia, podemos decir, parafraseando el título nombrado, que el vino comienza en Sumer. Hay datos en la escritura cuneiforme sumeria que nos alejan de toda duda respecto a este hecho.

En el Libro de Esdras de la Biblia, aparece este versículo: "Entonces abrí la boca y he aquí que por un ángel se me acercó un cáliz colmado; estaba lleno como de agua cuyo color era, empero, semejante al fuego. Lo tomé, bebí, y cuando hube bebido, fluyó comprensión a mi corazón, mi pecho se llenó de sabiduría, mi alma conservó el recuerdo."

Se inicia aquí la aventura del Santo Grial, cáliz de Cristo en la última cena, glorificación del vino como parte de un concepto religioso del mundo y anotemos que, la historia de la Humanidad, como señala acertadamente Toynbee, no puede explicarse sin tenerse en cuenta el nacimiento y el devenir de las religiones, que cuando se intenta hacer, hallamos una historia vacía y caótica que nada nos aclara.

Así pues, la clave está en esta transubstanciación: el vino y la sangre son una misma cosa en el ritual del hombre hacia su creador.

No me extenderé más en estas consideraciones que nos llevarían un tiempo que no tengo, pero sí quisiera añadir algunos datos sobre el apasionante tema del vino en la literatura universal.

Desde los *Rubayat* de Omar Kayam hasta nuestro Berceo, desde él hasta los "poetas malditos" franceses, bebedores de absenta, desde Poe a Malcolm Lowry, el alcohol ha dado razón a miles de páginas. Y ha sido alabado y denostado, se le alzaprima y se le denigra, es vicio nefando en el abuso o regalo de los dioses si con templanza se consume. Es, como tan acertadamente se nos asegura, "algo más que una droga".

La mente no está preparada para mirar la verdad, quizá algunas personas obtienen indicios de esa verdad cuando beben alcohol, dice Malcolm Lowry en su novela *Bajo el Volcán*.

La idea es muy vieja y está en un conocido adagio latino: *in vino veritas*. Pero hemos de tener cuidado. Este ente paradójico que es el hombre, ha pasado siglos intentando llegar a la verdad y aún no estamos seguros de que haya querido encontrarla y enfrentarse a ella. Tampoco es el vino la llave que abre sus puertas.

En estas dudas sigue el caminante por esos mundos de Dios, entre alegrías y tristezas, suertes y desgracias. Una copa de vino le ayudará en su andadura. Apuremos el cáliz, vino o sangre del Cristo. Será un contentamiento y podremos decir:

A saga de tu huella
los jóvenes discurren el camino
a toque de centella
al adobado vino,
emisiones del bálsamo divino.

Mi alma se ha empleado
y todo mi caudal en su servicio:
ya no guardo ganado
ni ya tengo oficio
que ya solo amar es mi ejercicio.

como señala en su *Cántico Espiritual* San Juan de la Cruz.

Nos queda ahora y ya para concluir, hablar brevemente de los vinos de nuestra tierra.

Según mis noticias fue a mitad del siglo XVI, 1535 aproximadamente, cuando el portugués Lutzardo Coello trae las vides a Canarias, que antes no las había y dice D. Alfonso Desiré en su libro *Los Vinos de Canarias,* publicado en

Lanzarote en 1884 y hoy inencontrable, que Lutzardo plantó en las Islas los sarmientos "encabezados" y esto era muy importante porque a decir de los técnicos, el sarmiento solo, puede degenerar y no así el encabezado. Las vides que se plantaron venían de Andalucía y Portugal. La malvasía de Madeira.

Se dice en el citado libro, que yo no invento nada y sólo señalo de lectura, que a los dos años de plantar las vides se recogían en Canarias unos 60.000 litros de vino; casi todos ellos iban a Inglaterra.

Estamos ahora en otra época que puede ser gloriosa para los vinos canarios. Y digo "puede" porque pienso, desde mi ignorancia, que hay cosas que hacer, por ejemplo, macerar menos los tintos que a veces están, diremos, duros. Los blancos no, que pueden compararse los nuestros con los Mersault franceses o los Dueros peninsulares, y que son cuasi perfectos.

Porque la gran riqueza varietal de la uva en Canarias (Negra, Molle, Forastera Negra, Vijariego, Malvasía Blanca, Huevo Gallo, Gual, etc., etc.) hacen de nuestros pagos, lugar propicio para establecer la crianza de caldos magníficos que llenen de gloria a estas tierras, a quien en ellas viven y a quienes a ellas llegan para saborear en paz y gracia de Dios los benditos extractos de los lagares que guiados por manos hábiles se convierten en regalos para el paladar de aquellos que los beban.

FIG.3. José Luis Cedrés. *Lagareños*.
Acrílico sobre loneta, 81x100 cm. (2006)

Queda tarea por hacer, pero gentes como las que hoy aquí me escuchan, que tienen el conocimiento del arte de hacer vinos, me aseguran que se llegará a buen fin.

Y brindo por Vdes., queridos amigos, con vino de la tierra para que ella sea bendita por los siglos de los siglos.

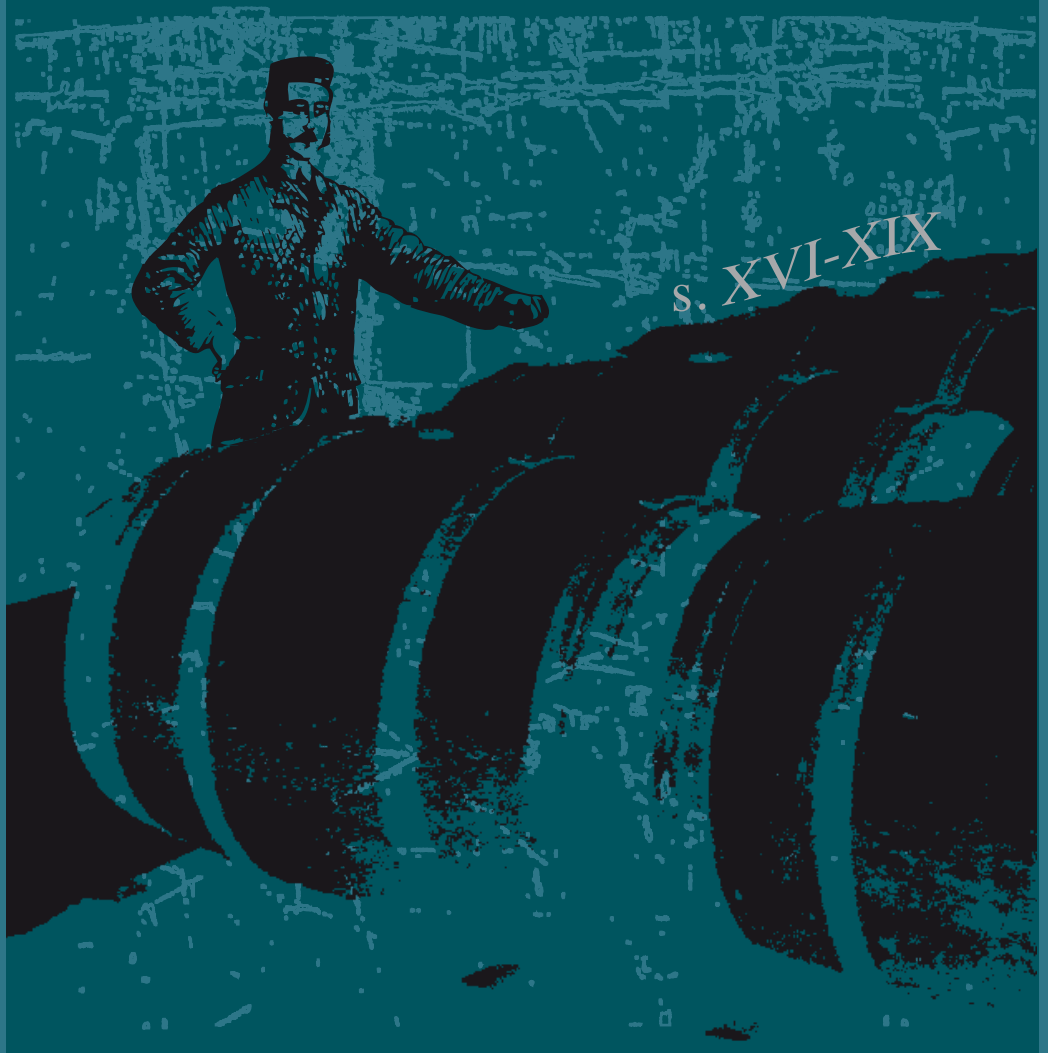
Gracias.

Lectura in crescendo

Gobierno de Canarias

CIRILO VELÁZQUEZ RAMOS

En torno a la cultura de la vid y el vino en Tenerife: vino, vinípotas y vinolencia



EN TORNO A LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO EN TENERIFE: VINO, VINÍPOTAS Y VINOLENCIA

Cirilo Velázquez Ramos

"…el buen vino produce buena sangre, la buena sangre produce buenos humores, los buenos humores producen buenos pensamientos, los buenos pensamientos producen buenas obras y las buenas obras llevan al hombre al cielo;…"

James Howell, 1634

"Las viñas forman la rama más fecunda de los productos y de la prosperidad de Tenerife. En su mayoría están situadas al Noroeste y al Sur, desde Tejina hasta Buenavista, y en los alrededores de Adeje y Güímar."

André-Pierre Ledru, 1796

A la máxima que encabeza este artículo se refiere el citado escritor anglo-galés en una de sus Cartas Familiares, fechada en 7 de octubre de 1634, en la que, bajo el título *Un discurso seco sobre un tema fluido,* describe, ensalzándolo, al malvasía canario. A tenor de la mencionada sentencia, Howell (1594-1666) concluía, poniendo como ejemplo a nuestro más célebre caldo, que el buen vino lleva al hombre al goce celestial y que por ello, teniendo en cuenta la gran importancia que el malvasía isleño tenía en su época para el mercado británico, los ingleses iban más al cielo por esta razón que por cualquier otra ya que el famoso vino canario fluía entonces por las gargantas de los jóvenes y viejos de su país como si fuera leche[1].

En una isla como Tenerife, en la que la vid y el vino se hacen presentes desde los primeros momentos de su colonización, convertida luego, en pleno siglo XVII, en la más destacada de nuestro Archipiélago en este cultivo y en el ámbito de la lucrativa actividad comercial derivada del mismo y que incluso andando el tiempo, sobre todo a partir del siglo XVIII, sería conocida y reconocida, vino por vino y cual preciada barrica en medio del Atlántico, como una de "las islas del vino" junto a Madeira y Azores, no resulta difícil encontrar en sus anales, al margen de lo puramente económico o comercial, múltiples aspectos y singulares episodios relacionados todos ellos con este importante cultivo y su vinculación con los usos, tradiciones y costumbres insulares. Vamos, pues, a exponer y a comentar aquí, en apretada síntesis, algunas curiosidades pintorescas, ciertas estampas populares y determinadas manifestaciones religiosas y culturales en las que han sido protagonistas el vino, que si es bueno dice el refrán no ha menester pregonero, los que beben vino y los excesos en el beber vino.

1.- Stone, O.M., *Tenerife y sus seis satélites*, traducción y notas de J. S. Amador Bedford e introducción y revisión de J. Allen Hernández, Ediciones del Cabildo Insular de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, 1995, p. 104.

VINO DIVINO. LOS MANDATOS ECLESIÁSTICOS

El vino estuvo muy ligado a la vida y milagros de Jesús que comió y bebió con publicanos y pecadores, costumbre que no dudaron en reprocharle escribas y fariseos que lo llegaron a tildar de comilón y bebedor. Su primer prodigio, por el que "manifestó su gloria y creyeron en Él sus discípulos", fue precisamente el de la boda de Caná de Galilea en la que convirtió el agua pura en excelente vino. A su última cena, en la que comió la Pascua con sus discípulos, se remonta la institución del sacramento de la Eucaristía y bien es sabido que el uso primordial del vino en el rito católico se da en el santo sacrificio de la misa (vino eucarístico) que rememora este representativo episodio de la vida del Mesías, empleándose igualmente en la purificación del vaso sagrado por excelencia: el cáliz. En ambos casos, el vino se utiliza junto con una mínima y simbólica cantidad de agua que, entre otros significados de mayor relevancia doctrinal, viene a alegorizar la sobrenatural salida de sangre y agua del costado de Cristo crucificado tras la lanzada asestada por el soldado romano en el Calvario, según relata el evangelista san Juan (**19,** 31-37). En este sentido, resultan bastante ilustrativas las palabras que, reservadamente, pronuncian los sacerdotes de nuestras iglesias en el momento ritual de mezclar ambos líquidos. A saber: "El agua unida al vino sea signo de nuestra purificación en la vida divina de Aquél que ha querido compartir con nosotros la condición humana".

Por otro lado, los Santos Evangelios también recogen varias parábolas en la que la viña aparece como referente figurativa. San Mateo habla de los obreros enviados a la viña (**20,** 1-16) y de los viñadores infieles (**21,** 33-46), esta última recogida igualmente por san Marcos (**12,** 1-12) y san Lucas (**20,** 9-18). Tal vez, la más significativa de estas metáforas sea la alegoría de la vid del Evangelio de san Juan:

"Yo soy la vid verdadera y mi Padre el viñador. Todo sarmiento que en mí no lleve fruto, lo cortará; y todo el que dé fruto, lo podará, para que dé más fruto. Vosotros estáis ya limpios por la palabra que os he hablado; permaneced en mí y yo en vosotros. Como el sarmiento no puede dar fruto de sí mismo si no permaneciere en la vid, tampoco vosotros si no permaneciereis en mí. Yo soy la vid. Vosotros los sarmientos. El que permanece en mí y yo en él, ése da mucho fruto, porque sin mí no podéis hacer nada. El que no permanece en mí es echado fuera, como el sarmiento, y se seca, y los amontonan y los arrojan al fuego para que ardan. Si permanecéis en mí y mis palabras permanecen en vosotros, pedid lo que quisiereis, y se os dará. En esto será glorificado mi Padre, en que deis mucho fruto, y así seréis discípulos míos." (**15,** 1-8).

Los textos bíblicos también se refieren a la vinolencia al reprender duramente la embriaguez y advertir de los muchos vicios que de ella se derivan, siendo la misma impedimento para la salvación. Así en los Proverbios de Salomón se exhorta sobre los peligros de la borrachera, explicando que el vino entra suavemente pero finalmente "muerde como sierpe y pica como áspid" (**23,** 32) y que

FIG.1. Detalle de casulla sacerdotal de mediados del siglo XX, obra de las concepcionistas franciscanas de Garachico, conservada en el Museo de Arte Sacro de la Parroquia Matriz de Santa Ana de la Villa y Puerto. Las espigas de trigo y los racimos de uvas, por su importante significado litúrgico, son motivos que se repiten en el adorno y decoración de la mayoría de los ornamentos sagrados. (Foto: C. Velázquez)

quien lo ama no se enriquecerá (**21,**17). Por su parte el Eclesiastés señala que el vino bebido con exceso produce amargura de espíritu, contiendas y desafíos, excita la razón y hace tropezar, quita las fuerzas y añade heridas (**31,** 37-40).

La validez del santo sacrificio eucarístico ha de venir dada por el empleo de vino natural como vino de misa y al respecto las observancias y prácticas tradicionales de la Iglesia católica, que no permite que se añada al vino para consagrar cosa alguna que lo desnaturalice, no dejan lugar a la duda:

"…Para la licitud se requiere que [el vino] sea puro, o no mezclado con otros licores o aromas; limpio o libre de heces como las del mosto; no helado, ni que haya empezado a avinagrarse notablemente…"[2]

Curiosamente, dentro de la tradición vinícola española, al vino puro o vino sin agua se le denomina "vino moro" y al caldo al que se le echa agua "vino cristiano", dando lugar esta última costumbre a la popularización de la expresión "bautizar o cristianar el vino". También dentro de los distintos nombres que reciben los vinos en España está la denominación "vino del santo", referida igualmente a los caldos más exquisitos y estimados, servidos sólo en las grandes ocasiones y días señalados.

Se dice también que los hebreos obtenían el vino sin mezcla alguna, llevando a cabo el proceso de vinificación con la mayor limpieza; práctica ésta que garantizaba la pureza del producto y la cosecha de un vino sumamente natural. La vid figura en el relato bíblico como una planta privilegiada, apareciendo el vino en el Antiguo Testamento como bebida de mucha consideración y producto tan apreciado como el mismo trigo. Prueba de ello es el lance en el que Melquisedec, rey de Salem, recibe a Abraham con pan y vino tras su victoria sobre las huestes de Codorlaomor, rey de Elam, y sus coaligados. A este pasaje del Génesis (**14,** 17-18) dedicará el sacerdote Francisco Martínez de Fuentes (1766-1841) natural de Garachico y primer rector que tuvo la Universidad de La Laguna en 1820, dos composiciones poéticas —una octava y una sextina— escrita la una en 1795 y la otra en 1797 con motivo de la celebración de la festividad del Corpus en su pueblo natal. La sextina que glosa el texto de la Sagrada Escritura reza así:

¿Ves a Melquisedec sacrificando
una grata oblación de pan y vino,
y a Abraham por su triunfo protestando
su reconocimiento al ser divino?
Pues esta es una sombra respetable
del ministerio tremendo e inefable.[3]

Como bien señala Alberto Vieira el vino acompañó a los primeros cristianos en las catacumbas y junto al pan, convertidos en elementos sustanciales de la práctica ritual cristiana, avanzó con la propia cristiandad, revolucionando los hábitos alimenticios de Occidente a partir del siglo VII; estableciéndose el comer pan y el beber vino como símbolo del sustento humano, de ahí que, atendiendo a su significación en la liturgia y en la alimentación, la presencia de la vid en los archipiélagos atlánticos, conquistados y colonizados por portugueses y castellanos, sea una consecuencia inevitable del mundo cristiano.

2.- Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana, Espasa-Calpe S.A. Madrid, 1966, tomo LXIX, p.83.

3.- Martínez de Fuentes, F., *Vida Literaria,* tomo II, fol. 161 rto./vto. Fondo Rodríguez Moure, Archivo de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife (La Laguna).

En el seno de la Iglesia católica se tuvo, generalmente, gran cuidado a la hora de escoger el vino de misa, optándose casi siempre, por lo dicho, por aquellos caldos de mayor pureza y excelencia, guardándose los mejores vinos para la consagración. No siempre se observó con todo rigor esta usanza, de ahí que las autoridades eclesiásticas se vieran obligadas a recordar esta obligación a través de sus habituales mandatos. En este sentido, valgan verdades, el clero canario no fue una excepción y numerosos son los testimonios de prelados isleños que ordenaron el cumplimiento de esta antigua práctica. Tal es el caso de lo decretado por varios obispos diocesanos en sus visitas pastorales a la iglesia de Santa Ana del puerto de Garachico, en las que no sólo mostrarán su celo por la calidad del vino eucarístico sino también por las condiciones en las que debía tener lugar la compraventa del vino en general, con frecuencia caracterizada por la avaricia y la especulación. El obispo Francisco Martínez de Cenicero señalaba, en 1605, al sacristán del citado templo del norte tinerfeño la obligación que tenía de proveer de "vino bueno" para las misas. Otro tanto decretará el obispo fray Juan de Guzmán, en el año 1626, al indicar que el sacristán menor estaba obligado "a dar el vino para las misas del mejor que se hallase" bajo pena de perder el empleo, ordenando a su vez al mayordomo de fábrica que suministrase al sacristán catorce doblas anuales para que pudiera cumplir con este cometido. En cuanto al negocio del vino, era el obispo Bartolomé García Ximénez el que en sus edictos de los años 1673, 1686 y 1689 prevenía sobre la usura en la comercialización de mostos y malvasías. En lo decretado por este último prelado en 1689 se consideraba como abuso:

"…el contrato de comprar las malvasías al precio que las tomase tal persona o venderlas según las pagase fulano, porque es coartar el valor que por naturaleza o por otras circunstancias puedan tener estos géneros. Que igualmente es usura el comprar el mosto a un precio que se oculta y publicar lo compra a tal precio que en realidad no es, por el perjuicio que de aquí resulta al público con obligación de restituir; por ejemplo decir que lo compra a cuarenta y en la realidad el ajuste es a treinta." [4]

FIG.2. Vinajeras sobredoradas (1778) donadas a la parroquia garachiquense de Santa Ana por el beneficiado Antonio Silva Rixo. Las autoridades eclesiásticas encomendaron siempre a los sacristanes que mantuvieran bien limpios y aseados estos jarrillos litúrgicos así como provistos de "agua pura y de vino bueno para las misas" (Foto: C. Velázquez)

Con posterioridad, era D. Pedro Manuel Dávila y Cárdenas el que, en su edicto episcopal de 26 de enero de 1736, tachaba de ilícitos y usurarios por derecho "los contratos de adelantar dinero para comprar trigo, mosto u otros efectos" a un precio inferior del habitual al tiempo de la cosecha, castigando duramente este delito con pena de excomunión mayor y privación de sepultura eclesiástica.

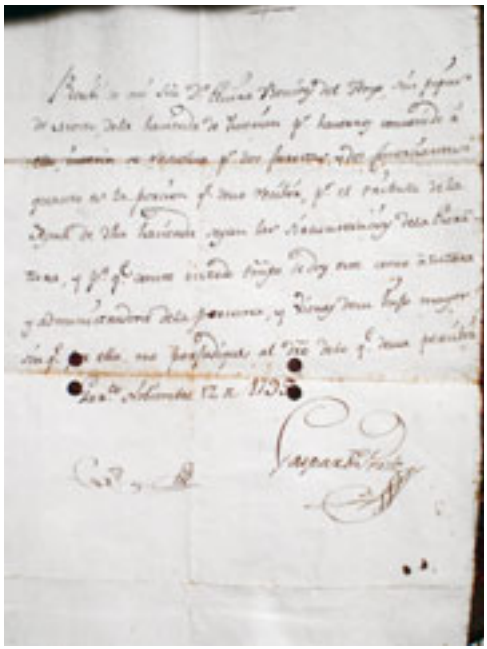
No se olvidaron tampoco los prelados canarienses de arbitrar medidas con respecto al denominado "vino de ofrenda", que era aquel que se incluía dentro de los presentes que se donaban a la Iglesia en sufragio por los fieles difuntos. Bastante explícito fue en este sentido el ya citado obispo Martínez de Cenicero que, en el referido año de 1605, prohibía que "se fingiese" esta dádiva y el que se estipulara cualquier concierto entre clérigos y herederos en detrimento de la oblación bajo pena de excomunión mayor; obligando al mismo tiempo a los testadores a dejar constancia explícita de dicho regalo para evitar los posibles menoscabos

4.- *Ibídem,* tomo III, fol. 139 rto.

derivados de las decisiones de los albaceas. El incumplimiento de este último mandato obligaba a los legatarios del fallecido a lo siguiente:

"…poner en las misas cantadas de cuerpo presente, cabo de año o cabo de novena, una fanega de trigo y un barril de vino, cuatro velas en el altar y dos codales y dos velas más en cada uno de los altares donde se dijesen misas rezadas y la cera correspondiente al cuerpo. Todo lo cual hagan y lleven por ofrenda los ministros de la Iglesia, añadiendo los albaceas lo más que quisiesen libremente, pues todo se dé en sufragio por los difuntos…"[5]

Testimonio de esta costumbre funeraria lo tenemos en la partición y división de bienes quedados a la muerte de Juan Francisco Sotomayor, documento fechado en el mismo Garachico el 21 de octubre de 1807 y en el que aparece inventariado el vino existente en bodega. A saber: 174 pipas y 8 ½ barriles. Una de estas pipas, "en limpio", se destinaba a la ofrenda según disposición testamentaria del propio Sotomayor y el resto, "sobre madres", fueron vendidas al comerciante Tomás Cologan por importe de cincuenta y dos pesos corrientes cada una, apreciándose la pipa de ofrenda en dos pesos más. Este inventario de bienes, en el que también se registra el almacenamiento y compraventa de pipas de mostos y aguardiente, nos aporta otros valiosos datos acerca de la importancia del cultivo de la vid y de la producción de vinos en las haciendas de la época. Del mismo se desprende, por ejemplo, atendiendo a la valoración de conjunto —cifrada en 1.847 pesos con 7 ½ reales plata— que hace de las barricas vacías y de otros utensilios de bodega el maestro tonelero Salvador Benítez, la existencia de 218 pipas, de una llave para las mismas, de varios embudos y un cántaro, de una barrica para vinagre, de un barril de agua, de arcos o aros para los envases o de liazas de mimbres que según costumbre de la tonelería andaluza se solían usar en la fabricación de botas para el vino o para atar, entendida la liaza como simple conjunto de lías, los cueros (corambres), curtidos o sin curtir, que se usaban igualmente en la elaboración de odres o pellejos. Por otro lado se hace mención a la destilación de vino, al riesgo "de salirse o volverse vinagre" los mostos y a las distintas labores de las que eran objeto las viñas; mencionándose en este último caso lo 21.000 reales con 30 maravedíes "gastados en las fábricas de cava, poda, nuevos plantíos y abatir parras" llevadas a cabo en la conocida como "Viña del Unchón", situada en el pago de Tamaimo de la entonces Villa de Santiago, según la cuenta pormenorizada presentada por el encargado de la misma.[6]



Hábito fue también, en directa relación con la calidad exigida al vino de misa, el que los fieles en sus últimas voluntades donaran a la Iglesia alguno de sus mejores viñedos y parrales y sobre productivas viñas se impusieron,

FIG.3. En épocas pasadas, el pago en mosto o vino, entonces preciados productos, era muy frecuente en las transacciones cotidianas. Entre la nobleza terrateniente isleña esto era algo habitual, como lo demuestra este recibo expedido en Garachico, con fecha 17 de noviembre de 1795, por D. Gaspar de Ponte a Dª Elvira Benítez del Hoyo, viuda del capitán D. Antonio de Monteverde, que salda provisionalmente una deuda con el primero con seis pipas de mosto procedente de la hacienda de Interián (Fondo Cáceres, Doc. 27 / 34, Archivo Municipal de Garachico)

5.- *Ibídem,* fol. 96 vto.
6.- Fondo Cáceres, Doc. 4/6. Archivo Municipal de Garachico (Tenerife).

entre otras mandas pías, la fundación de capellanías y ermitas; obligaciones que en muchos casos, con el transcurrir del tiempo, supondrían una carga incómoda para los herederos. La situación se complicaba aún más con el cambio de dueños de las heredades, lo que daría lugar a no pocos pleitos y litigios entre los legatarios de los fundadores y el estamento eclesiástico por el mantenimiento del pago de los correspondientes tributos. Tal es el caso de la desavenencia suscitada, en torno a 1793, entre los beneficiados de la iglesia parroquial de Santa Ana de Garachico y Dª. Catalina Prieto del Hoyo Franchi-Alfaro y Ponte Ximénez, señora de la Casa y Mayorazgo de Prieto en Tenerife, por unas imposiciones de misas dejadas, "en alivio de su alma y de las de sus difuntos, en culto de Dios y de sus santos y en beneficio de sus deudos", según las disposiciones testamentarias del capitán Julián Moreno (enero de 1621) y de su mujer Ana María López Prieto (octubre de 1631); mandas que no sólo afectaban a la parroquia de Garachico sino también al convento agustino de la misma localidad, fundado por los testadores, y a la iglesia del vecino lugar de Los Silos. Dª. Catalina Prieto se negaba a cumplir con la piadosa voluntad de sus antepasados alegando que los bienes de su imposición no redituaban lo suficiente. Entre estos bienes se hallaban dos viñas en tierras de Los Silos, en El Esparragal y Las Toscas, y otra en Taco (Buenavista), todas ellas con sus correspondientes casas y lagares. El escaso rendimiento de las fincas en cuestión, cuyo embargo acabarían pidiendo en 1805, lo achacaban los clérigos garachiquenses a la incuria de los herederos, solicitando de la noble dama el mantenimiento del compromiso de la imposición original o en su defecto la cancelación de la deuda con "la suelta formal y escriturada" de las susodichas tierras a favor de la Iglesia:

"…que los Beneficiados entonces pondrán en ellas colonos celosos y activos que las reedifiquen y que las conserven para poder mantener la obligación en que las constituyó, por el bien de su alma, la fundadora…"[7]

Las donaciones pías, pues, contribuyeron indudablemente a consolidar la propiedad de la Iglesia y su posición socioeconómica, convirtiéndose también el cultivo de la vid en una importante fuente de ingresos. Bien es verdad que Alonso Fernández de Lugo no había favorecido a la Iglesia con los repartimientos de los primeros momentos de la colonización insular y ello —como bien señala Martínez Galindo— porque la Corona quiso preservar, a toda costa, su dominio, evitando la formación de propiedad privilegiada que viniera a lesionar los intereses fiscales de la Real Hacienda. El Adelantado, no obstante, beneficiaría individualmente y a título particular a determinados eclesiásticos con la concesión de tierras y como premio a su labor evangelizadora en el noroeste tinerfeño, por ejemplo, concedería importantes datas al clérigo portugués Ruy Blas que llegó a poseer en Icod una destacada propiedad (unas 60 fanegas) de tierras para viñas. Esta situación variaría con el tiempo y los legados de los fieles, tanto de grandes hacendados como de modestos labradores, convertirán a los templos y conventos de

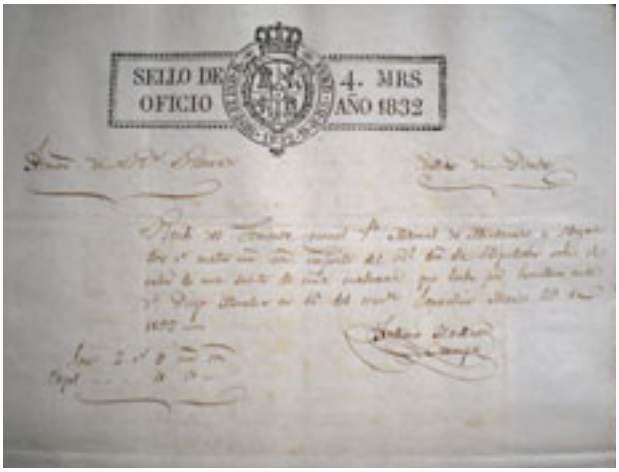


FIG.4. El teniente coronel D. Manuel Monteverde, con fecha 20 de marzo de 1832, cumplió con la Administración de Reales Rentas del Partido de Daute satisfaciendo el impuesto correspondiente por la compra, a los hermanos Alonso Álvarez de El Tanque, de una suerte de viña malvasía "en la hoya que llaman de Las Cruces, feligresía de San Pedro de Daute", valorada en 41 pesos y 10 reales vellón (Fondo Cáceres, Doc. 27 / 44, Archivo Municipal de Garachico)

7.- Martínez de Fuentes, F., *Op. cit.* Tomo VI, fol. 57 rto.

la isla en dueños de numerosos predios, especialmente viñedos y parrales, o en receptores de rentas procedentes de este tipo de heredades que ya en la primera mitad del siglo XVI se hallaban repartidas por comarcas en donde la vid tendría un gran desarrollo, caso de Taoro, Icod y Daute, o en La Laguna y su área de influencia (Tegueste, Tacoronte, El Sauzal y Acentejo) donde este cultivo contaría también con una presencia destacada.

Claro está que no todo el vino que fue a parar a los sacrosantos recintos tuvo como única finalidad el uso eucarístico e incluso se cuenta, como ya esbozamos anteriormente, que se llegaron a reservar los vinos más delicados para los convites, destinándose los peores para el altar. Evidentemente, la clerecía también sucumbiría a las debilidades carnales y los señores obispos, conscientes de ello, velaron siempre por el cumplimiento de la más estricta decencia en el comportamiento por parte de sus subordinados, ordenándoles entre otras observancias el evitar mezclarse con seglares en juegos y festines, para que no fueran "estimados en poco", y el servirse de mujeres mozas menores de cuarenta y cuatro años de edad porque esto —señalaba el titular de la mitra canariense en 1605— escandalizaba al pueblo. El clero insular, mandatos episcopales y obligaciones espirituales al margen, no dejaría de dar muestra de sus aficiones más terrenales y sin reparos se dio también a los agasajos y banquetes. Así vemos como el francés Sabino Berthelot, en su primera estancia en Tenerife, disfrutó, en compañía del reverendo padre provincial de los franciscanos, del ágape que, a mediados de 1827, le ofrecieron las monjas del convento clariso de San Diego de Garachico. Cuenta Berthelot que la comida duró más de dos horas y que le fueron ofrecidos pasteles y bizcochos, siendo escanciado en su honor vino de malvasía, pudiendo probar también un licor, "dulce y perfumado como un ramo de flores", elaborado por una de las religiosas. Esta pequeña fiesta concluiría con un cántico entonado por una joven profesa que se acompañó de clavecín. El que luego sería nombrado cónsul general de Francia en Canarias no dudó, desde un primer momento, en elogiar la calidad del vino isleño, señalando a Icod de los Vinos como "el lugar del vino espirituoso y aromático" donde se daban los mejores caldos de Tenerife, fama de la que años más tarde, en 1882, se haría eco también su paisano el arquitecto Adolphe Coquet.

LA FIESTA DE LOS BORRACHOS

En la actualidad son muchas las romerías que a lo largo del año, desde abril con san Marcos en Tegueste hasta septiembre con la Virgen del Socorro en el valle de Güímar, se desarrollan, unas con más fundamento que otras o con mayor o menor arraigo, por buena parte de los pueblos de Tenerife. En ellas se mezcla lo sagrado y lo profano, lo estrictamente devocional, ya que el elemento religioso se encuentra en el origen de todas estas celebraciones, con los deleites más carnales que suelen ser consecuencia del báquico desenfreno.

Esta fiesta de los borrachos, conocida también por fiesta de los caballeros, cúmulo de ostentación aristocrática, glotonería y demás placeres desordenados, hunde también sus raíces en la tradición religiosa; concretamente en torno al culto a Nuestra Señora de Guía, surgido en el siglo XVI, en los agrestes parajes del suroeste de Tenerife. Nace aquí esta devoción mariana a partir del supuesto hallazgo de una sagrada imagen de la Virgen, interpretado por la creencia más devota como prodigiosa aparición, por parte de una noble dama de la elite garachiquense (los Ponte). Esta manifestación festiva, reveladora de los engranajes que sostuvieron la sociedad insular hasta bien entrado el siglo XIX, identificaría a dos espacios geográficos de una misma isla bien diferenciados: el malpaís de Isora y el floreciente puerto de Garachico. El primero caracterizado por tierras áridas y pobres —que secularmente obstaculizaron su poblamiento y crecimiento económico—, estaba habitado en un principio sólo por pastores dedicados a la cría y cuidado de cabras y ovejas. El segundo, como es sabido, fue enclave portuario principal desde sus orígenes. Cabeza de una comarca de tierras fértiles

y abundantes en agua, aptas para cultivos tan rentables como el de la caña de azúcar, sustituido luego por los viñedos que darían lugar al no menos lucrativo negocio del vino y que convertirían a Garachico en un auténtico emporio comercial durante los siglos XVI y XVII y en solar de la más rancia nobleza canaria. Sobre estas dos realidades tan distintas física, económica y socialmente se cimentaría el vínculo socio-religioso entre ambas poblaciones; capitalizado desde un principio por la aristocracia garachiquense que, como acertadamente señala Manuel Hernández González, "necesitaba de la religión para consolidar su hegemonía y estimación social".

Estableció, pues, el vecindario de Garachico, encabezado por su oligarquía, la costumbre de acudir anualmente en romería al santuario de Isora. No tuvo esta romería época fija de celebración, pues consta haberse llevado a cabo en abril, en los meses de verano e incluso en noviembre y diciembre. Sea como fuere, lo cierto es que lo que comenzó siendo un acto de religión terminó convirtiéndose, con el paso del tiempo, en una irreverente y multitudinaria demostración festiva que nada tenía que ver con su fervoroso y originario fin, pasando las obligaciones de precepto a un segundo plano y convirtiéndose los excesos de todo tipo, especialmente en la comida, la bebida y el juego, en los auténticos protagonistas de lo que se suponía era una "santa peregrinación" y esta desvirtuación, claro está, mucho llegó a preocupar a las autoridades eclesiásticas; sobre todo en la época del pontificado (1796-1816) del virtuoso e ilustrado obispo canario Manuel José Verdugo y Albiturría que puso todo su empeño para que la caminata de los garachiquenses hacia las tierras isoranas se ejecutase con el decoro que exigía el verdadero espíritu religioso. Cierto es que la falta de compostura y de urbanidad terminaría por adueñarse de esta festividad, hasta el punto de ser tachada de delictiva por parte del propio prelado:

"…en vez de ser Santa la peregrinación, es criminal, y con el colorido de Religión se protege impunemente la gula, la embriaguez, la disipación, la inurbanidad, y todos los demás delitos que son consecuencia de un concurso de hombres, al parecer indevotos, truhanes, glotones y jugadores." [8]

No le quedó más remedio al prelado que regular esta ya desmadrada celebración y el 23 de septiembre de 1804, con motivo de su visita pastoral a Garachico, aprobaba las constituciones por las que en adelante debía regirse la misma. Hizo hincapié el obispo Verdugo en controlar el despilfarro de los priostes encargados de organizar la fiesta en comilonas y al respecto incluso se llegó a contemplar, en el borrador de los citados mandatos, una disposición, que luego no se incorporaría al texto definitivo, en la que se especificaba cómo debía ser cada comida:

"El almuerzo será moderado y bastará que sea una fritura o de huevos o de carne con el pan y vino correspondiente y chocolate. La comida de a mediodía, que hasta aquí excedía las reglas de la templanza será una sopa, puchero, dos guisos cuando más, y un asado con ensalada dulce, fruta, pan y vino. Para la cena habrá pescado cocido y frito y no habiendo cocido, huevos en su lugar, o un guiso de carne dulce, fruta, pan y vino. Y la comida que se hubiere de hacer en el camino en el día que se retorna de la peregrinación no es necesario que sea como la de los demás días anteriores sino de cosas fiambres sin exceso como que vienen de camino."[9]

Si los sustanciosos platos descritos respondían a las reglas de la justa frugalidad que quería imponer el obispo, resulta lógico pensar que lo que hasta entonces se solía engullir tenía que ser realmente excesivo, propio de la gula más pecami-

8.- VV. AA., *Guía de Isora y Garachico: dos pueblos y una devoción.* Historia de Nuestra Señora de Guía (textos y documentos) Biblioteca de Estudios Isoranos, Ed. Ayuntamiento de Guía de Isora, 2005, p. 170.
9.- *Ibídem,* p. 31.

nosa. Cabe resaltar, sin embargo, que ni siquiera en el menú episcopal faltó el vino, o por mejor decir el pan y el vino. En cualquier caso, la autoridad eclesiástica, en buena lógica, no corrió el riesgo de incorporar esta detallada y sabrosa sugerencia culinaria a las constituciones definitivas y sí sugirió a los priostes, elegidos siempre entre los más linajudos de Garachico, que destinaran parte de lo que gastaban en comida en socorrer a los pobres y más desfavorecidos del puerto norteño. Al respecto, José Agustín Álvarez Rixo, testigo presencial de la romería llevada a cabo en 1832, señala:

"…La persona rica que hacía esta fiesta no gastaba menos de ciento a doscientos pesos corrientes además de la incomodidad de hacer conducir tanto utensilio y comistrage a tanta distancia, por lo que la pipa del vino y otras cosas voluminosas iban por mar."[10]

FIG.5. De viejas bodegas como esta, perteneciente a la hacienda garachiquense de El Lamero (siglo XVII) salía la pipa de vino que, desde el antiguo puerto del norte tinerfeño, se enviaba por mar a las bandas del sur para refrescar las gargantas de los romeros que peregrinaban a Guía de Isora (Foto: Jesús Pérez Morera)

Muestra significativa de las demasías que cometían los de Garachico en Guía de Isora era el hábito de romper indiscriminadamente, cuando la embriaguez los dominaba, la loza del servicio de la casa que poseían allí para su alojamiento; lanzándola por las ventanas ante los ojos de los isoranos que atónitos contemplaban esta "loca prodigalidad". Los utensilios de mesa también solían hurtarse, bajeza que para el obispo además de delito era una acción grosera con la que se profanaba el ejercicio de la devoción que practicaban. Estos despropósitos y otras extravagancias por el estilo fue lo que, en opinión de Álvarez Rixo, daría origen a la denominación de fiesta de los borrachos. Durante varios días, entre dos y cinco, los garachiquenses, con ostensible presencia, invadían el pago sureño "a toque de tambor y tamboril" y enarbolando estandarte, como testimonia el ya citado historiador portuense, capitalizando las celebraciones cívico-religiosas en detrimento de los lugareños, especialmente del cura local que se veía desplazado por el capellán particular que traían los romeros.

Tales destemplanzas acabarían minando la paciencia de los isoranos y a medida que se produce el afianzamiento de Guía de Isora como entidad poblacional y administrativa, se va configurando, sobre todo en el siglo XIX, al calor del enriquecimiento con dinero indiano y del auge de la cochinilla, un grupo de propietarios locales enfrentados al dominio tradicional de los grandes propietarios absentistas. Se refuerza así la posición del vecindario de Guía que, en el desarrollo cultual en torno a su Virgen Patrona, intenta hacer valer sus derechos sobre lo que, ciertamente, considera su jurisdicción, frente a lo que ve como una clara intromisión por parte de los vecinos de Garachico y en particular de su elite dirigente, que a su vez intenta mantener, a toda costa, las antiguas prerrogativas adquiridas al respecto. Bien es verdad, todo hay que decirlo, que a finales del siglo XIX se evidenciaba la disminución de las rentas de los más ricos hacendados del viejo puerto norteño y la carga económica que suponía el priostazgo de la festividad era cada vez más difícil de mantener. Los acontecimientos políticos nacionales, derivados de los sucesos revolucionarios que destronaron a Isabel II en 1868, harán que la Junta Provisional de Gobierno constituida en Guía de Isora acuerde, con fecha 11 de octubre, abolir los derechos

10.- *Ibídem,* pp. 194-95

de que gozaban los de Garachico en la celebración que anualmente llevaban a cabo en esa localidad. Normalizada la situación política se llega a un nuevo acuerdo, firmado el 4 de diciembre en el Valle de Santiago, por el que se mantiene el derecho de los garachiquenses a celebrar la acostumbrada peregrinación aunque introduciendo algunos cambios exigidos por los isoranos que, en 1878, volverían a cuestionar, definitivamente, los usos establecidos por los vecinos de Garachico, por lo que la romería llevada a cabo en diciembre del año anterior fue la última en celebrarse poniéndose fin así a esta vieja tradición.

FIG.6. Llegada de los caballeros de Garachico a Guía de Isora en su peregrinación anual al santuario de la patrona del lugar (1832). Dibujo de José Agustín Álvarez Rixo (Manuel Hernández González, 2002, p. 323)

Esta historia, sin embargo, tiene sus secuelas y algo más de un siglo después, en 1990, eran los de Guía de Isora los que, a través de su Ayuntamiento y atendiendo al pasado común entre ambos pueblos, tomaban la iniciativa, ¡quién lo iba a decir!,de reforzar los vínculos con la Villa y Puerto, logrando rescatar en 1992, desprovista ahora de los desmanes que la hicieron famosa, la tradicional peregrinación de los vecinos de Garachico al municipio del suroeste tinerfeño, adquiriendo ahora, a partir de 1995, carácter lustral. En 2005, por iniciativa también del consistorio isorano, se llevará a cabo el hermanamiento oficial entre ambos pueblos y el 9 de octubre de ese mismo año se trasladaba la actual imagen de la patrona de Guía de Isora a Garachico. Se emulaba con ello las antiguas traídas en rogativa a la Villa y Puerto de la primitiva imagen por la falta de lluvias, epidemias, hambrunas u otros motivos como en 1706 a favor del rey Felipe V, metido de lleno en plena Guerra de Sucesión (1700-1714). Al respecto, como bien apunta Hernández González, ha de tenerse en cuenta que, para los vecinos del noroeste de Tenerife en general y para los de Garachico en particular, la Virgen de Guía supone una referencia ancestral al ser considerada, desde tempranas fechas, por encima incluso del patronazgo insular de la Candelaria, como máxima protectora comarcal.

VINO Y CARNAVAL

Si, como acabamos de exponer, una fiesta en origen eminentemente religiosa acabó derivando en toda clase de desafueros y en conductas licenciosas, algo, claro está, a lo que no fue ajena la presencia del vino; qué se podría esperar en tiempo de Carnavales, celebración abiertamente enfrentada a las prácticas cristianas y muy enraizada en todos los estamentos de la sociedad insular, donde el ambiente festivo, por su propia naturaleza, incitaba a lo prohibido y el comer y beber con exceso, entre otras holganzas mundanas, caracterizaba estos días de confusión y loca alegría. Con todo y ateniéndonos a los testimonios de los viajeros extranjeros, el canario era habitualmente introvertido y poco dado a exteriorizar excesos en su vida cotidiana. Sus vivencias festivas son, sin embargo, harina de otro costal, porque, por lo dicho, hasta en las ceremonias religiosas veía pretexto para la diversión. De la sobriedad del isleño ya da buena cuenta el malogrado navegante inglés George Glas en 1764:

"Los nativos de las islas son sobrios en su alimentación y en su bebida. Si un caballero llegara a ser visto bebido en público, ello constituiría una mancha duradera en su reputación. Me han informado que el testimonio de un hombre que pueda probarse que es un borracho no puede aceptarse en un tribunal de justicia; por ello toda la gente aquí que siente una fuerte inclinación al vino, se encierra en sus dormitorios, se bebe lo que quiere allí, y después se va a la cama a dormir."

En parecidos términos se expresará casi un siglo después, en la década de 1850, la también británica Elizabeth Murray, esposa del cónsul Henry John Murray y una de las mejores observadoras de la sociedad canaria decimonónica. La señora Murray al escribir sobre los usos y costumbres de los tinerfeños señala que la clase obrera gozaba de muchas diversiones, pero que todos sus pasatiempos los llevaba a cabo ordenada y amigablemente y sin que hubiera riñas o broncas:

"…Este hecho positivo se debe, sin duda principalmente, a sus hábitos de abstención y sobriedad, ya que es muy raro ver un solo caso de embriaguez entre ellos. Tanto los hombres como las mujeres tienen sus propias costumbres, pero eso sí, nunca se extralimitan en el pernicioso hábito del beber…"

Opiniones foráneas posteriores corroboran esta particular templanza del isleño y ya en las últimas décadas del siglo XIX es otro viajero inglés, Alfred Samler Brown, autor de una popular guía turística sobre Madeira, Canarias y Azores, cuya primera edición vería la luz en Londres en 1889, el que refiriéndose a los habitantes de nuestro Archipiélago afirma claramente:

"Los campesinos sólo suelen beber agua, salvo en los días de fiesta y vacaciones. Hay muchos borrachos en carnavales, pero, en general, la población es abstemia."

Completan estos pareceres ajenos sobre el beber de los canarios en general y de los tinerfeños en particular, varias informaciones de distinto tenor. Una de las más extremas es la que proporciona el francés René Vernau, mediada ya la década de 1870, al hablar de su periplo por la zona de Anaga, ya que indica que las para él gentes simples e ignorantes de Taborno nunca, a pesar de cultivar trigo, habían probado pan ni bebido vino y que cuando se los ofreció y dieron buena cuenta de los mismos, los lugareños, acostumbrados como estaban a las papas guisadas, al gofio, las cebollas, leche y poco más, convinieron en declarar que "no valían nada y que había que ser de una especie diferente a ellos para vivir con tales alimentos". Por contra, Olivia M. Stone, otra inglesa que llegó a Tenerife a principios de septiembre de 1883, cuando los lagares de toda la isla, según ella "monstruos de aspecto tosco", se preparaban para la vendimia, afirma que

FIG.7. Monumento al "Motín del Vino", ubicado en la avenida marítima de Garachico y obra (1996) del escultor grancanario Luis Montull, que conmemora el asalto en 1666, fruto del descontento de los cosecheros tinerfeños, a las bodegas donde los ingleses almacenaban el malvasía isleño para su exportación y cuyo comercio monopolizaban en detrimento de los intereses canarios. Se rompieron barricas y toneles y el vino corrió abundante por las calles en insólita inundación. Este incidente pasó a los anales de la historia del Archipiélago con el nombre de "Derrame del Vino" (Foto: C. Velázquez)

era vino lo más que se vendía en las típicas ventas isleñas: "ese suave vin ordinaire de la isla que los campesinos beben de la misma forma que se bebe cerveza en Inglaterra". El vino que esta dama degusta en San Juan de la Rambla, sin ser malvasía, fue, a su juicio, el mejor vino que encontró no sólo en Tenerife sino en todas las islas. Su paisano Charles Edwardes, que en 1887 recorrió el paisaje y conoció también a fondo al paisanaje tinerfeño, época en la que los vinos locales pasaban por uno de sus peores momentos, comenta haber bebido vino hasta en el desayuno con el que le obsequió en su casa un cacique de Granadilla, un tal don Ramón García, que, con continuos brindis, no dejó de llenarle la copa con el mejor de sus vinos. Edwardes alude además a la vida disoluta de algunos habitantes de Arico que se entregaban a juergas nocturnas que acompañaban con vino y chochos. Nos refiere igualmente este viajero británico el episodio que vivió en Garachico, en cuya cárcel encontró a la única reclusa de la misma, "una gimoteante mujer de cara enrojecida", que penaba allí los tres días de cautiverio, a pan y agua, que le habían sido impuestos por emborracharse y alterar el orden público.

FIG.8. El arraigo de la cultura de la viad y el vino aflora en Tenerife por doquier, especialmente en los rincones más añejos y tradicionales de la geografía insular (Foto: C. Velázquez)

A estos y a otros tantos viajeros extranjeros, sobre todo a los que visitaron o residieron en Canarias a lo largo del siglo XIX, les debemos también mucha y curiosa información acerca de la celebración del Carnaval entre los isleños. La fiesta duraba tres días, finalizando el Miércoles de Ceniza con el que se iniciaba la Cuaresma, período de ayunos y vigilias y según la copla irreverente "el Carnaval de los curas". Máscaras, bailes en tabernas, casas particulares, sociedades recreativas o residencias oficiales; juegos de naipes, lanzamiento de agua, harina, lodo, polvos de talco e incluso ollas rotas así como representaciones teatrales relajaban y divertían, de distinta manera según la posición social, a todo el mundo, a pobres y a ricos y ello pese a los recelos que estos divertimentos, por lo que suponían de inversión del orden establecido, creaban en las autoridades, cuya celebración llegaron a obstaculizar con sus prohibiciones. El francés Sabino Berthelot, que vivió esta fiesta en la capital tinerfeña a mediados de febrero de 1820, nos detalla como por las noches se improvisaban bailes en plena calle con máscaras, parrandas y grupos danzando por todos sitios, reinando la animación en toda la ciudad porque hasta el gobernador celebraba su fiesta particular en el hoy desaparecido castillo de San Cristóbal, a la que ese año incluso asistió la oficialidad de una fragata inglesa que luego regresaría encantada a bordo "gracias al ponche del gobernador y a los atractivos de las bellezas asistentes al baile". En febrero de 1891 es Charles F. Barker, miembro de la Sociedad Bíblica Británica y Extranjera, quien, a pesar de su misión apostólica en el Archipiélago distribuyendo la Sagrada Escritura, nos deja su vivencia del Carnaval en Santa Cruz de Tenerife a cuyos encantos sucumbe:

"Lunes, 9 de febrero.- El carnaval se celebra de nuevo. La ciudad está animada con las parrandas (máscaras con música) y con batallas de huevos rellenos de serrín, que son arrojados desde las calles hacia las casas y viceversa.

Martes.- Continuación del Carnaval. […] Por la noche fui a una fiesta, en Santa Cruz, a la que había sido invitado. Aquí las señoras tienen la buena costumbre de invitar a uno a compartir su vaso de vino cuando están bebiendo. "No me desaire", *me dijo una señorita ante mi indecisión en aceptar su encantadora oferta."*

Uno de los números característicos del Carnaval tradicional isleño fue la representación teatral. Las obras de teatro eran llevadas a cabo por grupos de jóvenes aficionados, tal y como relata Berthelot que sucedió en febrero de 1820 en la capital tinerfeña con la puesta en escena de una comedia de Molière, *Anfitrión,* que, durante toda la noche, se representó varias veces en los salones de distintas casas, a donde toda la trouppe se dirigía, tramoya a cuestas, a montar su escenario ambulante y a recrear con cierta gracia, en esta ocasión según la traducción hecha en verso castellano por un poeta local, los personajes que simulaban, entre otros, a divinidades paganas como Mercurio o Júpiter. Berthelot afirma haber visto jamás "nada más extravagante". También se llegaron a interpretar obras de autores locales como la máscara compuesta por José García Benítez, escenificada en el Carnaval de La Orotava del año 1832 y uno de cuyos personajes era la propia divinidad de la mitología romana que simboliza el vino y la borrachera. Aquí, el contenido del papel de Baco no puede ser más ilustrativo:

Cuando yo prodigando me encontraba
En mil pueblos a un tiempo el dulce vino
Un eco resonó donde yo estaba
Que en un tono agradable me decía,
¡Qué feliz Carnaval hoy se prepara
Pues éste y La Orotava se han unido,
Y Taoro con ellos ya te espera
Para juntos beber alegres brindis!
Animado con nueva tan gustosa
Todo lo dejo atrás y me encamino
A este bello lugar para excitaros
A los tres que a la par bebáis conmigo
Que el mágico licor que hoy os presento
Llevara de mis dones infinitos
Cuanto puedo yo daros afectuoso
Como prueba de hallarme complacido,
De esta conciliación que yo anhelaba
Y que era a la verdad ya tan debida
Bebedlo sin temor que en él os mando
Cuanto juzgo bastante a divertiros
Porque el oro, la plata y los amores
No puede concederlos mi destino[11]

El autor de esta mojiganga inédita, de la que ni siquiera sabemos su título y de la que sólo ha llegado hasta nosotros el fragmento de Baco que acabamos de citar, es el escritor orotavense ya mencionado, cuya identidad corresponde realmente a la de José Rafael Blas Miguel Bartolomé García Benítez de Ponte y Cuevas Lugo y Arias de Saavedra (1789-1878), noveno señor de la isla de Alegranza y heredero de varios mayorazgos pertenecientes a la noble Casa de Benítez de las Cuevas. La categoría social del propio autor indica, en buena medida, que su pieza teatral, por muy carnavalesca que fuera, entra dentro de lo permisible moralmente y se aleja de las formas subversivas del teatro popular que rayaba en la ordinariez y llegaba al insulto, teniendo como objeto principal de sus críticas al poder institucional.

11.- Fondo Cáceres, Doc. 20/43. Archivo Municipal de Garachico (Tenerife).

Por los campos de la isla

ner Vendimia en la región de Anaga

s

FIG.9. Detalle del reportaje publicado en el periódico tinerfeño La Prensa, en su edición del 29 de septiembre de 1934, realizado por el periodista Luis Álvarez Cruz. En la fotografía se pueden apreciar los denominados foles, pellejos de cuero de cabra con los que se transportaba el mosto desde el lagar a la bodega. El poeta y escritor lagunero es también autor del conocido libro *Las tabernas literarias de la Isla,* publicado en 1961

En el cercano Puerto de la Cruz se prodigaron igualmente, desde finales del siglo XVIII, las representaciones teatrales en época de Carnaval. Aquí las presenció, invitado por el comerciante inglés Little, el francés André-Pierre Ledru en febrero de 1797 en las casas de los negociantes Diego Barry y M. Cologan y en la del ex-cónsul inglés sir Favenc donde los invitados se entregaron "a la diversión y a la locura". En la velada ofrecida por Barry, tras la escenificación cervantina ejecutada por una treintena de jóvenes, hubo bailes españoles con buena música, sirviéndose finalmente —apunta Ledru— las viandas en las que, claro está, no faltó el buen vino del país:

"La cena fue todo lo alegre que pueda ser una reunión de cincuenta comensales, excitados por la buena comida, el malvasía y todo un cortejo de risas y diversiones."

Conviene recordar que por estas fechas y en las primeras décadas del siglo XIX —como bien refiere Manuel Hernández González— residía en el antiguo Puerto de La Orotava una burguesía comercial extranjera que se enriquecía con el nuevamente rentable comercio del vino que, a la vez, convirtió a este enclave costero del norte tinerfeño en puerto principal de Canarias. Los cuadros escénicos carnavalescos, pues, pasarán a ser un divertimento más de la acomodada elite portuense de entonces y la ciudad acabaría albergando, en 1823, el primer teatro del Archipiélago.

En definitiva, vino y Carnaval aparecen unidos a través del espectáculo cómico que unas veces se presenta espontáneo y callejero, burlesco y lascivo y otras de manera más elitista y recogida, pero al fin y al cabo, en ambos casos, en formas esencialmente mundanas.

No olvidemos tampoco que el elogio más célebre del malvasía isleño nos viene dado de la mano de un insigne de la literatura universal, William Shakespeare, creador del famoso sir John Falstaff, personaje pendenciero donde los haya y exageradamente adicto a los apetitos carnales, sediento siempre de nuestro caldo más representativo lo que le valdría el sobrenombre de "sir Juan Canarias" y al que incluso el dramaturgo inglés le llega a dar un toque carnavalesco al disfrazarlo de mujer y con varias cabezas postizas de gamo. El libertino Falstaff, "enorme bombarda" o "botella" de Canarias, entregado, por boca de otro personaje shakesperiano, el cura galés de *Las alegres casadas de Windsor* sir Hugo Evans, "a las fornicaciones, a las tabernas, al canarias, al viento, al hidromiel, a los licores fuertes, jugador escandaloso y camorrista", es, sin duda, aunque sólo sea en la ficción de la farsa, un llamativo y exagerado ejemplo de vinípota y una dramática ilustración de la vinolencia más evidente. Este Falstaff de comedia, que según parece dista mucho del verdadero caballero inglés de igual nombre que vivió entre los siglos XIV y XV y que Shakespeare inmortaliza de forma particular, simboliza, en suma, a aquellos alegres compatriotas, a los ingleses de carne y hueso del siglo XVII, a los que

según Olivia M. Stone se les soltaba la lengua y se les calentaba el corazón con el mosto generoso de uvas canarias, en un tiempo en el que hablar de vino de Canarias en Europa era referirse inequívocamente al malvasía de Tenerife.

FIG.10. Las antiguas tascas y bodegones han dado paso a nuevos y modernos establecimientos, como este ubicado en los aledaños del viejo muelle de Garachico, donde el vino isleño, avalado ahora por las distintas denominaciones de origen y la mejora en la presentación del producto, sigue siendo el protagonista (Foto: C. Velázquez)

FUENTES

- Fondo Cáceres (Documentos 4/6, 20/43, 27/34 y 27/44) Archivo Municipal de Garachico (Tenerife).
- Fondo Rodríguez Moure (*Vida Literaria,* obra manuscrita de Francisco Martínez de Fuentes, 1766-1841). Archivo de la Real Sociedad Económica de Amigos de País de Tenerife (La Laguna).

BIBLIOGRAFÍA

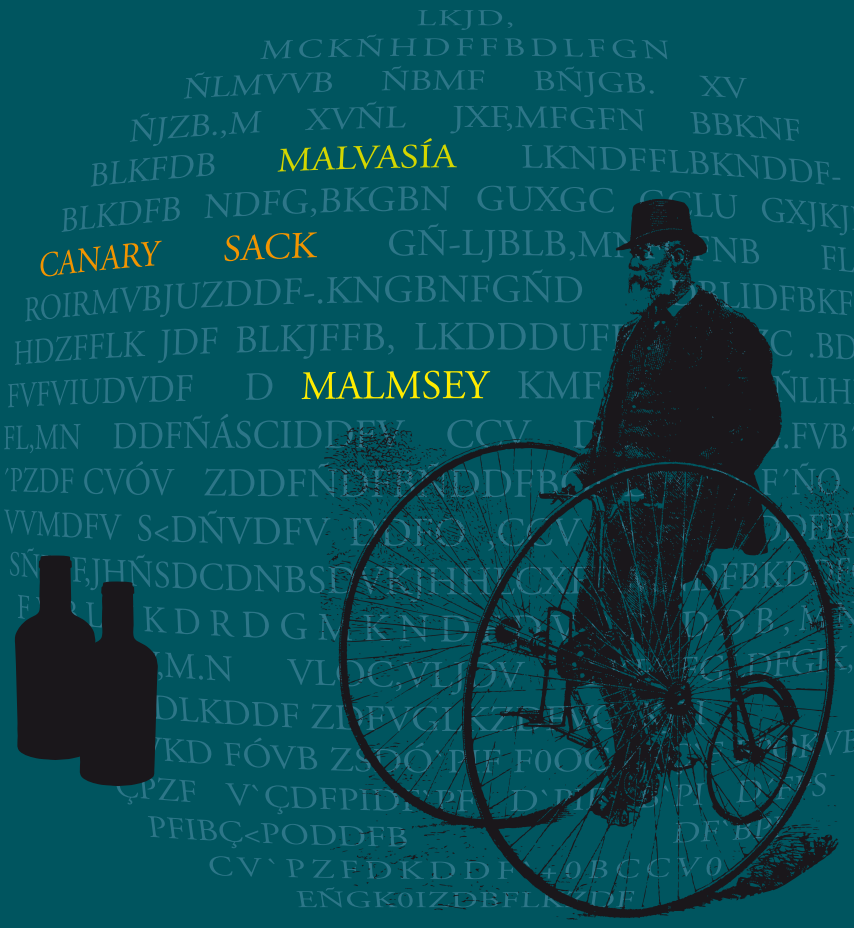
Barker, Ch. F. (2000), *Dos años en las Islas Canarias,* traducción de J. A. Delgado Luis y estudio crítico de M. Hernández González, La Orotava (Tenerife).
Berthelot, S. (1980), *Primera estancia en Tenerife (1820-1830)* traducción de L. Diego Cuscoy, Ed. Aula de Cultura del Cabildo de Tenerife e Instituto de Estudios Canarios, Santa Cruz de Tenerife.
Coquet, A. (1982), *Una excursión a las Islas Canarias,* traducción de J. A. Delgado Luis, La Orotava, Tenerife.
Debary, T. (1992), *Notas de una residencia en las Islas Canarias, ilustrativas del estado de la religión en ese país,* traducción de J. A. Delgado Luis e introducción de M. Hernández González, La Orotava, Tenerife.
De Lorenzo Cáceres, A. (1941), *Malvasía y Falstaff. Los vinos de Canarias,* Ed. Instituto de Estudios Canarios, La Laguna de Tenerife.
Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana (1966), Ed. Espasa-Calpe S.A. Madrid, 1966, tomo 69.
Edwardes, Ch. (1998), *Excursiones y estudios en las Islas Canarias,* traducción y notas de P. Arbona Ponce, Ediciones del Cabildo Insular de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria.

García Pérez, J. L. (1988), *Viajeros ingleses en las Islas Canarias durante el siglo XIX,* Servicio de Publicaciones de la Caja General de Ahorros de Canarias, Santa Cruz de Tenerife.
Glas, G. (1982), *Descripción de las Islas Canarias, 1764,* traducción de C. Aznar de Acevedo, Ed. Instituto de Estudios Canarios, Tenerife.
Goodenough, A. K. (2002), *Un rincón en el Jardín de las Hespérides,* traducción de J. A. Delgado Luis y estudio crítico de M. Hernández González, La Orotava, Tenerife.
Hernández González, M. (1990), *La religiosidad popular en Tenerife durante el siglo XVIII (Las creencias y las fiestas)* Secretariado de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, La Laguna, Tenerife.
Hernández González, M. (2002), *Tenerife. Patrimonio histórico y cultural,* Editorial Rueda, Madrid.
Hernández González, M. (2007), *Fiestas y creencias en canarias en la Edad Moderna,* Ediciones Idea, Tenerife.
Ledru, A. P. (1982), *Viaje a la isla de Tenerife (1796)* traducción de J. A. Delgado Luis y nota preliminar de J. Hernández García, La Orotava, Tenerife.
Martínez Galindo, P. M. (1998), *La vid y el vino en Tenerife en la primera mitad del siglo XVI,* Instituto de Estudios Canarios, La Laguna, Tenerife.
Nácar, E. y Colunga, A. (1974), *Sagrada Biblia,* versión directa de las lenguas originales, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid.
Shakespeare, W. (1961), *Obras completas,* estudio preliminar, traducción y notas por L. Astrana Marín, Ed. Aguilar, Madrid.
Samler Brown, A. (2000), *Madeira, Islas Canarias y Azores,* traducción de I. Pascua Febles y S. Bravo Utrera, Ediciones del Cabildo Insular de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria.
Stone, O. M. (1995), *Tenerife y sus seis satélites,* traducción y notas de J. A. Amador Bedford e introducción y revisión de Jonathan Allen Hernández, Ediciones del Cabildo Insular de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria.
Vernau, R. (1982), *Cinco años de estancia en las Islas Canarias,* traducción de J. A. Delgado Luis, notas y mapas de M. J. Lorenzo Perera y nota preliminar de J. Hernández García, La Orotava, Tenerife.
Vieira, A., *A vinha e o vinho na história e historiografía das ilhas,* www.escribd.com/doc/13604937/avinhaevinhodasilhas, consultado el 5/5/2009.
VV. AA. (2005), *Guía de Isora y Garachico: dos pueblos y una devoción. Historia de Nuestra Señora de Guía (Textos y documentos)* Ed. Ayuntamiento de Guía de Isora (Biblioteca de Estudios Isoranos), Guía de Isora.

VINO Y VIAJEROS EXTRANJEROS

NICOLÁS GONZÁLEZ LEMUS

La producción vinícola y el viaje del británico Henry Vizetelly en 1887 a Tenerife



LA PRODUCCIÓN VINÍCOLA Y EL VIAJE DEL BRITÁNICO HENRY VIZETELLY EN 1877 A TENERIFE

Nicolás González Lemus

Atraído por la fama de nuestros caldos en su tierra, Inglaterra, en 1877 viajó a Tenerife Henry Vizetelly. ¿Cómo se fraguó esa fama? y ¿cuándo dejó de tener protagonismo? La pérdida del mercado inglés supuso la práctica desaparición de nuestros vinos. Seguramente, si nos acercamos a la historia de la producción de nuestros caldos y su relación comercial con el país de Albión entenderemos mejor las coordenadas históricas.

La vid encontró condiciones óptimas en el archipiélago, tanto por su clima, seco y soleado, como por la calidad del suelo. Según Viera y Clavijo, en su *Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias,* "los sarmientos plantados en las islas realengas durante los lustros inmediatamente posteriores a la conquista proceden del Mediterráneo oriental, en especial las parras productoras del celebérrimo malvasía, aunque alguna otra variedad fuera trasplantada de distintos lugares de la Península"[1]. En efecto, si atendemos a las conocidas fuentes inglesas de Thomas Nichols, Edmund Scory, Alfred Diston, George Glas o George Mac Gregor; las diferentes variedades de parras españolas, sin intentar agotar el repertorio, eran la listán, la albillo (conocida también por uva perruna), el negromolle, la bermejuela, las andaluzas quebrantatinajas y almuñécar, entre otras. Como señala el profesor Béthencourt Massieu, no todos los racimos de estas variedades eran aptos para la elaboración de caldos exportables; algunos proporcionaban aguardientes y otros estaban destinados al consumo local.[2]

Los caldos exportables eran otros. Tenerife fue la principal isla productora en cantidad y calidad del célebre malvasía, introducido a comienzos del siglo XVI en el norte de Tenerife, aunque compartía su cultivo también con La Palma, cuya producción se exportaba a Europa, sobre todo a Inglaterra, y del vidueño —más flojo y de menor calidad y graduación—, cuya parra era poco exigente y se adapta a muchos tipos de suelos, razones por la que estaba muy extendida en el resto de las islas.[3]

Los principales mercados eran las Indias españolas. Como afirma Peraza de Ayala, el régimen de privilegios que gozaron las Canarias en el comercio indiano obedeció desde la segunda mitad del XVI a su pobreza, entre otras razones.

1.- José de Viera y Clavijo, *Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias, o índice alfabético descriptivo de sus tres Reinos, animal, vegetal y mineral.* Nivaria Ediciones. La Laguna, 2004. Págs., 400.
2.- Béthencourt Massieu, Antonio, *Canarias e Inglaterra: el comercio de vinos (1650-1800).* Cabildo Insular de Gran Canaria. Las Palmas, 1991. Pág., 12.
3.- *Ibídem.*, pág., 13.

Era natural que la Corona procurara fortalecer de manera económica a sus moradores, teniendo en cuenta la constante fricción con Portugal a lo largo del siglo XV[4]. Para atender a este mercado, las islas llegaron a contar con una flota mercante propia, que le independizaba por completo de los mercaderes y marineros peninsulares, y aunque el mercado americano pudo absorber la totalidad de la producción, como muy bien analiza Morales Padrón, las ideas económicas por aquel entonces y las maniobras de Sevilla y Cádiz entorpecieron el desarrollo de las exportaciones que las islas demandaban.[5]

Otro de los mercados era el Imperio colonial portugués. Estaba integrado por los establecimientos lusitanos en la costa atlántica de África —Angola y Guinea, principalmente—, las islas de Cabo Verde y Brasil. La explicación de este comercio, ya tradicional a mediados del siglo XVI, obedecía a la ruta de los veleros hacia el Atlántico meridional: Canarias era la escala obligada por los vientos reinantes y corrientes marinas. Su comercio llegó a su esplendor en los años posteriores a 1580, fecha en que Felipe II incorpora a sus dominios el reino de Portugal y su Imperio.[6]

Pero, el mercado americano no se restringía con exclusividad al Imperio español; también las colonias británicas en América Septentrional y las islas de las Antillas —que fueron cayendo a lo largo del XVII en manos de Inglaterra—, estuvieron abastecidas de vino desde Canarias. Las variedades reenviadas desde los puertos ingleses eran vidueños y malvasías.

El cultivo de la malvasía fue la auténtica variedad de uva que mayor riqueza generó. Gozó del suficiente reconocimiento y popularidad en sus principales mercados: Europa. Las partidas de los caldos eran remitidas a los países septentrionales del Viejo Continente. Aunque la principal consumidora era Inglaterra, también Holanda, Escocia, Francia y Prusia, y algunas otras naciones nórdicas también degustaban el malvasía. El volumen exportado a Inglaterra era mucho mayor que el de la totalidad de las otras naciones. Naturalmente, Tenerife era la principal beneficiada por este tráfico, seguida por la isla de La Palma. El consumo de malvasía en Inglaterra, como en el resto de la Europa nórdica, irá en aumento debido a las dificultades que los ingleses encontraban para aprovisionarse en las islas del Mediterráneo oriental, a consecuencia de la amenaza de los turcos. Los navegantes ingleses de la Compañía de Levante, antecedente de la *East India Company* de Inglaterra, realizaban el comercio desde los primeros años del siglo XVI en el Mediterráneo, pero se verán obligados a abandonar ese enclave por los peligros de las amenazas turcas. Se establecen en el sur de España. Precisamente, la llegada a Andalucía de oro, plata, perlas, piedras preciosas, azúcar, cueros y otras valiosas mercancías procedentes de América determinó que los ingleses se dirigieran al continente americano en estos prime-

FIG.1. Uva malvasía con la que Canarias alcanzó su esplendor económico en el siglo XVII

4.- Peraza de Ayala, José. "El régimen comercial de Canarias con las Indias en los siglos XVI, XVII y XVIII", en *Revista de Historia*. Universidad de La Laguna, 1950 T. XVI, Págs., 199-244 y 339-383; 1951 y 1952, T. XVIII, Pág., 121-166.

5.- Béthencourt Massieu, Antonio, *op. cit.* pág., 14.

6.- *Ibídem.*, pág., 17.

ros años del teatro de expansión comercial europea, según el viajero Robert Tomson (1555).[7] El Sherry y Jerez eran ya populares en Inglaterra desde comienzos del XVI, y desde 1517 recibieron los mercaderes británicos licencia especial para traficar con vinos en Jerez, el Puerto de Santa María y Sevilla.

FIG.2. Barcos del siglo XVII frecuentes en aguas canarias para transportar nuestros caldos (*Gran Atlas* de Johannes Blaeu. Libsa)

El vino se convirtió en el más importante producto de exportación, con cuyo comercio las Canarias vivieron un auténtico esplendor económico. En el siglo XVII se cultivaban el *Verdona* o *Vino verde,* fuerte, más áspero y más ácido que el *Canary wine,* el cual no se exportaba demasiado para Europa, sino que se enviaba sobre todo para Las Antillas. En la medida en que se conservaba mejor en los países cálidos y era más barato, los viajeros o navegantes los compraban para llevarlo a bordo durante sus travesías. Este tipo de vino era producido en el este de Tenerife y se exportaba desde el muelle de Santa Cruz. Los otros dos vinos, el *Malvasía* y el *Canary wine [Canary sack],* se cosechaban en el oeste de la isla. A lo largo del siglo XVII sus producciones se convirtieron en los auténticos protagonistas del desarrollo de la economía canaria. Se exportaban para Europa, sobre todo para Gran Bretaña, desde el Puerto de Orotava (hoy Puerto de la Cruz), «el puerto más importante de la isla y donde residía una pequeña colonia inglesa y el consulado de Inglaterra». El *Malvasía* y el *Canary Sack* eran considerados como los de mejor calidad. Bien entrado el siglo XVII su producción se extendió al resto del archipiélago. Las islas de mayor producción eran Tenerife, La Palma, Gran Canaria y, en menor medida, La Gomera. Las principales zonas de viñedos en Tenerife eran Buenavista, la comarca de Daute, el valle de La Orotava, Tegueste y especialmente San Juan de la Rambla, que era donde se producía el mejor vino de la isla. Según William Dampier, uno de los más grandes exploradores del siglo XVII, además de un gran observador y naturalista, que visitó Tenerife en enero de 1698, los vinos de Tenerife eran los mejores del mundo. En Gran Canaria destacaban los viñedos de Telde. En La Palma las mejores cepas se encontraban en las Breñas.[8]

FIG.3. El navegante inglés William Dampier recoge en sus diarios de viaje los tipos de vinos en el siglo XVII (Woodhouse, Gordon H. State Library of Victoria, Australia)

La malvasía y el *canary sack* se exportaban para todo el mundo. Por estos tipos de vinos venían las naves de Londres, Amsterdam y otros puertos a nuestras radas para cargarlos y volver a sus puntos de origen, comenta Dampier. El consumo de los caldos canarios era de lo más habitual en Inglaterra. Según el naturalista francés Michel Adanson (1749), el *canary wine* era un vino fuerte con alto contenido de alcohol que se obtenía de una uva gruesa; era el corriente; sin embargo, el vino malvasía se obtenía

7.- Hakluyt, Richard. *Principal Navigations...* (1552-1616). London, 1589. Iª Ed. Pág., 580.
8.- Dampier, William. *A New Voyage Round the World.* Arg. Press. London, 1927, págs., 38,72.

de una uva redonda y bastante dulce, por eso tenía un sabor dulce y agradable, muy superior al primero.[9] Aunque ambos vinos se exportaban, el malvasía era la auténtica variedad del comercio vitivinícola anglo-canario. El comercio estaba casi totalmente en manos de traficantes británicos; se calcula que en el siglo XVII la presencia de ingleses y holandeses en las islas no bajaba de los mil quinientos.[10] Con su comercio las islas vivieron una gran prosperidad. A decir de verdad, el comercio de Canarias con Inglaterra siempre estuvo manejado por mercaderes de esta nación, lo que suponía un provechoso beneficio por la gran cantidad de manufacturas que los ingleses vendían en las islas a buen precio, comprando pipas de malvasía baratas, lo cual permitía la reventa en Gran Bretaña a precios moderados.

Pero precisamente la comercialización de los caldos isleños en manos de ingleses era el inconveniente más grave de este comercio con Inglaterra. Y esto pasó factura.

Poco después de ser proclamado soberano de Inglaterra Carlos II, este promulgará una serie de leyes importantes para el desarrollo de Inglaterra: La Ley de Navegación (1600/61). La ley, perfilada años después con sendas disposiciones, constituiría la base del sistema colonial británico. Encuentra su perfil definitivo con la *Staple Act,* en la que se hace constar como fin expreso "hacer de este país el centro de depósito, no sólo de las mercancías de las colonias, sino también de los demás países y lugares que estén destinadas a introducirse en las colonias". Según esta disposición, los caldos en el futuro deberían ser embarcados bajo pabellón inglés, transportados a Inglaterra, donde pagarían altos aranceles, vueltos a embarcar rumbo a las colonias, previo pago de impuestos de salida, al igual que de entrada en el punto de destino americano. El precio de venta al público tendría forzosamente que ser elevadísimo, tanto por el aumento de los impuestos como por la carestía de los fletes.

Con ser gravísimo, no era lo peor. Una disposición complementaria del 15 de julio de 1663 establece que "ningún género, fruto o manufactura de Europa puede ser embarcado directamente a cualquiera de las colonias inglesas en América, África o Asia, so pena de confiscación de todos los géneros... y también de la embarcación o navío en que fuesen transportadas. Y quedan exceptuados los siguientes: sal procedente de las islas Veste o Azores destinada a la salazón de la pesca de Nueva Inglaterra, víveres de Irlanda y los vinos de los archipiélagos portugueses del Atlántico".[11] Planteada de esta forma la cuestión, el tráfico de los vinos canarios quedaba fuera de plaza. Era imposible sostener la competencia con los caldos de Madeira y Azores. "Golpe tan feliz para la isla de Madeira como infausto para las Canarias", comentará el propio Viera y Clavijo.[12] En efecto, no escapó a los cosecheros canarios de la época ni a las autoridades insulares su preocupación.

¿Qué motivos pudieron tener los ingleses para conceder semejante trato de favor a los portugueses?, se pregunta el profesor Béthencourt Massieu. Encontramos dos respuestas distintas. La primera, la boda de Carlos II con Catalina de Braganza en 1662 hizo que la Reina, gimiendo favores portugueses, obtuviese la prohibición de que «sus vasallos trans-

9.- Adanson, Michel. *Histoire naturelle du Sénégal, coquillages: avec la relation abrégée d'un voyage fait en ce pays, pendant les années 1749, 50, 51, 52 & 53*. C.-J.-B. Bauche. París, 1757 (existe traducción al español con el título de *Viaje a Senegal,* J.A.D.L., La Orotava. 1998).

10.- Lorenzo Cáceres, Andrés. *Malvasía y Falstaff. Los vinos de Canarias,* La Laguna de Tenerife, Instituto de Estudios Canarios. La Laguna, 1941, pág., 18.

11.- Béthencourt Massieu, Antonio *op. cit.* pág., 37.

12.- Viera y Clavijo, José de. *Noticias de la Historia General de las Islas Canarias.* Goya Ediciones. Santa Cruz de Tenerife, 1971. Pág., 263.

portasen los vinos tinerfeños a las colonias», tesis de Lorenzo Cáceres. La segunda, mucho más convincente, obedece a la deuda contraída por Portugal con Inglaterra por la ayuda prestada a los portugueses en su lucha por la independencia contra España, por la que los ingleses intentaban sacar beneficio económico; tesis de Béthencourt Massieu. Era, pues, natural que Inglaterra prefiriese favorecer a tan buena y segura aliada, que no a una potencia rival. Todavía hemos de añadir que es más razonable explicar la boda de Carlos II con Catalina dentro de este cuadro general de las relaciones anglo-lusitanas, que no el trato de favor como una concesión del monarca ante la petición de su afligida esposa.[13]

Por otro lado, desde hacía algún tiempo venía sucediendo un cierto desorden por navegar a las islas un gran número de revendedores que no tenían experiencia del comercio. Resultado: una inversión del signo del mercado. El exceso de la demanda de vinos hizo duplicar su valor, mientras que al abarrotar de manufacturas inglesas a las islas, los precios bajaron de manera estrepitosa. La falta de una debida regulación de los vinos motiva la intervención de la corona inglesa para defender el bienestar de su pueblo, que sufre perjuicio al no vender las manufacturas a buen precio y, de paso, intenta un aumento en las aduanas. La solución para poner fin al desordenado negocio de revendedores y otros tenderos no versados en el negocio y comercio de mercancía es la fundación en 1665 de la Compañía de Mercaderes de Londres para que negocien con las islas de Canarias.

FIG.4. Detalle de lagar antiguo en Frontera, El Hierro (Foto: Alejandro Delgado de Molina)

Cosecheros y autoridades de Tenerife lucharán en el transcurso de un siglo y tratarán de presionar ante el Gobierno de Londres por medio de los Embajadores de España, con la finalidad de recuperar el beneficioso tráfico. La lucha será titánica e ineficaz.

Como consecuencia, a finales del siglo XVII comienza la lenta agonía del vino malvasía. Se pierde definitivamente el mercado inglés, pero a pesar de ello, los bancales cubiertos de dorados viñedos, allá donde la tierra se ha podido sujetar un mínimo, proliferan las terrazas cultivadas de vides, pero no ya de malvasía. Viera y Clavijo relata con claridad el momento que el producto dejaba de embarcarse de nuestros puertos con destino a Europa:

Hasta muy entrado este siglo todo el vino que se hacia de estas uvas, era de esta clase, y los ingleses y holandeses lo venían à buscar, sacando todos los años más de 16.000 pipas, y que pagaban a buen precio, según la calidad (primera, segunda y tercera). Pero la moda de este licor pasó ya en Europa y se fabrica ahora muy poco.[14]

El bloqueo que la Francia napoleónica impuso a Gran Bretaña en los años de la guerra ayudó algo a restablecer el comercio de los caldos con el país de Albión, dadas las dificultades que tenían los ingleses para el suministro de vinos del continente.

13.- Béthencourt Massieu, Antonio *op. cit.* pág., 38

14.- Viera y Clavijo, José de. *Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias, o índice alfabético descriptivo de sus tres Reinos, animal, vegetal y mineral.* Nivaria Ediciones. La Laguna, 2004. Págs., 401.

Pero, los viñedos comienzan su declive definitivo a partir de 1815, tras el fin de las guerras napoleónicas, la independencia de las colonias americanas y posteriormente heridos de muerte cuando fueron atacados muy violentamente por la enfermedad del *oidium* en 1852, una enfermedad que afectó a la vid, no sólo en Canarias, sino también a la de toda Europa —Portugal, Francia, Italia, Austria, Rumanía, etc.— durante los años 1848 y 1858.[15] Más tarde, exactamente en 1878, otras enfermedades, como la *mildew,* atacaron a las vides continentales (causaron grandes daños en Francia), pero no llegaron a afectar a las de Canarias, sino en algunas zonas vinícolas muy localizadas, porque se estuvo a tiempo con tratamiento a base de sulfato de cobre. Sin embargo, las vides de Tenerife, como las del resto del archipiélago padecieron los efectos de la *autracuosis,* una enfermedad conocida con el nombre de *azulejo.* Para evitar esta enfermedad, lo mismo como para combatir la del *mildew,* se recurrió al sulfato de hierro y al caldo bordelés reforzado —una mezcla de agua caliente con sulfato de cobre y cal—.

En las primeras décadas del siglo XIX sobrevivían, según Alfred Diston, las variedades de vidueños, negromolle, tintillo, pedro jiménez, forastero, gual, baboso y marmajuelo (variedad de uva blanca más conocida como bermejuela). El malvasía, blanco —malvasía verde—, descrito por Viera y Clavijo, que compite con los mejores caldos secos de Madeira o Jerez —y el púrpura— o sea dulce, licoroso y acompañado de perfume —con un cierto parentesco con el Málaga—, seguido de otros tipos dulces como los moscateles (blanco y tinto), el moscatelito blanco y en menor medida, el mallar tinto, verdello y vijariego.[16]

Todavía a mediados del siglo, restos de parras de malvasía permanecían en pie en compañía de la variedad de la uva negra de vidueño; y ambas compartían el mismo suelo tras la introducción de la cochinilla. Junto a las desoladas parras, también permanecieron en pie, formando una característica del paisaje, las pesadas y viejas presas de madera para el vino: los lagares. Atrás también había quedado el puerto de Garachico y Puerto de Orotava como centros comerciales de los afamados vinos de la Isla Baja y del valle de La Orotava, respectivamente. Ahora, la actividad comercial se había trasladado al puerto de Santa Cruz, no tanto para la exportación de caldos como para la exportación del nuevo monocultivo que lo sustituyó: la cochinilla. Y justo, cuando las islas estaban viviendo los primeros años del estrepitoso fracaso de la cochinilla y cuando en la Inglaterra victoriana ya habían perdido popularidad los caldos isleños visita la isla Henry Vizetelly ¿Quién era este enólogo británico?

HENRY VIZETELLY Y LOS VINOS DE TENERIFE

De familia italiana emigrada a Inglaterra, Henry Vizetelly nació en Londres en 1820, y a lo largo de su vida fue grabador, impresor y editor. Desde joven destacó como un buen impresor de grabados en madera que tuvieron mucho prestigio en el Londres victoriano. También sobresalió como un excelente cronista en los periódicos locales. A los 32 años fundó con su hermano James Thomas y su amigo Andrew Spottiswoode el *Pictorial Times.* Entre 1850 y 1854 se dedica a la publicación de libros ilustrados de estilo victoriano: el *Christmas with the Poets,* está, sin duda, considerado el más fino. En 1855 funda un nuevo periódico, *The Illustrated Times,* donde colaboran destacadas firmas y algunos artistas de renombre como Hablot Browne, Birket Foster y Gustave Doré. No obstante, el periódico lo vendió a los tres años, 1858, por £4.000. Pero no le fue bien como independiente y regresó a su antiguo periódico para trabajar, ahora como empleado, hasta que el rival, el prestigioso *The Illustrated London New* lo contrata y lo envía a París en 1865 como corresponsal

15.- El nombre del oidium, se debe a la memoria de su descubridor, el jardinero inglés Oidium Fucker, en 1845.
16.- Diston, Alfred. *Costumes of the Canary Islands.* Smith, Elder & Co., London 1829.

por un salario de £800 anuales. Durante los años que Henry Vizetelly permaneció en la capital francesa publica varios libros. Más tarde, en 1872, es enviado a Berlín también como corresponsal, y allí escribió el libro *Berlín bajo el Nuevo Imperio,* publicado en 1879.[17]

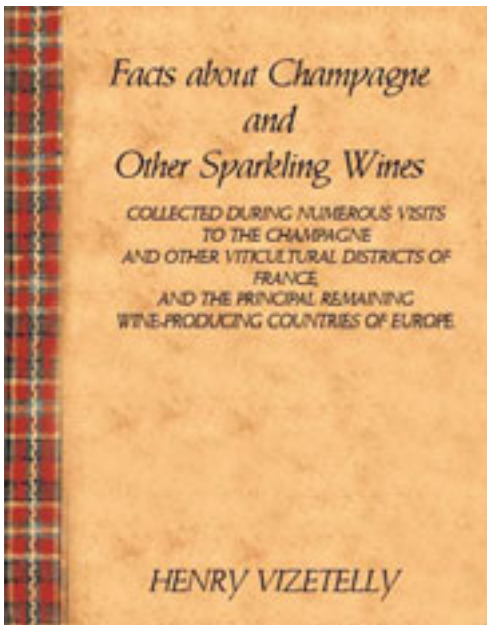


FIG.5. Libro de Henry Vizetelly sobre las zonas vinícolas (1879)

De regreso a Londres se establece como editor y traductor bajo la firma Vizetelly & Co, primero en el 42 de Catherine Street, Stand, y después en 1887 en la Henrietta Street en el Covent Garden. Traduce al inglés a autores rusos (Nikolái Gógol, Fiódor Dostoyevsky, León Tolstói, entre otros) y a los franceses Gustave Flaubert, Alphonse Daudet, Charles Victor Cherbuliez y a Émil Zola, del que era un devoto admirador. Tradujo *Nana (*1884), *La Taberna* (1885), *Germinal* (1885), pero precisamente la traducción y publicación en 1888 de *La Tierra* le trajo serios problemas. La Asociación de Vigilancia Nacional, grupo que velaba por la moralidad social, denunció a Henry Vizetelly y hubo un gran debate en la Cámara de los Comunes. La Asociación de Vigilancia Nacional argumentaba que aunque el Acta de Educación de Foster de 1870 garantizaba una educación básica para todos los estudiantes en Inglaterra, no se podía permitir el acceso de las clases más bajas a descripciones de contenido sexual en novelas como *La Tierra*. Las traducciones de Zola fueron consideradas deplorables y de literatura desmoralizante.

En 1888 Vizetelly fue condenado a pagar la suma de £100 por publicar "libelos obscenos", en especial en *Nana, Pot-bouille* y *La Tierra*. Por continuar vendiendo traducciones de Zola fue denunciado de nuevo al siguiente año. En esta ocasión le condenaron a tres meses en la prisión de Holloway. El caso de Vizetelly provocó una profunda división en la sociedad victoriana entre los lectores de literatura de masas y literatura de élite como consecuencia de los patrones educativos que había establecido el Acta de Educación de 1870, la erradicación del analfabetismo, la comprensión de la revolución industrial y la educación en los valores democráticos. Zola no fue prohibido en Francia, pero sí en Inglaterra. Sin embargo, a pesar de ello, Henry Vizetelly se encontró con Zola cuando visitó el novelista francés Londres en 1893 y cinco años después, en 1898, durante su destierro en la capital inglesa tras la publicación de *Yo acuso,*[18] un alegato en favor del capitán Alfred Dreyfus mediante una carta abierta al presidente de Francia M. Felix Faure y publicado en francés por el diario *L'Aurore* el 13 de enero de 1898 en su primera plana.

Pero, además de impresor, traductor y editor, Henry Vizetelly fue también un destacado y reconocido enólogo. Entra en contacto con el mundo vitivinícola desde muy temprano, y ya en 1873 era una autoridad en vinos en Inglaterra. Ese año participó en un jurado en la Exhibición de Vinos en Viena. Actuó también en jurados en exhibiciones celebradas en Inglaterra, Francia y Alemania. Viajó por las zonas más ricas en vinos de Europa (Francia, España y Portugal). Primero editó el libro *Los vinos del mundo* (1875), donde ya muestra su buen conocimiento sobre los vinos, siendo el primero que

17.- *Dictionary of National Biography.* Sidney Lee. London, 1917, pág., 384.
18.- *Ibídem.,* pág., 385.

recoge el vino "manzanilla de Sanlúcar", uno de los contadísimos vinos en todo el mundo que no toma su nombre del lugar de origen. Después realizaría muchos viajes por zonas vitivinícolas que publicaría en una serie de monografías. *Facts about Sherry* (1876), producto de su viaje por tierras andaluzas y que contiene una serie muy interesante de imágenes de los trabajos en las bodegas y la campiña; *Facts about Champagne and Other Sparkling Wines* (1879) consecuencia de sus numerosas visitas a la Champagne y otras zonas vinícolas de Francia; y *Facts about Port and Madeira,* donde recoge no sólo un amplio estudio sobre los vinos de Madeira, sino también los viñedos de los alrededores de Lisboa y otras partes de Portugal. En este trabajo monográfico relata su viaje a Tenerife, publicado en 1880.[19]

FIG.6. Sir John Falstaff, gran consumidor de vino canario inmortalizado por Shakespeare en su *Enrique IV*

Todo empezó cuando el periódico *Pall Mall Gazette,* recién fundado (1865) en Londres, encargó a Henry Vizetelly que realizara un viaje a Madeira para que elaborara un reportaje sobre los vinos de la isla y otras áreas vinícolas portuguesas. Pero cuando se encontraba en Madeira, Vizetelly pensó en trasladarse a Tenerife para probar los vinos que se bebían en la era isabelina, el *Canary Sack,* que tanto amaba Sir John Falstaff, frecuentemente citado por Shakespeare, o el malvasía, "que tan dramático final le trajo al desafortunado Jorge, duque de Clarence, hermano del Rey Eduardo, encontrado ahogado en un barril de "canary" en la Torre de Londres". Por aquel entonces, con el movimiento marítimo transatlántico existente, era fácil coger un vapor desde Madeira a Tenerife, en la medida en que ambos puertos eran de escala. Apenas se tardaba 24 horas. Acompañado por su hijo Ernest Alfred, el experto enólogo se acercó a la isla en el otoño de 1877. Sus impresiones del viaje fueron publicados en las columnas del *Pall Mall Gazette,* luego fue recopilado y editado en formato de libro en 1880.

Como era usual en los viajeros que visitaban lugares en el extranjero, lo primero que hacían era ir a ver al representante de su nación, en esta caso Vizetelly visitó a su cónsul, Charles Saunders Dundas. Ellos eran los que les daban toda la información de mucho interés sobre el lugar. Estamos seguros que Vizetelly le preguntaría qué bodegas había en la ciudad donde pudiera probar algunos vinos sobresalientes de la isla y el cónsul le informó que se dirigiera a los señores de las dos firmas comerciales inglesas más importantes en Santa Cruz: Hamilton & Co. y Davidson & Co. Serían los miembros de estas familias británicas los que le facilitarían a Vizetelly la información necesaria sobre los caldos isleños y donde tuvo el placer de degustar algunos vinos de alta calidad.

Según los datos proporcionados por el viajero británico, podemos apreciar el vertiginoso descenso del comercio del vino en las islas. Entre 1830 y 1840 las vendimias en las siete islas alcanzaron unas 46.000 pipas de vino anuales, de las cuales más de la mitad las proporcionó Tenerife. Fueron exportadas entre 4.000 y 5.000 pipas por año. Sin embargo, en el segundo lustro de 1860, Tenerife sólo exportó 200 ó 300 pipas a Inglaterra, Rusia, Francia, Hamburgo, las Antillas y la costa occidental de África. El descenso fue muy acusado. Tenerife, como el resto de las islas, había optado por la

19.- Vizetelly, Henry. *Facts about Port and Madeira, with, notices of wines vintaged around Lisboan and the winwa of Tenerife.* Ward, Lock, and Co. London, 1880.

industria de la cochinilla como sustituto de los viñedos, aunque cuando Vizetelly visitó la isla, la cochinilla estaba viviendo sus últimos días y muchos cosecheros, todavía con recursos económicos para invertir, se estaban planteando cultivar tabaco —recomendado por la Real Sociedad Económica de Amigos del País— o volver a plantar la vid.

FIG.7. José Luis Santos. *Objeto para una bodega.* Madera y acero, 133x123x48 cm. (2006)

En el último cuarto del siglo XIX los mejores vinos se producían en el valle de La Orotava, El Sauzal, La Victoria, Santa Úrsula, Icod, Garachico, Buenavista y Valle de Guerra. Las producciones de Arafo y Güímar eran inferiores y se destinaban para el consumo local. Las vendimias solían ser en agosto, pero el año de la visita de Henry Vizetelly, 1877, se retrasó hasta la primera semana de septiembre y no acabó antes del comienzo de octubre. Por supuesto que las vendimias en las zonas de costa eran antes que en las tierras de mayor altitud. La dureza del trabajo del campesinado entonces lo refleja el viajero con una muy ilustrada imagen literaria:

La uva se llevaba desde los viñedos al lagar por el campesinado —hombres, mujeres y niños— en enormes cestos cargados en sus espaldas o cabezas a una distancia de un par de millas, asistiéndose con una vara grande para ayudarse a descender por la veredas de las montañas.

El vino favorito entonces en la isla era el vidueño, o el "vidonia", como a veces se le llamaba, elaborado con mezclas de variedades blancas.[20] También nos habla Vizetelly que había una variedad negra de vidueño, muy raro y que se producía en el valle de La Orotava. Otras variedades eran el tintillo y el negromolle, pero no estaban muy extendidas aún. Después, el británico enumera la serie de variedades de uvas que se encontraban en las islas: moscatel (blanco y tinto), la española, el verdello (blanca), la pedro ¡iménez, la forastera (variedad de uva blanca), vijariego (también variedad de uva blanca) y la gual (variedad blanca muy cosechada en la comarca de Acentejo, El Sauzal y La Victoria) que daba un vino de fuerza alcohólica y aromático, pero que necesitaba mantenerse algunos años en barrica para liberarlo de sus asperezas naturales en aras de lograr un sabor agradable.[21]

En el tiempo que Vizetelly visitó Tenerife, los vinos se transportaban a Santa Cruz en la primavera siguiente de las vendimias y se pagaban al cosechero a unas £10 la pipa, unas 250 pesetas (aproximadamente 1,50 euros) .

En la casa comercial de los *Hamilton & Co.* —establecida en la isla desde 1816 en una hermosa casa construida en los comienzos del siglo XIX, con un patio interior espacioso, rodeado de galerías de madera negra muy pintorescas, cuyos pilares y balaustradas estaban finamente moldeadas y talladas, situada en la calle de la Marina— Charles Howard Hamilton llevó a Henry Vizetelly a la larga bodega estrecha que estaba a la derecha. Aquí probó una variedad

20.- *Ibídem.*, pág., 206.
21.- *Ibídem.*, pág., 207.

de cosecha de vidueño. Comenzó con unas añadas de 1876 y 1877, las cuales, sin embargo, no habían desarrollado ninguna característica especial. Sin embargo, una muestra de 1874 tenía un buqué extraordinario, y un vino de 1871 72, destinado para el mercado ruso, había adquirido una riqueza aceitosa y un aroma considerable, afirma el británico. Otro, llamado *Taoro,* vendimiado hacía cuatro o cinco años, era bastante dulce; pero en el curso de algunos años —le dijeron— desarrollaría un agrio acusado. A un vino de quince años, "que había hecho un viaje a las Indias Occidentales y regresado de nuevo a Tenerife, y a un "London Particular" de 1865, se les habían añadido, como era normal en los vinos de Tenerife, unos 8 galones (30,28 litros) de alcohol por pipa, y eran de un tipo extraordinario y aromático, aunque más claros que los de Madeira de la misma edad".

FIG.8. Trabajadores con toneles en el patio de la Casa Hamilton en Santa Cruz de Tenerife

Comenta Vizetelly que la fermentación de los vinos en Tenerife es similar a la realizada en Madeira, pero con una excepción. Antes del *oidium* había unas pocas estufas en la isla, pero cuando él visitó Tenerife ya no se usaban. El vino se dejó de someter a calor artificial con el propósito de adelantar la fermentación. Si se dejaba a sí mismo sin intervención, tenía la tendencia a ponerse áspero cuando maduraba. Para evitarlo, al llegar los vinos de la última añada desde las bodegas de los cosecheros a Santa Cruz entre abril y mayo, se mezclaba con un poco de "gloria" —un tipo de ligero vino dulce—, se realizaba un constante trasiego y se le añadía un poco de alcohol.

La otra casa británica que visitó el enólogo británico fue la *Davidson & Co.,* heredera de la casa comercial *Le Brum and Davidson,* establecida por Guillermo Davidson Middleton y Elías Le Brum y disuelta en 1859 tras vender la acciones los herederos de la familia Le Brum. Por aquel entonces era responsable de la *Davidson Co.* Jorge Davidson Akinson, hijo de Guillermo. Su almacén lo formaba una serie de edificios en forma de herradura situado en el distrito norte de Santa Cruz y tenía en las bodegas unas 6.000 pipas aproximadamente. Aquí no le acompañó ningún miembro de la familia a la bodega. Un venerable maestro de bodega, que podría tener unos 70 años, le condujo hacia ella. Vizetelly empezó por degustar un vino de 1875 que tenía un buen sabor, y otro de 1874, con el mismo aroma y suavidad. Un vino seco de ocho años había adquirido las características que el de un madeira; otro vendimiado hacía unos doce años era rico y de un tipo extraordinario, mientras que un viejo malvasía de 1859 tenía todo el aroma y el sabor de un fino licor. Por fin, el británico pudo probar un vino malvasía isleño. Después de probarlo comenta que el vino de Tenerife tiene su especial característica, diferenciándose tanto del sherry, por un lado, como del madeira, por otro; "y si no desarrolla ninguna de las más altas cualidades estos reconocidos caldos, es, sin embargo, un vino de cierta pretensión, y bien merece una vuelta a su popularidad perdida" —comenta— "Por regla general se embarca cuando tiene tres o cuatro años de antigüedad, y puede ser mantenido en barrica de madera por un cuarto de siglo —continúa relatando— con la seguridad de mejorar, aunque ocho años serán suficientes para su desarrollo. En la botella también se mantiene bien y mejora con mayor rapidez".

CANARY SACK, MALVASÍA Y MALMSEY

Fue aquí donde tuvo la suerte de probar un vino malvasía. Ya era difícil. A pesar de que el malvasía canario ya no era consumido en la Inglaterra victoriana y de saber que la superficie cultivada de vides había decaído de forma generalizada, los viajeros británicos que visitaron las islas en el siglo XIX ansiaban todavía degustar los afamados vinos que tan populares fueron en la Inglaterra isabelina. Y esperaban hacerlo sobre todo en Tenerife, porque "los vinos más espléndidos se producían en Tenerife, y más de las tres cuartas partes de todos los vinos exportados de las Canarias eran producidos aquí", afirmó el viajero James Holman, cuando llegó a Tenerife en 1827. Y fue precisamente Holman el que reflexiona sobre las diferencias entre el *Malmsey* inglés y el *Canary Sack*.[22] Busca el origen de "sack" en la degeneración de alguna palabra. Para él, es muy probable que proceda de la contracción de la palabra *saccharine* y que pudo haber sido adaptada, en consecuencia, al vino hecho de las uvas medias pasas.[23]

De la misma opinión fueron Henry Vizetelly y la irlandesa Olivia Stone, que visitó la isla en el invierno de 1883-84. Para ellos, el *Canary Sack* y el *Malmsey* eran el mismo vino dulce y procedían de la misma uva, la malvasía, pero se diferenciaban en el momento de su recogida. Vizetelly escribió:

Antes de que el oidium hiciera su aparición, el vino malvasía, del cual se supone que procedía el afamado Canary Sack, fue también enormemente cultivado, pero la enfermedad le asestó el más duro golpe a esta variedad, y ahora se encuentran muy pocos viñedos de esta clase. La uva es al mismo tiempo dulce y áspera al paladar… La tradición en Tenerife asegura que el original Canary Sack fue un vino dulce y no seco, como algunos nos quieren hacer creer, derivando "Sack" de la palabra francesa "Sec". Cuando las uvas malvasías se dejan sobre la parra hasta que llegan a convertirse en pasas, y una pipa de esta vendimia necesitaba tantas uvas como las que serían necesarias para obtener cinco pipas de un ordinario vino, se conseguía el licor que Howell elogia, y que de hecho fue nada menos que el delicioso Malmsey (el malvasía).

Parece claro que para Vizetelly, como para los tinerfeños, los dos tipos de vinos procedían de la misma uva, la malvasía, pero que, dependiendo del momento de ser cortada, salía uno u otro.

Sin embargo, la cosa no parece ser tan sencilla. Vizetelly rechaza el origen "Sack" de la palabra "sec", tal como la definió el filólogo francés Emilio Littré (1801-1881), para quien el término *vin sec* significaba en el inglés común "vino seco", es decir "vino libre de dulzor y espesor". Pero, la dificultad surgió, precisamente, cuando el término *sack* en inglés y el término *sekt* en alemán se refieren a vino azucarado —sekt, desde el siglo XVII, era definido como vino seco, de la pasa, de una uva particularmente seca, ya pasada—.

Aún se les complicarían más las cosas a los ingleses cuando recurren a Shakespeare, quien usa el término *"sack and sugar"*, lo que mostraba que en el siglo XVI, no era lo mismo. Tampoco era lo mismo para la inmensa mayoría de viajeros extranjeros, de los cuales hemos señalado a William Dampier y Michel Adanson. Esta parece ser la fuente a la que recurre el viajero Richard F. Burton para oponerse a Henry Vizetelly y a la tradición de Tenerife, que afirmaban que el original *Canary Sack* era un vino dulce y no seco.

22.- González Lemus, Nicolás. *Las islas de la ilusión (británicos en Tenerife, 1850-1900)*. Cabildo Insular de Gran Canaria. 1996. Págs., 161-165.

23.- Holman, James. *Travels in Madeira, Sierra Leona, Teneriffe, St. Jago, Cape Coast, Fernando Po, Princes Inland, etc.* George Routledge. London, 1840, pág., 37.

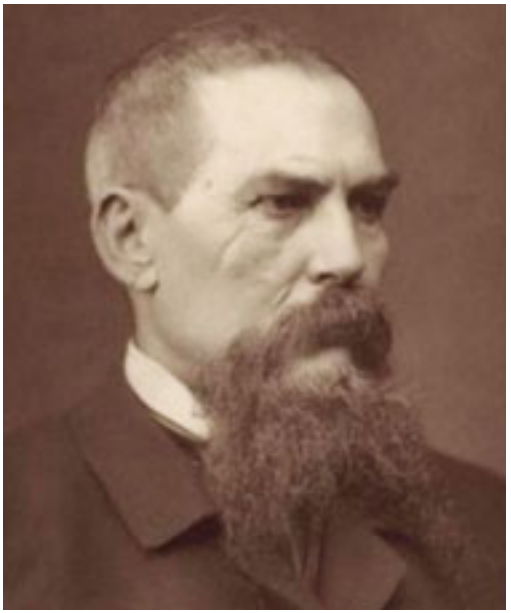


FIG.9. El viajero inglés Richard Francis Burton considera el *canary sack* y el *malvasía* vinos diferentes (National Portrait Gallery, London)

Para Burton, que visitó las islas en varias ocasiones desde 1863 hasta 1880, el *Canary Sack* era un vino seco, un vino desprovisto de todo dulzor, comparable al "sherry sack" (jerez seco). Para él "vino seco", significaba "vino libre de dulzor y de sabor a fruta". Y por otro lado, estaba el otro tipo de vino llamado malvasía, el *Malmsey,* dulce y más espeso. Luego, para Burton eran dos tipos de vinos diferentes:

el Canary Sack y el Malvasía o Malmsey. El primero, hecho de una uva grande, era el vin ordinaire (vino ordinario), fuerte y denso; el segundo estaba hecho de una fruta más pequeña, era dulce y agradable.[24]

Para el prestigioso diccionario *The New Shorter Oxford,* en la historia la palabra *sack* —del francés *(vin) sec,* y en inglés *dry (wine)*— hace alusión a vino blanco que en los tiempos pasados se importaba desde España y Canarias. También indicaba el lugar de origen o exportación. Así se usaba *Canary Sack, Malaga Sack, sherris sack,* etc.[25]

Finalizamos con los comentarios de nuestro más insigne historiador José de Viera y Clavijo y George Glas. Para ellos la diferencia entre ambas clases de malvasías obedecía al momento en que se recogían los racimos.

Según Viera y Clavijo, había dos especies de malvasía, cuyas uvas son negras y con un sabor dulce, untuoso y amoscatelado. Si se vendimia en este estado, se fabrica de ellos el vino seco, llamado de *malvasìa verde,* que siendo generoso y dotado de las buenas cualidades, que se buscan en el comercio, compite con los vinos de Madeira y de Jerez, y puede ser transportado a distantes regiones sin deteriorarse su calidad. Pero la malvasía, que siempre tuvo la mayor fama y celebridad es la dulce, licorosa y acompañada de perfume. Para comunicarle estas prendas, y darle aquel justo temperamento entre lo suave y lo picante de modo que la dulzura de su azúcar corrija la acrimonia propia de su tártaro; se dejan los racimos en las vides, hasta que empiezan a marchitarse, a pasarse, y cubrirse de moho; de esa manera llega a perder la mayor parte de su flema por la desecación; entonces se puede extraer un mosto viscoso, que fermentando ligeramente, da ese licor delicioso que algunos autores han calificado de *néctar.*

George Glas parece ser algo ambiguo. Cuando se refiere al vino de Tenerife, comenta que anteriormente había una gran cantidad de *Malvasía* o *Canary Sack,* pero que recientemente no se consiguen más de 50 pipas en una añada. "Las uvas se recogen verdes y se elabora un vino seco y espeso, que cuando tiene dos o tres años, apenas puede distinguirse de un vino de Madeira, pero después de cuatro años se convierte en un vino dulce y añejo, que se parece al vino de Málaga de España", comenta el viajero británico.[26] Según él, es la misma uva que se diferencia por el año de la cosecha; a los dos o tres años se asemeja a un Madeira, y después de los cuatro años se parece a un Málaga.

24.- Burton, Richard F. *Wanderings in West Africa from Liverpool to Fernando Poo.* Tinsley Bros. London, 1863. Pág. 83.

25.- Brown, Lesley. *The New Shorter Oxford English Dictionary.* 2 vols. Clarendon Press. Oxford, Oxford University Press. New York, 1993. Vol II, Pág., 2662.

26.- Glas, George. *A Description of the Canary Islands,* R. and J. Dodsley, in Pall-Mall; and T. Durham, in the Strand. London, 1764. Pág., 262. Existe traducción al español de Constantino Aznar de Acevedo, Instituto de Estudios Canarios, La Laguna, 1974, Pág., 91.

Pero cuando se refiere al vino de La Palma, la otra gran productora de excelentes caldos, distingue claramente uno del otro. El vino seco —dice Glas— es de poco cuerpo y color amarillo, sin embargo, el vino malvasía no es tan dulce ni fuerte como el de Tenerife, pero cuando alcanza unos dos o tres años tiene el sabor de una piña exquisita y madura.[27] A continuación insinúa que estos vinos no son exportables a climas fríos porque con frecuencia se ponen agrios. Es decir, todo hace suponer que se refiere a dos vinos completamente distintos.

La duda aún subsiste. ¿Procedía el *Canary sack* del malvasía; era un vino ordinario, seco; o era la forma de embotellamiento, o era lo mismo "Malvasía" y "Canary sack"?

Fuese como fuere, en el siglo XIX los británicos ya se habían acostumbrado al sabor de otros vinos como los de Madeira, Oporto y el Jerez o Málaga como consecuencia de la pérdida del mercado con el Reino Unido. Algo de malvasía se seguía produciendo en Tenerife, pero muy difícil de conseguir y sólo al alcance de las clases altas.

Por eso, era muy difícil encontrar un malvasía en la "Era dorada" del viaje a Canarias. Pero los viajeros británicos tenían referencias por su popularidad de antaño en Inglaterra. Henry Vizetelly pudo, por fin, degustar un malvasía en la bodega de los Davidson, pero no tuvieron tan buena suerte la viajera Olivia Stone, que se quedó con las ganas de degustar el famoso *Malmsey,* pero mostró su esperanza en que este famoso vino fuera bebido una vez más en Inglaterra, como sucedió en los siglos XVI y XVII; o Charles Edwardes, quien encarga un malvasía para cenar en 1887 en el *Orotava Grand Hotel* en Puerto de la Cruz y el camarero mostró su total extrañeza porque no le entendía ni sabía lo que le estaba pidiendo. Pudiera ser que no entendiera el inglés. No. Su extrañeza era producto del desconocimiento del vino malvasía, porque le ofreció otro, el cual tuvo el inglés que bebérselo con resignación.

Ernest Alfred Vizetelly, el hijo de Henry que le acompañó a Tenerife en 1877, dijo que las sentencias condenatorias por las traducciones de Zola dañaron seriamente la salud de su padre que murió en 1894. La desaparición de Henry Vizetelly supuso la pérdida de una de las mayores personalidades de la cultura del Londres victoriano. Estamos ante uno de los más grandes viajeros que visitaron las islas, una de las más distinguidas personalidades de la literatura de viaje en Canarias.

BIBLIOGRAFIA

Adanson, M. (1757), *Histoire naturelle du Sénégal, coquillages: avec la relation abrégée d'un voyage fait en ce pays, pendant les années 1749, 50, 51, 52 & 53*. C.-J.-B. Bauche. París, (existe traducción al español con el título de Viaje a Senegal, J.A.D.L., La Orotava. 1998).
Béthencourt Massieu, A. (1991), *Canarias e Inglaterra: el comercio de vinos (1650-1800)*. Cabildo Insular de Gran Canaria. Las Palmas.
Brown, L. (1993), *The New Shorter Oxford English Dictionary.* 2 vols. Clarendon Press. Oxford University Press. New York.
Burton, R. F. (1863), *Wanderings in West Africa from Liverpool to Fernando Poo.* Tinsley Bros. London.
Dampier, W. (1927), *A New Voyage Round the World.* Arg. Press. London.
Diston, A. (1829), *Costumes of the Canary Islands.* Smith, Elder & Co., London.

27.- *Ibídem.*, págs. 263 y 96.

***Dictionary of National Biography* (1917),** Sidney Lee. London.
Glas, G. (1764), *A description of the Canary Islands.* R. and J. Dodsley, in Pall-Mall; and T. Durham, in the Strand. London. Pág. 262. (existe traducción al español de Constantino Aznar de Acevedo, Instituto de Estudios Canarios, La Laguna, 1974).
González Lemus, N. (1996), *Las islas de la ilusión (británicos en Tenerife, 1850-1900).* Cabildo Insular de Gran Canaria.
Hakluyt, R. (1589), *Principal Navigations...* (1552-1616). London.
Holman, J. (1840), *Travels in Madeira, Sierra Leona, Teneriffe, St. Jago, Cape Coast, Fernando Po, Princes Inland, etc.* George Routledge. London.
Lorenzo Cáceres, A. (1941), *Malvasía y Falstaff. Los vinos de Canarias,* La Laguna de Tenerife, Instituto de Estudios Canarios. La Laguna.
Peraza de Ayala, J. (1950), "El régimen comercial de Canarias con las Indias en los siglos XVI, XVII y XVIII", en *Revista de Historia.* Universidad de La Laguna.
Viera y Clavijo, J. (2004), *Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias, o índice alfabético descriptivo de sus tres Reinos, animal, vegetal y mineral.* Nivaria Ediciones. La Laguna.
Viera y Clavijo, J. (1971), *Noticias de la Historia General de las Islas Canarias.* Goya Ediciones. Santa Cruz de Tenerife.
Vizetelly, H. (1880), *Facts about Port and Madeira, with, notices of wines vintaged around Lisboan and the winwa of Tenerife.* Ward, Lock, and Co. London.

Mª PAZ GIL DÍAZ
FELIPE J. DÍAZ IZQUIERDO

Características del patrimonio vitícola de Tacoronte-Acentejo

CARACTERÍSTICAS DEL PATRIMONIO VITÍCOLA DE TACORONTE-ACENTEJO

Felipe J. Díaz Izquierdo y Mª Paz Gil Díaz

Toda vid cultivada tiene como remoto antepasado una planta silvestre que brotaba en el bosque y trepaba por los árboles. Esta vid silvestre todavía se da en el Cáucaso y en Italia, España y Portugal; aún se hace crecer la vid a lo largo de los árboles y en emparrados. El arbusto muy podado que es la vid actual no se parece en nada a estas plantas silvestres, pero el patrimonio genético sigue siendo el mismo aunque la cepa original de *Vitis vinífera* haya evolucionado desde entonces en miles de variedades.

En el patrimonio vitícola actual tiene fundamental importancia el desarrollo experimentado por la viticultura europea en la baja Edad Media, amparado no sólo por el privilegiado papel del vino en la dieta de la época, sino por el desarrollo urbano y comercial que tuvo en Castilla y de forma destacada en la baja Andalucía. De ahí que no es de extrañar su implantación en Canarias durante el siglo XV (Martínez Galindo, 1998).

Parece que es seguro que la vitis vinífera no existía en Canarias antes de la Conquista. Según Leopoldo de la Rosa Olivera en su trabajo "Los Bethencourt en las Islas Canarias y en América", publicado en el Anuario de Estudios Atlánticos en 1956, fue en el año 1402 cuando Jean de Bethencourt organizó con Gadifer de la Salle la expedición a las Canarias, reclutando gente para su dominio. Los protagonistas de la conquista, hombres de diversos orígenes, pero todos ellos procedentes de regiones y culturas en las que el vino ocupaba un lugar importante, trajeron de sus lugares de origen las mejores cepas para plantar en las tierras que les fueron concedidas, deseosos de lograr cuanto antes, una producción local que supliera los escasos envíos, que de esta bebida recibían de la península en los inseguros y lentos navíos de la época.

No obstante, ésta no tendría un carácter similar en todas las islas al depender de sus propias condiciones naturales (clima, recursos hídricos y edafológicos, etc.) y de los planteamientos socioeconómicos iniciales de los conquistadores (importancia mayor concedida a la ganadería o la caña de azúcar). Sería a partir de la incorporación de La Palma y Tenerife a los dominios castellanos cuando se produjo un salto cuantitativo en el avance de la vid en el archipiélago canario.

La implantación del cultivo en Tenerife se vio favorecida por una serie de factores de índole geográfica y humana. Entre los geográficos, destaca, en primer lugar, la variedad y benignidad climática, que permitía la existencia de una zona de secano en las medianías (500-1.500 metros) y otra de regadío en la costa (0-500 metros), así como la precocidad de las cosechas obtenidas y la eliminación del riesgo de heladas. En segundo lugar, una variedad de tipos de suelos volcánicos muy favorable para la obtención de caldos como ya se había demostrado en Madeira. Incluso aquellos más pedregosos y menos aptos para otros cultivos se adaptaban perfectamente a las necesidades de las cepas, que preferían los suelos sueltos y ligeros. En tercer lugar, la presencia de recursos hídricos suficientes permitía cultivar vides no sólo en

el área de secano, sino también en las zonas costeras de regadío, lo que proporcionaba abundantes caldos y aunque poseían una baja graduación alcohólica se ajustaban al gusto de la época (Martínez Galindo, 1998).

Siguiendo la aportación de Béthencourt Massieu (1991) la mayoría de los sarmientos plantados en las islas realengas en la etapa posterior a la conquista proceden del Mediterráneo Oriental, en especial las famosas cepas de malvasía; aunque alguna otra variedad procediera de distintos lugares de la Península.

Así castellanos, andaluces, extremeños, gallegos, navarros, catalanes, portugueses y franceses y hasta flamencos, rivalizaron en este empeño tratando de emular la calidad del vino del vecino, originándose una riqueza varietal inigualable en cualquier otra zona vitícola del mundo.

La clasificación o tipificación de los primeros viñedos la encontramos en Alfred Diston, que entre los vidueños distingue: el Blanco, Tinto, Negramolle, Tintillo, Pedro Ximénez, Forastero, Gual, Baboso y Marmajuelo.

FIG.1. Lagar tradicional en La Esperanza, municipio de El Rosario

La calidad alcanzada por los "Malvasías" y la situación estratégica de las Islas, que la hace escala obligada en las rutas oceánicas, hace que se propague su fama y prestigio, originando una demanda importante del vino canario; y nace un floreciente comercio que convierte al cultivo de la vid y la exportación de los vinos, en la principal fuente de riqueza del Archipiélago a lo largo de casi tres siglos.

Con el paso de los años la extensión del cultivo de la vid en la época de prosperidad había sido excesiva. Se habían plantado cepas en terrenos y zonas poco aptos causando en un momento tan delicado un doble perjuicio irreparable, la baja calidad de los caldos y un exceso de producción y oferta.

Aunque la gran demanda americana persistía y aún con la ventaja de que las leyes prohibían plantar vides en América, la rivalidad entre Sevilla y Canarias fue tal que tuvo un desenlace funesto para el desarrollo económico de las Islas, ya que se limitaban los puertos de destino y los cupos de exportación. Por otro lado, el mercado con Portugal se enturbia a causa de las relaciones entre las dos naciones y el Reino Unido, que ve en España a su rival, interrumpe el comercio con nuestro país y comienza la importación de vinos portugueses (Béthencourt Massieu, 1991).

Después de casi siglo y medio de atonía y decadencia, desde hace dos décadas el subsector vitivinícola, en la comarca de Tacoronte-Acentejo, viene haciendo gala de una inquietud y dinamismo extraordinario demostrando que el mantenimiento del sector es de gran importancia tanto para la economía de la misma como para la preservación del paisaje. Se ha experimentado en la comarca una importante reconversión del sector, no sólo con grandes inversiones en modernización del viñedo, sino también en la mejora en el equipamiento de las bodegas.

ORIGEN DE LAS VARIEDADES DE VID

Cada variedad es un punto de referencia en la elaboración de un vino. Conocer la variedad que se ha utilizado en la elaboración es muy interesante para el consumidor. Este dato le da una información esencial sobre los sentidos y el carácter del vino que hay en la botella que se dispone a beber. Un vino de Listán, tendrá ciertas características sensoriales debido a su procedencia, diferentes a la de otra variedad. La variedad no es más que uno de los factores, las características edafoclimáticas y las técnicas de vinificación pueden ser en ocasiones incluso más importantes. Los viticultores eligen cepas específicas en función de criterios relacionados con las condiciones de cultivo y la calidad del vino que se quiere producir.

La base mundial de variedades de vid conocidas y registradas, abarca más de 10.000, aunque el número se reduce sustancialmente si sólo consideramos las vides viníferas productoras de vinos. Si además depuramos esa cantidad con la utilización de los métodos modernos de la biotecnología (ADN, isoenzimas,...) nos encontraremos con un número mucho más reducido. Concretamente, en nuestro país, se maneja la cifra de mil variedades de vid para vinificación, de las cuales alrededor de setecientas serían autóctonas y unas trescientas foráneas.

A lo largo de los tiempos, el proceso de selección y adaptación al medio mediante, la hibridación natural y artificial, así como, las diferentes mutaciones, llevan a un número pequeño de variedades interesantes como vides productoras de vinos de cierta calidad. Vides que son las que, definitivamente, suponen la base de todas las vides realmente interesantes de cara a la obtención de vinos de consumo con garantías.

Para velar por la sanidad y seguridad, garantizar la calidad y ejercer el control legal pertinente, la legislación vigente permite que sólo se puedan cultivar en el territorio nacional aquellas variedades inscritas en el Registro de Variedades Comerciales de Vid de España. En este registro se encuentran todas las variedades reconocidas como distintas entre sí, sus denominaciones y sinonimias autorizadas. En la actualidad, en dicho registro existe una *lista definitiva* y una *lista provisional*. La lista definitiva incluye 83 variedades, de las que 18 son de uva de mesa y el resto de vinificación, y que constituyen todas las variedades de uso común que han sido caracterizadas e identificadas. Por su parte, la lista provisional recoge 124 variedades de las cuales 38 son de mesa y el resto de vinificación, siendo estas variedades las que están en proceso de caracterización, porque son variedades de cultivo más local, o bien son nuevas obtenciones o variedades extranjeras que se quieren introducir en España como variedades mejorantes.

El origen de las variedades de vid cultivadas en la actualidad se puede deber a diferentes causas:

Híbridos naturales, son las variedades más antiguas, a este grupo corresponde la mayoría de las variedades de vinificación que se cultivan en la cuenca mediterránea. En general, proceden de largos procesos de selección natural por parte de los viticultores a lo largo de cientos de años. De algunas de ellas existen referencias de su cultivo al menos desde 1513 en el caso de España. Podemos citar como ejemplos: Alarije, Albillo, Borba, Cigüente, Palomino, Aragonés, Tempranillo, Malvasía, Moscatel, Torrontés, Jaén, Hebén, Lairén...

Híbridos artificiales, realizados por un mejorador entre individuos de la misma especie, o entre distintas especies.

Mutaciones somáticas, mediante pequeñas variaciones en el genoma dan lugar, dentro de una variedad, a nuevas formas varietales.

LA OBTENCIÓN DE NUEVAS VARIEDADES

La obtención de nuevas variedades para la elaboración de vino se ve muy limitada en la vitivinicultura europea, ya que, se da prioridad a la tradición frente a la innovación.

La obtención de una nueva variedad mejorada alcanza un grado de protección mediante la inscripción de ésta en la *Lista de Variedades Protegidas*. Para alcanzar esta categoría debe de reunir las condiciones exigidas para su inscripción en el *Registro de Variedades Comerciales* y además tener el reconocimiento de ser una nueva obtención aportando el mejorador datos sobre los cruzamientos realizados, caracterización morfológica y agronómica. Si la variedad candidata cumple estas condiciones, se le adjudica el *Título de Obtención Vegetal,* que equivale al régimen de las patentes para los inventos industriales. A pesar de todas estas medidas de defensa, sólo se trabaja en la mejora de variedades de vinificación en países de zonas frías o tropicales y su incidencia hoy en día en el mercado es prácticamente nula.

También hablaremos de las variedades minoritarias, es decir aquellas cuya superficie de cultivo es muy baja (por debajo de 1000 Ha. a escala nacional). Las variedades minoritarias son necesarias para diversificar nuestros vinos y darles unas características originales que los hagan únicos e inolvidables.

Las variedades minoritarias se pueden considerar, en muchos casos, como variedades en peligro de extinción y su recuperación e inclusión en el *Registro de Variedades Comerciales de vid de España* es necesaria para su protección y difusión y así potenciar la extensión de su cultivo.

DIVERSIDAD VARIETAL

Con la pérdida de superficie vitícola desaparece la biodiversidad varietal, y el abandono de tierras de cultivo da lugar a suelos fácilmente erosionables. La reconversión del viñedo está haciendo desaparecer las plantaciones más viejas, que es donde se conserva la mayor parte de la riqueza varietal. Existe, por tanto, un marcado peligro de extinción de variedades autóctonas que han sido cultivadas en distintas regiones vitícolas tradicionales y que en la actualidad se encuentran sólo de modo marginal y en ocasiones resulta muy difícil su localización e identificación, en este sentido, sólo se pueden considerar como autóctonas en Canarias la Listán Negro y Malvasía de Lanzarote (Zerolo Hernández y Cabello Sáenz, 2006). El único modo de conservar este patrimonio es detectarlo, estudiarlo, llevando a cabo una caracterización que permita identificarlo de modo preciso, y conservarlo en bancos de germoplasma para su futura utilización en programas de mejora o en reintroducciones con garantía de autenticidad varietal.

FIG.2. Cultivo de vid en espaldera en Tacoronte-Acentejo

No obstante, el interés por el patrimonio genético y varietal vitícola no ha cesado de aumentar en las últimas décadas al observarse que, fruto del dinamismo del sector, se están sus-

tituyendo parcelas viejas con variedades minoritarias por otras más demandadas por el mercado, que impone ciertas modas respecto a las variedades a utilizar. A pesar de todo, en algunas comarcas, sin embargo, aún se conserva una importantísima riqueza varietal, como ocurre en la comarca vitivinícola de Tacoronte-Acentejo.

Entre la multitud de variedades existentes, algunas han sido seleccionadas por los viticultores por sus características particulares, y las mejores se han convertido en verdaderas "estrellas mundiales". La gran variedad climática, topográfica y de orientación existente en la Isla de Tenerife hace difícil dar un carácter unificador a sus vinos.

El hecho de que no apareciera la filoxera, explica la forma tradicional de propagación de la vid en Canarias, por estaca, cultivándose sobre sus propias raíces y aportando las ventajas que lleva consigo tanto a nivel fisiológico como enológico.

PARTICULARMENTE, TACORONTE-ACENTEJO

Situada en la vertiente norte de la isla de Tenerife, es la más amplia y de mayor densidad de viñedo de Canarias, con más de 2.400 Has.; creada en 1986, es la primera Denominación de Origen Canaria. La verticalidad de su terreno hace que la viña se extienda desde el nivel del mar hasta por encima de los mil metros de altitud.

Las Denominaciones de Origen de Vinos presentan la *Lista de Variedades Preferentes y Autorizadas* para la elaboración de los vinos en cada una de las Denominación de Origen y se establecen en los reglamentos de las mismas con el amparo y control de los Consejos Reguladores.

Definiremos como variedad de uva de vinificación, una variedad de vid cultivada, de forma habitual, para la producción de uva destinada a la elaboración de vinos para el consumo humano directo.

Las principales variedades cultivadas en la comarca son Listán Blanco, Listán Negro y Negramoll, junto con otras variedades minoritarias tanto tintas como blancas.

La elaboración de los vinos protegidos en la comarca Tacoronte-Acentejo se realiza con uvas de las variedades siguientes o con sus sinonimias:

a) Preferentes:
- *Tintas:* Listán Negro o Almuñeco, Negramoll o Mulata. Tintilla, Malvasía Rosada y Castellana Negra.
- *Blancas:* Gual, Malvasía, y Bermejuela o Marmajuelo, Verdello, Moscatel de Alejandría, Vijariego o Diego, Forastera Blanca o Doradilla, Albillo y Sabro.

b) Autorizadas:
- *Tintas:* Moscatel Negro, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Ruby Cabernet, Syrah, Tempranillo, Bastardo Negro o Baboso Negro, Listán Prieto y Vijariego Negro.
- *Blancas:* Listán Blanco, Pedro Ximénez, Torrontés, Bastardo Blanco o Baboso Blanco, Breval y Burrablanca.

Es en zonas como Anaga y Tegueste, donde se encuentra la mayor riqueza varietal de la comarca, con una diversidad de cepas que abarcan prácticamente la totalidad de las variedades amparadas por la Denominación de Origen tales como marmajuelo, verdello, vijariego, gual, forastera blanca ó gomera, moscatel negro, tintilla y baboso negro.

VARIEDADES DE MAYOR PRODUCCIÓN EN TACORONTE-ACENTEJO

Listán Blanco: Abarca aproximadamente el 9% de la superficie cultivada de la comarca. Planta vigorosa y productiva, de resistencia media a plagas y enfermedades. Hoja adulta pentalobulada, dientes convexos. Racimo mediano de baya esférica, mediana y verde-amarilla. Produce vinos frescos y frutales.

Gual: Variedad de porte erguido y ciclo corto. Hoja adulta grande, cuneiforme y con cinco lóbulos. Sensible al oidio. Racimo piramidal, tamaño medio y baya verde amarilla. Buen potencial enológico.

FIG.3. Listán Blanco

FIG.4. Gual

Malvasía: Variedad de gran potencial enológico, nos encontramos las mayores superficies cultivadas en la zona de costa, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tegueste y Anaga. Brotación precoz-media, con hoja adulta grande y pentagonal. Racimo cónico, con un ala y pedúnculo corto. Sensible a enfermedades como oidio y mildiu.

Listán Negro: Ocupa prácticamente el 75% de la superficie cultivada de la comarca. Planta productiva y vigorosa, de resistencia media a plagas y enfermedades. Hoja adulta tamaño medio, pentagonal. Racimo mediano, más compacto que el negramoll negro, forma regular y cónica. Baya esférica, epidermis azul-negra, pulpa incolora.

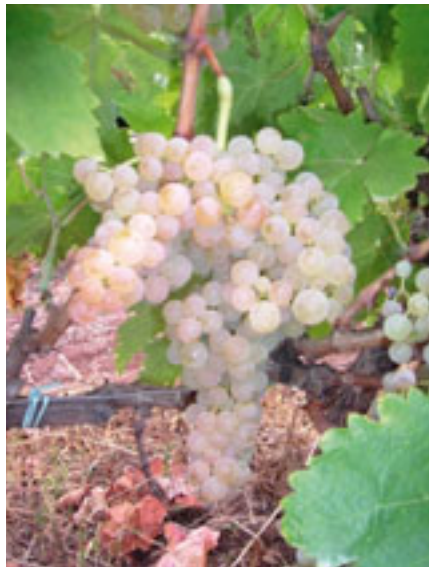


FIG.5. Malvasía

FIG.6. Listán Negro

Negramoll Negra: Abarca aproximadamente el 6% de la superficie cultivada de la comarca. Planta productiva, hoja mediana, cuneiforme con racimos medianos, cónicos y compacidad media. Con buena acidez en maduración se obtienen vinos frescos, estructurados, con capacidad de envejecimiento.

Castellana Negra: Normalmente no se comercializa como monovarietal en la comarca y se utiliza en cupages con Listán Negro fundamentalmente. Hoja adulta muy grande y cuneiforme. Racimo con forma piramidal, compacto y mediano. Buena acidez en maduración.

FIG.7. Negramoll Negra

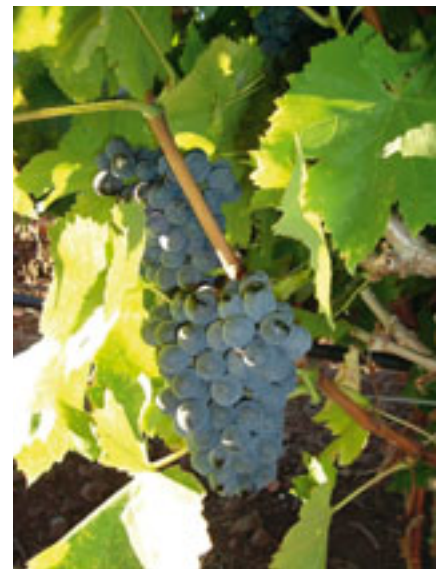


FIG.8. Castellana Negra

En el siguiente cuadro se detallan los porcentajes aproximados de producción por variedad en el último lustro en Tacoronte-Acentejo según tipo de vid:

VARIEDADES TINTAS	*%PRODUCCIÓN*	**VARIEDADES BLANCAS**	*%PRODUCCIÓN*
Listán Negro	72,00%	Listán Blanco	8,00%
Negramoll Negra	5,00%	Gual	0,47%
Rubí Cabernet	2,00%	Malvasía	0,23%
Merlot	1,56%	Moscatel	0,18%
Cabernet Sauvignon	0,75%	Verdello	0,15%
Tempranillo	0,70%	Vijariego	<0,1%
Tintilla	0,62%	Marmajuelo	<0,1%
Syrah	0,50%	Otras	2'57%
Castellana	0,35%		
Baboso negro	<0,1%		
Otras	5 %		

Finalmente, en el siguiente cuadro se muestran las principales características de las variedades mayormente cultivadas en la comarca Tacoronte-Acentejo.

CARACTERÍSTICAS VITIVINÍCOLAS DE LAS VARIEDADES DE VID EN LA COMARCA TACORONTE - ACENTEJO

	Variedad	Desborre	Madurez	Rendimiento	Botrytis	Mildiu	Oídio	Altitud recomendada de plantación	Color	Grado	Acidez
TINTAS	Listán negro	Normal	Normal	Alto	Medio sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 600m.	Medio	Medio - Alto	Bajo
	Negramoll negra	Tardío	Tardía	Bajo	Poco sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 400m.	Bajo	Medio - Alto	Medio - Alto
	Negramoll rosada	Tardío	Tardía	Normal	Poco sensible	Medio sensible	Medio sensible	No recomendable	Muy bajo	Medio	Medio
	Castellana negra	Normal	Normal	Bajo	Poco sensible	Sensible	Sensible	Entre 300 y 600m.	Alto	Medio - Alto	Alto
	Tintilla	Normal	Normal	Bajo	Medio sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 700m.	Alto	Medio - Alto	Alto
	Baboso negro	Temprano	Temprana	Medio	Sensible	Poco sensible	Medio sensible	Hasta 600m.	Alto	Alto	Alto
	Vijariego negro	Normal	Tardía	Normal	Poco sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 700m.	Alto	Medio	Alto
	Cabernet sauvignon	Tardío	Tardía	Bajo	Poco sensible	Medio sensible	Sensible	Hasta 400m.	Alto	Medio - Alto	Medio - Alto
	Merlot	Normal	Normal	Medio	Medio sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 400m.	Medio - Alto	Medio - Alto	Medio - Alto
	Syrah	Normal	Normal	Bajo	Sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 400m.	Alto	Medio - Alto	Medio - Alto
	Ruby cabernet	Tardío	Tardía	Alto	Poco sensible	Medio sensible	Sensible	Hasta 400m.	Alto	Medio - Alto	Alto
	Pinot noir	Temprano	Temprana	Bajo	Medio sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 800m.	Bajo	Medio	Medio - Alto
	Tempranillo	Normal	Temprana	Alto	Sensible	Medio sensible	Medio sensible	Entre 300 y 700m.	Medio - Alto	Medio - Alto	Medio - Alto
BLANCAS	Listán blanco	Normal	Normal	Alto	Poco sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 800 m.		Medio - Alto	Bajo
	Gual	Normal	Temprana	Medio	Medio sensible	Medio sensible	Medio sensible	Hasta 400 m.		Medio - Alto	Alto
	Malvasía	Irregular	Tardía	Bajo	Medio sensible	Medio sensible	Muy sensible	Hasta 300m.		Alto	Alto
	Moscatel	Irregular	Tardía	Normal	Sensible	Medio sensible	Sensible	Hasta 400m.		Bajo	Bajo
	Marmajuelo	Normal	Tardía	Bajo	Muy sensible	Medio sensible	Muy sensible	Hasta 400m.		Medio - Alto	Medio - Alto

Leyenda: La información contenida en esta tabla es orientativa por lo que recomendamos el asesoramiento técnico a la hora de proceder a realizar una plantación.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez de la Paz, F., Reyes Jordán, L. y Gómez González, A. (2005), *Manual Básico de Viticultura en Tacoronte-Acentejo,* Edita D.O. Tacoronte-Acentejo.

Béthencourt Massieu, A. (2003), *Canarias e Inglaterra: El comercio de vinos (1650 – 1800),* Colección Biblioteca Económica Canaria, Ediciones Idea.

Cabello, F. (2004), "Situación del patrimonio varietal de la especie Vitis Vinífera L." en *ACE* Revista de enología (disponible en www.acenologia.com).

Díaz Izquierdo, F. J., Gil Díaz, M. P. y Suárez Sosa, S. J. (2001), *Estrategias de desarrollo vitícola en el municipio de Hermigua.* Inédito.

González Díaz, E., Sotés Ruiz, V., Armas Benítez, R., Guerra Abrante, J. M., Hernández Cabrera, M. A., Savoie Gutiérrez, J. L. y Martínez García, C. (1995), *Encepamiento de las Islas Canarias.* 1ª Jornadas Técnicas Vitivinícolas de Canarias.

Larousse de los Vinos (2002), Spes Editorial S.L.

Martínez Galindo, P. M. (1998), *La vid y el vino en Tenerife en la primera mitad del siglo XVI,* Instituto de Estudios Canarios, La Laguna, Tenerife.

Zerolo Hernández, J. y Cabello Sáenz de Santa María, F. (2006), *Variedades de vid de cultivo tradicional en Canarias,* Edita Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria, Gobierno de Canarias.

Consejo Regulador D.O. Tacoronte-Acentejo: www.tacovin.com
www.portalplanetasedna.com Consultado el 25/08/09
www.mgar.net/vino Consultado el 15/06/09

SANTA ÚRSULA:
UVAS CON HISTORIA
VINOS Y RECUERDOS

VICENTE MANUEL ZAPATA HERNÁNDEZ

El *enoturismo* desde la óptica del senderismo temático

EL *ENOTURISMO* DESDE LA ÓPTICA DEL SENDERISMO TEMÁTICO[1]

Vicente Manuel Zapata Hernández

El paisaje que se nos ofrece nos muestra una acusada estampa bucólica, con las viviendas rurales, de blanco enlucido, dispersas en medio de las huertas y pastizales; el frutal amorosamente cuidado y, en los patiecillos y rústicos jardines, la mancha policroma de las flores. Aquí y allá la amplia y vetusta casa solariega junto a la cual se esparce el penetrante perfume de los vinos depositados en las umbrosas bodegas. A trechos, la gruesa y pesada viga de los lagares emerge, como un dedo que apunta al cielo, pregonando las excelencias de los caldos nativos. Y escindiendo en un ancho y profundo tajo las humildes y feraces tierras de labor, desde cumbre a costa, la tremenda herida del histórico barranco de Acentejo. En lo alto, siempre en permanente presencia y vigilia, la señera figura del volcán.

Alfredo Reyes Darias
Guías de España. Las canarias occidentales. Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro
Ediciones Destino, Barcelona, 1969 (página 257)

El turismo constituye un factor cada vez más relevante de las políticas de desarrollo territorial de muchos ámbitos geográficos, puesto que, la promoción de buena parte de sus recursos endógenos se encuentra estrechamente vinculada a la proyección de distintas actividades de carácter recreativo, tanto de perfil alojativo como insertas en la oferta de ocio complementario. Y es que, la creciente diversificación de la propuesta turística a partir de la ampliación de los intereses de unos viajeros más experimentados y exigentes, está provocando la revalorización de temas como la naturaleza y la cultura, esto es, la consideración del patrimonio en el diseño de nuevos productos y servicios de alto valor añadido, que pueden intervenir de forma decidida en la dinamización de espacios y comunidades hasta ahora en franco estado de decaimiento económico y social. Es más, en lugares donde el desarrollo turístico contribuyó a la desarticulación de las estructuras territoriales precedentes —de carácter tradicional, en muchos casos—, parece que, esta misma dinámica en la situación actual, puede favorecer la recuperación y el mantenimiento de los principales identificadores locales (Zapata, 2007: 213).

Los recursos de esparcimiento, cuyo significado productivo fue secundario hasta hace pocas décadas, se han convertido en uno de los principales vectores de transformación económica, social y espacial de distintos territorios. La elevación del nivel de vida y el mayor conocimiento de la población, la creciente preocupación por temas como el medio ambiente y la cultura, el aumento del tiempo libre y la mejora de la accesibilidad, constituyen algunos de los determinantes de

1.- Este trabajo está basado en una anterior reflexión sintética del autor acerca de las potencialidades y el desarrollo de las rutas enoturísticas (Zapata, 2008).

ese cambio. De este modo, surgen iniciativas para identificar y documentar el potencial endógeno con proyección recreativa de múltiples áreas, que luego se organiza en proyectos que logran captar la atención de unos visitantes cada vez más atraídos por las particularidades locales (Zapata, 2007: 216). Y así, la puesta en valor de los recursos propios por parte de muchas comunidades se ha basado en el diseño de estrategias que acompañan procesos de promoción o diversificación del turismo y su amplio elenco de actividades complementarias, exitosas cuando no han supuesto su degradación o agotamiento irreversible –sostenibilidad ambiental y autenticidad cultural–, puesto que, de otro modo, los procesos iniciados no podrían sostenerse ni en el tiempo ni en el espacio.

FIG.1. *El cultivo de la viña produce paisajes originales de indudable atractivo turístico.* Viñedo trepando por un lomo abancalado en Taganana

En este marco de reflexión adquiere creciente importancia la dimensión cultural del turismo en sus múltiples vertientes, entre las que cabe citar la conocida como enoturismo, que es posible identificar como el conjunto de actividades integradas que se fundamentan en la valorización de la cultura, los recursos patrimoniales y las infraestructuras asociadas a la viticultura y a la enología[2]. Su extensión en muchos lugares está repercutiendo de forma más o menos intensa en distintos planos de la realidad local: la revalorización del territorio y optimización de su potencial endógeno; la recuperación, conservación y promoción del patrimonio; la diversificación, innovación y promoción empresarial; la dinamización y el desarrollo sociocomunitarios; la renovación y cualificación de la oferta turística y recreativa, entre otras dinámicas positivas. Supone una función productiva cada vez más significativa, y además, una vía de promoción directa y original de zonas y producciones vitivinícolas, incidiendo favorablemente en otros sectores de actividad.

Pero el *enoturismo* no debe contemplar o limitarse, sin más, a la realización de visitas a bodegas y restaurantes con encanto. Su adecuado planteamiento implica la proyección organizada de un amplio conjunto de actividades que contribuyan a difundir las características de espacios que ofrecen una destacada tradición vitivinícola, ahondando tanto en su trayectoria como en las modernas posibilidades de su producción y todo lo que rodea a la denominada "cultura del vino". Una de las propuestas con mayores posibilidades es el desarrollo de rutas tematizadas, dado su enorme potencial para presentar los identificadores o rasgos más relevantes de este tipo de zonas. Y es que, estos itinerarios inciden más directamente en la valorización del patrimonio, profundizando en el conocimiento de sus características fundamentales, incorporando a su desarrollo conceptos y técnicas de la interpretación del patrimonio y de la educación ambiental, para la definición de recorridos coherentes según un tópico que articula sus elementos constitutivos, tanto en lo que se refiere a

2.- La Carta Europea del Enoturismo (París, 2006) entiende que el enoturismo engloba "todas aquellas actividades y recursos turísticos y de ocio y tiempo libre relacionadas con las culturas, materiales o inmateriales, del vino y gastronomía autóctona de sus territorios". Entre sus compromisos fundamentales destacan los siguientes: promover un enoturismo conforme a los principios del desarrollo sostenible; ayudar a los territorios y a los socios a definir un programa propio de desarrollo turístico; seleccionar una visión estratégica común, basada en un sistema integrado por el territorio, el turismo y la cultura como componentes esenciales; y desarrollar la cooperación entre los agentes que gestionan el territorio.

FIG.2. *El viñedo se mantiene como cultivo principal en muchos sectores de las medianías insulares.* Paisaje de policultivo en los altos de Candelaria

FIG.3. *La producción de vino ha dejado testimonios originales en cualquier lugar de la geografía.* Antiguo lagar que aprovecha las condiciones del medio en el camino hacia Las Palmas de Anaga

los contenidos como a los medios necesarios para expresar estos de manera original, habitualmente identificados a partir de un proceso de investigación previo en el que participan los protagonistas de la experiencia que se desea compartir.

En efecto, a partir de un tema central como *la evolución del cultivo de la viña y su incidencia en la transformación de la realidad,* pueden ofrecerse itinerarios con planteamiento temporal (pasado-presente-futuro), desarrollo anual (ciclo-proceso) y carácter experiencial (multiactividad), cuyo objetivo esencial sea que los/as visitantes entiendan –y participen activamente de– la dimensión histórica y la proyección actual de las actividades relacionadas con el cultivo de la viña y la industrialización del vino, en muchos casos a partir de diseños que rescaten la esencia y ambientación del *viaje romántico* que se practicaba siglos atrás. La base territorial de esta propuesta en cada lugar puede ser la correspondiente a las denominaciones de origen, llegando incluso a plantearse de forma compartida si existen varias de estas certificaciones en la misma región, buscando complementariedades funcionales entre las mismas.

Ficha técnica de una ruta temática de carácter enoturístico

Tópico: *La evolución del cultivo de la viña y su incidencia en la transformación de la realidad*
Rasgos con potencial interpretativo: Bodegas, paisaje y explotaciones agrarias, técnicas de cultivo y procesos de elaboración, etc.
Recursos: Bodegas, restaurantes con encanto, alojamientos rurales, museos, mercados agrarios, vinotecas, etc.
Hitos: Lugares de relevancia en el proceso de producción, elaboración y comercialización del vino
Significado: Que los/as visitantes entiendan la dimensión histórica y la proyección actual de las actividades relacionadas con el cultivo de la viña y la industria del vino (oración-tema)
Título: *Viña, vino y vida*

Este tipo de propuestas permite una mejor comprensión y valoración del patrimonio vitivinícola, como ya se ha señalado, puesto que se ofrece un mensaje coherente, bien estructurado y presentado de manera original, principal valor añadido de los itinerarios temáticos. Su potencial asimismo radica en el sentido integrador y posibilitador que confiere a la infraestructura existente, la especialización y adecuada organización de la oferta y la demanda, la orientación *estratégica* de las actividades que van a ser realizadas por los visitantes, siendo, como antes se destacó, un auténtico revulsivo para las comunidades del entorno y el reforzamiento de la función productiva en el marco local. Así lo han entendido, por ejemplo, en algunas islas y comarcas del Archipiélago, entre las que pueden citarse la propuesta realizada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de La Palma, que con el lema *Enoturismo y más*... plantea cinco itinerarios a modo de paseo turístico por un número similar de sectores de la isla[3]. Y también la iniciativa de Ruta del Vino de la Asociación Ruta del Vino Tacoronte-Acentejo, que ha ido componiendo, en ese mismo ámbito geográfico, una oferta cada vez más estructurada integrando bodegas, restaurantes, alojamientos y otros recursos y atractivos[4].

FIG.4. *Las principales rutas enoturísticas se relacionan con la intervención de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen o el surgimiento de asociaciones específicas.* Panel informativo de la Ruta del Vino de La Palma en la subzona de Hoyo de Mazo

Cabe aquí citar asimismo la reciente iniciativa de un grupo de bodegas de Tenerife (*Monje, Domínguez Cuarta Generación, La Palmera, Tajinaste, Valleoro, Bodega Comarcal de Güímar, Viñátigo y Frontos*), que con la colaboración de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, han propuesto diversas rutas enoturísticas bajo la denominación *Tenerife, Reino de Baco*. El propósito de este proyecto conjunto y alcance insular, puesto que las rutas diseñadas cubren las distintas áreas geográficas de producción de vino y sus cinco denominaciones de origen, es conjugar las posibilidades que actualmente ofrecen algunas de las bodegas más punteras, alrededor de las que se desarrollará una oferta complementaria de ocio, cultura y gastronomía, con la demanda de productos y actividades de calidad que realiza una fracción cada vez más importante de los visitantes que recibe Tenerife, siendo el público objetivo, por lo menos inicialmente, aquél que se aloja en establecimientos de alto nivel o llega a la isla a bordo de un crucero. La promoción de los vinos tinerfeños y la venta de la producción en la propia bodega, suponen otros fines que se persiguen con esta nueva experiencia enoturística, que viene a reforzar líneas de actuación como las expuestas con anterioridad.

3.- Las cinco rutas que se ofrecen corresponden a los sectores Noreste *(El patrimonio y el vino),* Sureste *(Las tradiciones y el vino),* Sur *(Los volcanes y el malvasía),* Oeste *(La naturaleza y el vino)* y Noroeste *(Las estrellas y el vino de tea). Enoturismo en La Palma y más*... Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de La Palma, con fondos de la Iniciativa Comunitaria LEADER+, colaboración del Cabildo de La Palma y realización de ADER-La Palma.

4.- Una reseña de esta propuesta se pueden encontrar en el trabajo de la Asociación Ruta del Vino Tacoronte-Acentejo "Una nueva apuesta turístico-cultural para Tenerife. La Ruta del Vino Tacoronte Acentejo", *Mundo Rural de Tenerife,* 3, diciembre de 2008, Cabildo de Tenerife, páginas 28-29.

La implantación de propuestas enoturísticas es más factible allí donde se observa una destacada tradición y existe un potencial interpretativo significativo, constituido por elementos patrimoniales o rasgos tales como bodegas (industriales y particulares, artesanales y modernas), explotaciones y terrenos de cultivo de viña (tradicional y modernizado), técnicas de cultivo e información sobre su evolución en el tiempo, procesos y procedimientos de elaboración de vinos (enología), aperos de labranza y particularidades del agricultor (viticultor), mercados y ámbitos de comercialización, variedades de cepas, marcas, imagen-etiquetado y denominaciones de origen, etc. Cabe considerar asimismo en este planteamiento la importancia de la biodiversidad y condiciones climáticas asociadas al cultivo, así como el sustrato y acondicionamiento del terrazgo agrícola, con su correspondiente proyección paisajística. En todo caso, dicho potencial se debe *convertir* en una experiencia auténtica y original[5], que entronque con la realidad pasada y actual de cada lugar, para el disfrute de unos visitantes que desean ante todo ser sorprendidos.

Fig.5. *El paisaje y las actividades vitivinícolas se aprovechan para la distinción de lugares y funciones productivas.* Señalética y lemas que enfatizan el carácter de Tegueste como municipio vitivinícola

Las rutas resultantes pueden incorporar diversos enfoques y contenidos, dada la multidimensionalidad del tema considerado: historia, economía y sociedad; territorio, paisajes y ambientes singulares; escenarios y lugares emblemáticos; personajes relevantes y voces anónimas; episodios, sucesos y efemérides; celebraciones y cultura local, en sus diversas manifestaciones; arquitectura, hábitat rural y formas de poblamiento; artesanía y manufacturas, tecnología popular; gastronomía; distribución y comercialización; renovación varietal; hábitos y formas de consumo; toponimia, etc. A través del vino y su cultura, como ejes conductores, se realiza una re-interpretación de la realidad, involucrando al visitante en una auténtica aventura individual, grupal o colectiva, que tendrá indudables repercusiones en su forma de concebir los distintos elementos que configuran un determinado territorio, hasta el punto de que dicha experiencia podrá influir en su opinión –y opción– como consumidor de los productos y usuario de los servicios que le puede ofrecer dicho espacio, tanto durante el desarrollo de la propia actividad como más adelante en el contexto de su vida cotidiana.

En el diseño de la ruta –o de las rutas, si llegan a conformar una red– se considera la necesidad de apostar por proyectos integrales y estructurantes, que contemplen el desarrollo de diversas actuaciones interrelacionadas entre sí, caso de las que se enumeran a continuación:

- Estimación del potencial endógeno con posibilidades interpretativas
- Catalogación del patrimonio vitivinícola y enológico

5.- Parece interesante la consulta del apartado *El enoturismo como ejemplo de experiencias eno-territoriales,* contenido en el trabajo de Dirk Godenau que lleva por título "Vino y territorio: alcance y limitaciones de la economía de las experiencias", ponencia al XXIX *Congreso Mundial de la Viña y el Vino,* OIV, Logroño, 25-30 de junio de 2006, páginas 14-19.

- Inventario de recursos, servicios y actividades vinculadas con el vino y su cultura
- Diseño del/los itinerario/s temático/s y establecimiento del plan de interpretación
- Establecimiento de los medios interpretativos necesarios para el desarrollo de las rutas
- Elaboración del material documental: cuaderno de ruta, guía de viaje, folletos informativos
- Formación y/o actualización de informadores turísticos y guías-intérpretes
- Adecuación y organización del recorrido y sus hitos: operatividad y mantenimiento
- Desarrollo de sistemas de seguimiento, evaluación y control de calidad

En el caso de la isla de Tenerife, en la que el vino y su cultura, junto al amplio repertorio de actividades y experiencias asociadas, han propiciado innumerables transformaciones en la realidad insular a todos los niveles, prácticamente desde el mismo momento de la Conquista (Macías, 2007), es posible establecer itinerarios con enorme atractivo que pueden cubrir buena parte de la geografía tinerfeña, destacando, sobre todo, aquellas áreas que más pueden necesitar de los practicantes del *enoturismo* para revalorizar su territorio y funciones productivas. Concretamente nos referimos al espacio rural de las *medianías,* con derivaciones hacia los altos y la costa cuando el guión de la interpretación temática así lo requiera. Las personas, los procesos y los paisajes serían los protagonistas de rutas que pueden discurrir, en buena medida, a través del sistema viario tradicional, repercutiendo entonces en su mantenimiento y en la recuperación de aquellos trayectos que son indispensables para establecer la viabilidad y coherencia del conjunto.

FIG. 6 Y 7. *Los caminos tradicionales más relevantes atraviesan importantes áreas vitivinícolas.* Viñedos en las Vueltas de Taganana (i) y en el camino de la Sierra de La Orotava (d)

En efecto, el *enoturismo* alcanzaría su máxima expresión en espacios como Tenerife si se combina con las oportunidades que ofrece la práctica senderista en su dimensión más cultural. Y es que, *los caminos del vino*[6] pueden contribuir

6.- Este tipo de propuestas aún se encuentra en fase de desarrollo preliminar en España, siendo la comarca catalana del Priorat (http://www.turismepriorat.org) uno de los espacios que más está apostando por la difusión de un producto de turismo de senderismo vinculado a su patrimonio y cultura del vino (enosenderismo), aprovechando su malla de caminos tradicionales, actualmente en proceso de recuperación, donde el paisaje se convierte en un elemento estructurante y cultural sintetizador de los valores del territorio que se desean transmitir.

a establecer el mayor grado de aproximación entre el visitante y el patrimonio local; a través de estos desplazamientos a pie se van hilvanando progresivamente los rasgos que conforman o dan sentido al tópico y a los significados que se desean transmitir. Esto supone no sólo la adecuación y estructuración de los elementos relacionados con el vino y sus derivaciones, sino también, cuidar de la malla de caminos tradicionales que en el pasado se ha ido tejiendo en la isla para comunicar unos lugares con otros: las áreas productoras con los lugares habilitados para su transformación y estos con los enclaves que se desarrollaron al socaire de la comercialización de los caldos. Sin duda, se convertirá en un estímulo para el turismo de senderismo más cualificado, en la medida en que se dispondrá de una oferta de recorridos tematizados de alcance insular, que pueden vincular unas comarcas con otras y las distintas denominaciones de origen a través de un tópico común; y asimismo para el sector vitivinícola, cuyos componentes estarían comunicados e integrados por un recurso que a su vez tiene alto valor patrimonial.

De hecho, el turismo de senderismo –junto al conjunto de actividades complementarias que genera su práctica– se está convirtiendo en una oportunidad para la dinamización sociocomunitaria de muchos territorios, al mismo tiempo que de recuperar, conservar y difundir las excelencias de su patrimonio al exterior. Se han desarrollado así interesantes propuestas orientadas a la promoción de este tipo de ofertas, que interactúan con diversas iniciativas que también progresan en el contexto de la promoción de ámbitos naturales y espacios rurales. De este modo, la evolución del sistema caminero tradicional, ahora con una nueva funcionalidad, podría llegar a tener un mayor protagonismo en las estrategias de desarrollo local de muchos lugares, entendiendo éste en su amplia dimensión de mejora de las condiciones de vida de la comunidad, con implicaciones en los aspectos ambientales, económicos, sociales, culturales y hasta institucionales. Parece entonces que ese debe ser uno de los retos principales de la recuperación de los viejos caminos y del fomento de actividades como el senderismo en sus diferentes modalidades, sobre todo aquéllas que se fundamentan en la interpretación del patrimonio y la educación ambiental (Pérez y Zapata, 2009).

Para la adecuada implantación de cualquier sistema de rutas es preciso fomentar en todas las etapas del proceso la investigación científica, integrando múltiples perspectivas en el análisis, dada la multidimensionalidad del tema considerado: Historia, Antropología, Geografía, Economía, Ciencias Agrarias, Ingeniería, Bellas Artes y Arquitectura, entre otras disciplinas, tienen mucho que aportar a la configuración de este tipo de iniciativas. Sólo así será factible incorporar originalidad a las propuestas enunciadas, fomentando la creatividad y la innovación, elementos imprescindibles para competir con garantías en un sector en el que cada vez existen más ofertas de calidad, dada la creciente difusión internacional del enoturismo. En este sentido, conviene recordar la existencia de universidades y centros de investigación, desarrollo e innovación, con experiencia en el estudio de las cuestiones necesarias para formular proyectos singulares y al mismo tiempo viables.

Los recursos e infraestructuras existentes constituyen asimismo piezas esenciales en este tipo de iniciativas, por lo que deben identificarse, catalogarse y adecuarse según los objetivos propuestos: bodegas, restaurantes y casas de comida, alojamientos rurales (y convencionales de calidad), centros históricos, museos, miradores, centros de visitantes y puntos temáticos, mercados agrarios, vinotecas, etc. Se plantea así la necesaria interacción y complementariedad entre productos y servicios temáticos organizados en red. A los anteriores podemos añadir el potencial de celebraciones y fiestas populares, así como la oferta de artesanía y manufacturas tradicionales, y además, plantear la relación directa con la promoción de otras producciones locales, con las que se puede establecer un favorable maridaje (quesos, embutidos, conservas y repostería, entre otras) para enriquecer las propuestas enunciadas.

El conocimiento acumulado mediante la adquisición de capacidades, habilidades y herramientas, es imprescindible para *sacar partido* al amplio potencial señalado. Importancia capital tienen, en este sentido, la motivación y la formación de los actores implicados en este tipo de iniciativas, que deben participar de manera compartida en el planteamiento de estrategias que valoricen los recursos existentes en el marco local. Los proyectos de carácter cultural, o por lo menos, con una importante componente cultural, como es el caso que nos ocupa, pueden facilitar asimismo la integración de todos los grupos y colectivos sociales. El conocimiento además favorece la innovación, siendo preciso, como ya se ha destacado, propiciarla y fomentarla sin llegar a desnaturalizar los elementos patrimoniales movilizados, garantía de su irrenunciable conservación como fuente de progreso también en el futuro.

FIG.8. *La información sobre paisajes y actividades vitivinícolas anuncian un cierto desarrollo del enoturismo.* Panel informativo sobre 'Los vidueños de Canarias' en la finca Los Zamorano en Tegueste

En definitiva, el *enoturismo* constituye una oportunidad cierta para la puesta en valor del patrimonio y el desarrollo local, vinculados a la evolución del sector vitivinícola en su conjunto, si bien, supone un reto su adecuada implantación basada en propuestas que realmente aproximen al visitante a la esencia del vino y su cultura en cualquier lugar. Y esto se consigue, sobre todo, por la vía de la promoción de emociones y experiencias, que en muchos casos sólo es posible suscitar volviendo a *hollar* los que en distintas épocas fueron los caminos del vino.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

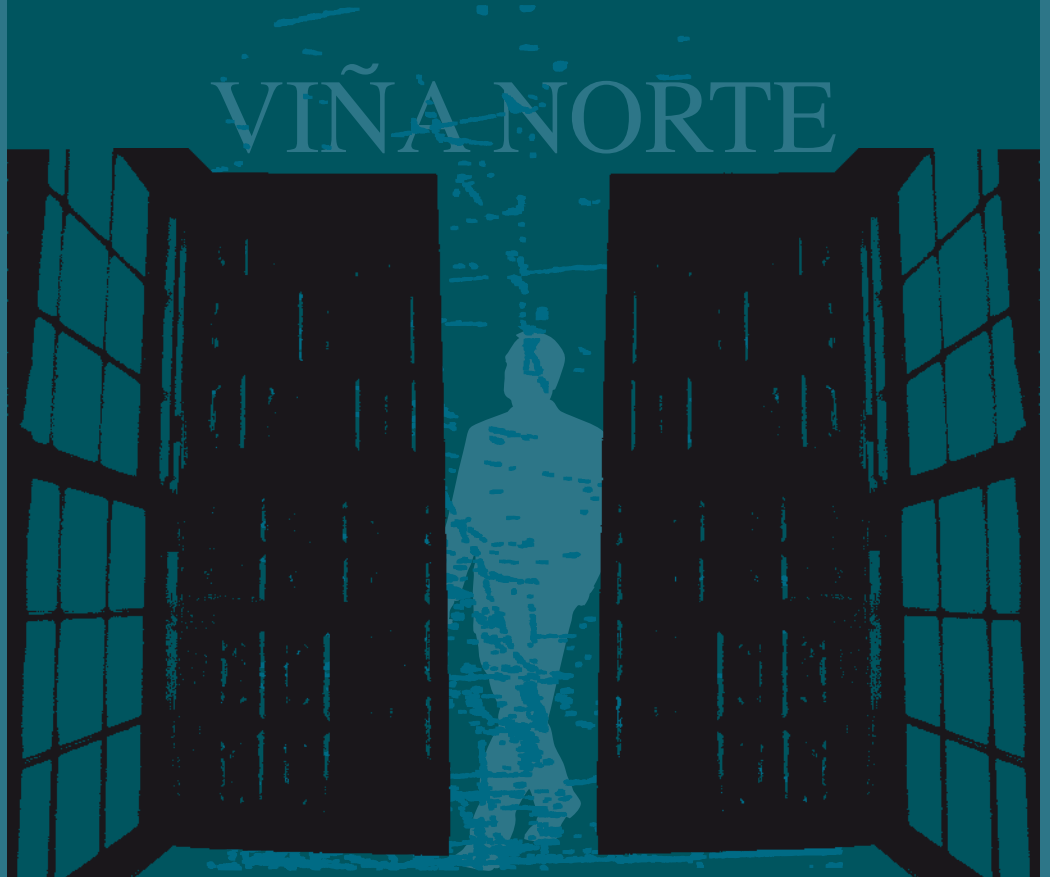
Asociación Ruta del Vino Tacoronte-Acentejo (2008), "Una nueva apuesta turístico-cultural para Tenerife. La Ruta del Vino Tacoronte Acentejo", *Mundo Rural de Tenerife,* 3, páginas 28-29.
Godenau, D. (2006), "Vino y territorio: alcance y limitaciones de la economía de las experiencias", ponencia al *XXIX Congreso Mundial de la Viña y el Vino,* OIV, Logroño, 25-30 de junio.
Macías Hernández, A. M. (2007), "El vino en la historia insular", *Vinaletras,* Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo, Santa Cruz de Tenerife, páginas 6-12.
Pérez Carballo, M. y Zapata Hernández, V. M. (2009), "Los caminos de peregrinación a Candelaria", en *50 Aniversario de la Basílica de Candelaria,* Ayuntamiento de Candelaria, Santa Cruz de Tenerife (en prensa).
Zapata Hernández, V. M. (2007), "La valoración de los recursos endógenos en las estrategias de promoción y diversificación del turismo", en PARRA LÓPEZ, Eduardo y CALERO GARCÍA, Francisco (coordinadores), *Situación actual, implicaciones y perspectivas futuras del turismo en Canarias,* volumen 2, Ayuntamiento de Adeje, Santa Cruz de Tenerife, páginas 213-231.
Zapata Hernández, V. M. (2008), "Rutas enoturísticas: potencialidades y desarrollo", *Boletín de Interpretación,* 19, páginas 8-11.

Carta Europea del Enoturismo, París, 2006.
Enoturismo en La Palma y más, Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de La Palma.

VINO Y ARQUITECTURA

ADRIÁN ALEMÁN DE ARMAS

Viña Norte estrena casa



VIÑA NORTE ESTRENA CASA[1]

Adrián Alemán de Armas[2]

Un nutrido grupo de cosecheros del norte de la isla decidió hace unos años colocarse en un lugar urbano para mostrar sus caldos, debatir sobre cultivos, mostrar tendencias y participar colectivamente de la vida ciudadana, dando lo mejor de sus labores a la colectividad dentro de un escenario digno: la Casa Viña Norte. Para ello, eligieron un edificio singular de la plaza de La Concepción de La Laguna, que había sido transformado en los años treinta y que una vez estudiado ha renacido otra vez con esplendor y con el añadido de algunos elementos contemporáneos que lo hacen funcionar adecuadamente. Durante el proceso de rehabilitación, visité la obra acompañado del arquitecto Fernando Beautell Stroud, responsable de la rehabilitación junto a Juan Carlos Díaz-Llanos La Roche. Asistí asombrado a contemplar las soluciones aportadas por los técnicos que llevaron a cabo otra modificación en los años treinta. Hoy visitamos de nuevo el inmueble, ya restaurado. La sencillez puesta en práctica ahora por los arquitectos rehabilitadores ha tenido como consecuencia inmediata el rescate de un buen edificio barroco.

FIG.1. Vista del patio desde la segunda planta

En un minucioso estudio realizado por los arquitectos que han realizado el proyecto de rehabilitación del edificio destinado a Bodegas Viña Norte se dice: "En el plano de Torriani, levantado hacia 1588, el contorno de la plaza aparece totalmente urbanizado, y su configuración es más o menos la que tiene hoy día: un polígono aproximadamente triangular con embocadura perpendicular hacia la actual calle Tizón y con uno de sus lados —el norte, donde se ubica el inmueble de referencia— describiendo un esguince para alinearse con la plaza de la Concepción y la calle Carrera. En el mismo plano, con entrada por el callejón de Belén, puede observarse un corral o patio de vecindad hacia el interior de la manzana, abarcando lo que hoy sería la trasera de este edificio y de su inmediato hacia el oeste, que hace esquina con el citado callejón".

1.- Este artículo fue publicado por primera vez el 4 de junio de 2008 en el diario digital loquepasaentenerife.com. Las fotografías que acompañan este texto han sido realizadas expresamente para esta edición por Pablo Bonet Márquez [Nota del editor].

2.- A finales de la década de los ochenta y primeros años de los noventa del siglo XX, D. Adrián Alemán de Armas (1935-2008) publicó un conjunto de artículos en el desaparecido periódico *La Gaceta de Canarias,* en el suplemento "Domingo tras Domingo" bajo el título **Vinos del País,** donde se recogían las impresiones que las visitas a bodegas de la isla le habían suscitado, así como, mostraba al público general los principales debates del sector vitivinícola canario. Probablemente sus aportaciones periodísticas en torno al sector vitivinícola isleño sean de las primeras que mantuvieron una continuidad semanal en la prensa canaria [Nota del editor].

Años de reformas. Aunque la edificación de la manzana, como hemos comprobado, es muy anterior, tipológicamente el inmueble se corresponde con una construcción de la segunda mitad del XVIII lo que nos lleva afirmar que fue reedificado o reformado en profundidad en esa época. No sería la única. El mismo Miguel Machado Bonde, en su estudio del edificio, nos aporta una serie de datos posteriores como fueron la primera reforma y la rehabilitación. Y así dice: con fecha 15 de noviembre de 1938, Antonio Saavedra Carballo, domiciliado en la calle 25 de Julio de la capital tinerfeña, solicita licencia para reformar la fachada y construir varias habitaciones en la casa de su propiedad sita en la plaza de la Concepción. El proyecto, compuesto por una pequeña memoria y planos, aparece suscrito por el arquitecto Javier Felip y Solá (Barcelona,1883-Tenerife,1968). El alcance de la reforma se circunscribía a la fachada, las dos primeras crujías de la planta baja y el entresuelo. El objeto de la misma, según el propio arquitecto, era el de "habilitar el inmueble para vivienda de varias familias independientes, reformando la casa que hoy está dispuesta para una sola".

En la fachada, concretamente, se proyectaba abrir una ventana por encima de la puerta central. En la planta baja se derribaban las dos paredes laterales del zaguán y se cerraba el acceso del mismo al hall condenando la puerta de acceso y construyendo una pared. El nuevo acceso se practicaba por otro zaguán habilitado tras la puerta derecha de fachada, con lo que se modificaba la dirección de la escalera, que arrancaba desde el nuevo zaguán de derecha a izquierda, al contrario que la original. Se construía asimismo "un pequeño techo encima del zaguán y encima del piso del entresuelo".

Respecto a la nueva ventana en la fachada, el arquitecto argumentaba que ésta "(...) formará un conjunto armónico con la puerta central a fin de darle mayor monumentalidad". Así, los huecos centrales quedaban inscritos en una especie de portada inspirada en la arquitectura religiosa, rematando la ventana de nueva creación en un cornisamiento con volutas en el vértice, todo ello moldurado en cemento y en un estilo de marcada filiación barroco-colonial. También se contemplaba la construcción de un parapeto con cornisa y alero en sustitución del alero original, que tal como apreciamos en alguna fotografía histórica parece de cantería bajo teja y con un amplio vuelo. Uno de los elementos, en suma, que singularizaban la vertiente urbana de esta vivienda.

Finalmente, en el alzado se reflejan dos nuevas puertas en la planta baja, una a cada lado de la principal (en una de ellas se habilitaba el nuevo zaguán). Estos vanos sustituían dos ventanillos originales correspondientes a dos dependencias que muy posiblemente se utilizaban como almacenes.

La rehabilitación de la Casa Viña Norte. El proyecto de rehabilitación de la Casa Viña Norte ha sido ejecutado por los arquitectos Fernando Beautell Stroud y Juan Carlos Díaz-Llanos La Roche desde febrero de 2005. Se da la circunstancia de que este último es nieto de Miguel Díaz-Llanos Fernández y de María del Carmen Lecuona Hardisson, propietarios de la casa entre 1922 y 1926.

El inmueble presenta una planta en U abierta hacia el este y articulada en torno a un patio interior de tres lados. Una fotografía, posiblemente de principios del siglo XX, nos muestra una planta claustrada, con una construcción —hoy inexistente— cerrando el patio por el este. Habida cuenta que Andrés Antequera, propietario del inmueble hasta 1919, era dueño también de la casa colindante (el edificio número 17), es muy probable que reservase para disfrute de la casa inmediata, de menor superficie, el espacio correspondiente a la desaparecida crujía.

FIG.2. El edificio posee tres alturas en torno a un patio interior de tres lados

La cubierta de la crujía principal es de teja árabe a cuatro aguas y la de la adyacente, a un agua, como continuación del faldón interior de la cubierta principal. Las de la crujía lateral y de la posterior son ambas a dos aguas —igualmente de teja árabe—, empalmando sus respectivas cumbreras en la intersección. Antes del comienzo de las obras de restauración, la fachada principal contaba con seis huecos de composición simétrica: tres puertas en la planta baja, tres ventanas en el entresuelo y tres ventanas de gran tamaño en la planta superior. Se conservaba la tipología original de los huecos superiores, de guillotina, con tapaluces interiores, aunque se habían alterado los marcos y los antepechos sustituyendo los antiguos de madera por otros de cemento con moldura plana. Los dos huecos centrales de la planta primera y del entresuelo configuraban, como hemos apuntado, una portada cuya justificación era meramente ornamental, ya que en el transcurso de esa misma intervención se suprimió el primitivo zaguán, con disposición axial, desplazando la entrada hacia la derecha.

Las escasas fotografías antiguas que hemos encontrado nos reflejan una fachada con simetría parcial de huecos, alineados en ejes verticales: tres grandes ventanas de guillotina —que por sus dimensiones encuadramos en la segunda mitad del XVIII— en la planta superior, dos ventanas laterales de menor tamaño en el entresuelo y portada axial flanqueada por dos ventanillos laterales, todo ello rematado por un alero de amplio vuelo, parece que de cantería. Un tipo de vivienda ésta, de dos plantas con entresuelo, que podría asociarse con el arquetipo de casa comercial de la segunda mitad del XVIII.

El inmueble contaba, hasta hace bien poco, con todas sus galerías cerradas con albañilería hacia el patio. Tras los trabajos de restauración han aflorado, en la galería baja de la entrada, tres estilizados pies derechos de madera con base de cantería, si bien de uno de ellos apenas se conserva el tercio superior. Los fustes lisos y cilíndricos culminan en un collarín y en una especie de equino invertido, justo bajo las zapatas, con ricas molduras mixtilíneas. Las galerías superiores de las crujías oeste y norte eran originalmente abiertas. Se da la circunstancia de que han aparecido, reutilizados en uno u otro lado, muchos de los elementos que la conformaban, lo cual facilita la restitución de su aspecto original.

Así, las zapatas, desmontadas, fueron colocadas en la base de los soportes, que se conservaron embebidos en los muros. Las molduras de las mismas, en pico de cuervo, constituyen un elemento típicamente barroco. Los cojinetes y listeles del antepecho se utilizaron como base para el piso en las proximidades de la escalera. Los artesonados de la crujía principal son típicamente mudéjares. El principal de ellos es de par y nudillo, con cuatro faldones, cuadrantes, tirante central, tablas de forro y lacería en la decoración del almizate. Igualmente, en el arranque de la crujía oeste existe un pequeño oratorio, con hornacina practicada en la pared y armadura ochavada de par e hilera.

La obra. Todos los pilarcillos de las galerías fueron invertidos colocando las zapatas sobre los envigados inferiores, a ras de piso, y los puntales de los pilarcillos hacia arriba a modo de soportes. Se ocultaron infinidad de detalles del siglo XVIII, entre ellos la hornacina del oratorio y sobre los pisos de madera se sentaron mosaicos en todas las plantas que, con el paso de los años, se desprendieron del mortero, quedando en muchos de los casos sueltos. Este hecho en alguna medida permitió que no se rompieran las baldosas y aprovechar muchísimos de estos mosaicos, que han venido a configurar en recuadros adecuados toda la estructura de la actual planta baja. El tratamiento de la madera ha sido exquisito: las grandes columnas que estuvieron ocultas desde 1939 han dado rotundidad al patio.

FIG.3. Detalle de los trabajos en madera completamente restaurada

Los pilares y los pasamanos con las protecciones de las galerías altas dan un refinamiento estilístico en conjunto con la totalidad del patio, que recibe dos aportes singulares: por un lado, la cobertura de la techumbre por módulos de estructura metálica y cristal, cuestión que le da una utilidad muy adecuada, sobre todo considerando que el patio es un poderoso medio de relación para la nueva función del edificio; en segundo lugar, la aportación de la estructura metálica, que le permite ofrecer una moderna visión del cuarto espacio que mira al poniente, creando una galería que ofrece otro acceso a los fondos del edificio en plantas altas y que vendría a sustituir la que, al parecer y según se desprende de los datos históricos, existió al ser alguno de sus propietarios dueño de la casa colindante.

FIG.4. Nueva galería sobre el patio culminado en acristalamiento

Vale la pena resaltar el esmerado cuidado que han tenido los técnicos en el tratamiento de puertas y ventanas interiores y exteriores. La precisión puesta en el raspado y acabado de las hermosas contraventanas de la última planta, que además de sus espléndidas medidas ofrecen una estructura bellísima con diseño muy propio del siglo XVIII, magistralmente acabado. No hay que olvidar lo más importante: la vista exterior de su fachada, ya que es la que acompañará al conjunto de la ciudad y la que será observada, seguro, por los viandantes que durante más de setenta años conocieron unas formas y acabados fuera de medidas, ya que no alcanzaron el disfrute del eclecticismo y sufrieron el desprecio por el barroco.

Los técnicos de los años treinta no acertaron con la fórmula utilizada para rescatar un edificio familiar. Más bien hicieron una gran chapuza que sufrió la casona durante siete décadas. La sencillez puesta en práctica ahora por los arquitectos rehabilitadores ha tenido como consecuencia inmediata el rescate de un buen edificio barroco, del que pueden aún conocerse infinidad de detalles.

FIG.5. Contraventanas de la última planta observables desde el exterior del inmueble

El importante colectivo de viticultores que bajo el nombre de Viña Norte ha invertido su tiempo, su dinero, su reflexión y sus mejores deseos, para ofrecer la calidad de sus productos a esta sociedad a la que pertenecen y a cuantos nos visitan son los únicos responsables de esta preciosa idea, que ya es una realidad. Están en estos momentos concluyendo el proceso de puesta a punto del papeleo, mobiliario y resto de infraestructura para que en breve tiempo podamos disfrutar de este precioso legado cultural que se ha de unir al de la Malvasia y Faltstaff de Andrés de Lorenzo Cáceres, donde el insigne historiador ofreció las versiones de los ataques piráticos ingleses en busca de nuestros mejores caldos.

Viña Norte es una empresa muy consolidada, muy bien administrada, muy bien dirigida y divulgada e incluso participada por el Cabildo Insular, que junto al enorme caudal humano de los viticultores han devuelto a la tierra el honor de los mejores caldos, envueltos en el misterio y la calidad de los listán, las negramoll, los tintillos, las malvasías y ese sinfín de especies llegadas a las islas desde la conquista, ensoleradas y mimadas por quienes han sabido conservar la riqueza que nos dio genio y figura durante siglos. Enhorabuena.

FIG.6. Juego de puertas en la última planta

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE
SAN CRISTÓBAL DE
LA LAGUNA

conciertos

teatro

conferencias

exposiciones

bredondelaculturaescostumbredonde laculturaescos
dondelaculturaescostumbredondela culturaescostum
elaculturaescostumbredondelacultura escostumbred
ulturaescostumbredondelaculturaes costumbredond
scostumbredondelaculturaescostumbre dondelacult

donde la cultura es costumbre

UNESCO
PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

noviembre en La Laguna

VINO Y LINGÜÍSTICA EN MÁRKETING

ERNESTO SUÁREZ TOSTE

Lenguaje y comunicación en el vino: aciertos y errores

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EN EL VINO: ACIERTOS Y ERRORES

Ernesto Suárez Toste

Es un vicio común en la venta en mercados exteriores el limitarse a traducir literalmente (folletos, anuncios, contraetiquetas, páginas web, notas de cata) en vez de apostar por una comunicación efectiva e integral. Es un vicio típicamente español, por lo visto; nos quedamos en la superficialidad de lo verbal olvidando lo cultural, o —dicho de otro modo— se traducen palabras en vez de conceptos. Nos falta empatía y —por qué no decirlo— mucho trabajo: queremos el dinero de otros países pero no nos esforzamos en hablar su mismo idioma. Por idioma no me refiero simplemente al código verbal, sino a todo un universo cultural. Pretendemos pescar mil especies diferentes usando como cebo el mismo gusano que nos sabe bien a nosotros, y eso no funciona, y cuando lo hace es más atribuible a la suerte que a la estrategia.

Para ajustar estos esfuerzos publicitarios en la dirección correcta y permitir al productor expresar verbalmente todo lo que su vino expresa en términos organolépticos (y más, como veremos), hemos constituido en la Universidad de Castilla-La Mancha un grupo emergente que estudia el lenguaje del vino desde la metáfora. Porque si es evidente que el lenguaje no es capaz de describir el vino con toda la precisión deseable, también lo es que mediante la metáfora se ha logrado alcanzar un grado de precisión aceptable. Y es que una cosa es que el lenguaje no permita una descripción precisa de la experiencia sensorial que conlleva la cata, y otra muy distinta es que los profesionales del lenguaje no podamos ayudar a mejorar esta situación desde dentro.

FIG.1. No todo se entiende y se ve igual en el mundo del vino

ZONA REEMERGENTE, NOS GUSTE O NO

En España hemos tardado veinte o treinta años en modernizar nuestras etiquetas al ver que la imagen noble y rancia de los Châteaux vendía sólo si el vino era de Burdeos, y nos hemos medio-resignado (y ya era hora) a ser zona re-emergente, hasta el extremo de que hoy en día existen cosas como la beca de pintura Enate. Si tenemos por fin conciencia de que estas tareas aparentemente menores (por no-enológicas, por no relacionadas con la calidad del vino) resultan cruciales para vender en situaciones "a botella cerrada," ¿por qué seguimos encargando la redacción de la nota de cata en inglés de nuestro vino a ese sobrino que pasó un verano en Irlanda?

En el mercado exterior la nota de cata y la página web son la tarjeta de visita de un productor. Constituyen además un esfuerzo ridículo frente a los

rendimientos que producen. Ni que decir tiene, como tal tarjeta de visita su correcta y acertada elaboración producirá el efecto perseguido únicamente si tiene en cuenta una serie de factores de capital importancia. En el caso concreto de la nota de cata, tanto si la redacta uno mismo (para la contraetiqueta, por ejemplo) como si la toma prestada de algún prestigioso crítico para citarla en su anuncio en una revista (Bodegas LAN – Robert Parker), folleto, etc., la redacción tiene que observar una serie de reglas que van mucho más allá de estructurarla en fases (visual, olfativa…). Más importante aún es demostrar al consumidor final que uno se ha preocupado de tenerle en consideración a la hora de traducirla.

TRADUCIR LOS SENTIDOS

En nuestro equipo de investigación, formado por la Doctora Rosario Caballero y el que firma estas páginas, una de las mayores dificultades que encontramos es que las metáforas que conforman el lenguaje del vino no son universales. Lo que funciona en un idioma no es necesariamente válido en otro. Y no es por la lengua, es por la cultura. En las próximas páginas expondré varias estrategias de traducción fallidas y las razones por las que ciertos textos con vocación publicitaria fracasan estrepitosamente en mercados exteriores. Estas razones son mayoritariamente de tipo cultural: abuso de la capacidad del inglés como lengua franca, traducción literal de conceptos locales, marco referencial (sensorial, cultural) equivocado. Hay una premisa básica que no por obvia podemos dejar sin mencionar: un extranjero no es un español que habla otro idioma. Criticar a un inglés por beber cerveza tibia y sin gas, y luego esperar que su carrito de la compra sea idéntico al nuestro es incoherente. Las diferencias son de todo tipo y abarcan mucho más que un idioma (aunque estrictamente el idioma es en sí mismo un reflejo fiel de muchas de esas diferencias, claro).

Cuando hablamos del vino nos damos cuenta de que prácticamente no existe —en ningún idioma— un vocabulario científico y riguroso para describir con fidelidad las impresiones sensoriales. Será porque son algo inherentemente subjetivo, o porque son tan personales que no las podemos compartir o contrastar con otras personas. Todos somos diferentes, y la casuística es casi infinita. Un líquido a 5ºC está frío, pero a una persona le provoca auténtico dolor en los dientes y otra lo encuentra a temperatura ideal. El líquido sigue estando a 5ºC pero las dos descripciones que hagan esas personas no se van a parecer nada, y eso que la temperatura es medible con precisión. Pasemos a otro ejemplo mucho más ambiguo: un vino tiene un azúcar residual alta, pero también un pH bajo. Distintas copas y temperaturas de servicio enfatizarán uno u otro aspecto. Y para enrevesarlo más, con el paso de los años ambos parámetros podrán armonizarse exquisitamente o mostrar un desequilibrio creciente. Añadamos dos catadores, uno de los cuales no tiene costumbre de catar vinos de alta acidez, y tendremos una discrepancia de libro. Cualquier individuo ajeno al mundo del vino que lea una nota de cata podrá sentirse más o menos extrañado por el vocabulario que se utiliza en ese género descriptivo-evaluativo, pero al margen de los términos técnicos lo que más chocante resulta al neófito es el uso heterodoxo (metafórico) que se da a palabras perfectamente cotidianas: redondo, tímido, afilado, musculoso, dormido, expresivo, generoso, y así cientos. Estos términos son todos convencionales y sólo relativamente precisos cuando se sacan de su ámbito habitual y se aplican al vino. No se concibieron en primera instancia para describir impresiones sensoriales producidas por el vino. Y sin embargo, permiten una comunicación razonablemente efectiva entre individuos (profesionales o aficionados) que conocen esta jerga y "¡juegan a un mismo juego". Ahora bien, son tan subjetivos que cabe perfectamente la posibilidad de presagiar que no todas las culturas los utilizan por igual (¿es idéntico el concepto de timidez para un chino que para un italiano?), que distintas culturas han escogido distintas metáforas para expresar los mismos conceptos (el *generoso* español es el *fortificado* inglés), o que algunos críticos desarrollan un estilo propio para comunicar mejor y distinguirse de la competencia (donde un crítico cualquiera usa "voluptuoso", Robert Parker llama a un vino "un putón").

FIG. 2. Los aromas ocultos del vino

No hablo aquí de identificar listas de aromas, sino de otros aspectos del vino. Uno no paga por las notas de cata de Robert Parker o Jancis Robinson para que le digan si un blanco huele a pomelo o a lavanda. Cuando nos compramos una guía o nos suscribimos a una página web solemos hacerlo para verificar otro factor más importante aún: el de la textura/estructura y longevidad/momento óptimo de consumo de un vino. Los aromas de canela o clavo no van a ser quienes decidan nuestra compra de un vino carísimo, sino la probabilidad de beberlo satisfactoriamente en su punto óptimo. A botella cerrada (el vino no es perfume) es imposible decidir por nosotros mismos, y tanto más difícil es probarlo (en joven y crudo, si es que tenemos esa suerte) cuanto más caro y escaso es el vino. Guardar o no guardar es un elemento clave en la mayoría de los vinos caros del mundo, y con frecuencia marca la diferencia entre una experiencia inolvidable y otra casi dolorosa. Es por ello que los aromas son relativamente traducibles, en muchos de los casos, y en cambio las impresiones de textura y estructura resultan en cambio increíblemente difíciles de comunicar (en cualquier lengua, pero aún más si hay que traducirlas). En el ámbito anglosajón, por ejemplo, la identificación de aromas con productos familiares desglosados en categorías se ha sistematizado gracias a la *Aromawheel* ('rueda de aromas') de la Dra. Ann Noble, de la UC-Davis. Resulta fascinante comprobar que no es fácilmente traducible, y no porque no tengamos un término en castellano para "balsamic" sino porque no identificamos los distintos productos de forma exactamente equivalente. "Existe" una rueda de aromas española y una *aromawheel* norteamericana, y no coinciden al 100%. Pero como digo, en comparación, las impresiones táctiles son infinitamente más difíciles de compartir y comparar verbalmente.

PERCEPCIÓN SENSORIAL Y LENGUAJE POPULAR

Cuando introducimos un trago de vino en nuestras bocas, la primera impresión es decididamente táctil. Notamos una fluidez/viscosidad que ya adivinamos antes de sentir, y sobre todo una temperatura. Otras sensaciones son en cambio más difíciles de describir. Conceptos como cuerpo/volumen/paso de boca/persistencia son relativamente ajenos fuera del círculo de catadores, y las distintas —casi infinitas— gradaciones posibles lo complican todo aún más. Todo eso es lo que solemos (popularmente) asociar al sentido del "gusto." Es una simplificación bárbara: todo lo que ocurre en la boca va en un mismo saco, y así nos liamos luego. Y el colmo son las interferencias entre boca y nariz: por una parte está la costumbre de hablar a la ligera de aromas y sabores indistintamente, por otra hay atributos del paladar que transferimos a la nariz. El ejemplo más llamativo lo tenemos en una expresión cotidiana que ni siquiera es exclusiva del mundo del vino. Con enorme frecuencia nos referiremos a —por ejemplo— un malvasía de postre diciendo que ofrece sabores de frutas y aromas dulces. Esto es tan incorrecto como útil, pues todo el mundo entiende lo que queremos decir a pesar de que dulce es un sabor y fruta es un aroma (es un decir). Esos aromas no pueden ser dulces (en la nariz no), pero sí nos recuerdan a los aromas de otros vinos (y otras sustancias) que resultaron oler igual y ser dulces en la boca. De vez en cuando encuentro blancos de Alsacia o del Loira (a menudo deliciosos aunque intrigantes) a base de uvas sobremaduradas que han sido fermentados hasta el límite y ofrecen precisamente esos aromas pasificados e incluso botritizados pero son perfectamente secos al paladar. "Huelen dulce" pero son secos en boca.

Ya sea por economía, por estilo, o por la imposibilidad de expresarnos con más precisión, para referirnos a la experiencia organoléptica que nos proporciona un vino utilizamos —a menudo inconscientemente— metáforas, metonimias y sinestesias.

METÁFORAS

Las metáforas más frecuentes revelan que para poder hablar del vino con otras personas lo conceptualizamos como una serie de cosas completamente distintas, de las que podemos hablar con más precisión. Así nos referimos al vino como a un ser vivo (y a menudo un ser humano), un edificio, una joya, o un tejido. Es habitual entre catadores referirse a un vino como una filigrana de orfebrería, una estructura bien construida o ensamblada, o dotada de un tacto aterciopelado. En ningún caso deja el vino de ser un líquido, pero estas descripciones ayudan a entender su estructura y tacto en boca. En todos los casos alguien podría decir que la expresión es más o menos rebuscada, o que el catador se recrea en un uso poético del lenguaje. Simplifiquemos más: decir de un vino que es "joven, redondo, profundo y largo, con notas de canela" conlleva saltarnos a la torera que el vino no está vivo y que no es un ente tri/bidimensional, ni una composición musical. Y ninguno de estos cinco descriptores es rebuscado; de hecho he escogido cinco de los más frecuentemente utilizados (y útiles). Un vino puede ser joven en el sentido de sin crianza en barrica, pero también seguir siendo joven once años después de la cosecha, y entonces no hablamos de la edad desde la vendimia sino del estado de salud del vino. Algún día estará "muerto." "Redondo" —especialmente en conjunción con los aparentemente incompatibles "largo" y "profundo"— es algo imposible en un fluido. Y "largo" habla de duración temporal, no espacial. "Notas" es un término cotidiano que tomamos prestado de la música, cuando existen términos alternativos (apuntes, matices) menos llamativamente ajenos al ámbito vinícola.

FIG.3. Una imagen que *no* vale más que mil palabras

Mi interés se centra particularmente en las metáforas del tipo EL VINO ES UN SER VIVO y especialmente en EL VINO ES UN SER HUMANO. Me intrigan porque la anatomía y la fisiología resultan muy útiles para describir al vino, pero a menudo la personificación se lleva a extremos absurdos. Decir de un vino que tiene/le falta cuerpo, es algo cotidiano. El ciclo vital del vino que nace, se desarrolla, madura, envejece y muere es imprescindible para comprender esta sustancia en permanente evolución. Hablamos de crecer, de madurar, de estar cansado, de morir. Se trata de una metáfora (de un esquema metafórico) muy útil. De ahí a decir que un vino es un putón va un trecho. En materia de anatomía y fisiología concebir al vino como algo que conocemos tan bien como a nosotros mismos nos cuenta lo íntimo de la relación histórica del hombre con el vino (y confirma la idea de los estudiosos según la cual solemos recurrir a nuestro propio cuerpo para explicar conceptos abstractos). Pero al exprimir las posibilidades expresivas de esta relación llegamos a aplicar al vino casi cualquier adjetivo capaz de referirse a un ser humano. Y ahí encontramos mucha tontería, o al menos mucha provocación estilística. El "putón" de Parker —les guste o no— tiene una lógica inapelable, por cierto: si al vino poco expresivo se le denomina "tímido," y al vino difícil o austero "intelectual," el vino que ha resultado ser un putón es uno fácil, lleno de fruta, que nada más abrir la botella lo da todo sin hacerse "cortejar" con años de guarda, horas de decantación, etc. Observen que casi no he podido salirme de la personificación para ex-

plicar lo del "putón": sólo he podido dar antónimos aproximados (tímido, intelectual, difícil). Naturalmente, se ha escrito mucho acerca de todo esto, en serio y en broma. Tal vez quien mejor ha aunado ambos enfoques ha sido Roal Dahl en su cuento "Gastrónomos" (perteneciente al volumen *Relatos de lo inesperado*), donde despliega una fina ironía hacia el entorno del vino.

En este apartado antropomórfico una de mis distinciones favoritas es la de masculino frente a femenino, que con frecuencia oigo utilizar de manera completamente equivocada. Discutirla daría para otro capítulo. Pero ahora vamos a centrarnos en aprender una lección positiva a partir de un caso de mala comunicación del que soy yo responsable, para mi vergüenza. Volviendo a lo que decíamos antes del extranjero al que miramos por encima del hombro en materia de vino y gastronomía, hay un aspecto de doble filo referido no ya a la posibilidad de infravalorar sus conocimientos, sino todo lo contrario. Digamos que hay que poder ser justo pero sin pasarse. La retórica del respeto y la sacralización de la tradición en que nos hemos criado los españoles en materia de vinos no es compartida *necesariamente* por los habitantes de otros países. Precisamente por ello para comunicar esta cultura, para "llegar" hay que hacer un esfuerzo (didáctico, promocional). El ejemplo que voy a poner es especialmente sangrante porque me ocurrió a mí en el idioma que constituye mi especialidad de estudio, y en un tipo de vinos que me es especialmente querido y en el que me consta que los esfuerzos de divulgación son ejemplares a nivel tanto nacional como internacional.

LA CASPA DEL VINO

Vinoble es la feria internacional de vinos dulces y generosos que tiene lugar en Jerez de la Frontera cada dos años. Es un acontecimiento único, casi místico para el buen aficionado, que ve cómo en un marco irrepetible se juntan aficionados y profesionales en torno a más de 600 vinos dulces y generosos de talla mundial. Es primavera en Jerez, y toda la ciudad bulle con la llegada de los cientos de visitantes: hace buen tiempo, la flora está en su máximo esplendor, la hostelería local se vuelca con recetas especialmente diseñadas para la ocasión, los Jardines del Alcázar se saben nuestros nombres, nos reencontramos con viejos amigos a los que sólo vemos en ese tipo de acontecimiento… Todo conspira para hacer de Vinoble la fecha más importante de nuestra agenda, por la que uno retrasa una boda o adelanta una colonoscopia con tal de estar libre a finales de mayo. En la edición de 2004 un grupo de amigos observamos curiosos cómo una bodega de Sanlúcar había traído una media bota vacía rematada por una pantalla tipo TFT (redonda, sí) para que proyectase la imagen del velo de flor que se cría sobre la superficie de la manzanilla. Igual que el corte vertical de una bota de fino o manzanilla (con tapa de cristal) que se exhibe en muchas bodegas jerezanas y sanluqueñas, pero sin tener que someter a una bota de verdad a la tortura del traslado hasta Jerez. Ingenioso. Un inglés igualmente curioso nos preguntó qué era aquello, y yo, distraído por la novedad tecnológica, le expliqué que la manzanilla es un vino *generoso,* que se *encabeza* con alcohol hasta los 15°, que madura en *criaderas* y desarrolla ese velo de levaduras —la flor— etc, etc. Cuando se fijó en la capa de sedimento en el fondo de la bota le contesté que las levaduras muertas caen al fondo de la bota sin más. La explicación fue todo lo antropomórfica posible, por lo visto, porque entonces se aventuró a preguntar: "Entonces, son un poco como la *caspa* del vino ¿no?" Horrorizado en parte, pero sin poder dejar de apreciar lo ingenioso de la comparación, le expliqué que en el contexto andaluz la flor es poco menos que algo religioso, y que no fuese por ahí hablando de caspa en ningún idioma o acabaría colgando —es un decir— de la torre del alcázar. Nos reímos como correspondía y el señor siguió con sus catas y yo con las mías, pero no pude dejar de pensar en la caspa del inglés, porque las levaduras muertas no son un invento del Jerez. El contacto más o menos prolongado de un vino con sus lías es una receta habitual en otros estilos (Borgoña por ejemplo, por buscar uno que un inglés sí haya podido aprender a idolatrar), y de hecho es

una etapa imprescindible en el (posiblemente) único estilo universalmente apreciado: el champagne. Es más, la botella de champagne transparente con su fondo turbio de autólisis de levaduras es una imagen frecuente y muy didáctica que se suele enseñar en las visitas a bodegas en esa zona. ¿Por qué no se le ocurriría lo de la caspa allí sino en Jerez?

FIG. 4. Dulces tras la reja jerezana

La respuesta es bien simple: porque en España, y aún más en Andalucía, se exprime de una manera más acusada el potencial de las metáforas antropomórficas. Si el vino en inglés (y en francés, ya puestos) se fortifica, en español se *encabeza*. Así en inglés el fino es fortificado y en Andalucía *generoso*. Madura en *criaderas,* y si el mosto es basto o no ha envejecido bien se le nota una cierta *gordura*. En cambio si le falta consistencia se queda en *delgado* o *chico,* que para el caso no es mucho mejor. Para homogeneizarlo en bodega, unas botas se *cabecean* con vino de otras. Al perder su frescura el fino se *cansa,* y se llega a decir de un fino que está *desmayado*. Leyendo la etiqueta lo más probable es que ese fino tenga nombre de hombre (Marinero, San Patricio, César, Tío Pepe, Tío Mateo, e incluso Don Fino), y la manzanilla de mujer (Aurora, La Pepa, La Gitana, Gabriela, Charito, La Cigarrera, La Goya, Macarena). Con tanto esquema antropomórfico y tanta cabeza no podemos culpar a nuestro inglés por deducir que las células muertas que caen de la cabeza son "caspa": el buen hombre se limitó a extender la metáfora para cubrir un hueco al que no lograba dar explicación sin recurrir a lo anatómico. Normal, pero desastroso en lo referente al marketing, claro. Que un Consejo Regulador se mate a promocionar sus vinos por todo lo ancho y largo del planeta para ponerlos en las alturas que merecen, y llegue un señor y relacione el contenido de sus botas con la caspa es, cuando menos, muy poco halagador. Por eso es necesario ser conscientes de que los esquemas antropomórficos derivan en lo escatológico de vez en cuando, y ese efecto puede ser perfectamente indeseable. En cualquier caso creo firmemente en que al final siempre se imponen las bondades del vino sobre la retórica, como cuando Alejandro Fernández —hará veinte años— explicó que los posos del tinto eran algo natural diciendo en *El País Semanal* que el vino es un ser vivo y como tal hace pis y caca… Y nadie puede decir que el buen señor no haya vendido vino desde entonces…

¿Y QUÉ?

De todo lo anteriormente dicho se puede extraer una serie de enseñanzas prácticas:

- ***En la enorme mayoría de los casos, la nota de cata en inglés no debería ser un ejercicio de traducción (por perfecta que fuese) de la nota en español.***

El marco referencial es imprescindible para entender el vino en otros idiomas. Aceptar que el marco referencial del "extranjero" es distinto del nuestro es más importante que chapurrear su lengua. No es —y no me canso de repetirlo, aun a riesgo de aburrir— un asunto que se pueda resolver con un diccionario; es una cuestión cultural. Un ejemplo típico de cómo llegamos a ignorar este tema es el manido "forest fruits" (literalmente frutas del bosque). La expresión cuaja en el acervo lingüístico popular español a través de los anuncios de yogures, hasta donde yo sé, y es especialmente útil en ese ámbito: es un sabor a todo y a nada a base de frutillos silvestres tipo frambuesas, moras, etc. Desde el punto de

vista publicitario no compromete a nada, pues la receta es susceptible de ser alterada a voluntad en función de las necesidades. En el mundo del vino, en cambio, su ambigüedad resulta alarmante, especialmente porque no la utilizan los catadores anglófonos como propia. No digo aquí que no la entendiesen si la llegan a encontrar; digo simplemente que no es idiomática: si estamos hablando del mercado inglés y norteamericano (o incluso centroeuropeo), reconozcamos que sus bosques son infinitamente más variados que los nuestros. Si en los suyos abundan las bayas de saúco, mora, zarzamora, grosella, frambuesa, casis, fresa, arándano…en mi monte adoptivo se da…la aceituna, y en el canario…el eucalipto (?). No podemos competir con ellos en frutas del bosque. Igual nunca se han comido un mango maduro, pero de bosques saben un rato. Ellos distinguen. Al redactar notas de cata en inglés, mi opción defensiva ha sido siempre la de utilizar distinciones amplias como frutillos rojos frente a negros ("red / black berries"), salvo que realmente supiese de lo que estaba hablando. Igual que "frutas del bosque" es tan amplio que no dice nada, no debemos sentirnos obligados a precisar milimétricamente los nombres latinos de las especies concretas. No estamos ante un concurso de cata, y no sabemos si por cada cliente que se trague el farol no habrá dos que nos lo descubran.

Si es malo generalizar acerca de aquello que no conocemos, tampoco es mejor ponernos puntillosos con aquello que dominamos y sabemos (muy en el fondo) que ellos no. Pasarnos de locales tiene tantas o más desventajas. En la nota de cata en castellano podemos dar por supuesto que el lector comparte un porcentaje amplio de nuestro marco referencial, siempre que no nos pongamos líricos y empecemos a hablar de los aromas de la puesta de sol. En la nota en inglés, en cambio, podemos dar por hecho que si nos arrancamos por lo autóctono perderemos al lector. La descripción organoléptica establecida ("oficial") de un *terroir* es el resultado de notas de cata escritas a lo largo de siglos por los habitantes de una zona. Así resulta que los términos utilizados para describir un Chateauneuf du Pape proceden del marco referencial de los nativos, sobre todo, del sur del Ródano. Si allí el marco lo componen la lavanda, el canto rodado, las márgenes del río, una gastronomía y una flora local específicas, tenemos unos descriptores que hacen uso recurrente de ellos. Rara vez se da una aportación decisiva desde el exterior, aunque dada la internacionalización (entendiendo aquí por ello el alto grado de exportación histórica) de estos vinos no sería descartable del todo. Quiero decir que de pronto un día se descubre que los Chateauneuf huelen exactamente como un producto que se da exclusivamente en las antípodas de Francia. Dejemos en paz a los vinos franceses y hagamos un ejercicio de especulación con Canarias. Si descubriésemos que un tinto "típico" de listán y negramoll envejecido en barricas de roble americano de segundo uso durante 9 meses tiene al año de embotellado unos aromas exactamente iguales a los de un plato autóctono de un pueblecito del sur de Vietnam (un pueblecito de setecientos habitantes que cocina este plato desde hace siglos a base de una raíz que sólo se da en esa zona, y que se llama churruflús) ¿tendría algún sentido mencionar el churruflús en nuestra nota de cata, dado lo remoto de la referencia, no importa lo increíblemente precisa que fuese? Pues lo mismo vale para ejemplos menos absurdos, o al menos no inventados. En muchas contraetiquetas de vinos canarios se menciona la retama en blancos y el volcán en tintos como una referencia (tal vez más poética que organoléptica) recurrente. Esto no está de más en castellano, aunque me remito al uso poético como su impacto más probable, pero en inglés no viene a cuento. Dicho de otro modo, la retama y el volcán son el churruflús de los vinos canarios.

FIG. 5. ¿La poética del vino?

- ***España no es Europa, y Tenerife no es España (al menos en lo referido a la acidez… de los vinos).***

Otro tema que concierne al marco referencial es el de los parámetros excesivamente locales que a veces utilizamos en nuestro márketing cotidiano. Damos por sentado que nuestros clientes viven en la Rambla Pulido de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife y que compran los vinos en el hipermercado (o en la tienda especializada en el mejor de los casos), pero cuando se trata de un europeo (de un europeo cualquiera) no tenemos la menor idea de qué bebe habitualmente. En el caso concreto de los británicos el haber sido bendecidos con un clima asqueroso resulta (ahora ya sin ironía) precisamente una bendición: al no producir vino propio digno de reseñar (al menos hasta hace unos años) han tenido que comprar vinos de todo el mundo y por lo tanto tienen una exposición —en general— mucho más rica y variada que la nuestra. Es por ello que sus parámetros son más fieles a la diversidad global que los nuestros, y por lo tanto les choca encontrar ciertos vinos tipificados un tanto a la ligera. No hablo aquí de calidad ni de preferencias personales; me refiero exclusivamente al fenómeno de la baja acidez generalizada (salvo contadas excepciones) de los blancos españoles. Si al canario que encuentra los albariños ácidos le espera una sorpresa el día que viaje a Austria, ¿qué pensará el noruego de los secos y semisecos canarios? Ciertas etiquetas deberían ponerse no conforme al pH medido (o incluso obtenido) en el laboratorio, sino con la nariz y la boca, que es lo que utiliza el que paga el vino en última instancia. Insisto en que es muy posible que esos vinos no disgusten al consumidor extranjero (me consta que a muchos les gustan) pero con frecuencia están tipificados de forma confusa.

- ***Contraetiqueta y versatilidad universal en la mesa.***

Si —como se suele decir— "la contraetiqueta es la tarjeta de presentación de un vino" también podemos extraer mucha información acerca de su elaborador y de su actitud hacia los consumidores. Cuando leo ciertas cosas lo que interpreto en realidad es "Usted es tonto pero gracias a Dios aquí estoy yo para decirle qué vino comprar." Según las contraetiquetas que conoce el lector ¿existe algún vino en los supermercados del mundo que *no* acompañe felizmente (tiene que decir *felizmente,* además, si no no vale) a platos de caza, pasta, quesos, sopas, carnes blancas, asados, legumbres, carnes rojas, tortillas, arroces, cocina oriental y postres con base de chocolate? Si existe ese vino, tal vez la bodega que lo elabora debería despedir a su director de márketing, por honrado. Aquí mi única recomendación profesional es de nuevo la referida al exotismo. No caigamos en la (fácil y a menudo falsa) salida de armonizar todos los vinos con todos los platos de la tierra, o al menos no nos pasemos de locales en las contraetiquetas destinadas al público extranjero: en Manchester el volumen de ventas de mojo y de gofio es más bien anecdótico. Si lleno mi contraetiqueta de platos excesivamente regionales el lector extranjero se me va a perder. Un equilibrio entre lo romántico y lo reconocible estaría mejor. La diferencia entre "vieja con papas" y *fish dishes ('*platos de pescado') es que en la primera se exige al lector adaptarse a nosotros, y en la segunda se le lleva de la mano para que nos comprenda y se atreva a probarnos. Ésa puede acabar siendo la diferencia entre vender o no vender una botella.

Como consumidor, además, pediría realismo: si en cuestión de armonía vino/plato vale todo, entonces vale todo para todos los vinos, y si no, seamos consecuentes. Pretender que las papas con costillas van bien con mi malvasía dulce puede ser "cuestión de gustos" pero entonces hay que creerse que van bien con cualquier malvasía dulce, con el del vecino también. Yo preferiría aprovechar esos preciosos centímetros cuadrados de mi contraetiqueta para explicar QUÉ hace a mi vino diferente, y hacer una descripción precisa de lo que va a encontrarse el consumidor.

FIG.6. Jesús Ortiz. *La Geria*. Grabado, 30x40 cm.

No hace mucho una bodega española me daba a traducir un folleto que iba a utilizar por toda Europa. Me chocó el énfasis que hacía en su castillo emblemático, como si las telarañas diesen la medida de la calidad de un vino. Es un elemento extraño al vino en sí, y por lo tanto para mí no pasa de ser una anécdota. Es vendible, por supuesto: es mucho mejor un castillo que una central nuclear, pero como consumidor sólo me confirma que en España el modelo bordelés se adoptó como el novamás; todos querríamos ser Chateau Noséqué. En Europa, en cambio, todo el que quiere tiene un castillo —real o inventado— que poner en su etiqueta, así que no logro apreciar el impacto que esperaba causar esta bodega en el consumidor extranjero dedicándole tres párrafos a la finca (en términos puramente paisajísticos) y uno al vino. Pero al menos tratan de singularizarse vendiendo aquello que sí tienen. En Canarias escasean los castillos, pero en términos paisajísticos hay pocos viñedos comparables a los de Lanzarote, por ejemplo, la zona de La Geria. Con un paisaje volcánico como el nuestro, el primero que registró la marca "Cráter" se posicionó a sí mismo de un modo difícil de superar. En términos de marcas comerciales con gancho, en Canarias está Cráter[1] y luego están los demás. Piénsenlo bien: ¿se les ocurre otro término relativo a los volcanes que tenga la mitad de sonoridad y que sea tan representativo del origen volcánico de las islas? Además es muy fácil de representar de modo visual y tan esquemático como se quiera. Cójase un cono truncado y listo.

Si se nos agota el paisaje, la cultura vende como valor añadido. ¿Por qué no contar, como hacen muchas bodegas australianas sin castillo ni volcán, la historia familiar de los bodegueros? ¿O explicar la anécdota que ha dado lugar al curioso nombre del vino? Además está el carro —algo oportunista pero siempre efectivo— de la preocupación ecológica. Muchas bodegas de éxito reseñan en sus etiquetas que un porcentaje de las ventas va a parar a la conservación de distintas especies en peligro de extinción, como el somormujo tuerto, la cigüeña estéril, la avutarda cuellicorta, o la margarita *mequiere* (una variedad que siempre tiene el número de pétalos impar, muy codiciada por los enamorados cursis). Con ello se convierte al producto inmediatamente en una causa ecologista, y eso vende. En Canarias tenemos especies endémicas para regalar. Ya estamos tardando en seguir el ejemplo de Doñana (con iniciativas de protección de especies por parte de distintas bodegas de Sanlúcar como Barbadillo, Hidalgo, etc.). Proteger la fauna y la flora locales es más barato y más noble (o al menos, en plan cínico, nos da una imagen más positiva) que tirar el mismo dinero en una botella que pesa vacía cuatrocientos gramos.

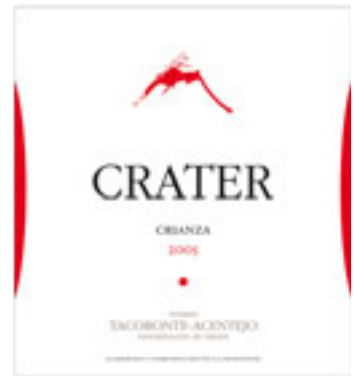


FIG.7. Etiqueta actual de Cráter

1.- CRATER es la marca comercial de Bodegas Buten, S.L., adscrita a la D.O. Tacoronte-Acentejo.

Para lo que yo cuento, la palabra Conclusión siempre me viene grande. Querría quedarme con la necesidad de mostrar respeto por el consumidor y dejarle claro que nos hemos tomado ciertas molestias por acercar nuestro mundo al suyo, no sólo desplazando las botellas físicamente hasta su supermercado, sino hablándole en su propia lengua, intentando que nos comprenda, usando ejemplos que pueda entender, procurando despertar su curiosidad por nuestro producto. Para ello puede ser necesario revisar antiguas prácticas o incluso adoptar otras nuevas. Este es un mercado muy dinámico y cambiante, y una cintura ágil puede darnos la ventaja que necesitamos para mejorar nuestras cifras.

BIBLIOGRAFÍA

Caballero Rodríguez, R. y Suárez Toste, E. (2008), "Translating the Senses: Teaching the Metaphors in Winespeak" *Not So Arbitrary: Cognitive Linguistic Approaches to Teaching Vocabulary and Phraseology.* Eds. Frank Boers y Seth Lindstromberg. Berlín: Mouton de Gruyter, pp. 379-96.

Goode, J. (2007), "Experiencing Wine" en *Wine and Philosophy: A Symposium on Thinking and Drinking*. Eds. Fritz Allhoff y Paul Draper. Londres: Blackwell, pp. 137-54.

Lakoff, G. y Johnson, M. (1986), *Metáforas de la vida cotidiana,* Editorial Cátedra, Madrid.

Suárez Toste, E. (2007), "Metaphor Inside the Wine Cellar: On the Ubiquity of Personification Schemas in Winespeak" *Metaphorik.de* 12: 53-64.

VINO Y COMICS

SANTIAGO J. SUÁREZ SOSA

El vino en la viñeta

EL VINO EN LA VIÑETA

Santiago J. Suárez Sosa

"…en su primera visita a la isla ya había visto el corazón de Tenerife: El Teide y los viñedos"

José María Martín Saurí
La Gaceta de Canarias, 10 mayo 2008[1]

"En ocasiones dudo si los protagonistas del cómic son los héroes dibujados por el autor o éste es quien debe ser reconocido como el verdadero héroe"

Agustín Díaz Pacheco
La Opinión de Tenerife, 19 agosto 2003

El mundo del cómic y el mundo vitivinícola mantienen una encubierta relación estrecha que no ha sido suficientemente aprovechada por ambos sectores. La razón estriba en que precisamente la unidad primordial y necesaria para desarrollarse uno y otro parte, en su origen del mismo elemento, esto es la planta de la vid. Si tenemos presente que el sector vitivinícola no podría desarrollarse plenamente sin sus parras de vid; de manera sorprendente el mundo de la historieta tampoco se hubiera desarrollado hasta los niveles actuales sin contar con su unidad básica de representación, esto es la viñeta. Una viñeta que procede directamente de la viña. No obstante, el protagonismo consiguiente que el sector vitivinícola ha tenido dentro de los márgenes del noveno arte ha sido reducido, y más que hablar de series o personajes de comics que se desarrollan o ambientan en el corazón del espacio vitivinícola como verdaderos protagonistas, únicamente podemos destacar una serie de múltiples *guiños* a dicho sector procedentes de la historieta.

Particularmente en el caso español, la relativamente baja presencia del vino como elemento principal en los tebeos puede ser debida a que al tratarse de un componente muy familiar y habitual en la mesa gastronómica española del día a

1.- Con motivo de la *1ª Exposición de Comics de la Librería Lemus* en San Cristóbal de La Laguna el 8 de mayo de 2008, tuvo lugar el primer maridaje conocido entre historietas y vinos; José María Martín Saurí, dibujante de la adaptación de *La Odisea* y los vinos de la bodega Domínguez Cuarta Generación de la D.O. Tacoronte-Acentejo armonizaron una tarde donde Odiseo y el vino cruzaron sus caminos siglos después. En la entrevista realizada a Martín Saurí para *La Gaceta de Canarias* por Idaira Rodríguez (10 de mayo de 2008), la última cuestión decía así:
P: Aparte de firmar sus libros, va a participar usted en un acto que mezcla vino y cómic. ¿Qué le parece este maridaje?
R: Perfecto. A mí me encanta el vino, y a Odiseo también. De hecho, creo firmemente que Odiseo buscaba viñedos, no Ítaca.

día, prácticamente hasta comienzos de la década de los ochenta, podemos señalar que su cotidianeidad es precisamente la que provoca su ausencia en los tebeos. Es decir, el vino, al ser un ingrediente común y frecuente en la diaria dieta alimenticia de numerosas familias, no genera el interés debido para ser utilizado o destacado en las historietas.

LA VIÑETA SURGIÓ DEL VIÑEDO

El término "viñeta" procede del francés *vignette,* diminutivo de *vigne* —vid, viña—que tiene su origen en la voz latina *vinea*. Según podemos leer en el *Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana* del Dr. Pedro Felipe Monlau, editado en Madrid en 1856:

> **Viñeta:** Del francés *vignette*. Adorno, estampita o figura, que se pone o intercala en los libros o impresos, particularmente al principio de los capítulos. El adorno que se pone al fin de los capítulos se llama más especialmente *floron,* ó *culo de lámpara,* si tal es su figura. –Viene de que en los adornos arabescos con que los notarios, amanuenses, dibujantes y miniaturistas, solían decorar las letras iniciales de los capítulos o las mayúsculas de los manuscritos, abundaban mucho los racimos y los pámpanos u hojas de la vid. Por esto se llamaron *viñetas* tales adornos; y *viñetas* siguen llamándose los que por medio del grabado imita la tipografía, aunque no haya pámpanos, ni uvas, ni cosa referente a viña. –V. Vino.

Posteriormente, ya en 1983 el *Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispánico* de Joan Corominas y José Pascual, señala en una de las acepciones de la voz "**Vino**":

> *Viñeta* [Acad. ya 1843] del francés *vignette* 'adorno en figura de sarmientos que se pone en las primeras páginas de un libro'.

Igualmente, María Moliner en su *Diccionario de uso del español* señala ya tres acepciones para el término viñeta —en las mismas ya se ha desprendido de las referencias al viñedo— dos de ellas relacionadas estrechamente con el tema que aquí nos ocupa y que paso a detallar:

> **Viñeta** (del fr. «vignette»). 1. Dibujo que se pone como adorno al principio y al fin de los capítulos, alrededor de las páginas o en cualquier otro sitio de los libros, entre los artículos de un periódico, etc. (…). 3. Cada una de las escenas dibujadas en un cómic. Dibujo humorístico o satírico, acompañado generalmente de un pequeño texto, que aparece en algunas publicaciones; en particular, en periódicos y revistas.

Evidentemente, si acudiésemos a textos teóricos sobre tebeos, la definición de viñeta se limita al propio universo de las historietas. Siguiendo a Antoni Guiral (1998) una viñeta sería una *"superficie delimitada por un marco que puede presentar formas muy distintas (rectangular, cuadrada, ovalada, etc.) en cuyo interior se dibuja una acción concreta".* Igualmente, *"(…) para hablar de comics*

PRICES AND DIRECTIONS WHEN ORDERING SPECIAL NEW SIZES.

FIG.1. Jenson Old Style, American Type Founders, Boston, 1900. (Type Vol.1, Taschen, Köln, 2009)

necesitamos que haya más de una viñeta, ya que es la relación entre ellas la que conforma la narración de una historia en imágenes. Un dibujo humorístico encerrado en una viñeta es un chiste, y nos referimos a él como humor gráfico" (Antoni Guiral et al, 2007).

Sobre este aspecto, Will Eisner (1996) señala *"la función fundamental del arte de los comics de comunicar ideas o historias por medio de palabras y dibujos implica el movimiento de ciertas imágenes (ya sean personas o cosas) a través de un espacio. Para habérselas con la* captura *o captación de esos acontecimientos en el flujo de la narración, es preciso desmenuzarlos en una secuencia de segmentos. A estos segmentos se les llama viñetas, y no corresponden exactamente a cuadros cinematográficos. Más que un resultado de la tecnología, las viñetas son parte del proceso creativo".*

También es destacable la definición que nos ofrece en sus *Memorias ilustradas* Fernando Fernández (2004) donde señala *"La viñeta es a la historieta como la célula al cuerpo humano. Son los ladrillos con los que uno o dos tipos ingeniosos levantarán el edificio de ilusión que albergará nuestra fantasía infantil o, ya adultos, nos distraerá y enriquecerá los ratos de ocio con sus narraciones o sátiras.(…) Porque una viñeta puede llegar a ser, pese al escepticismo de unos o la herejía de otros, una verdadera obra de arte".*

FIG.2. *La Odisea* de José María Martín Saurí y Francisco Pérez Navarro (1983).©Martín Saurí / Pérez Navarro

El cómic como medio de comunicación para las masas arranca con fuerza a finales del siglo XIX, principalmente a través de las revistas satíricas y sobre todo con la prensa diaria[2]. No obstante, a través de la historia existen representaciones que constituyen verdaderos indicios de lo que hoy conocemos como historieta en el sentido de que relatan algún acontecimiento de manera secuencial —desde las pinturas rupestres y las inscripciones originarias de Oriente Medio o los murales egipcios, pasando por los adornos de las cráteras griegas hasta los mosaicos y frisos romanos, el *tapiz de Bayeux,* la *Biblia pauperum,* las estampas populares, los grabados y las series de caricaturas—, curiosamente en muchas de estas secuencias o *viñetas primigenias* los elementos simbólicos de la vid y el vino no han estado ajenos. Es más, se nos ha contado a través de una determinada escena, o sucesión de escenas, una situación de la vida vitivinícola o un hito para la sociedad que la ha representado por el que realizan una celebración donde se procede al consumo de vino; tratándose normalmente de representaciones (dibujadas, pintadas o esculpidas) donde habitualmente, y a medida que nos alejamos en el tiempo, predominaban los símbolos gráficos sobre las letras.

2.- La utilización de textos surgiendo de la propia boca de los protagonistas en las viñetas, es decir, los llamados *globos* o *bocadillos* de texto, no aparece hasta finales del siglo XIX cuando tiene lugar por primera vez en el personaje dibujado por Richard F. Outcoult conocido como *The Yellow Kid* en la prensa americana (*New York Journal,* 25 de octubre de 1896). Si bien es cierto, que desde el siglo XVIII y hasta bien entrado el siglo XIX —principalmente con los caricaturistas—, ya aparecían viñetas secuenciadas con texto a pie de las mismas que ayudaban a la comprensión de la historia a contar, la llegada masiva de la prensa diaria será determinante para que se solidifiquen los pilares del cómic en la sociedad occidental.

El considerable avance de la industria del tebeo en el siglo XX[3], y particularmente centrándonos en las sociedades occidentales, no ha sido determinante para que el sector vitivinícola sea protagonista en sus series más representativas. A pesar de que relevantes países de naturaleza latina han sido determinantes en el desarrollo del sector vitivinícola —al igual que en el desarrollo del cómic—, entiéndase en este caso principalmente Francia, Italia, España y Portugal, sus bodegas y viñedos no han sido mayoritariamente un reclamo interesante para sus dibujantes y guionistas de tebeos[4]. En otras potencias, tanto en vinos como en tebeos, como por ejemplo los Estados Unidos de América y la Argentina, el comportamiento ha sido similar. Con esto no quiero decir que la presencia del vino en el comic sea nula, ya que, existen muchas viñetas donde los personajes lo consumen, por ejemplo en numerosas viñetas de humor gráfico; pero sí es cierto que observando el peso del sector vitivinícola en estos países, resulta llamativo que su reflejo en las historietas no haya sido proporcional. Probablemente, la razón estribe en que el vino ha sido un elemento cotidiano en las mismas, de ahí que pase casi desapercibido.

EL PROTAGONISMO DE LA BARRICA DE VINO

FIG.3. *Zipi y Zape* de José Escobar (1972). ©Herederos de José Escobar / Ediciones B

Si se tuviese que destacar un elemento que definiera la principal aportación del sector vitivinícola al mundo del tebeo —aparte del término *viñeta*—, éste sería, sin duda alguna, la barrica o tonel de vino. La barrica, presumiblemente de roble, está presente en numerosas viñetas del universo de los tebeos en las distintas épocas. El empleo que la misma ha tenido en el cómic ha sido variado, siendo utilizada por ejemplo, como mero mobiliario urbano, como máquina espacio-temporal, como transporte de alimentos y líquidos o ¡pólvora!, como simple escondite, y sobre todo, como la representación probablemente más famosa del arruinado, o sea, un cuerpo desnudo andante con una barrica como única prenda de vestir[5]. En este último caso, resulta cuanto menos curioso ilustrar cómo lo último que puede perder un personaje, normalmente una persona o un objeto o animal antropomórfico, es precisamente esa barrica; símbolo del último atuendo con que podría cubrir su imagen o de la última posesión que le quedaría. En este orden de cosas, el hecho de que sea una barrica de vino —como principal icono del sector vitivinícola— también puede ser debido a la importancia que se daba en otros tiempos a ser propietario

3.- En cuanto la clase media efectúa su revolución económica, cine y comics se apresuran a instaurar los mitos de esta nueva clase. Y cabe recordar, naturalmente, que tanto el cine como los comics se convierten en industria gracias a esta clase media (Terenci Moix, 2007). Como señala Javier Coma (1981) *"(...) cabe considerar que, al contrario que en Europa, donde durante siglos los artistas fueron frecuentemente proveedores —a menudo serviles— de una muy minoritaria clase dominante a cuyos diversos niveles, desde la Aristocracia hasta la Iglesia, se intentaba hacer de la cultura un patrimonio oligárquico capaz de acentuar el poder instituido y las diferencias sociales, en cambio en los Estados Unidos la civilización de masas consecuencia de distintos parámetros de los valores alumbró una correspondiente cultura de masas con sus nuevas expresiones (cine, jazz, comics, etc.) dirigidas inevitablemente al consumo por el pueblo. Así, ninguno de los artes citados, como tampoco los nuevos derroteros de la literatura al estilo de la denominada «novela negra», precisaron en absoluto, para desarrollarse brillante y triunfalmente, la aquiescencia de las altas esferas intelectuales, ni de los círculos sociales distinguidos, ni de los férreos núcleos de poder".*

4.- Debemos destacar que muchos autores de comics franco-belgas han dibujado o diseñado etiquetas de marcas de vino, por ejemplo Bilal, Juillard o Cosey.

5.- Una vieja tradición iconográfica quiere que al arruinado, sin hogar ni pertenencias, se le represente en el interior de un barril o tonel, tal como se asegura que vivió el austero filósofo griego Diógenes de Sínope. En otras ocasiones, la ruina se expresa exhibiendo el forro vacío de los bolsillos, en un gesto elocuente de carencia (Luis Gasca y Román Gubern, 1994).

de viñedos y bodegas, en el sentido de que quien poseía y se dedicaba al cultivo de la vid estaba *asegurado* de por vida, y por lo tanto, no debía caer en la penalidad de perderla.

FIG.4. Parte de la Familia Real española por Idígoras y Pachi (2008). ©Idígoras / Pachi

FIG.5. *La Familia Cebolleta* de Manuel Vázquez (1959). ©Herederos de Manuel Vázquez / Ediciones B

En cuanto a otros elementos que pueblan el imaginario vitivinícola, si ya partimos de una limitada presencia en el apartado enológico, más difícil es encontrar elementos básicos del apartado vitícola. La barrica, la botella y la copa de vino superan en representación gráfica a elementos tales como el viñedo o el racimo de uvas en el mundo del tebeo.

FIG.6. *Anacleto, agente secreto* de Manuel Vázquez (1969). ©Herederos de Manuel Vázquez / Ediciones B

LOS *GUIÑOS* DEL CÓMIC AL MUNDO VITIVINÍCOLA

En este epígrafe se tratarán principalmente algunos comics surgidos en el occidente europeo, tebeos editados en lengua castellana que suponen una muestra de la presencia del vino y la vid en el cómic.

1. Algunos apuntes regados de vino por la escuela franco-belga

La obra cumbre del guionista **René Goscinny** y el dibujante **Albert Uderzo** es la serie de aventuras del pequeño e inteligente galo *Astérix*, donde como costumbre principal todas las aventuras terminan con un gran banquete regado con buen vino en la aldea de los irreductibles galos que tras años continúan resistiendo al invasor romano. Aparte de este hecho generalizado, son destacables algunos álbumes donde el vino juega un interesante papel.

En *Astérix en Bretaña* (1966), tiene lugar la más numerosa cata de vinos del Imperio Romano en busca de la *poción mágica* traída hasta Bretaña por Astérix y Obélix en una misión singular: entregar un barril de poción mágica a una pequeña aldea bretona que también resiste al invasor romano. Tras ser confiscados por la legión romana todos los toneles de vino de los albergues de Londinium, los legionarios comienzan una peculiar cata y terminan bañados en tinto cantándole a Roma. Obélix catará los vinos confiscados con casco romano a modo de recipiente y pasará en un breve período de

tiempo por las típicas fases de la embriaguez: alegría eufórica, entonación de cantos regionales, depresión, insultos a la autoridad y posterior sueño reparador.

La vuelta a la Galia por Astérix (1965), nos ofrece la primera ruta gastronómica. Astérix reta al prefecto de Roma a que es capaz de moverse por el país galo perfectamente evadiendo los controles romanos y saltándose la empalizada que alrededor de la aldea gala ha mandado construir el servidor del César. Si los galos logran su proeza, el prefecto se compromete a levantar el sitio y volver a Roma para reconocer su fracaso. Como muestra de su hazaña, el astuto galo traerá a la aldea una especialidad de cada región con la que celebrará un banquete al cual invitará al prefecto romano. Obviamente, entre las especialidades no puede faltar el vino que compran en Durocortorum –Reims– y en Burdigala –Burdeos–; es más, la entrada a Reims está perfectamente señalizada ¡con vallas enoturísticas!.

El escudo arverno (1968), también es otra obra digna de destacar en lo que a vinos se refiere, ya que, en esta aventura el mercader de vinos Alambix entrega sin saberlo a Abraracurcix —jefe de la resistente aldea gala— el escudo que Vercingetorix puso a los pies de César como muestra de que la Galia estaba vencida. Dicho escudo había sido robado por un arquero romano el día de la rendición, que lo perderá en una partida de juego de azar; el romano que lo adquiere en el juego es interceptado por el centurión Garrufus que en lugar de castigarlo por haber salido del campamento sin permiso, y bajo claros síntomas de alcohol, decide confiscarle el escudo. No obstante, Garrufus como ya ha gastado toda su soldada, decide cambiar el escudo por un ánfora de vino en la posada de Alambix. La maestría de Goscinny queda suficientemente demostrada en la primera página del álbum donde sintéticamente muestra el futuro acontecer del resto de páginas en la última tira de viñetas de la misma a modo de fundido cinematográfico, obviamente sin que el lector lo sospeche de entrada.

FIG.7. *La vuelta a la Galia por Astérix* de René Goscinny y Albert Uderzo (1965). ©Albert-René Edition

En *Astérix en Helvecia* (1970), la bacanal romana con que se abre la aventura muestra planos generales regados por el líquido tinto de Baco en diferentes recipientes; más adelante será Obélix quien barrica en alto acabará con el rojo líquido de un buche agarrando una tremenda cogorza en su camino hacia la búsqueda de la estrella de plata, ingrediente esencial para una nueva poción del druida Panoramix.

En *El Regalo del César* (1974) y tras una célebre borrachera donde celebra su licencia de veinte años en la legión, en una cantina de los barrios bajos romanos, el legionario Romeomontescus es cogido infraganti, copa de vino en mano, por la patrulla mientras vocifera contra Julio César, motivo por el cuál acaba en el calabozo. César preferirá sacarlo del mismo y como premio a su fidelidad le regalará —con una risa sarcástica— una pequeña aldea gala (eso sí, rodeada de atrincherados campamentos romanos). Nuestro legionario, sin moneda alguna en el bolsillo, se agarra una nueva borra-

chera que termina pagando al buen posadero con su propiedad de tierra adquirida de manos del César. Evidentemente, el título de terreno firmado por el César no sirve para nada en la aldea gala, sino más bien para que los aldeanos se mofen del ingenuo posadero.

En el caso de **Hergé,** creador de *Tintín*, también encontramos una serie de referencias en sus obras bañadas con vinos de calidad, particularmente franceses y portugueses. Varios son los álbumes donde el jugo de uvas fermentado hace su aparición, pero antes de entrar en detalles considero conveniente destacar que entre los múltiples insultos que utiliza normalmente el Capitán Archibald Haddock, particularmente en sus momentos de ira, hay uno expresamente ligado con el viñedo[6]: ¡filoxera! Como ha señalado Ortega Pérez (2005) *"cuando el Capitán Haddock llama a alguien filoxera, lo está llamando insecto hemíptero que ataca las vides y aniquila en poco tiempo los viñedos. Lo está acusando de ser la mayor pesadilla para los hombres de campo, para los ingenieros agrónomos y para los enólogos. Pocas veces se podrá reprochar tanto con una sola palabra"*[7].

Los encuentros de Tintín y Haddock con el portugués Oliveira de Figueira suelen refrescarse con vino rosado portugués, como se observa en *Stock de Coque* (1958) y en *Tintín en el país del oro negro* (1950). También el vino suizo tiene un momento de gloria en esta serie, particularmente en *El asunto Tornasol* (1956), donde observamos a través de una secuencia de viñetas como el Capitán Haddock mira desconsolado el momento oportuno para descorchar el vino posado sobre la mesa donde dialogan; intentando atraer la atención —mostrando incluso la añada del vino (¡del 47!)— de los otros dos protagonistas de la conversación sin éxito alguno. Cuando parece que por fin el vino llegará a los labios de Haddock, una explosión en la casa donde están lo impedirá. Los servicios de rescate sacarán de los escombros a un Haddock abrazado a la botella de vino, que antes de desmayarse finalmente, terminará probándolo. En *Las 7 bolas de cristal* (1948), nuevamente el capitán Haddock está interesado en descubrir en un espectáculo de variedades cómo el ilusionista es capaz de convertir el agua en vino, para ello acude quince veces al espectáculo con la intención de averiguarlo, evidentemente sin éxito final.

Será en *El cangrejo de las pinzas de oro* (1953) donde una alucinación de Haddock debida al calor y los espejismos en pleno desierto harán que vea a Tintín como una botella de champán que hay que descorchar (intentando estrangular al joven reportero). Tras caer abatidos por el cansancio, Tintín sueña que ahora Haddock lo confunde con una botella de Burdeos e intenta insertar el sacacorchos en su cabeza, despertando precisamente en ese instante de tan dolorosa pesadilla. También en esta historia las barricas tienen su protagonismo como pasadizos secretos; incluso en una viñeta Tintín explica a su fiel fox terrier Milú que Diógenes era un filósofo griego que vivía dentro de un tonel. En esta misma historia podemos observar a uno de los pocos "Tintines" ebrios de la larga serie creada por Hergé; la curiosidad viene del hecho de que tanto Tintín como Haddock aparecen borrachos cantando sin haber probado gota de vino, sino, únicamente debido a los vapores aspirados dentro de la bodega debidos al vino derramado tras un enfrentamiento con los malhechores en ese trance de la aventura.

6.- Citado en *Tintín en el Tibet* (1960).

7.- La filoxera *(Phylloxera vastratix)* es un pulgón y presumiblemente el enemigo más temible de la vid. En la segunda mitad del siglo XIX estuvo a punto de acabar con todas las cepas de vid europeas. La detención de la plaga fue posible gracias al injerto de las cepas europeas vitis vinifera sobre portainjertos resistentes como la vitis rupestris americana, entre otras. En Canarias, la filoxera no se ha desarrollado por lo que las cepas que se cultivan en el archipiélago se plantan a pie franco lo que supone una ventaja competitiva para el viñedo canario.

En *Objetivo: La Luna* (1954), al igual que en numerosas series de cómics, las celebraciones se brindan con champán o cava, ¡o espumoso! (!?). En esta obra la curiosidad radica en que Haddock al esforzarse en abrir una botella del burbujeante líquido termina atragantándose con el corcho de la misma, que finalmente, y gracias al típico golpe de espalda, en esa ocasión realizado por Tintín, termina expulsando.

Por desgracia para los vinos canarios, *Tintín* nunca probó uno de estas islas, y pudo haberlo hecho, ya que, en su camino hacia el entonces Congo Belga, apoyado en la barandilla del barco explica a Milú el puerto de Santa Cruz de Tenerife mientras navegan frente a él[8]. ¡Menuda divulgación hubieran recibido nuestros vinos si Hergé los hubiera reflejado en una de sus viñetas!.

La imagen de la "copa tranquila", o sea, esa copa de vino que sirve para pasar un buen rato debatiendo algún asunto de interés está visible en la serie creada por **Edgar P. Jacobs** centrada en *Las aventuras de Blake y Mortimer.* Estas aventuras entremezclan el género de aventuras con el policial, el espionaje de la etapa fría, y el fantástico; de ahí que la serie haya sobrevivido a su creador, y los personajes de mano de otros dibujantes y guionistas hayan tenido continuidad para el disfrute de sus seguidores. Por ejemplo, en *La Maquinación Voronov* (1999), el profesor de física nuclear Philip Mortimer y su amigo Francis Blake, miembro del M.I.5 británico, consumen un Saint-Emilión de 1947; también en *La extraña cita* (2002), consumen una copa tranquila, en este caso un excelente vino californiano.

En *El Testamento de Godofrío de Bouillon* (1981), **Yves Chaland** introduce a su personaje *Freddy Lombard* en una clásica aventura que tiene al vino como resultado final e inesperado en la misma. Mientras el Sr. Duque de Bouillon explica a Freddy Lombard y sus compañeros el encargo de excavaciones que les tiene previsto en relación al testamento de su antepasado Godofrío de Bouillon, se acaban una botella de *clairet* que sutilmente va subiendo los colores de nuestros personajes. Posteriormente en su sueño, Freddy Lombard viaja siglos atrás hasta situarse en la Edad Media donde ánforas, garrafones y barricas de vino tinto toman protagonismo en medio de traiciones y llamadas a participar en la Guerra Santa contra los infieles. El desenlace de la historia muestra el contenido del intrigante testamento: una barrica de roble que contiene un vino que ha envejecido en perfectas condiciones ¡durante diez siglos!

También en la serie *Giacomo C.,* de **Jean Dufaux** y **Griffo,** ambientada en la Venecia del siglo XVIII, suelen tomarse interesantes cantidades de vino. Particularmente en el álbum titulado *El maestro y su sirviente* (2003), resultan especialmente interesantes las dos páginas (pp. 42 y 43) en las que el propio Giacomo Casanova y un noble caballero toman vino como remedio a la sorprendente noticia de que Pármeno, el criado de Giacomo, ha sido reconocido como Duque de Totto. Al final de la página ambos miran desconsolados sus copas vacías, por lo que el noble comenta *"tengo la copa vacía"*, a lo que Giacomo C. responde que él también y exclama *"¡Si sólo fuera eso!¡tengo reservas para resistir un cerco!"*.

FIG.8. *Giacomo C.* de Griffo y Jean Dufaux (2003). ©Griffo / Dufaux

8.- Esta viñeta se encuentra en la primera versión del álbum *Tintín en el Congo* (1930), en la siguiente versión fueron modificadas algunas viñetas, y entre otras, se eliminó la referencia a Tenerife.

Finalmente en este apartado se ha de destacar la historieta que bajo el título de "Degustación" el autor **Alexis** publica en el primer número de la efímera revista *K.O. Comics* en 1983. Una surrealista cata de vino que se desarrolla en el típico restaurante francés donde el sumiller de la casa ofrece al cliente un vino del país para conocer su certera opinión. Tras desarrollar las tradicionales fases de la cata: visual, olfativa y gustativa, el cliente se transforma kafkianamente en un gigante pulpo que engulle a los comensales de las mesas cercanas para posteriormente recobrar su estado inicial y contestar al sumiller con el tradicional eructo final (¡burp!) que el vino no está mal.

2. El apunte histórico ofrecido por Hugo Pratt

Será **Hugo Pratt** quien nos ofrezca una aventura de su principal personaje en la que en el propio título aparece el vocablo "vinos". En la aventura "Vinos de Borgoña y rosas de picardía", incluida en el volumen *Las Célticas* (1971), el aventurero *Corto Maltés* se ve involucrado en la caída de uno de los principales héroes de la I Guerra Mundial, el aviador Manfred Von Richthofen, más conocido como el Barón Rojo, as de la aviación germana. La clave está en que el soldado de infantería australiano que termina con la vida del Barón Rojo con una sola bala de fusil únicamente acierta su puntería cuando está bajo los efectos del alcohol. Sabedor de ello, su superior lo anima a tomarse un par de botellas de Borgoña propiedad de Corto Maltés, las cuales éste guardaba con esmero para una ocasión especial ("por si se ofrece…").

FIG.9. *Corto Maltés, Las Célticas* de Hugo Pratt (1971). ©Cong. S.A.

En la penúltima viñeta, ya derribado el aviador germano, Corto Maltés pregunta al superior australiano mientras ambos observan cómo se aleja el avión en misión de reconocimiento pilotado por Hermann Göring: *¿De veras piensas que lo hizo Clem?;* a lo que éste responde: *¿Y quién si no? Ya has oído al doctor: un solo proyectil entre cientos… Puedes darlo por seguro, Corto, fue Clem… Clem y tus dos botellas de Borgoña.*

3. La aportación hispana

La **Editorial Bruguera** fue uno de los grandes imperios, particularmente de la historieta, que ha existido en España en el siglo XX. Con el tiempo nos referimos a ella como la **"**Escuela Bruguera" ya que existen sólidas bases comunes entre los estilos de los participantes que llenaron sus publicaciones de historietas. A lo largo de más de cuatro décadas, la empresa de origen familiar capitaneada por los hermanos Bruguera, ofreció al público numerosos personajes de historietas que aún hoy se mantienen en el subconsciente colectivo de la sociedad española: *Carpanta, Gordito Relleno, las Hermanas Gilda, Mortadelo y Filemón, Zipi y Zape, Doña Urraca, La familia Cebolleta, El profesor Tragacanto, Agamenón, Rigoberto Picaporte, Los Señores de Alcorcón y el holgazán de Pepón, Topolino, Sir Tim O´Theo, Segis y Olivio,* y un largo etcétera de personajes; así como, de cabeceras de diferentes revistas, en las que cabe destacar *Pulgarcito, DDT, Tio Vivo, Din Dan, Supermortadelo, Bruguelandia,* etc. No obstante, los productos Bruguera de historieta son reflejo de la sociedad que les vio nacer y desarrollarse, adaptándose a los tiempos que corrían. Como ya señalara Terenci Moix en 1968 (2007): *"Será pre-*

cisamente en Pulgarcito y TBO donde encontraremos los personajes más famosos de nuestro tebeo humorístico de posguerra y donde, siguiendo sus aventuras, nos será posible dar forma a todo un itinerario de la clase media, que llega a exigir su aparición. Esta exigencia no será únicamente circunstancial, sino incluso generacional. (…)¿En qué consistía ese realismo de la escuela Bruguera? Era, ante todo, una captación no involuntaria del espíritu de la época transmitido por hombres que procedían de un ámbito social común —la clase media— y con una experiencia histórica muy concreta —la guerra—. Este realismo fue, ante todo, recreación de espíritu hecho viable en formas perfectamente cotidianas, que la necesidad de caricatura no consiguió desfigurar".

FIG.10. *Rigoberto Picaporte, solterón de mucho porte* de Roberto Segura (1970). ©Herederos de Roberto Segura / Ediciones B

A pesar de la gran cantidad de páginas y personajes que la Escuela Bruguera ha dado a la comunidad, no existe ni un solo personaje centrado exclusivamente en el ámbito vitivinícola como protagonista en sus publicaciones; sin embargo, entre sus múltiples páginas sí podemos encontrar verdaderos guiños al sector vitivinícola, frases o comentarios que reflejan el saber popular e interiorizan un sector como el del vino y la vid que quizás hoy no forme parte de la columna vertebral de la sociedad como lo fue en otra época reciente. Las referencias al sector son variadas. El eterno pollo asado buscado por *Carpanta* en ocasiones es acompañado de vino (¡incluso existe una Villa Carpanta al más puro estilo Diógenes de Sínope!); las salidas al campo de los personajes urbanos suelen requerir de alguna bota de vino o el encontronazo con las viñas de algún viticultor con garrote —por ejemplo en la obra de **Roberto Segura** son destacables diferentes páginas de *Rigoberto Picaporte, solterón de mucho porte* así como de *Los señores de Alcorcón y el holgazán de Pepón* donde el viñedo y la vid constituyen el verdadero leitmotiv de dicha historieta[9]—; en más de una ocasión los gemelos más famosos del tebeo español se esconden en una barrica huyendo de las reprimendas de *D. Pantuflo Zapatilla*[10]; también *Mortadelo y Filemón* tiran del tonel de vino para huir o disfrazarse; la falta de vista de *Rompetechos* genera algún estropicio con barrica de por medio; entre las diversas profesiones ejercidas por poco tiempo por *Cucufato Pi* consta la de catador de vinos; en ocasiones el inocentón *Caco Bonifacio* es atracado quedándose arruinado y vestido únicamente "con la barrica"; etc.,etc.

FIG.11. *Rompetechos* por Francisco Ibáñez (1969). ©Francisco Ibáñez / Ediciones B

9.- En el caso de *Rigoberto Picaporte, solterón de mucho porte* es destacable la página interior editada en la revista *Pulgarcito*, nº 2063 (1970), mientras que en el caso de *Los Señores de Alcorcón y el holgazán de Pepón* son interesantes las publicadas en la revista *Tío Vivo*, 2ª época, nº 701 (1974) y como portada de Tío Vivo, año XV, nº 592 (1972). Concretamente estas historietas han sido recopiladas en 2009 y disponibles en una edición especial coleccionistas de RBA Coleccionables, citados en la bibliografía de este capítulo.

10.- José Escobar realiza una historia larga de los gemelos *Zipi y Zape* en 1971 titulada *El tonel del tiempo,* en el que la propia barrica sirve de artefacto espacio-temporal.

FIG.12. *Agamenón* de Nené Estivill (1961). ©Alejandro Santamaría Estivill / Ediciones B

Asimismo, debemos destacar entre los personajes de la factoría Bruguera a *Agamenón* de **Nené Estivill.** La razón es que prácticamente es uno de los pocos personajes cuya ambientación permanente es en el medio rural español de postguerra. Realmente nos encontramos con una serie que se atrevió con la "España profunda". En ella, la presencia del porrón de vino es una constante en la serie, particularmente a la hora de sentarse a comer (desayuno, almuerzo o cena). Como señala Antoni Guiral (2009) *"El ficticio pueblo de Agamenón, Villamulas del Monte, era, según el propio Estivill, cabeza de la comarca de los Cerriles y localidad famosa «por sus nabos, vinos y chorizos»"*. Su eterna frase final, dicha por la abuela a Agamenón —mozo brutote con pinta de ceporro—, ha trascendido el medio escrito y forma parte del argot popular: *"¡Igualico, igualico quel defunto de su agüelico!"*.

FIG.13. *Carpanta* de José Escobar (1968). ©Herederos de José Escobar / Ediciones B

Por último, en el caso de Bruguera, además del vino tinto que supera en representación gráfica ampliamente al vino blanco y al rosado, el champán también tuvo su protagonismo simbólico. Con carácter general, prácticamente cada vez que un personaje de historieta brindaba en los tradicionales *almanaques*[11] lo hacía con ese burbujeante líquido en copa, fruto de la vid, para felicitar incluso al propio lector. El champán o cava se reservaba siempre para ocasiones especiales, nada cotidianas: celebraciones puntuales, cambios de año, etc.

Carlos Giménez, ha dedicado su vida entera a dibujar historietas. Dentro de su obra podemos advertir una vertiente orientada a reproducir recuerdos y hechos de sus diferentes etapas vitales —así nos lo recuerdan estupendas series como *Paracuellos, Barrio,* o el magnífico trabajo de *Los Profesionales*— y otra en la que ha llevado al campo de los tebeos adaptaciones de notables obras literarias de autores diversos entre los que cabe destacar a Jack London, Brian Aldiss o Stanislaw Lem. Su trabajo más biográfico constituye un verdadero documento sociológico de la España que va desde la postguerra hasta la década de los sesenta. A pesar de que como él me manifestó nunca ha tenido una relación directa con el sector vitivinícola, en sus obras encontramos algunos apuntes que vienen precisamente a confirmar una de las hipótesis de este capítulo: el vino era un elemento sumamente cotidiano, en una España no tan lejana, y por ello no era un tema atractivo para el autor de tebeos.

11.- Un *almanaque* era un número extra de la habitual publicación que salía al mercado a finales de año.

En su obra *Bandolero* (1987), adaptación a la historieta de la vida de Juan Caballero, bandolero andaluz del siglo XIX, existen ciertas referencias al universo vitivinícola. Los pactos entre caballeros y los reencuentros de viejos amigos se celebran con jarras o botas de vino, las heridas se lavan con vino (¡estupendo antiséptico!); además, Juan Caballero es padrino de uno de los hijos de su amigo, también bandolero, José María "el Tempranillo"[12].

En *Barrio 2* (2005), se refleja la adolescencia de un barrio entero del Madrid de los años cincuenta utilizando a Carlines como hilo conductor de la historieta. Entre los distintos amigos de la pandilla tenemos a El Cubi (p.17) que confiesa a Carlines que lo primero que hace cada mañana es tomar un lingotazo de vino tinto, ante el asombro de éste. En el resto del álbum, cada vez que aparece El Cubi, cerca tiene su botella de tinto. Más adelante, encontramos una genial imagen donde se representa la hora de almorzar (p.27) de una humilde familia en la que el padre pregunta a su esposa ante la presencia de sus hijos: "*¿No has traído vino?,* y ésta le responde *¡Sí hombre…! ¡Vino! ¡Para que te emborraches y luego te caigas del andamio…!* a lo que el obrero le responde: *Mujer… ¡por un traguito…!"* En este dibujo de Giménez se manifiesta con suficiente fuerza que el vino era un elemento sumamente cotidiano en la dieta diaria de las diferentes familias, independientemente de su clase, condición o poder adquisitivo.

En *Los Profesionales I* (1983), aparece el punto surrealista que aporta Carlos Giménez al sector vitivinícola. La llegada del protagonista de la serie, en el Barcelona de los sesenta, al estudio de autores de historietas de Creaciones Ilustradas —capitaneado por Filstrup y regado frecuentemente por cubatas y gin-tonics más que por botellas de vino— nos muestra la sala de espera o recibidor de dicha empresa: ¡un espacio lleno de garrafones de diferente capacidad donde a los visitantes se les invita a esperar!

FIG.14. *Los Profesionales* de Carlos Giménez (1983). ©Carlos Giménez

Mauro Entrialgo es un prolífico autor de cómics que ha creado numerosos personajes para el mundo de la historieta; cada uno de ellos con sus particularidades propias definirán el perfil urbano que corre por las venas de su creador. Aparte de *Tyrex, Drugos, Herminio Bolaextra* o el *Demonio Rojo* entre otros tantos, Mauro Entrialgo crea a *Ángel Sefija,* personaje que traerá nuestra atención por la manera de disertar sobre los aspectos globales y locales de cualquier tema. De hecho, *Ángel Sefija* observa la realidad desde todas las barreras posibles sin ocultar su perplejidad o entusiasmo según el asunto que se trate y las opiniones que sobre él recoja entre sus colegas o viandantes. Mauro Entrialgo, en el prólogo de *Lo más mejor de Ángel Sefija* (2003) definirá a su personaje de la siguiente manera: *"Ángel tiene treinta y muchos años (…). Más que un escritor, es un producto de un tiempo en el que la profesión no define a la persona porque aquella dura menos que ésta.(…) con tal afán que a veces las viñetas se convertirán en tablas explicativas ilustradas que, harán ver a los lectores de una forma más clara sus profundas reflexiones acerca de los objetos cotidianos más nimios o de los intangibles más supremos".*

12.- *Tempranillo* es una variedad de vid extensamente cultivada en la península ibérica, y probablemente sea la uva española más conocida fuera de España.

FIG.15. *Ángel Sefija desde el quinto pino* de Mauro Entrialgo (2008). ©Mauro Entrialgo

La hoja de tebeo seleccionada de este personaje de Entrialgo se titula: *"Ángel Sefija en cuatro aspectos en los que ha cambiado el mundo del vino en estos lares"*. La página se presenta dividida a la mitad, situando a la izquierda el *antes* y a la derecha el *ahora* del mundo vitivinícola. Los principales cambios del sector vitivinícola analizados por el ojo ínclito de Ángel Sefija son la *arquitectura* de las bodegas (antes comparábamos la capacidad de la bodega; ahora qué arquitecto nos la diseña), la *presentación* de las botellas de vino (se pasó de etiquetas "clones" a diseños *moderniquis* que nos hacen dudar del producto), el *léxico* vitivinícola (pasamos de darle al morapio en las tascas a practicar enoturismo) y los *recipientes* para tomar el vino (de la bota y el porrón a la copa grande). Su esclarecedora visión hace reflexionar sobre los vericuetos por los que el sector vitivinícola se lía, muchas veces, sin necesidad.

Tris, bajo este seudónimo, Carlos Sacristán firma sus viñetas de humor gráfico desde hace años en el *Diario La Rioja*. El trabajo de Tris, referido al mundo vitícola y enológico, con más de trescientas viñetas que recorren todos los aspectos vitivinícolas constituye, hoy en día, un verdadero placer para los amantes de la vid y el vino, y probablemente el único caso español donde podamos asomarnos a disfrutar de la realidad actual del sector en viñetas. La obra gráfica de Tris irradia influencias de autores como Jan o Ivá. No obstante, los guiones demuestran que este creador conoce a fondo el meollo del sector vitivinícola, tanto sus tradiciones y alegrías como sus desesperos. Así, los viñedos, las uvas, los vinos, las bodegas, las etiquetas, los viticultores, los enólogos, los congresistas del vino, los comerciantes vinícolas, etc.; todos ellos tienen cabida en el humor gráfico desplegado por este logroñés que igual te hace sentir el stress que sufren las uvas ante cada vendimia como te muestra el desparpajo de los porrones y copas ante las fiestas patronales locales, u organiza una manifestación de racimos de uvas y botellas antropomórficas exigiendo enólogos titulados. Y en realidad, nada del sector vitivinícola escapa al ojo crítico de Tris, que cuando menos te saca una sonrisa o una carcajada al instante de degustar su humor gráfico[13]. Ahora sólo nos queda esperar una edición integral de sus viñetas recopiladas sobre el apasionante y siempre intrigante espacio vitivinícola.

FIG.16. *Abril mes del vino en Tegueste* por Tris (2009). ©Carlos Sacristán

13.- En 2008, Tris expuso la muestra "Vinos, Viñas y Viñetas" en La Rioja; parte de esa muestra también se pudo observar en el municipio de Tegueste dentro de los actos referentes a *Abril mes del Vino en Tegueste 2009*.

PARA IR CERRANDO ...

Historietas y vinos, como hemos visto, han estado vinculadas casi sin saberlo desde hace tiempo compartiendo ciertas similitudes. Es más, la primera botella de vino siempre se vende por su presentación o diseño gráfico, las restantes por su líquido contenido; en el cómic, ocurre casi igual, es decir, el primero se vende por su dibujo y los restantes por su guión. También suele ocurrirles a ambos sectores que normalmente se conoce más la marca del vino que el bodeguero que lo ha elaborado, o sea, el personaje de historieta suele estar más en boca del público general que el autor del mismo. Uno y otro producto, vinos y comics, se mueven en un mercado muy atomizado con producciones de tirada limitada que le imprimen cierto glamour, y además, también son capaces de congregar a un público fiel en sus periódicas convocatorias masivas vía *Salones*.

Al igual que ocurrió con el cine y el sector vitivinícola hace unos años cuando la laureada película *Entre copas* (2004) de Alexander Payne puso al vino y el viñedo en boca del público general, quizás ya debiera ser hora de que el mundo del cómic —al menos el hispano— reflejara más intensamente las particularidades del ambiente vitivinícola entre sus viñetas para el público general, pasando de los respetables *guiños* a una apuesta centrada en el binomio vino-viñedos como principal argumento. Posiblemente, ahora que el vino ha dejado de ser un elemento cotidiano en la dieta diaria para convertirse en un producto extraordinario para momentos especiales, sea el momento en que comience a aparecer en los tebeos. Ejemplos exitosos en este sentido los hay: cada vez que la serie manga *Les gouttes de Dieu* editada en Francia nombra un vino dispara sus ventas no sólo en el país vecino sino también en el mercado asiático. Ambos productos, vinos y tebeos ¡aumentan su negocio!. Luego… ¿quién pondrá una botella de Tacoronte-Acentejo en las viñetas de un tebeo?

(CONTINUARÁ …)

BIBLIOGRAFÍA

Coma, J. (1981), *Y nos fuimos a hacer viñetas,* Penthalon Ediciones.
Corominas, J. y Pascual, J. (1997), *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico,* 3ª reimpresión. Editorial Gredos.
Cuadrado, J. (1997), *Diccionario de uso de la historieta española (1873–1996),* Compañía Literaria, S.L.
Díaz Pacheco, A. (2003), "Corto Maltés, el aventurero", Diario La Opinión de Tenerife (19/08/2003).
De Jong, C., Purvis, A. y Tholenaar, J. (2009), *Type. A visual history of typefaces and graphic styles, vol. 1,* Taschen Editor.
Eisner, W. (1996), *El cómic y el arte secuencial,* 2ª edición, Norma Editorial.
Fernández, F. (2004), *Memorias ilustradas,* Ediciones Glénat, S.L.
Gasca, L. y Gubern, R. (1994), *El discurso del cómic,* 3ª edición. Editorial Cátedra.
Gaumer, P. y Moliterni, C. (1996), *Diccionario del cómic,* Editorial Larousse.
Guiral, A. (1998), *Terminología (en broma pero muy en serio) de los comics,* Colección Auca nº1, Ediciones Funnies.
Guiral, A. (2004), *Cuando los comics se llamaban tebeos: La Escuela Bruguera (1945-1963),* Ediciones El Jueves.
Guiral, A. et al. (2007), *Del tebeo al manga: Una historia de los comics,* vol.1. *Los comics en la prensa diaria: humor y aventuras.* Panini Cómics.
Guiral, A. (2009), "Agamenón: «¡Igualico, igualico quel defunto de su agüelico!»" en *Agamenón*, Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Miret i Nin, M. (2005), *El vino en el arte*, Lunwerg Editores.
Moliner, M. (1998), *Diccionario de uso del español,* 2ª edición. Editorial Gredos.

Monlau, P. F. (1856), *Diccionario etimológico de lengua castellana*. Imprenta y estereotipia de M. Rivadenetra, Salón del Prado 8, Madrid, (disponible en http://books.google.com).
Moix, T. (2007), *Historia social del cómic,* Editorial Bruguera.
Ortega Pérez, A. R. (2005), "El Capitán Haddock y la conversión del agua en vino" en *La pipa de mi abuelo, aventuras, anécdotas y otros lances del vino canario,* Edita Priverno S.L.L.
Rodríguez, I. (2008), "Entrevista a José María Martín Saurí" en La Gaceta de Canarias (10/05/2008).

RELACIÓN DE TEBEOS CITADOS

Alexis (1983), "Degustación" en *K.O. Comics* nº1, Ediciones Metropol.
Benoit, T. y Van Hamme, J. (2002), *La extraña cita,* Aventuras de Blake y Mortimer, Norma Editorial.
Chaland, Y. (2007), *Freddy Lombard,* Colección Integral Obra Completa, vol. 1, Editorial Glénat.
Dufaux, J. y Griffo (2003), *El maestro y su sirviente,* Colección Giacomo C., Norma Editorial.
Escobar, J. (2009), *Carpanta I,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Escobar, J. (2009), "El tonel del tiempo" en *Zipi y Zape I,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Escobar, J. (2009), *Zipi y Zape II,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Estivill, N. (2009), *Agamenón,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Entrialgo, M. (2003), *Lo más mejor de Ángel Sefija,* Col. Lo más mejor nº3, Ediciones El Jueves.
Entrialgo, M. (2008), *Ángel Sefija desde el quinto pino,* Astiberri Ediciones.
Giménez, C. (1987), *Los Profesionales I,* 2ª edición, Ediciones de La Torre.
Giménez, C. (1987), *Bandolero,* Ediciones de La Torre.
Giménez, C. (2005), *Barrio 2,* Editorial Glénat.
Goscinny, R. y Uderzo, A. (1971), *Astérix en Helvecia,* Serie Astérix, Editorial Bruguera.
Goscinny, R. y Uderzo, A. (1977), *El escudo arverno,* Serie Astérix, Ediciones Junior.
Goscinny, R. y Uderzo, A. (1977), *Astérix en Bretaña,* Serie Astérix, Ediciones Junior.
Goscinny, R. y Uderzo, A. (1978), *La vuelta a la Galia por Astérix,* Serie Astérix, Ediciones Junior.
Goscinny, R. y Uderzo, A. (1980), *El Regalo del César,* Serie Astérix, Editorial Grijalbo-Dargaud.
Hergé (1967), *Objetivo: La Luna,* Aventuras de Tintín, 4ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (1967), *Tintín en el Tíbet,* Aventuras de Tintín, 3ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (1985), *Las 7 bolas de cristal,* Aventuras de Tintín, 9ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (1989), *Stock de Coque,* Aventuras de Tintín, 13ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (1990), *El asunto Tornasol,* Aventuras de Tintín, 13ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (2003), El cangrejo de las pinzas de oro, Aventuras de Tintín, 21ª edición, Editorial Juventud.
Hergé (2007), *Tintín en el País del Oro Negro,* Aventuras de Tintín, 21ª edición, Editorial Juventud.
Ibáñez, F. (2009), *Rompetechos*, Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Idígoras y Pachi (2008), "Desaceleración rima con Borbón, un verano de vacas flacas" en revista *Magazine El Mundo* nº 459. Diario El Mundo (13/07/2008).
Martín Saurí, J. M. y Pérez Navarro, F. (2008), *La Odisea,* 2ª edición, Norma Editorial.
Pratt, H. (1991), *Las Célticas,* Colección Corto Maltés, Editorial New Comic.
Sente, Y. y Juillard, A. (2000), *La maquinación Voronov,* Aventuras de Blake y Mortimer, Norma Editorial.
Segura, R. (2009), *Rigoberto Picaporte,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
VV.AA. (2005), *El medio rural en el humor gráfico español,* Editado para la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos por B&H Editores, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España.
Vázquez, M. (2009), *Anacleto, agente secreto,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.
Vázquez, M. (2009), *La Familia Cebolleta,* Col. Clásicos del Humor, RBA Coleccionables.

Fundación Alhóndiga
Mercadillo del Agricultor
Ruta del Vino
Gastronomía
Paisaje
Cultura
Paisaje
Ruta del Vino
Tradición
Tradición
Cultura
Ruta del Vino
Historia
Gastronomía
Tacoronte, Tierra de Vinos
Exmo. Ayuntamiento de
la Ciudad de Tacoronte
Tacoronte
Sensación de Tradición

DIRECTORIO DE BODEGAS

D.O. Tacoronte - Acentejo

DIRECTORIO DE BODEGAS TACORONTE-ACENTEJO

AFECAN, S.A.
CRTA. EL LOMO, 18
38280 TEGUESTE
922 545 254
Fax: 922 546 453
afecan@bodegaellomo.com
www.bodegaellomo.com
Marcas
EL LOMO

AGRYENCA, S.L.
CRUZ DE FRAY DIEGO, 4
38350 TACORONTE
922 564 013
Fax: 922 564 013
bodega@agryenca.com
www.agryenca.com
Marcas
TABAIBAL
TEIZAR

BODEGAS EL GUINCHO, S.L.
CRTA. LA BARRANQUERA, S/N
VALLE DE GUERRA
38270 LA LAGUNA
922 540 212 / 659 444 895
Fax: 922 545 212
antace@acacias24.com
Marcas
EL GUINCHO
ACEVEDO

BODEGAS INSULARES TENERIFE, S.A.
VEREDA DEL MEDIO, 48
38350 TACORONTE
922 570 617 / 571 733
Fax: 922 570 043
bitsa@bodegasinsularestenerife.es
www.bodegasinsularestenerife.es
Marcas
VIÑA NORTE
BREZAL
HUMBOLDT

BODEGAS JOSÉ A. FLORES, S.L.
C/ CUCHARERAS BAJAS, 2
38370 LA MATANZA DE ACENTEJO
922 577 194
Fax: 922 577 194
Marcas
VIÑA FLORES

BODEGAS MARBA, S.L.
CRTA. DEL SOCORRO, 253
EL PORTEZUELO
38280 TEGUESTE
922 638 305 / 639 065 015
Fax: 922 638 400
Marcas
MARBA

BODEGAS MONJE, S.L.
CAMINO CRUZ DE LEANDRO, 36
38359 EL SAUZAL
922 585 027 / 922 585 165
Fax: 922 585 027
monje@bodegasmonje.com
www.bodegasmonje.com
Marcas
MONJE
HOLLERA
BIBIANA
DRAGOBLANCO
MONJE AUTOR
EVENTO
LISTAN NEGRO
VINO PADRE
TINTILLA
MOSCATEL

BODEGAS Y VIÑEDOS 2005, S.L.
CRTA. PUERTO DE LA MADERA, 38 - BAJO
38350 TACORONTE
922 573 629 / 609 905 282
bodega@byv2005.com
www.byv2005.com
Marcas
BROCCA

BUTEN, S.L.
C/ SAN NICOLÁS, 122 LOCAL A
38360 EL SAUZAL
922 573 272
Fax: 922 573 225
crater@bodegasbuten.com
www.craterbodegas.com
Marcas
CRATER
MAGMA

CALDOS DE ANAGA, S.L.
BATAN BAJO S/N. JUNTO A LA CUEVA DE LINO
38270 LA LAGUNA
922 255 478 / 630 055 322
Fax: 922 255 478
caldos@caldosdeanaga.com
cuevasdelino@caldosdeanaga.com
Marcas
CUEVAS DE LINO

CANDIDO HERNÁNDEZ PÍO
C/ LIMERAS, 51
38370 LA MATANZA DE ACENTEJO
922 577 452
Fax: 922 577 390
Marcas
VIÑA RIQUELAS
BALCÓN CANARIO
PUNTA DEL SOL

C.B. CUEVA EL INFIERNO
C/ SUBIDA ANTONIO VIERA,10. EL INFIERNO
38380 TEGUESTE
670 842 462 / 696 484 631
bodega@cuevaelinfierno.com
www.cuevaelinfierno.com
Marcas
EL INFIERNO
TIBIZENA

C.B. HNOS. PÍO HERNÁNDEZ
C/ REAL, 42
38370 LA MATANZA DE ACENTEJO
922 577 828
Fax: 922 578 761
pioferreteria@wanadoo.es
Marcas
FUENTECILLA

CHÁVEZ SAN DIEGO, S.L
C/ BOTELLO, 2
FINCA SAN DIEGO
38370 LA MATANZA DE ACENTEJO
670 813 614
Marcas
SAN DIEGO

COMERCIAL BALLYLINCH, S.L.
C/ LA RESBALA,S/N
38370 LA MATANZA DE ACENTEJO
657 395 468/ 658 827 047
Fax: 922 503 246
terellalu@hotmail.com
Marcas
RETIRO

DOMÍNGUEZ CUARTA GENERACIÓN, S.L.
C/ CALVARIO, 79
38350 TACORONTE
922 572 435
Fax: 922 572 435
www.bodegasdominguez.com
correo@bodegasdominguez.com
Marcas
DOMÍNGUEZ

DOMINGO HERNÁNDEZ SANTANA
CAMINO DE LAS MERCEDES, 21
38396 LA LAGUNA
922 251 144
Marcas
HUERTA DEL OBISPO

EDUARDO HERNÁNDEZ TORRES
CAMINO REAL OROTAVA, 298
38360 EL SAUZAL
922 584 221
Fax: 922 584 221
bodegaselmoral@hotmail.com
Marcas
EL MORAL

EL MOCANERO, S.L.
CRTA. GRAL. DEL NORTE, 347
38350 TACORONTE
922 560 762 / 607 533 321
Fax: 922 564 452
elmocanerosl@hotmail.com
Marcas
EL MOCANERO
ZERAFINA

FRANCISCO J. GONZÁLEZ PÉREZ
CALLEJÓN DE MIRANDA, 26B
38350 TACORONTE
922 562 002
Fax: 922 562 002
bodegaselcercado@hotmail.com
Marcas
EL CERCADO

GUAYONJE, S.L.
PUERTO DE LA MADERA,S/N. KM. 3,6 CTRA. EL PRIS
38350 TACORONTE
922 561 780
647 872 634
bodguayonge@telefonica.net
Marcas
GUAYONJE

HIMACOPASA
CRTA. GRAL. LOS NARANJEROS, 406
38350 TACORONTE
922 573 417
Fax: 922 573 417
bodegas@gruposocas.com
Marcas
SANSOFÉ
PUERTO DE LA MADERA

IGNACIO DÍAZ GONZÁLEZ
1º TRANSVERSAL CAMINO EL BOQUERÓN
VALLE DE GUERRA
38270 LA LAGUNA
922 252 610 / 922 255 699 / 670 964 384
Fax: 922 252 088
arq_idg@hotmail.com
Marcas
VIÑA ORLARA

INVERSIONES SERVICIOS DE CANARIAS, S.A.
CAMINO JUAN FERNANDEZ S/N–FINCA EL FRESAL
VALLE DE GUERRA
38270 LA LAGUNA
922 285 316 / 680 446 868
Fax: 922 270 626
info@vinobronce.com
www.insercasa.com
Marcas
BRONCE

JESÚS C. RODRÍGUEZ-FRANCO CASTRO
CAMINO HACIENDA EL PINO, 42
38350 TACORONTE
922 560 676
info@hoyadelnavio.com
www.hoyadelnavio.com
Marcas
HOYA DEL NAVÍO

JOSÉ E. PÉREZ ARVELO
C/ LA CANAL, 11
38390 SANTA ÚRSULA
922 301 399 / 637 417 156
Marcas
ZACATÍN

JOSÉ J. GUTIÉRREZ LEÓN
C/ PÉREZ DÍAZ, 44 A
38380 LA VICTORIA DE ACENTEJO
922 581 003
Fax: 922 581 831
Marcas
HACIENDA DE ACENTEJO

JOSÉ M. DÁVILA GARCÍA
C/ GUANCHE, 22
38390 SANTA URSULA
922 300 285 / 630 911 341
davila@marcha-sa.com
jmdavilag@hotmail.com
Marcas
VIÑA OROSÍA

JOSÉ M. SARABIA PÉREZ
C/ CALVARIO, 270
38350 TACORONTE
922 561 752 / 652 198 774
Fax: 922 561 752
jose.sarabia@navegalia.com
Marcas
VIÑA EL MATO

JUAN FUENTES TABARES
CAMINO EL BOQUERÓN, S/N
38270 LA LAGUNA
922 541 500 / 667 458 913
Fax: 922 541 004
info@orquidariolycaste.com
Marcas
VIÑA EL DRAGO
VIÑA NIVARIA

LEONARDO RUÍZ FERNÁNDEZ
C/ SIMÓN BOLIVAR, 4. URB. LOMO ROMÁN
38390 SANTA ÚRSULA
922 300 802
Fax: 922 153 227
bodega@bodegaruiz.com
www.bodegaruiz.net
Marcas
LA BASTONA
LA LUJANA
MILENIUM
TRADICIÓN

LOS VENEZOLANOS, S.A.
CARRETERA DEL PORTEZUELO – LAS TOSCAS, 174.
EL SOCORRO
38280 TEGUESTE
922 263 100
Fax: 922 262 892
administracion@losvenezolanos.com
Marcas
SAN GONZALO

MARCELO GONZÁLEZ SANTANA
CUESTA DE SAN BERNABÉ, 103
38280 TEGUESTE
676 681 480
Marcas
MARCELO

MARÍA C. GONZÁLEZ GARCÍA
BARRANCO SAN JUAN, S/N
38350 TACORONTE
922 275 763 / 639 791 608
Fax: 922 275 763
carbajalestf@yahoo.es
loscarbajales@gmail.com
Marcas
CARBAJALES

MIGUEL PACHECO MESA
C/ CALVARIO, 67
38360 EL SAUZAL
922 330 557
Fax: 922 331 223
miguel@pacheco.as
www.baldesa.com
Marcas
LA BALDESA

MODAS EL ARCA, S.L.
C/ EL MATO S/N. EL TORREÓN
38350 TACORONTE
606 977 923
Fax: 922 544 485
jgescuela@terra.es
Marcas
EL GRANILETE

PRESAS OCAMPO, S.L.
LOS ÁLAMOS DE SAN JUAN, 5
38350 TACORONTE
922 571 689
Fax: 922 561 700
comercial@presasocampo.com
administracion@presasocampo.com
www.presasocampo.com
Marcas
PRESAS OCAMPO
ALYSIUS

QUINTERCON, S.L.
C/ FRAY DIEGO, 15
38350 TACORONTE
922 260 475 / 649 966 646
Fax: 922 261 141
Marcas
FRAY DIEGO

ROBERTO TORRES DEL CASTILLO
C/ LA HERRERA, 83
38369 EL SAUZAL
922 573 485 / 670 669 626
Fax: 922 573 485
henrI@robertotorresdelcastillo.com
www.bodegalapalmera.com
Marcas
LA PALMERA

S.A.T TEJINA, S.L.
CAMINO LA CAIROSA, S/N.
LA ISLETA
38280 TEGUESTE
922 542 341 / 922 540 082
Fax: 922 540 082
bodegalaisleta@tiscali.es
Marcas
LA ISLETA

TEXIMAR, S.L.
CRTA. EL SOCORRO - SAN LUIS, 65
38280 TEGUESTE
922 542 605 / 922 542 911
Fax: 922 542 790
teximar@teximar.com
www.teximar.com
Marcas
VIÑA SANTO DOMINGO
VALLE MOLINA

TRINIDAD L. DÍAZ HERNÁNDEZ
C/ TOSTADO, 14. TEJINA
38260 LA LAGUNA
922 543 794
Marcas
TRINIDAD

TROPICAL MAR, S.A.
CARRETERA LA VIRGEN, 29
38360 EL SAUZAL
922 575 351
Fax: 922 575 371
dongustavo@telefonica.net
info@dongustavo.eu
Marcas
DON GUSTAVO

VÍCTOR RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ
C/ REJANERO, 5
EL SOCORRO
38280 TEGUESTE
922 540 120
Fax: 922 544 773
administracion@grupo-s21.com
info@bodegas-rejanero.com
Marcas
REJANERO

VIÑA ESTÉVEZ, S.L.
C/ PÉREZ DÍAZ, 80
38380 LA VICTORIA DE ACENTEJO
922 580 779
Fax: 922 301 136
comercial@vinaestevez.com
Marcas
VIÑA ESTÉVEZ

D.O. TACORONTE-ACENTEJO
CARRETERA GENERAL DEL NORTE, 97
38350 TACORONTE
TENERIFE (ISLAS CANARIAS)
ESPAÑA
922 560 107
Fax: 922 561 155
consejo@tacovin.com
www.tacovin.com

RELACIÓN DE AUTORES

CARLOS PINTO GROTE, Psiquiatra y Premio Canarias de Literatura 1991.

CIRILO VELÁZQUEZ RAMOS, Licenciado en Geografía e Historia, Historiador.
cirilovr@gmail.com

NICOLÁS GONZÁLEZ LEMUS, Doctor en Historia Contemporánea y Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte adscrita a la Universidad de La Laguna.
musle@telefonica.net

Mª PAZ GIL DÍAZ, Ingeniera Técnica Agrícola, Gerente D.O. Tacoronte-Acentejo.
consejo@tacovin.com

FELIPE J. DÍAZ IZQUIERDO, Ingeniero Técnico Agrícola, D.O. Tacoronte-Acentejo.
felipe@tacovin.com

VICENTE MANUEL ZAPATA HERNÁNDEZ, Profesor Titular de Geografía Humana y Director del Aula de Turismo Cultural de la Universidad de La Laguna.
vzapata@ull.es

ADRIÁN ALEMÁN DE ARMAS, Aparejador, historiador, periodista y profesor emérito de la Universidad de La Laguna.

ERNESTO SUÁREZ TOSTE, Doctor en Filología Inglesa, Departamento de Filología Moderna, Universidad de Castilla-La Mancha.
ernestojesus.suarez@uclm.com

SANTIAGO J. SUÁREZ SOSA, Economista, D.O. Tacoronte-Acentejo.
santiago@tacovin.com

JOSÉ LUIS SANTOS, Diseñador gráfico y pintor.
santos.estudio@gmail.com

ÍNDICE

Editorial 3

EL VINO 5
Elogio del vino
Carlos Pinto Grote

VINO E HISTORIA 13
En torno a la cultura de la vid y el vino en Tenerife: vino, vinípotas y vinolencia
Cirilo Velázquez Ramos

VINO Y VIAJEROS EXTRANJEROS 31
La producción vinícola y el viaje del británico Henry Vizetelly en 1877 a Tenerife
Nicolás González Lemus

VINO Y VITICULTURA 47
Características del patrimonio vitícola de Tacoronte-Acentejo
Mª Paz Gil Díaz y Felipe J. Díaz Izquierdo

VINO Y TURISMO 59
El enoturismo desde la óptica del senderismo temático
Vicente Manuel Zapata Hernández

VINO Y ARQUITECTURA 69
Viña Norte estrena casa
Adrián Alemán de Armas

VINO Y LINGÜÍSTICA EN MÁRKETING 77
Lenguaje y comunicación en el vino: aciertos y errores
Ernesto Suárez Toste

VINO Y COMICS 89
El vino en la viñeta
Santiago J. Suárez Sosa

Directorio de bodegas D.O. Tacoronte-Acentejo 107
Relación de autores 114

Nuestro sello de calidad