vinaletras

MONOGRÁFICO 25º ANIVERSARIO D.O. TACORONTE-ACENTEJO

25º Aniversario

TACORONTE ACENTEJO

Denominación de Origen

D.O. Tacoronte - Acentejo

vinaletras

CUADERNO DE CULTURA Y VINO TACORONTE-ACENTEJO
NOVIEMBRE 2017

D.O. Tacoronte-Acentejo
Presidencia: **Esteban Reyes Hernández**
Secretaría y Gerencia: **Mª Paz Gil Díaz**

Carretera General del Norte, nº 97
Tacoronte-38350
Tenerife, Islas Canarias
www.tacovin.com
e-mail: consejo@tacovin.com

Coordinación y edición:
Santiago J. Suárez Sosa

Diseño y Maquetación:
Pablo Bonet y Enrique Alemán

©D.O. Tacoronte-Acentejo
©De los textos: Los autores
©De las imágenes de pinturas, dibujos y fotografías: Los autores correspondientes

El uso de todas las imágenes de este volumen es meramente informativo con fines de investigación

Imprime: Makarográfica Tres, S.L.L
I.S.S.N: 1889-9307
Depósito Legal: TF 1030-2017

Vinaletras es un proyecto cultural de la D.O. Tacoronte-Acentejo para la difusión y conocimiento del mundo vitivinícola.
Vinaletras no se hace responsable de las opiniones de los autores participantes en este cuaderno.
Vinaletras permite la reproducción total o parcial de sus contenidos siempre y cuando se cite la fuente y autor.

Se recomienda el consumo moderado

FONDO EUROPEO AGRÍCOLA DE DESARROLLO RURAL: EUROPA INVIERTE EN ZONAS RURALES

GOBIERNO DE ESPAÑA

Gobierno de Canarias

CABILDO DE TENERIFE

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA

Ayuntamiento de Tacoronte

cajasiete

editorial

¡Dios mío! especial de JL Martín
para la D.O. Tacoronte-Acentejo

El año del 25º Aniversario de la D.O. Tacoronte-Acentejo, 2017, finaliza con una nueva entrega de este *Vinaletras, cuaderno de cultura y vino Tacoronte-Acentejo*. Un número especial dedicado enteramente a la D.O. Tacoronte-Acentejo desde distintas vertientes, con el que se pretende dejar constancia del recorrido transitado y el presente de Tacoronte-Acentejo, apuntando siempre hacia un futuro prometedor. Ha sido un año de celebraciones continuas, elogiando estas *bodas de plata* de la Denominación de Origen pionera en el archipiélago canario. Un año en el que hemos contado con la complicidad de los Ayuntamientos de la comarca vitivinícola, el Cabildo Insular de Tenerife y el Gobierno de Canarias en las distintas acciones que hemos realizado para celebrar esta efeméride, a la que también se han unido distintas entidades privadas localizadas en la comarca, así como, la ciudadanía general en los distintos reconocimientos públicos. Muchas gracias a todos.

Un año de celebraciones que ha marcado ya una fecha mítica en la historia de Tacoronte-Acentejo: el 22 de junio de 2017, día en el que se reconoció el trabajo de los impulsores de la Denominación de Origen, que bien arropados por viticultores, bodegueros y consumidores fueron reconocidos públicamente en el legendario Teatro Leal de la ciudad de La Laguna.

Veinticinco años de trabajo y perseverancia de nuestros viticultores y bodegueros que se han implicado para crear, sostener y elevar la marca ‘Tacoronte-Acentejo’ en toda su amplitud. Han contribuido con ello a cimentar una cultura vitivinícola y a consolidar un paisaje en beneficio de todos, tanto de los residentes como de los visitantes a la isla. En resumen, veinticinco años haciendo paisaje, vinos y amigos. ¡Brindemos por ello!

25 AÑOS DE PASIÓN POR EL VINO

Mayer Trujillo

Le invito a que lea este capítulo con una copa de vino cerca: déjese conquistar por su aroma, báñese en su fragancia, déjelo unos segundos en la boca, recréese, ponga *pause* en su vida... Un vino de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo merece esta reverencia. Hay mucho esfuerzo detrás para que usted pueda disfrutar hoy lo que ahora tiene en su manos. Y no piense que sólo hablamos de la elaboración; para llegar hasta aquí han sido muchas las personas que se han dejado el *hollejo* por el camino y los parámetros de calidad que se han alcanzado han tenido un precio. Conozca cómo nació y por qué ha sido apasionante el camino.

Para viajar en el tiempo conmigo, le daremos voz a los promotores de esta maravillosa aventura. No pretendemos ser cansinos con numerosos datos, ni escribir la historia de estos 25 años de una forma rigurosa. Nuestra intención es que los protagonistas nos trasladen con sus recuerdos a cómo se gestó el hito. Regresaremos al presente para evaluar la situación actual y nos proyectaremos hacia el futuro para marcar los objetivos. Esto se merece otro sorbo, hay historias que sólo se pueden revivir cuando nos fusionamos con ellas...

Vamos a quemar el muelle

A finales de los 70 y principios de los 80, el vino de fuera invadía Tenerife. Por el puerto entraba una cantidad inmedible de vino que desplazaba al nuestro. Los bodegueros tenían serias dificultades para vender su producto y los consumidores no contaban con garantías de si lo que tomaban era de la tierra. Esto tambaleaba la labor de los viticultores y del sector. Los actores implicados pensaban que la solución pasaba por prohibir la entrada o proteger nuestra elaboración. Proponían medidas drásticas contra los que importaban. El vino del muelle estaba matando la poca actividad enológica que quedaba y las viñas se estaban abandonando. La primera presidenta de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo, **Lourdes Fernández,** nos recuerda qué decían los afectados ante el fraude insultante:

> *"Vamos a quemar el muelle, vamos a quemar los barcos... esto no se puede permitir. Estamos hartos. Si nadie hace nada, lo haremos nosotros."*

Imagen 1. Viñedo tradicional en Tacoronte-Acentejo.

Estas frases dejan claro el enfado tan grande que tenían y la delicada situación en la que se encontraba el futuro del viñedo en Tenerife. Los terrenos rústicos se los comía la autoconstrucción. Las viñas se abandonaban porque además del duro sacrificio que suponía su cultivo le costaba dinero al agricultor. Sin embargo, como hemos dicho, los restaurantes estaban llenos, supuestamente, de vino del país. Y esto dolía muchísimo.

Pero ni estaba permitido prohibir la importación ni esa era la solución para conseguir vinos de calidad. Porque este era el verdadero reto: lograr caldos que tuvieran tal nivel que los tinerfeños empezaran a tomarlos y los restaurantes a servirlos. **Arsenio Gómez**, técnico agrícola y enólogo, nos cuenta cómo eran los vinos en aquella época:

> *"Los vinos eran malísimos, se hacían en los cascos de los tatarabuelos. No se trasegaban y una gran parte estaban picados. En noviembre eran más o menos agradables pero a partir de marzo eran imbebibles, estaban estropeados. Olían a vinagre, a cuadra y suciedad. Se habían acostumbrado a beber esos vinos y les parecían buenos*

porque no conocían otra cosa. No entendían que los gustos estaban cambiando y que se demandaba un vino de calidad."

El expresidente del Cabildo de Tenerife **Ricardo Melchior** es más duro en la descripción:

"Yo recuerdo que en esa época, salvo contadas excepciones, el 75% del vino era veneno. Con alcoholes secundarios, te daba dolor de cabeza, te producía taquicardia, te generaba un montón de cosas... Y, curiosamente, era el que le gustaba a la gente, estaban acostumbrados a ese olor a huevos podridos, a azufre. El vino de aquí lo tomaban los de aquí, la mayoría del mundo rural porque los de las zonas urbanas lo despreciaban. Por eso había que cambiar esa cultura, aunque no era fácil."

Conociendo cómo se trataba el mosto, entendemos el resultado. Podemos tildar de casi milagroso que saliera vino de aquellas barricas centenarias. Las condiciones de asepsia no se practicaban porque se desconocía cómo le afectaba al proceso de la fermentación. Es más, las bodegas solían situarse en los rincones más sucios y menos apropiados de la propiedad. Este era la práctica más habitual según **Arsenio Gómez**:

"Las mujeres no podían entrar a las bodegas porque los vinos se picaban, nunca el fallo era de ellos, cuando salía malo se culpaba a las féminas. Se metía el mosto en octubre en los cascos y hasta el día de San Andrés no se tocaba. Te podías encontrar cualquier cosa porque se tapaba y no se hacía nada. No se sabía que lo hacían las levaduras, era un poco milagroso el proceso para ellos. El vino me salió bueno –decían– como si dependiera de la alineación de los astros. No conocían que lo hacían las levaduras y no se les pasaba por la cabeza que la higiene resultaba fundamental para evitar la contaminación de las bacterias. ¡La cabra bebía mosto en el lagar y no se le daba importancia! Lo que había descubierto Luis Pasteur un siglo antes todavía no se aplicaba aquí."

Con esta última referencia, entendemos que estaba todo por hacer. Aquellos bodegueros le ponían todo el cariño del mundo pero les faltaba formación. Bastante hicieron con mantener la tradición con un esfuerzo titánico. La media de edad estaba por encima de los 70 años. Y un *chiquito* de 25 años (Arsenio Gómez) les tendría que enseñar cómo hacerlo bien. ¡Vaya reto! No se fiaban nada de él, y cuando accedían a poner en práctica alguno de sus consejos, lo hacían con muy pocos litros. Lo miraban con cara de sospecha. Aseguraban que los vinos canarios no se podían embotellar porque se picaban. Pero poco a poco vieron cómo los consejos del joven técnico daban sus frutos y el vino mejoraba. No era magia ni generación espontánea: era conocimiento científico. Cada vez más se ponían en manos del profesional y la buena fama se empezaba a extender.

Se cocinó en *La Alhóndiga*

El papel del alcalde de Tacoronte en aquellos años, **Guillermo Graham**, fue fundamental. Su sensibilidad con el mundo del vino y su amor a la viticultura le llevó a impulsar un plan para recuperar el cultivo y para mejorar la técnica vinícola. Cuando entra en la alcaldía de Tacoronte (1979), ya existía la Asociación para el Desarrollo y Conservación de La Alhóndiga, movimiento que organizaba las jornadas vitivinícolas. Desde el Ayuntamiento se impulsó esta organización, además, se compró el inmueble de *La Alhóndiga* y lo restauraron.

Pero eran conscientes de que unas jornadas anuales y un centro de referencia eran insuficientes, se tenía que dar otro paso. Y fue en las jornadas de 1985, en las que participó José Serrano Cuadrillo, técnico del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (I.N.D.O), donde se propuso solicitar una Denominación de Origen (D.O.) y que firmaran todos los presentes el documento redactado por el técnico de Extensión Agraria Mariano López Arias (que lo escribió a máquina en ese momento). Más tarde llegaría la discusión por el nombre que debía tener la Denominación de Origen. **Guillermo Graham** argumenta su propuesta:

"Victoriano Ríos me preguntó un día que cómo había logrado poner el nombre de Tacoronte. Yo le dije que cuando se decía vino tinto, se decía vino de Tacoronte. Fue un éxito importante ponerle ese nombre porque la palabra Tacoronte caía bien, aunque no niego que había ciertos recelos en otros municipios. El alcalde de La Matanza de Acentejo, por ejemplo, proponía que se llamara sólo Acentejo. Y el alcalde de El Sauzal quería tener la Bodega Insular, sin embargo, al principio no creía en el proyecto."

El lema era eliminar los barrancos, que no hubiera fronteras. A pesar de las diferencias iniciales, todos remaron en la misma dirección, hicieron piña. Una actitud que hoy se echa de menos para lograr la unificación de todos los Consejos. **Marcos Guimerá**, primer tesorero de la D.O., nos cuenta la importancia de la figura de Guillermo Graham:

"Guillermo fue fundamental, fue el primero que movió esto. Se hizo cargo de la Asociación y unificó a todos los alcaldes de la zona y puso un técnico a disposición del Consejo Regulador. Después nosotros fuimos los brazos ejecutores. A mi me llama Lourdes Fernández y luego Guillermo Graham para comenzar a trabajar. A partir de ahí, se llamó al resto de integrantes."

Queda constancia de que el Ayuntamiento de Tacoronte fue la institución que dio los primeros pasos para que empezara a caminar el proceso. El técnico al que se contrató fue Arsenio Gómez, que dejó su trabajo fijo por esta aventura. Y solo le ofrecieron un contrato eventual de seis meses que luego se fue renovando. No hay duda de que atesoraba pasión por el mundo del vino; de él sí se puede decir que lo llevaba en vena, pues cuando apenas tenía cuatro años, su padre le ponía unas gotitas en el fondo del vaso para que cogiera calor.

Cambiar la cultura del garrafón

Casi un año después de la solicitud, se nombró el primer Consejo Regulador. Después vendría la creación de la Denominación Específica como paso previo a la Denominación de Origen (1992). Aunque transcurrió mucho tiempo hasta lograr el objetivo, vino bien la espera para lograr la transformación paulatina del sector porque no había empresarios que embotellaran, excepto la bodega de Miguel Monje –que sí lo hacía– y alguna que otra excepción. Abandonar el

garrafón no era sencillo porque muchos bodegueros creían que su vino se picaría si lo envasaban en botellas.

Fundaron una S.A.T (Sociedad Agraria de Transformación) inspirada en una que se había creado en Mazo, en La Palma, y le pusieron el nombre de Viticultores del Norte de Tenerife. Poco a poco se fueron asociando para que les embotellaran el vino. Así relata aquellos primeros años **Arsenio Gómez**:

> *"Conseguimos convencer a siete bodegueros –a duras penas– para embotellar en el año 1987 vino de la cosecha del año anterior. Fueron unas tres mil botellas; apenas nos dejaban 300 litros por bodega, el que más nos dejó fue Juan Fariña unos 600 litros. El resto de pioneros merece que los recordemos: Honorio Gutiérrez, Antonio Mateo Hernández López, Marcos Guimerá y Toribio Fernández. También contribuyeron José Antonio Flores y Miguel Monje que, a pesar de tener marca propia, cedieron vino para lanzar la marca* Viña Norte*, que fue el nombre que se eligió para los vinos embotellados."*

Imagen 2. Bodega tradicional en Tegueste.

El Ayuntamiento de Tacoronte compró la primera maquinaria para embotellar: una llenadora de tres caños que era totalmente manual, una encorchadora (también manual), un pequeño filtro de veinte placas y las primeras botellas. El trabajo de Arsenio Gómez y sus compañeros técnicos fue para quitarse el sombrero. Se embotellaba en la bodega de cada uno y se llevaba una maquinaria portátil en un SEAT Panda y en un 127; se aprovechaba hasta el último rincón del coche para que entrara todo. Estos dos vehículos deberían guardarse en un museo como parte fundamental de la historia de la D.O.

Las tres mil botellas se presentaron en la Feria de La Guancha y se vendieron. Los bodegueros se quedaron contentos porque se vendió, además, con un precio superior al que despachaban a granel y el material lo había puesto el Ayuntamiento. Estaban encantados al ver sus nombres debajo de la marca genérica de *Viña Norte*. Así que confirmaron que la apuesta era interesante y se animaron a seguir embotellando: el siguiente año se consiguieron once mil botellas.

A partir de ahí se dejaron asesorar también en el cultivo, se le hacía un seguimiento a la vendimia y, poco a poco, los técnicos ganaron en credibilidad. Los bodegueros aparcaban sus reticencias e incorporaban las recomendaciones de los expertos. Paralelamente también se armaba la estructura jurídica gracias a Lourdes Fernández, Marcos Guimerá y otros compañeros que luego serían miembros del pleno –equipo directivo– de la Denominación de Origen.

¿Una mujer en mi bodega?

Desde que se creó el Consejo Regulador (1986) hasta lograr la D.O. (1992) se tardaron seis años. Como hemos comentado, fue un camino tortuoso porque la compentencia de Agricultura no estaba transferida a Canarias y había que lidiar con Madrid, con el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen. Hasta las comas de los estatutos se las corregían, parecían los profesores del colegio. Un peaje más que tuvieron que pagar. Pero el día llegó y el sillón de la presidencia esperaba por una mujer.

Se preguntarán cómo es que una farmacéutica que no elaboraba vino acaba de presidenta de la Denominación de Origen. No olvidemos que en aquellos años, en algunas bodegas, no permitían que entraran las mujeres; siempre he pensado que ese invento, sin ninguna base científica, les sirvió para pasar las horas que quisieran en la bodega sin que nadie les molestara.

La historia de Lourdes Fernández y su implicación en el sector es curiosa. Cuando acabó su formación universitaria, logró una farmacia en La Victoria de Acentejo, paraíso de guachinches y viñedo. Tenía un empleado que "entró con pantalón corto" y le llevaba más de 25 años de experiencia. Dados sus años de ejercicio, se lo sabía todo y aquella situación picaba constantemente a la neófita boticaria. Pero encontró un campo en el que podía destacar. Así lo cuenta la propia protagonista:

> *"Por la farmacia venían los bodegueros a preguntarme cosas de vino y empecé a interesarme por los vinos. Me hacían consultas, debe ser por eso que se dice de "consulte a su farmacéutico", je, je... A nosotros nos preguntaban de todo, hasta por las cabras y por los conejos. Para ellos era la consulta. Ten en cuenta que el vino era como un hijo, se miraban en él. Cuando veían que algo no les salía bien, lo entendían como una enfermedad, por eso acababan en la farmacia preguntándome. Buscaban su curación en mí. Por este motivo comencé a analizar sus vinos. Mientras otros compañeros realizaban análisis de orina, yo los hacía de vino. Con mi microlaboratorio, les miraba cuál era el grado alcohólico, la acidez, si estaba picado... Me apunté a un curso de enología en Madrid, y otros que vinieron a continuación. Poco a poco fui adquiriendo conocimientos de este mundo porque cada vez me preguntaban más dudas. Esto me impulsaba a estudiar más."*

Imagen 3. Análisis de uva en laboratorio.

Se fue convirtiendo así en un referente para el sector. Cuando se dieron los primeros pasos para lograr el Consejo Regulador y se buscaba un equipo competente, algunos decían: "hay una chiquita en La Victoria que sabe de análisis de vinos". Y por este motivo la ficharon. Nunca se imaginó que llegaría a ser la presidenta durante diecisiete años. Su compañero **Marcos Guimerá** la define como:

> *"Una hormiguita, quítate de delante porque te atropella. Una gran trabajadora, eso nadie se lo discutió nunca. Gracias a ella salió todo adelante."*

Una vez transferida la competencia al Archipiélago, el primer consejero, José Manuel Hernández Abreu, les nombra. Pero fue Antonio Castro, su sucesor en la Consejería de Agricultura, el que impulsó realmente la Denominación de Origen. Su experiencia como técnico de Extensión Agraria fue fundamental para dar el empujón que necesitaban. Incluso llegó a preguntar si disponía de algún dinero para gastos propios y se los entregó a ellos. Una aportación económica necesaria para el desarrollo de la D.O. y siempre le agradecerán el apoyo inicial. Afortunadamente, **Antonio Castro Cordobez** lo tenía claro y por eso prestó todo su apoyo:

> *"Teníamos en la cabeza la modernización del sector por mi formación como técnico de Extensión Agraria, realizar los cambios oportunos. Como consejero me encontré con una fuerte presión de resistencia para no realizar cambios. A mí lo que me pedía mayoritamente el sector era que se regulara el procedimiento de elaboración de las producciones locales a granel para evitar el fraude del vino de fuera. Pero sabíamos que eso no tenía solidez suficiente para solucionar el problema."*

En los primeros años era necesario registrar a todos los bodegueros y las parcelas de viña. Un censo que no gustaba nada porque les recordaba a Hacienda. En términos de Lourdes Fernández, se ponían "empurrados" y no colaboraban:

> *"Cuando empiezas a rellenar papeles, parecíamos Hacienda. Fue muy dificil convencerlos. Se ponían empurrados y no querían saber nada. Recuerdo aquellos momentos con muchísimo trabajo, muchísimo esfuerzo. Fue también una época de muchas llamadas de teléfono, no había Whatsapp. Viajamos mucho para conocer las Denominaciones de Origen. Lo recuerdo con mucho cariño. Si no lo hubiéramos hecho, probablemente el sector del vino hubiera desaparecido."*

Para **Antonio Castro Cordobez** fue clave el trabajo de Lourdes Fernández y Marcos Guimerá:

> *"Esas dos personas formadas, empapadas de conocimientos y ligados a la producción, tenían las ideas muy claras. Lo más importante es que ellos creían en lo que hacían, tanto Lourdes como su fiel escudero Marcos. Nosotros desde la administración y ellos desde el sector fuimos logrando poco a poco implicar a los productores y convencerlos de que esta fórmula era más rentable y apropiada."*

Imagen 4. Logotipo de la D.O. Tacoronte-Acentejo.

Una vez se logró la D.O., se abrió la puerta a las subvenciones de la Unión Europea y otro tipo de ayudas que facilitaron las inversiones y las actualizaciones de viticultores y bodegueros. El logro de Tacoronte-Acentejo también sirvió para estimular al resto de islas a crear sus propias D.O.: La Palma, El Hierro, Lanzarote, Gran Canaria...

Merece una mención destacada el papel que jugó –y juega– la Bodega Insular. Los alcaldes intuyeron su importancia y lucharon para tenerla en su municipio, cada regidor quería una. Pero era de justicia que estuviera en Tacoronte. Los viticultores, gracias a esta bodega, se esforzaron en mejorar su uva de forma progresiva porque si no cumplía unos mínimos no se la recogían. El enólogo Felipe Blanco Pinilla supo sacar lo mejor de aquellas cosechas para lograr premios de todo tipo con sus elaboraciones. Así, *Viña Norte* se convirtió en un referente del trabajo bien hecho.

Quieren acabar con lo nuestro

Cuando ya la Denominación de Origen estaba caminando, a finales de los 90 se propone introducir una serie de variedades tintas de fuera de las que escaseaba Tacoronte-Acentejo. Había muchas blancas pero faltaban tintas. Las variedades en las que se pensó

pretendían mejorar la calidad del vino para una crianza o un reserva. Se propuso a la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias ampliar el catálogo. Pero el precio fue muy caro. Así lo recuerda **Lourdes Fernández**:

> *"Fue una lucha encarnizada, un momento donde se luchó un montón. Ese momento fue muy duro. Había un frente fundamentalista que se oponía, y terminamos en un cuerpo a cuerpo. El consejero nos apoyó, pero terminamos pidiendo ayuda al presidente Román Rodríguez. Le llevé una maleta de documentos para argumentarlo todo, eran argumentos aplastantes. Román nos dijo que nos pusiéramos de acuerdo entre nosotros."*

Esta decisión tuvo un coste político también, especialmente para los gobernantes nacionalistas porque mucha gente entendía que se querían cargar las variedades autóctonas. **Ricardo Melchior:**

> *"Fue una discusión fuerte. Había dos criterios y ambos tenían parte de razón. Para defender la incorporación de variedades foráneas argumentaban que la viña no es endémica de Canarias, que en algún momento se trajo; y que la misma variedad cultivada aquí le daba su toque por la tierra volcánica, nuestra meteorología, los microclimas, los alisios... Pero también tenía razón el que defendía que todavía no conocíamos el potencial de nuestras variedades, que faltaba investigación."*

Muchos creían que había que defender la tipicidad de nuestro producto y que eso dependía de la uva. No debemos olvidar que las variedades que se introdujeron en Canarias habían desaparecido del resto del mundo por el ataque de la filoxera pero Canarias las pudo conservar porque fue uno de los pocos sitios del planeta donde ese odioso insecto con alas no pudo con la viña. Por tanto, las variedades de aquí tienen el valor de ser prefiloxéricas. El vino que se tomaba en la Edad Media o el que tomó Jesucristo venía de viñedos como los que se conservan aquí. Recordemos que la solución que se buscó para proteger a la viña fue un portainjertos de una variedad resistente.

Con mucho esfuerzo, diálogo y explicaciones se pudo superar esta fase delicada. Ahora que ha pasado el tiempo, se reconoce que fue una buena decisión. Incluso sorprende cómo se premian vinos elaborados con esas variedades o mezclados con las de aquí. Es la demostración tumbativa de que el terruño otorga de forma muy destacada su impronta. No obstante, los expertos con los que hemos hablado nos indican que en la selección de variedades del Archipiélago y en la purificación de virus queda mucho trabajo por hacer. Y hay que decir que es una pena porque no hemos explotado nuestra reserva completamente. De aquí la importancia de un centro de investigación que se dedique a estudiar en profundidad este tipo de cuestiones.

El presidente más joven de España

En el año 2009 tocó relevo en la Presidencia del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo. Se venía de un momento de desencuentros. El Pleno cambió completamente y se eligió al más joven de todos. Tocaba resetear la D.O. y escribir un nuevo capítulo de la historia. **Ismael Díaz** fue la cara visible de aquel equipo y tiene muy buen recuerdo:

> *"Los compañeros del pleno era gente implicada, que dieron la cara cuando hizo falta. Recordemos que estos son puestos altruistas, y tener un equipo que te apoye es importante. Eso hizo más fácil la travesía porque no es fácil llevarlo. Tuve un equipo que me ayudó. Tenía 28 años, fui el presidente más joven de España de los sesenta que hay."*

Ismael Díaz tampoco lo tuvo fácil. Nada más llegar estalló la crisis económica y, también, la burbuja enológica pinchó:

> *"Fue una época complicada, la crisis también afectó a las bodegas porque muchos de los proyectos estaban cimentados en la construcción. Había mucho dinero volátil y las bases no eran sólidas, esos años fueron duros."*

Pero no solo afectó a aquellos que eran constructores y bodegueros. El consumo cayó y el vino canario se vio más perjudicado que los foráneos. Los restaurantes perdían clientes, disminuyeron las celebraciones, las cenas de Navidad se redujeron, se dejaron de celebrar grandes bodas... todo mermó. Y a los productores se les acumulaban las cajas de vino. Por eso muchos viticultores y bodegueros celebraron en aquellos momentos de necesidad la aprobación de los fondos adicionales al POSEI, unas ayudas de Estado que complementaban lo que venía de la Unión Europea. Pero la alegría duró poco porque apenas se pagó el primer año y después se paralizaron los pagos de estas ayudas.

A día de hoy, quedan años por cobrar y con los nuevos presupuestos (2017) se espera recuperar parte de ese dinero y que se regularicen los pagos. Una cuestión que resulta fundamental para que la actividad se mantenga. La viticultura se ha resentido mucho con estas dilaciones y ha llevado a los agricultores a pasar auténticas penurias. **Marcos Guimerá** explica que no solo la espera por las ayudas adicionales, sino por las que envía Europa, porque aún estando el dinero se tarda mucho en pagar:

> *"Toda la agricultura está subvencionada, no puede ser que los viticultores tengan que esperar años para cobrar lo que les pertenece. Ese dinero es vital para los agricultores."*

Es evidente que las administraciones tienen que cumplir con sus compromisos si su apuesta es seria por el sector. Porque cualquier otra opción sería una tomadura de pelo.

Ahora toca la viticultura

Son muchos los que consideran que hay que poner en marcha un plan de choque para actualizar la viticultura que se practica, para profesionalizarla y conseguir que sea rentable. Es la única manera de que los jóvenes la vean como una opción de empleo o negocio. Así lo define **Lourdes Fernández**:

> *"Tiene que haber gente joven en la viticultura, pero no el tonto de la casa. Una viticultura profesional y que dé dinero. El plan de choque debería ser agresivo, los franceses ya lo están haciendo con gente muy formada. Con seguridad de cosecha, con una garantía de lo que cobrarán. Es necesario el relevo."*

Imagen 5. Mecanización de tareas vitícolas.

Romeo Rodríguez demuestra con su ejemplo que de la viticultura se puede vivir bien, aunque no te hagas rico:

> *"La viticultura es rentable profesionalmente, pero tienes que trabajar con conocimientos. Esto no es un juguete. Un error o un retraso en una acción te puede costar varios días de trabajo adicionales. Y esto es dinero. La viticultura profesionalizada te permite que con un mínimo de gestión proporcione beneficios."*

La mecanización también resulta fundamental para que sea más rentable. En su caso, casi todas las fases del cultivo se apoyan en el tractor. La poda y la vendimia se hace a mano porque dice que estas labores son de "cirujanos". Solo meten en la caja la uva que está en excelentes condiciones, lo contrario sería complicar la vinificación del vino y, por tanto, rebajar su calidad:

> *"Este trabajo cuidadoso nos permite vender la uva entre 1,30 y 1,50 euros. El precio ideal es de 1,50 euros, por debajo de 1 euro estamos fastidiados. Por eso, tenemos que hacer un buen trabajo, hay que buscar la calidad. Ya no vale cualquier uva."*

Este viticultor no niega que su trabajo suponga bastante esfuerzo pero está contento con el producto que obtiene de su cosecha y con las cifras que le reporta su negocio. Aunque sin duda, agradecería que existiera un centro de investigación que les aportara datos concluyentes para mejorar sus técnicas de cultivo. **Lourdes Fernández** también lo comparte:

> *"Es necesario un I+D en el cultivo. No podemos seguir con prueba-error. Necesitamos un instituto que nos asesore para no cometer errores. El único que hace algo es el laboratorio del Cabildo Insular. Necesitamos apoyo también en el ámbito de la viticultura. El I.C.I.A (Instituto Canario de Investigaciones Agrarias) no está jugando este papel y necesitamos esta figura."*

Y **Marcos Guimerá** apunta otra clave muy importante que desgraciadamente ya se está padeciendo:

> *"Un tema fundamental es cómo afectará el cambio climático a la viña. Es un tema que hay que estudiar ya. En mi finca he notado el cambio climático. Esto lo va a cambiar todo. Esto sería un tema para el instituto de estudio o estación de investigación pero como no lo tenemos, ¿quién investiga esto?"*

Imagen 6. Camino de la viticultura profesional.

Yo no tomo vino canario porque es carísimo

Cuando comenzó esta aventura, lo que se decía es que el vino canario era malísimo. Que se haya pasado a esta otra frase para justificar que no se consuma vino de la tierra es un gran avance. La excusa de que el vino canario es malo ya no es válida. Las vitrinas de nuestros bodegueros atesoran premios regionales, nacionales e internacionales por su buen trabajo. Pero entremos en el fondo de la cuestión: ¿son caros los vinos canarios?, ¿quién le pone el precio al vino?, ¿cuánto se le gana?, ¿quién se lleva la parte más importante?, ¿qué margen le aplican los restaurantes?, ¿cobran más por servir un vino canario?

Ismael Díaz nos habla de su experiencia, de su bodega *El Mocanero* que sirve vinos a una gran cadena de mercados con importan-

tes volúmenes aunque con altas exigencias y una metodología de empresa, con gran profesionalización:

> *"Cada uno tendrá sus números, es un mito que el vino canario es caro, hay vino a precios muy competitivos. También los restaurantes se han dado cuenta, y parece que están corrigiendo lo que Pedro Molina (Presidente de AGATE [Asociación de Ganaderos de Tenerife]) califica como una sanción al vino de la tierra, esos precios abusivos que multiplicaban hasta por 3 y 4 el precio de bodega."*

Ismael Díaz es muy crítico con los restauradores que castigan el consumo de vino canario con esos precios desmedidos:

> *"No puede ser que el vino salga de bodega a 5 euros y lo ponga la restauración a 15 euros o más. No puede ser que la ganancia del restaurante esté en el vino. A quién no se le puede discutir el precio es al viticultor, tiene que cobrar decentemente el kilo de uva, nosotros pagamos entre 1,50 y 1,80 euros el kilo. Al que se le puede apretar es al que me vende las botellas, los tapones...pero no al viticultor. Eso forma parte de nuestra filosofía."*

Para comprenderlo mejor, hagamos un striptease de precios. Si se vende la botella a 4 euros en bodega, el viticultor le gana 50 céntimos y el bodeguero le gana otros 50 céntimos. Si el restaurante la sirve a 15 euros, gana 20 veces más que los productores. ¿Es comprensible esto? Es verdad que no todos hacen esta salvajada y que ha habido algunos restauradores, como Ángel Rodríguez de *El Archete* que desde un primer momento apostó por los vinos de la tierra.

Alguien puede preguntarse por qué hay vinos de la península que se venden más baratos. Recordemos que las condiciones de producción y la mecanización de todo el proceso permiten unos precios más competitivos. ¿Se puede vender un vino de Canarias por solo 2 euros? La respuesta la obtenemos analizando el coste del kilo de uva. **Arsenio Gómez** tiene muy claro los datos:

> *"Cultivar una hectárea de viña en el norte de Tenerife, sin entrar en amortizaciones ni números finos, cuesta entre cuatro y seis mil euros al año. La producción media está en torno a los 6000 kilos y todo lo que sea vender el kilo de uva por debajo de 1,30 ó 1,50 euros significa que, tarde o temprano, iremos perdiendo viticultores. Y estamos hablando de viñedos mecanizados; si te vas a viñedos que no están del todo mecanizados, que son la mayoría –por la estructura de propiedad, por la pendiente del suelo, porque todavía queda mucha viña tradicional– los costes se te pueden multiplicar por dos. Todo lo que sea obtener unos ingresos brutos por hectárea inferiores a los diez mil euros es abocar a la desaparición del viñedo."*

Luego, queda más que justificado que si añadimos los gastos de bodega y queremos que el bodeguero tenga al menos un margen de ganancia de unos 50 céntimos por botella, hay que venderlo a 4-5 euros como mímino.

La pregunta debería ser: ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por un vino que se produce como el nuestro? Si hay gente capaz de pagar 2.500 euros por una botella de vino, ¿por qué no podemos vender el vino canario a un precio razonable? Tenemos un problema de marketing, no comunicamos los valores de nuestro vino ni cómo lo producimos. Son valores adicionales que le dan un *plus*. La producción máxima es seis mil kilos por hectárea. Es dificil mecanizar todo el proceso. Casi todo es manual. Esto más allá de un problema debería ser una característica de nuestra producción que le da un valor añadido. El presidente actual del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo, **Esteban Reyes**, lo tiene claro:

> *"Tenemos el gran problema de que no somos buenos vendiendo lo que hacemos, no ponemos en valor lo que hacemos con la vehemencia que se necesita para que la gente lo comprenda. Esto es el espaldarazo que necesita el sector. Si nosotros no nos sentimos orgullosos de lo que hacemos, no lo transmitiremos. Para que la gente nos entienda hay que comunicarlo y ponerlo en valor."*

Imagen 7. Viñedo en el norte de Tenerife, zona El Boquerón, La Laguna.

Presente y futuro

Esteban Reyes tomó el relevo como presidente en agosto de 2016. Es el gerente de la bodega *Presas Ocampo* y, con su dilatada experiencia en el mundo de la distribución, ha conseguido que sus referencias se encuentren en 800 puntos de venta. Está convencido de que uno de los retos pasa por lograr que los vinos de Tacoronte-Acentejo se le ofrezcan al público. Entiende que si no están en los lineales de los supermercados, en las cartas de los restaurantes o en los hoteles se complica mucho su venta:

> *"La comercialización es una asignatura pendiente, no se han profesionalizado las bodegas, para competir hay que profesionalizarse de verdad en todos los ámbitos. En la distribución también se han detectado muchas deficiencias. Cuando llegué había 48 bodegas, ahora solo hay 32. El vino tiene que llegar al punto de venta o de consumo. Lo primero es poner el vino en el punto de venta. Si no se le ofrece al consumidor, estamos muertos. Es nuestra obligación ponerlo en el punto de venta."*

En este objetivo se está dejando la piel, pero también quiere conseguir que los equipos de trabajo sean más eficientes y fórmulas de sostenibilidad del Consejo Regulador para no depender sólo de las subvenciones. Otro de los retos más importantes lo define como pelear por la homogeneidad de los vinos, que las elaboraciones sean las mejores posibles. En esta línea, apuesta por la formación para mejorar los procesos.

Imagen 8. Tacoronte-Acentejo en el punto de venta.

Le quita el sueño también que no hay relevo generacional, especialmente en la viticultura. Por eso, defiende que los viticultores sean empresarios de su propio negocio. Entiende que hay que ayudarlos y enseñarlos para que su negocio sea rentable. Es cierto que nadie se levanta a las seis de la mañana a trabajar si sabe que su esfuerzo no le lleva unos ingresos mínimos a casa. Como hemos comentado, no te harás millonario pero del vino se puede vivir bien. **Ismael Díaz** destaca por dónde pasa el futuro:

> *"El reto como D.O. está en integrarse, aunar esfuerzos en la isla de Tenerife, poner en valor la zona vitívinicola. La viña no se da por casualidad, nuestras parras son centenareas; sostener esto es un reto, modernizar el campo, el relevo generacional. El futuro pasa por la agrupación de bodegas para trabajar con operadores de mayor volumen, alianzas que den futuro a esta historia."*

¿Una D.O. Canarias o D.O. Tenerife?

Cuando se dieron los primeros pasos de la D.O. Tacoronte-Acentejo, se apostó por lo que muchos definen como la "mancha de aceite", es decir, la filosofía era que se fuera extendiendo al resto de la isla poco a poco. De hecho, así fue. Tras la instauración de la primera Denominación de Origen, se fueron implantando las demás.

Pero llegó el momento en el que se quisieron unificar las Denominaciones de Origen y se produjeron muchos enfrentamientos. Parece mentira que en este mundo faltaran unas perras de vino, sentarse a hablar relajadamente para llegar a un sano acuerdo. Veinticinco años después se mantienen las discrepancias sobre la solución que se debe adoptar. Algunos apuestan por una D.O. regional y otros por la insular. **Lourdes Fernández** opina así:

> *"Hemos fracasado en la unidad desde el principio. Nos pasó como al PSOE ahora, nos convertimos en bandos. En vez de haber trabajado juntos, perdimos todas las fuerzas en pelearnos unos contra otros. Pasamos años y años dando una imagen de pelea. Esto es un fracaso. Ya pasó, ahora estamos más tranquilos, ya no damos titulares en la prensa. Pero nos falta el remate, no sabemos cómo darle forma a esa figura que nos una. La D.O. se configura con el Consejo Regulador, este puede ser el camino."*

Uno de los fundadores de esta D.O., **Marcos Guimerá** tiene claro que el límite debe ser la isla. Estos son sus motivos:

> *"La mejor solución sería una D.O. Tenerife. La D.O. Canarias no la veo porque eso posibilitaría la entrada de uva de otras islas y podrían bajar los precios y se hundiría el mercado. En la propia isla no habría problema con el trasbase de uva. El problema está en la viticultura. En Alemania se conoce Tenerife, no hace falta decir más. Cada uno ya tiene puesta su patita en el mercado exterior. Todo tiene que estar coordinado pero en cada una de las islas una D.O."*

Arsenio Gómez cree que ya no estamos a tiempo de crear la D.O. Tenerife:

> *"Fui un claro defensor de la D.O. Tenerife, pero ya creamos la D.O. Canarias, ¿qué hacemos ahora?, ¿crear otra más? Lo que hay que intentar es que la D.O. Canarias tenga una subzona que se llame Tenerife. A mí me da miedo que la uva pase por el muelle, pero la canaria ya está. En 2007 estuvimos a tiempo de sacar la D.O. Tenerife, pero ahora ya no. Lo que no puede ser es que en aquel momento te opusieras a la D.O. Tenerife y ahora, en 2017, quieras meter otra más. Nosotros, con menos del 1% del viñedo nacional, contamos con el 20% de las denominaciones de origen. Esto es sintomático."*

Sin embargo, **Antonio Castro Cordobez** no ve la D.O. Canarias. Así lo justifica:

> *"Es raro que el turista no sepa que son 7 islas y que cada vez quiera venir a una. Cuando viene a Tenerife querrá consumir vinos de la isla que visita. Afortunadamente, tenemos turistas suficientes para tener un alto consumo de productos canarios. La barrera física de una isla tiene un componente muy fuerte para todo, hasta para el que viene. Por eso, yo no veo la D.O. Canarias. Mezclar una uva de La Palma y de Tenerife nos puede conducir a perder la identidad porque, por ejemplo, dentro de la propia Isla de La Palma no son iguales los vinos de Mazo que los de Las Manchas o los de Puntagorda, son subzonas distintas. Yo creo que el que va a La Palma quiere vino de La Palma."*

El presidente actual de la D.O. Tacoronte-Acentejo, **Esteban Reyes**, defiende la de Tenerife, pero no apuesta por eliminar ninguna de las existentes:

> *"El pleno está de acuerdo con una D.O. Tenerife pero eso no implica que desaparezcan las Denominaciones de Origen existentes. Bajo el paraguas de Tenerife se puede indicar la zona geográfica que guarda unas condiciones específicas de clima y de suelo. La fuerza que tiene Tenerife fuera para vender es superior a la de Tacoronte-Acentejo o el nombre del resto de las Denominaciones de Origen. Se mantendrían las dos opciones. No se puede perder la identidad de los vinos. La D.O. Canarias también se puede mantener. Aquí no sobra nadie. Todos somos complementarios. Todo es válido. Aunque hay que tener en cuenta que al consumidor de aquí le gusta reconocer la zona donde se ha producido."*

Hemos constatado como las discrepancias se mantienen vivas. Hay que recuperar la filosofía del comienzo de la D.O. Tacoronte-Acentejo que tenía por lema eliminar los barrancos, es decir, difuminar las líneas que separan los municipios. Unidad es lo que

necesita el sector. Los viñedos de Canarias pudieron con la plaga de la filoxera pero no han podido con la filoxera del enfrentamiento, de la división. La falta de cochesión ha provocado que ni siquiera haya una sola voz que les represente y les defienda, por ejemplo, cuando la administración no les paga lo prometido. Y esto lo padecen todos.

¿Qué pasaría si cada turista se tomara una botella de vino?

2016 cerró con la cifra récord de 15 millones de turistas. ¡15 millones! La media de estancia es de siete días. Esto significa que tienen catorce oportunidades (contando siete almuerzos y siete cenas) de tomarse, al menos, una botella de vino. ¿Se imaginan que se consumieran 15 millones de botellas al año? ¿Cuántos puestos de trabajo se generarían en el campo y en las bodegas? ¿Cómo estarían de cultivadas nuestras medianías? ¿Cuántos empleos indirectos? En la D.O. Tacoronte-Acentejo se produce un millón de botellas (casi cinco millones en Canarias). Hagan números...

Imagen 9. Fiesta de vinos Tacoronte-Acentejo. Ilustración de Víctor Jaubert.

Además, imaginen qué sorpresa sería para los turistas encontrarse cuando entran a la habitación con una botella de vino y un queso canario. Se quedarían encantados. Muchas veces se ha hablado de si procede o no la ecotasa, este sería el mejor "impuesto" para defender nuestro medio y potenciar nuestra economía. Así lo resume **Ismael Díaz**:

> *"Me da lástima que el turismo no tire más, puede ser un nicho que le dé valor añadido porque nos podríamos mover en otros márgenes de precio, sería fantástico. Hay una parte importante de turistas de hoteles de 4 y 5 estrellas que podrían consumir nuestros vinos y vaciar las bodegas."*

Cuando Ricardo Melchior era vicepresidente del Cabildo de Tenerife, además de la cartera de Agricultura, gestionaba también los asuntos relacionados con las energías limpias. Consiguió que Tenerife formara parte de la Agencia Europea de Energías Renovables a través del I.T.E.R (Instituto Tecnológico y de Energías Renovables). Y por este motivo participaba con cierta frecuencia en encuentros con otros países implicados. Una de esas reuniones se celebró en Santorini (una isla de Grecia de 73 km^2, tres veces menos que la isla de El Hierro) y **Melchior** recuerda esta jugosa anécdota:

> *"En esa reunión participábamos unas cuarenta personas, de distintos países de la Unión Europea. El primer día fuimos a almorzar, la comida estaba rica. Podías elegir entre cinco vinos pero todos eran de Santorini. Nadie protestó, ni siquiera los franceses. Por la noche en la cena, lo mismo. Al día siguiente, me senté con el alcalde y le pregunté si no se podía tomar otro vino que no fuera de la isla. Me respondió: 'usted se habrá fijado que nosotros vivimos del turismo y para nosotros es muy importante el paisaje. No tenemos agua, por eso lo que cultivamos es el olivo y la viña. Tenemos que darle salida a los vinos nuestros. Aquí hay una regla no escrita que dice que hasta que no se acabe la última botella de vino, no entra vino ni de la isla de al lado'. Y la norma esa se cumplía a rajatabla. Yo me conformaría con que esto se cumpliera en Tenerife en un 10%; con un 10% de esa maravillosa filosofía sería suficiente."*

Imagen 10. Viñedo en Santorini.

Una anécdota que nos invita a reflexionar sobre cómo es nuestro compromiso con la producción propia, hasta qué punto llega nuestra implicación con los paisanos que cuidan de nuestro paisaje, con esos jardineros que permiten que nuestra isla parezca un vergel. ¿Cuál es la implicación de los hoteleros y de los restauradores

con la economía de las islas, con los puestos de trabajo, con los productores? Con una tasa de paro que se cifra todavía en el 26%, qué beneficioso sería que aplicáramos algo de la *ley de Santorini*. La forma de la viña de esta isla de Grecia también es una metáfora que podemos integrar: crece en forma circular para protegerse del viento. Si queremos defender nuestras producciones de los vientos que vienen de fuera, hagamos un círculo para poner en valor lo nuestro. Así lograremos fácilmente otros 25 años más de vinos de calidad y la evolución no parará nunca. Que jamás se enfríe el ardor de los pioneros. ¡Felicidades a todos por haber conseguido esta proeza!

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE
SAN CRISTÓBAL DE
LA LAGUNA

conciertos

teatro

conferencias

exposiciones

bredondelaculturaescostumbredondelaculturaesco
dondelaculturaescostumbredondelaculturaescostu
elaculturaescostumbredondelacultura escostumbre
ulturaescostumbredondelaculturaes costumbredon
scostumbredondelaculturaescostumbredondelacu

donde la cultura es costumbre

PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

noviembre en La Laguna

LOS VINOS Y SU EVOLUCIÓN EN EL TIEMPO

Felipe Blanco Pinilla

1. Introducción

Para entender la profunda transformación que han sufrido los vinos de la comarca Tacoronte-Acentejo, y de Canarias en general, desde la década de 1980 hasta el momento actual, es interesante y oportuno recordar la situación anterior a estos años, en el breve resumen, que se expone a continuación, de algunos hechos que llevaron a los vinos canarios a una situación de decadencia. La viña en Canarias pudo estar al borde de la desaparición de no ser, no obstante, por muchos viticultores que la mantuvieron durante más de un siglo, aunque quedase como un cultivo casi marginal, destinándose los vinos elaborados al consumo interior y, en muchos casos, consumo familiar.

> *[...pero ya el comercio no volvió a ser como antes, pues no olvidemos que la Staple Act permitía la exportación directa de los vinos de Madeira a Nueva Inglaterra. Además la falta de suministro de malvasía durante tres años hizo que muchos consumidores se acostumbrasen a otros vinos en este periodo…el daño estaba hecho.*
> *Las enormes dificultades que sufrió el comercio del malvasía con Inglaterra en la sexta década del siglo XVII, hicieron que el cultivo de esta variedad fuera a menos, siendo sustituida poco a poco por otras variedades con las que se elaboraban vinos vidueños que, durante todo el siglo XVIII eran más fáciles de exportar a otros mercados, por su productividad y su precio más bajo, así como por ser susceptibles de destinarse a la fabricación de aguardientes.*
> *Según Andrés de Lorenzo Cáceres, D. Juan Barrioso[1] se lamentaba en 1877 refiriéndose a una exposición habida en Madrid:*
>> *"Lástima ver confundidos aquí ambos productos, el de la rica Malvasía con el Gloria (mistela)."*
> *A finales del siglo XVIII coincidieron dos hechos que permitieron a la viticultura Canaria un cierto desahogo, la proclamación del libre comercio con las Indias en 1778 y la proclamación de la independencia de los Estados Unidos de América, que pronto empezaron a recibir los vinos Canarios. Este comercio fue controlado por irlandeses.*
> *La vid tuvo pues a finales del siglo XVIII una etapa de cierto brillo en la que incluso se aumentaron las plantaciones que habían ido a menos. Pero, como se ha dicho antes, la aparición de las enfermedades del Oídio primero y el Mildiu después supuso el punto culminante de una decadencia que se venía manifestando, con carácter irreversible, desde los comienzos del siglo XIX.*
> *El desastre que supuso la aparición del 'Oídio' lo expresa la siguiente frase de Andrés de Lorenzo Cáceres:*
>> *"La Isla de Gran Canaria, en sus viñedos del Lentiscal, nos ofrece un dato expresivo: una sola de sus haciendas productora en los años de 1815 – 1818 de unas mil pipas anuales, reduce su cosecha en 1877 a unas doscientas."][2]*

Sí hay que decir que, de las variedades de vid que han sido introducidas en Canarias desde la época de la Conquista, en la zona que abarca la D.O. Tacoronte-Acentejo se han mantenido sobre todo tres, la Listán Negro[3], Listán Blanco y Negramoll, aunque hay otras con una presencia testimonial como Castellana Negra, Tintilla, Moscatel, Torrontés, Verdello, Malvasía Blanca, Malvasía Rosada…(En el apartado de la "Evolución de los vinos en estos veinticinco años" profundizaremos más en los factores que influyen en la calidad de los mismos: suelos, clima, variedades, formas de elaboración…).

Aunque ya son muchas las personas que, afortunadamente, están informadas sobre la existencia, características y posición de los vinos canarios, en concreto los de Tacoronte-Acentejo, no tantos conocen el recorrido que ha sido necesario hacer hasta llegar al momento presente; incluso en los muy informados es posible que una buena parte desconozca muchos aspectos de esta travesía, y especialmente en lo que se centra este trabajo, la evolución de dichos vinos.

---

1 Don Juan Barrioso, Ingeniero Agrónomo que visitó Canarias en la década de 1870 para realizar un censo de la agricultura en Canarias.

2 Fragmento de la conferencia "Pasado, presente y futuro de los vinos Canarios", impartida en el marco de la *1ª Semana Cultura del Vino* organizada por Hecansa y celebrada en el Hotel Escuela de Santa Brígida en Marzo de 1993.

3 La Listán Negro procedería de un cruce entre Listán Blanco y Negramoll, según la hipótesis expresada en la publicación de los autores Jorge Zerolo Hernández y Félix Cabello Sáenz de Santa María, *Variedades de vid de cultivo tradicional en Canarias,* página 202. Publicada por el I.C.C.A en 2006.

Imagen 1. Viñedo tradicional y Teide.

En estas líneas, como testigo de lo que ha venido aconteciendo en el sector vitivinícola de Canarias desde mediados los años setenta del siglo XX, quizá pueda aportar una cierta perspectiva sobre los cambios que han sufrido sus vinos en los más de cuarenta años transcurridos desde entonces, sobre todo en las Islas de Lanzarote y Tenerife.

Y, ya en Tenerife, dentro de la comarca de Tacoronte-Acentejo, para entender la transformación que han experimentado sus vinos, se hace necesario primero explorar, aunque sea superficialmente, la época anterior a la gestación de la Denominación de Origen.

Por tanto podemos establecer en este recorrido tres etapas:

1. La del vino a granel, en la que prácticamente no se embotellaba nada.
2. La etapa como Denominación Específica, entre 1986 y 1992, en la que se realizaron los primeros embotellados ya sometidos a estrictos controles de origen y calidad.
3. La que comprende estos veinticinco años, desde 1992, fecha en la que la Comarca Tacoronte-Acentejo fue la primera de Canarias en conseguir la Denominación de Origen y marcar el camino al resto de las del archipiélago.

1.1. Etapa del vino a granel

Durante la misma la producción de vino se comercializaba a granel, como vino de mesa, lo que no quiere decir que no estuviese sometido a ningún control. El sector del vino siempre ha estado muy regulado y en aquellos momentos toda la actividad vitivinícola estaba sujeta a lo que establecía la Ley 25/1970 y el Reglamento que la desarrollaba, conocida como el Estatuto de la Viña, del Vino y los Alcoholes.

El control le correspondía al Servicio de Defensa contra Fraudes cuyos inspectores visitaban con regularidad las bodegas, así como, los establecimientos donde se comercializaba el vino. Existía la obligación de declarar la producción, llevar los libros reglamentarios en los que se debían reflejar todos los movimientos de entradas y salidas, las partidas de vino que se expedían a granel por parte de las bodegas debían ir acompañadas de una "cédula de circulación oficial", los garrafones de capacidad entre 5 y 16 litros, expedidos en el ámbito local, tenían que llevar un "marbete" o etiqueta con los siguientes datos: clase de producto, grado, precio y procedencia. La inspección actuaba con bastante rigor.

Sin embargo, la eficacia de las inspecciones se veía obstaculizada por, al menos, dos circunstancias, el que una parte de los productores no estuviesen dados de alta como tales, que no declarasen, ya que a estos era muy difícil hacerles inspecciones –para la administración "no existían"–; y el que algunos establecimientos comprasen a los bodegueros, los que declaraban su producción, partidas etiquetadas y documentadas que les servían de soporte legal para vender, además, cantidades mucho mayores de vinos de otros sitios como "*del país".*

Es necesario destacar el importante papel del Servicio de Extensión Agraria, cuyos agentes prestaban un continuo servicio de asesoramiento a los bodegueros, tanto sobre cómo llevar la parte administrativa de la bodega como en el aspecto enológico.

Los vinos de Tacoronte, casi exclusivamente tintos, se elaboraban con la mezcla de uvas de las variedades Listán Negro, Negramoll y Listán Blanco.

La situación del sector era todavía consecuencia del declive de los vinos canarios desde finales del siglo XIX, según se ha visto anteriormente; varias circunstancias que se daban en esos años nos proporcionan una visión de cómo era la situación del mismo:

- Una producción deficitaria, que provocaba que los vinos, no todos, de Tacoronte se vendiesen al desproporcionado precio de 300 pesetas por litro, siendo en muchos casos vinos con algunos defectos[4].
- Esto propiciaba la existencia de un **creciente fraude** que estaba dejando indefensos a los pequeños bodegueros[5] y a su vez, por lo mismo, una parte importante del viñedo estaba en riesgo de abandono.
- La ausencia casi total de vinos embotellados.

4 El crítico de vinos José Peñín, en una conferencia titulada "Pasado, presente y futuro de los vinos Canarios", dentro de los actos de la *VII Semana Vitivinícola Alhóndiga*, en 1985, decía: "*Realmente es increíble que algunos vinos de Tacoronte se estén vendiendo a más de 300 pesetas y aún se los quitan de las manos (…) Y además se trata de unos vinos que técnicamente no están todo lo bien elaborados que debieran".*

5 Tal vez este precio exorbitante se debiera a la obligación de tener documentos que justificasen la compra de vino local para encubrir una buena parte del vino de fuera que se vendía como "*vino del país*".

- Elaboraciones rutinarias con escasa base enológica y muy poca tecnificación de las bodegas.
- Vinos frecuentemente defectuosos que manifestaban problemas de fermentación o de conservación en envases muy viejos mal conservados (los *cascos* de madera de 600 litros), turbios, con olores desagradables[6].
- Sin embargo, también se producían por parte de los bodegueros más cuidadosos, vinos de una muy aceptable calidad, y en algunas cosechas más favorables los vinos salían generalmente buenos, pero sin que esto tuviese una continuidad[7].

En resumen, la calidad de los vinos que se elaboraban era variable y junto a vinos de indudable calidad había muchos que no alcanzaban unos mínimos.

En la conferencia que dio Mariano López Arias en *La Alhóndiga* en 1986 titulada "Recomendaciones generales para la elaboración y conservación de vinos tintos", decía:

> *"En general, por deficiente elaboración y conservación, muchos vinos canarios se presentan al consumidor con características y defectos, unos inadmisibles en cualquier bebida alimentaria, y otros que chocan frontalmente con las actuales tendencias del mercado mundial para este tipo de bebidas.*
> *Así pues, con demasiada frecuencia y junto a vinos excelentes, nos encontramos:*
> - *Vinos demasiado fuertes y ardientes.*
> - *Vinos fuertemente oxidados y envejecidos prematuramente.*
> - *Vinos sucios a la nariz y a la boca.*
> - *Vinos vacíos a la nariz, sin aromas finos, penetrantes y afrutados.*
> - *Vinos turbios con falta de transparencia y brillantez, propensos a las quiebras de color.*
> - *Vinos con acidez volátil alta, propensos al avinagramiento y difíciles de conservar."*

Con estos enunciados se completa esta descripción de cómo eran los vinos y qué problemas presentaban con frecuencia en la etapa considerada.

Aunque los precios estaban por las nubes, la situación beneficiaba a una parte del sector, a la que no le interesaba apostar por el vino embotellado teniendo anclado a todo el colectivo en una situación de inmovilismo, y sucedía que en ese "círculo vicioso" una buena parte del mismo se veía bastante perjudicado existiendo bastante descontento entre muchos viticultores[8].

Imagen 2. Bodega tradicional.

Por otra parte, mientras que el vino de Tacoronte se vendía a granel y a unos precios muy altos, lo que, como ya se ha dicho, ocasionó el retraso en la llegada del embotellado y mantuvo la mayor parte de las bodegas en sistemas arcaicos de elaboración, en otros lugares del archipiélago estaban prosperando algunas iniciativas como:

- La puesta en marcha, desde mediados de los años setenta en Lanzarote, de bodegas que se empezaron a equipar con modernas tecnologías de elaboración, sobre todo frío y filtrado, así como, maquinaria para el embotellado automático en condiciones de máxima higiene. En los años ochenta del pasado siglo, Lanzarote ya embotellaba buena parte de su producción, teniendo unos vinos premiados y reconocidos a nivel nacional e internacional.
- La creación en Mazo, en 1985, de una S.A.T de viticultores, impulsada por el ayuntamiento de la localidad palmera, que con el enólogo Manuel Rodríguez Jiménez al frente, empezaron a aplicar criterios de enología moderna y a embotellar sus vinos. Tal vez esta S.A.T sirvió de modelo para la creación en Tacoronte de la S.A.T Viticultores del Norte de Tenerife, que a su vez fueron los pioneros del embotellado en Tenerife.

6 Algunos de estos defectos, vino turbio con determinados olores azufrados o con un incipiente acetato, fueron identificados por muchos consumidores locales como "tipicidad"; así el vino filtrado sin defectos se identificaba como "vino con química" frente a lo natural que, para ellos, era lo otro.

7 Emile Peynaud lo dice en su libro *Enología Práctica*, sobre cuándo un vino se elaboraba sin un conocimiento de los mecanismos de la fermentación y de la vinificación y sus condicionantes: "*Antes –se refiere antes de Pasteur, fundador de la enología moderna– un buen vino era sólo el resultado de una casualidad afortunada*".

8 Prueba de este descontento fue que enseguida muchos viticultores se adhirieron a la recién creada Denominación Específica Tacoronte-Acentejo en 1986 y a la S.A.T Viticultores del Norte de Tenerife creada en 1987.

Conscientes de la problemática existente y preocupados por la situación de un sector que se podía quedar atrás en momentos en los que empezaban a destacar muchas zonas vitivinícolas de España, como Rueda, Rías Baixas o la propia isla de Lanzarote, en la que se embotellaba gran parte de la producción, un grupo de personas representantes de administraciones públicas y profesionales de diferentes ramos, empezaron a hacer realidad las iniciativas que se venían planteando en distintos foros y reuniones, teniendo como punto de partida las *Semanas Vitivinícolas de la Alhóndiga*[9]. Entre los muchos que apoyaron todo el proceso que entonces se iniciaba: Mariano López Arias, Manuel Barrios, Rafael Armas Benítez, Guillermo Graham (Alcalde de Tacoronte y su equipo), Marcos Guimerá, Lourdes Fernández, José Andrés Rodríguez de la Sierra, Honorio Gutiérrez Expósito; también jugaron un papel importante en todo este proceso los técnicos del I.N.D.O (Instituto Nacional de las Denominaciones de Origen), como Pepe Serrano, Luís Leza, Santiago Menéndez de Luarca –su director–…y muchas más personas cuya enumeración no cabría aquí.

1.2. Etapa de Tacoronte-Acentejo como Denominación Específica

En 1986 persistían en la comarca varias circunstancias que limitaban la modernización del sector:

a) Un viñedo muy envejecido y poco productivo que para ser rentable debía poner en marcha: una reestructuración hacia nuevas formas de cultivo, una selección clonal para sanear las variedades locales, racionalizar los trabajos en la viña con el fin de paliar los costes adicionales de la excesiva parcelación existente, formar a viticultores jóvenes que vieran en el trabajo de la viña un futuro para ellos y sus familias y así solucionar el problema de la falta de relevo generacional que existía.

b) Unos vinos elaborados de forma artesanal y bastante primitiva, con escasa tecnificación de las bodegas que unido a una excesiva atomización de las mismas –muchas bodegas familiares y muy pequeñas– implicaba una disparidad en las formas de elaborar lo que daba lugar a vinos muy diferentes, lo que confundía a los consumidores. Por otra parte seguía existiendo un **fraude** que perjudicaba de forma muy grave a esos pequeños bodegueros artesanales.

Estas cuestiones exigían dar respuestas en varios frentes: viticultura, bodegas, comercialización, etc. En lo que respecta a la calidad de los vinos era necesaria la creación de bodegas modernas, bien equipadas y gestionadas en las que se elaborasen y comercializasen vinos acordes con las exigencias del mercado. Esto tenía que permitir a su vez vender los vinos a un precio adecuado, manteniendo una buena relación calidad/precio, para poder hacer rentable el cultivo a los viticultores.

Después de ser solicitado al Ministerio de Agricultura a través del I.N.D.O, fue reconocida Tacoronte-Acentejo como Denominación Específica en 1986.

Las personas, ya mencionadas anteriormente, que apoyaron esta iniciativa llegaron a la conclusión de que antes de esperar a que se embotellase la cantidad de botellas de vino de calidad necesarias que justificasen la creación de una Denominación de Origen, una manera de acortar camino era proceder a la inversa, es decir crear un organismo provisional con la estructura, los fines y las exigencias de una Denominación de Origen definitiva. Así, en el seno de este, iría tomando forma la Denominación de Origen futura.

La Denominación Específica se organizó como si fuera una Denominación de Origen, y desde el comienzo se marcó un alto nivel de exigencia de la calidad de los vinos, se establecieron controles en viñedos y en bodegas, aforos, declaraciones de cosecha, toma de muestras y, para llevar todo a buen fin se crearon: una organización administrativa competente –Consejo Regulador–, un comité de cata profesional, un equipo técnico que apoyaba a los viticultores inscritos en todas las fases de la producción de uva, elaboración de los vinos, así como, una vez obtenida la calificación por parte del comité de cata, su embotellado en las propias bodegas particulares…y así fue como se empezó.

El embotellado se realizaba, una vez estabilizado el vino con el asesoramiento de los técnicos del Consejo Regulador, con un equipo portátil que se transportaba a las diferentes bodegas de los productores, la marca era la misma para todos pero en la etiqueta figuraba el nombre del bodeguero. Aunque los vinos tenían personalidades distintas, según la bodega, el nivel de calidad era bastante homogéneo.

Todavía predominaban los vinos tintos, elaborados como se ha dicho, con las variedades tradicionales Listán Negro, Listán Blanco y Negramoll, aunque ya se empezaron a hacer experiencias de blancos por separado, así como, de rosados. El uso de pequeños equipos de frío, la aplicación de normas básicas de higiene en las bodegas a la hora de limpiar los envases y las instalaciones, la racionalización de la fecha de vendimia así como el transporte de la misma, tuvieron como primer resultado un salto positivo en la calidad de los vinos de Tacoronte-Acentejo.

Además, estas mejoras facilitaron la promoción y comercialización de los vinos, siendo cada vez más numerosos los estableci-

9 La institución que apoyó desde el comienzo fue el Ayuntamiento de Tacoronte, tanto su alcalde Guillermo Graham como su equipo se implicaron totalmente en este tema y así su papel fue determinante en aspectos tan importantes como: el apoyo continuado en la celebración de las *Semanas de La Alhóndiga*, que desde 1978, ha sido un foro del que han emanado conocimientos e iniciativas cruciales para el sector, apoyo en la creación tanto de la Denominación Específica como de la S.A.T Viticultores del Norte de Tenerife, creación de becas para la formación de especialistas en enología, cesión al Cabildo Insular de Tenerife de los terrenos para la construcción de la Bodega Comarcal, etc.

mientos, sobre todo restaurantes y hoteles, que pusieron vinos de la comarca en sus cartas, aunque este número por razones obvias, era limitado.

Del primer embotellado de unas 3.000 botellas en la cosecha 1986-1987, se llegó a la cifra de unas 100.000 en la de 1990-1991; muestra de la evolución del sector en esos años. De esta etapa cabe destacar, aparte de bastantes partidas de vinos tintos notables, algunos blancos muy bien elaborados, muy aromáticos y en línea con algunos de los vinos más interesantes del momento.

En todo el proceso expuesto hasta ahora es necesario destacar la gran colaboración y apoyo que existió por parte de muchos funcionarios y altos cargos de instituciones, sobre todo del Ministerio de Agricultura, tanto en la creación de la Denominación Específica en el proceso como hasta la consecución de la Denominación de Origen definitiva. Especial mención merece José Serrano del I.N.D.O, que vino en innumerables ocasiones, siempre dispuesto a echar una mano; su papel fue muy importante en la mejora de muchos procesos, en la agilización de muchos trámites y en general en hacer el camino mucho más fácil de andar, ya que, él se tomó todo el desarrollo de la comarca Tacoronte-Acentejo como algo propio.

También, hay que destacar que a principios de los noventa, se empezó a estudiar la implantación de un contrato agrario de compra-venta de uva para garantizar la calidad de la misma que entrara en las bodegas de la comarca, así como, la creación de la Interprofesional de Tacoronte-Acentejo para que tuviera, entre otros cometidos, establecer, para cada campaña, las condiciones de dicho contrato así como el control sobre el cumplimiento de los mismos; en este tema fue esencial la colaboración de José Luis Vamonde, del Instituto de Relaciones Agrarias del M.A.P.A; gracias a su aportación se redactó dicho contrato que fue “homologado” por el Ministerio de Agricultura, siendo de los primeros de España.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos que se estaban realizando desde la Denominación Específica y de la S.A.T Viticultores del Norte de Tenerife, y aunque los vinos ya no presentaban defectos y estaban bien elaborados, aún faltaban metas por alcanzar, entre ellas conseguir que los vinos obtenidos manifestasen todo el potencial de las uvas de las que procedían, ya que, el tamaño y los recursos de las bodegas, que en su totalidad eran pequeñas, hacían que el nivel de equipamiento fuese insuficiente y no existía una iniciativa privada que asumiese la puesta en marcha de modernas bodegas capaces de absorber toda la uva que estaban ofreciendo los viticultores.

Desde que se creó la S.A.T. Viticultores del Norte de Tenerife, los directivos de la misma, siempre con el apoyo del Ayuntamiento de Tacoronte, empezaron a solicitar al Cabildo Insular de Tenerife la construcción de una bodega bien equipada en la que se pudieran procesar de la manera más adecuada las uvas de los socios. El Cabildo Insular escuchó dicha petición y empezó a elaborar el proyecto de la bodega, la **Bodega Comarcal,** que pasados unos cuatro años se construyó en terrenos cedidos por el propio Ayuntamiento de Tacoronte. Como es relevante para comprender la evolución posterior de los vinos, conviene exponer algunos datos sobre los inicios de dicha Bodega Comarcal.

En marzo de 1988 se terminó de redactar por parte del Cabildo Insular el Proyecto de la Bodega Comarcal de Tacoronte-Acentejo que se empezó a construir a los pocos meses estando terminadas las obras para la vendimia de 1992. El día 7 de Agosto de 1992 se constituyó la Sociedad Anónima mixta Bodegas Insulares Tenerife a la que se encomendó la gestión de las instalaciones. Dicha gestión se desarrollaría dentro del marco que se expone resumido:

ORGANIZACIÓN

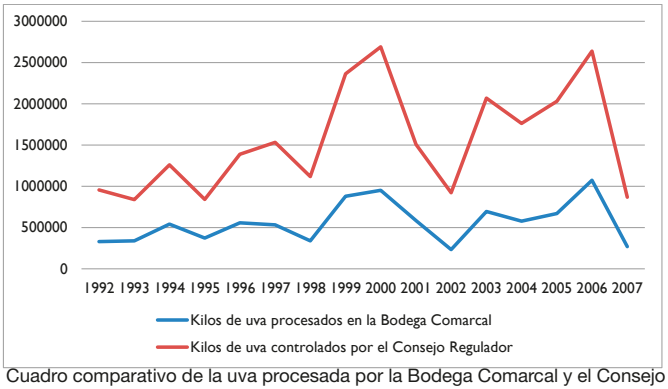
- La gestión de la Bodega Comarcal, propiedad del Cabildo Insular de Tenerife, se encomienda, **mediante arrendamiento**, a Bodegas Insulares Tenerife S.A. (B.I.T.S.A), sociedad de naturaleza mixta, constituida en Escritura Pública el 7 de Agosto de 1992.
- En el Contrato de Arrendamiento se establece un canon y entre otras cláusulas que “***la entidad mercantil se obliga a gestionar la actividad utilizando las instalaciones del Cabildo Insular con sus propios recursos humanos, materiales y financieros”*** (como así ocurrió hasta 2008, fecha en la que el Cabildo Insular pasó a controlar totalmente la sociedad).
- Inicialmente B.I.T.S.A, con un capital social de 40.000.000 de pesetas (240.404 €) dividido en 2000 acciones, tenía como accionistas: al Cabildo Insular, a los Ayuntamientos que conforman la Comarca Tacoronte-Acentejo, a dos Entidades Asociativas Agrarias y a más de 170 viticultores de la comarca con viñedos inscritos en el Consejo Regulador de la D.O. Tacoronte-Acentejo.
- Después de varias ampliaciones de capital, el número de socios de esta Bodega Comarcal llegaría a los 706 de la comarca.
- La compra de uva a los socios se ha venido realizando mediante contratos agrarios en los que ambas partes se comprometen a respetar las condiciones establecidas de calidad de la uva por parte del viticultor así como los precios por parte de la Bodega.

Imagen 3. Paisaje de viñedos en Santa Ursula.

Aunque algunas dificultades ponían en riesgo el éxito de la misma:

- La desconfianza de los viticultores por el fracaso de experiencias similares en otras ramas de la agricultura.
- La incertidumbre que producía el tener que comercializar vinos con un precio elevado desconociéndose entonces el potencial cualitativo que podrían desarrollar nuestras variedades unida al desconocimiento casi total que existía sobre la aceptación de nuestros vinos por parte de los consumidores.
- La **necesidad** de que los precios de la uva fuesen a su vez **altos** para que fuese rentable el costoso cultivo de la vid en la comarca.

Con la puesta en marcha de la Bodega Comarcal se inició también la etapa de Tacoronte-Acentejo como Denominación de Origen definitiva. En el cuadro siguiente, la uva procesada en dicha bodega en relación con la Denominación de Origen entre 1992 y 2007.



Cuadro comparativo de la uva procesada por la Bodega Comarcal y el Consejo Regulador en el periodo 1992 - 2007.

1.3. Etapa de Tacoronte-Acentejo como Denominación de Origen

Tacoronte-Acentejo obtuvo la calificación de Denominación de Origen en el año 1992 (Orden Ministerial de 7 de septiembre de 1992, publicada en el B.O.E de 24 de septiembre), siendo la primera región vinícola de Canarias en alcanzar este reconocimiento.

En los últimos veinticinco años hemos asistido a un espectacular aumento de la calidad de los vinos de Tacoronte-Acentejo, tanto los blancos como los rosados y los tintos. Esto ha sido posible gracias a los siguientes factores:

- La implicación inicial de una serie de personas, como se ha visto, que tuvieron un papel decisivo tanto en la creación de la Denominación Específica como en el posterior desarrollo de la Comarca.
- La aplicación, desde la puesta en marcha de la bodega comarcal, del contrato agrario homologado, lo que tuvo una gran transcendencia para la calidad de la uva entregada por parte de los viticultores y de los vinos obtenidos.
- La creación de una interprofesional en el seno del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo, que controlaba el correcto cumplimiento de los contratos.

Además de lo anterior, han tenido gran importancia en el espectacular aumento de la calidad de los vinos:

- El apoyo de las administraciones públicas al atender las peticiones del sector.
- La incorporación de personal cada vez más cualificado: enólogos, bodegueros y técnicos de campo, figura que ya es habitual en las bodegas para asesorar a los viticultores con la finalidad de obtener una uva de la máxima calidad. La calidad de la materia prima es fundamental para la elaboración de un buen vino y, por tanto, es esencial cuidar este aspecto; los viticultores están cada vez más concienciados de ello.
- El progresivo equipamiento de las bodegas con modernas tecnologías que han permitido obtener de la uva el máximo de su potencial cualitativo, así como, elaborar los vinos con una higiene absoluta y en óptimas condiciones.
- La mejora indiscutible de la imagen y presentación de nuestros vinos, que se han hecho más atractivos para los consumidores, logrando un mayor aprecio por parte de los mismos.
- El buen hacer, desde el comienzo, de todas las juntas directivas del Consejo Regulador que, unido a la alta cualificación y profesionalidad del personal del mismo, han sa-

bido conjugar el rigor de los controles con el apoyo tanto técnico como promocional a las bodegas, no siendo nunca un obstáculo ante cualquier iniciativa de calidad que haya supuesto un avance para la propia Comarca.

2. Evolución de los vinos en estos veinticinco años

La personalidad de los vinos de Tacoronte-Acentejo, que los hace diferentes de los de cualquier otra región o procedencia y por tanto únicos, está marcada por los siguientes factores: sus suelos, sus climas o microclimas, las variedades y los métodos de elaboración. A continuación, se exponen las características generales de suelo y clima, pero hay que saber que ambos son bastante variables, por lo accidentado del relieve de esta comarca. Se puede afirmar que hay una mezcla de uvas procedentes de distintos suelos y microclimas en cada partida de vino, lo que acentúa su complejidad y originalidad.

2.1. Suelo, clima y variedades de vid

Los **suelos,** de origen volcánico, proceden de cenizas basálticas y se encuentran en un estado más o menos avanzado de transformación en suelo vegetal; son profundos, por lo que las raíces absorben con lentitud, y de forma progresiva, la humedad de los mismos, favoreciendo con ello una mejor maduración; son fértiles, franco-arcillosos con algo de limo y arena volcánica, de estructura grumosa y contenido medio-alto de potasio y materia orgánica, presentando un PH ligeramente ácido de 6 a 6’5.

Los viñedos que se asientan en este tipo de suelos, dan vinos con volumen y amplios en boca, con aromas que pueden ir desde los frutales, con notas especiadas, cacao e incluso fruta madura en compota, pero siempre con un fondo mineral. En boca presentan taninos suaves y una buena estructura.

En cuanto al **clima,** la comarca se encuentra bajo la influencia de los vientos alisios que propician un clima suave y húmedo con temperaturas moderadas en verano y, en el periodo de maduración, con diferencias térmicas de 12 grados o más entre la noche y el día.

Este fenómeno de diferencia térmica, favorece una óptima maduración de la baya, con una mejor y progresiva síntesis y acumulación de taninos y antocianos que le dan a los vinos una buena estructura y color.

De las **variedades de vid,** cabe destacar que el viñedo en Canarias está integrado, en prácticamente su totalidad, por variedades plantadas por los europeos desde finales del siglo XV, conformando un cuadro vitícola único, exento de filoxera, lo que propicia mejor calidad y finura en los vinos. El motivo es que proceden de plantas directas o de pie franco, sin portainjertos, una peculiaridad que da lugar a vinos muy apreciados; en muy raras partes del mundo se da esta circunstancia, por lo que debemos aprovechar el potencial que ese elemento diferenciador nos da.

Imagen 4. Viña en espaldera.

Las principales variedades, por extensión y las que entran mayoritariamente en las elaboraciones de los vinos de la Comarca son la Listán Negro, la Negramoll y la Listán Blanco; en menor medida, y actuando como complementarias de las anteriores hay otras como la Tintilla, Castellana Negra, Baboso Negro, Vijariego Negro, Syrah, Cabernet Sauvignon, Gual, Malvasía, Verdello…

La **Listán Negro** es la variedad tinta más extendida en la comarca Tacoronte-Acentejo, en la que casi el 85% de la producción pertenece a esta variedad, correspondiendo el resto a Listán Blanco, Negramoll y otras; sin embargo, es complicado atribuirle una superficie determinada, ya que, según ha sido costumbre desde que se introdujo la vid en Canarias, en una misma parcela hay plantadas, sobre todo en los sistemas tradicionales, distintas variedades de uvas sin orden aparente.

Esta mezcla de variedades daba origen al vino conocido como “vidueño” que al principio -siglo XVI- se elaboraba con uvas blancas (Torrontés, Verdello, Listán Blanco, Vijariego) y algo de negramolle (vidueños manchados o aloques). Se llamaba vidueño al vino “no malvasía”, ya que esta variedad se elaboró siempre por separado y no entraba en las mezclas aludidas, entre otros motivos, por tener más valor los vinos que de ella se obtenían.

En los siglos XVI y XVII no hay referencias claras a la presencia de la Listán Negro, ni como cepa plantada en determinadas zonas, ni como clase de uva dando cierto tipo de vino, sola o mezclada. Hay que irse, a bien avanzado el siglo XIX, para encontrar testimonios que hablan de un vino “Vidueño Tinto” y ya en 1877, D. Juan Barrioso habla de la *“Listán Tempranillo con la que se mezclan otras variedades negras, denominándose vidueño negro o tinto al conjunto”*. Por tanto, es posible que la Listán Negro fuera introducida en Canarias a finales del siglo XVIII o principios del XIX, extendiéndose su cultivo a finales de éste último, después de los ataques devastadores del oídio, y consolidándose como la primera variedad tinta de Canarias durante el siglo XX.

Imagen 5. Variedad Listán Negro.

En cuanto a sus características, la Listán Negro tiene unas hojas de tamaño medio a grande, de forma pentagonal con uno o los dos senos laterales superiores apenas marcados, de color verde medio y con abultamientos en el limbo. Los racimos suelen ser medianos o grandes, largos, compactos, con bayas de forma esférica o ligeramente ovoide y de tamaño medio y color negro, o rojo muy oscuro, en plena maduración. Es una variedad de ciclo medio a largo, vigorosa y bastante sensible a los ataques de oídio y botrytis.

De las aptitudes para la vinificación, cabe destacar que la Listán Negro da unos excelentes vinos jóvenes y es muy apropiada para elaborar vinos por el sistema de la Maceración Carbónica. En vendimias procedentes de parcelas de medianías bajas, que han alcanzado una óptima maduración, se muestra apta para dar muy buenos crianzas. La Listán Negro aporta la mayor estructura, un color rojo cereza y aromas frutales a frutos rojos.

La variedad **Negramoll** supone entre el 5 y 7 % de la uva tinta. Tiene un racimo de tamaño medio a grande con granos sueltos. La baya, de forma elíptica, es también de tamaño medio a grande, no siendo éste uniforme. El color en uvas maduras es de rojo a azul oscuro. De piel fina y acidez media, aporta a las mezclas con Listán Negro, un matiz ligeramente ácido en sabor y en nariz, un componente floral, a violetas. Según documentos consultados, es la única variedad tinta que fue introducida en Canarias, desde el principio, junto a las blancas Torrontés, Verdello, Vijariego o Listán Blanco.

En cuanto a la **Listán Blanco,** supone en la comarca aproximadamente de un 10 a un 12%. El racimo tiene forma cónica con dos o tres alas, largo, no demasiado compacto. La baya es esférica, de

Imagen 6. Variedad Negramoll.

tamaño medio a grande y el color verde-amarillo. Poco sensible a enfermedades y resistente a los golpes de calor, bastante productiva. En las mezclas tradicionales de la comarca aporta untuosidad y quizá provoque algún fenómeno de copigmentación. Vendimiada en madurez tecnológica y procesada la uva de manera cuidadosa da unos vinos de color amarillo verdoso pálido, con aromas no muy intensos pero de buena calidad, florales, cítricos y a hierbas aromáticas y en boca frescos, con un cierto volumen, glicéricos y persistentes. En experiencias realizadas como vino dulce natural, envejecido en barrica varios años, ha dado vinos con una gran estructura y longevidad, muy bien valorados cada año por varias guías de vinos nacionales.

Imagen 7. Variedad Listán Blanco.

2.2. Algunos aspectos de la vendimia en Tacoronte-Acentejo

El viñedo se extiende en la comarca, en altitud, desde aproximadamente los 250-300 metros sobre el nivel del mar, hasta aproximadamente los 900 metros. La consecuencia más inmediata de esta circunstancia es el escalonamiento de los diferentes estadios del ciclo vegetativo de la vid y, concretamente, de la maduración de la uva, lo que se traduce en vendimias que duran más de dos meses.

Las primeras partidas de uva madura, procedentes de las parcelas situadas en las cotas más bajas, se vendimian desde incluso finales de julio, mientras que las últimas entran en bodega a finales de octubre.

Normalmente, la variedad Listán Negro se adelanta entre una o dos semanas sobre la Negramoll, aunque no por ello, se puede decir que la Listán sea una variedad de ciclo corto. En las bodegas se reciben las uvas que van entrando a lo largo de toda la vendimia, a medida que van madurando por franjas homogéneas horizontales. Con el avance de la vendimia, estas franjas se van desplazando a las zonas más altas. En condiciones normales, la vendimia se desplaza entre 50 y 100 metros de altitud por semana.

El escalonamiento al que hacíamos referencia antes, provocado por la diferencia de cotas, tiene algunas consecuencias añadidas en las zonas medias y altas. Por un lado, estas zonas se ven afectadas por las nubes y brumas que forman los vientos alisios en los meses de mayo y junio. Se produce una notable bajada de las temperaturas, lo que provoca en ocasiones, pérdidas importantes de cosecha por corrimiento, al coincidir esta climatología particular con la floración; esto, aparte de los daños irreparables que ocasiona la botrytis en esta fase.

Asimismo, las primeras lluvias de otoño dificultan una normal maduración, provocando pérdidas por la aparición de la podredumbre gris.

En cualquier caso, una vez fijada la fecha de la vendimia para cada parcela, después de rigurosos controles de maduración, el transporte se realiza en cajas en las que caben unos 18-20 kilos de uva, lo que garantiza que ésta llegue en las mejores condiciones a la bodega y en el momento óptimo para obtener los máximos niveles de materia colorante.

El conocimiento de todos estos factores ha permitido que nuestros vinos, más que evolucionar, hayan sufrido una transformación muy profunda pasando de aquellos vinos aceptados sólo por los consumidores locales[10] a vinos reconocidos a nivel nacional e internacional, estando, año tras año, entre los mejores vinos de España.

Imagen 8. Vendimia en El Batán, La Laguna.

2.3.Vinos obtenidos y métodos de elaboración

Los vinos obtenidos a partir de las variedades Listán Negro y Negramoll suelen producirse con una relación 95/5 respectivamente y para los vinos destinados a crianza con algún porcentaje de variedades complementarias.

Aparte de las peculiaridades climáticas a las que ya hicimos referencia anteriormente, la comarca, como el resto de la isla de Tenerife, se caracteriza por la diversidad de microclimas. Estos influyen igualmente en las características de los vinos obtenidos según la altitud, orientación, los suelos en los que se asientan los viñedos, etc.

10 Leocadio Machado dice, en el apartado "Los Vinos de Canarias" de la *Guía de los Vinos y Bodegas de España* –Ediciones Folio S.A. (1984)– que "los vinos de Canarias se consumen, en su totalidad, en las propias islas y, dados sus sabores peculiares tan del gusto del nativo…".

Todo ello se traduce en tipos de vinos tintos, que podrían clasificarse en varias categorías:

- Vinos tintos con vocación para ser guardados, es decir para crianza o reserva.
- Tintos dulces con gran cuerpo y estructura, procedentes generalmente de zonas más bajas, soleadas y con orientaciones más propicias.
- Tintos de estructura media, muy aromáticos y jóvenes, con un periodo idóneo de consumo de entre 2 y 4 años.

En cuanto a los vinos obtenidos de Listán Blanco, según se ha dicho, da unos notables vinos blancos secos y semidulces, y unos dulces naturales, luego de un periodo de crianza, excelentes.

Los principales sistemas de elaboración de los vinos tintos en Tacoronte Acentejo son la denominada Maceración Carbónica y el sistema de Vinificación Tradicional.

Imagen 9. Equipamiento de bodega.

a) Maceración Carbónica

Este sistema de elaboración se caracteriza por la introducción de los racimos enteros en un depósito cerrado, que previamente se ha llenado de gas carbónico (CO2). En estas condiciones, las uvas enteras sufren un conjunto de fenómenos denominados como metabolismo anaerobio.

Las uvas colocadas en atmósfera de CO2, con ausencia total de oxígeno, sufren una serie de transformaciones. La principal de ellas es que la fermentación alcohólica en el interior de la baya es de carácter enzimático, sin intervención de levaduras, lo que provoca que se transforme una pequeña cantidad de azúcar en alcohol. Esta fermentación está provocada por las mismas células de la uva en condiciones de anaerobiosis y tiene como consecuencia, asimismo, la formación de otros productos como el glicerol y ácido succínico, entre otros.

Además de la fermentación alcohólica, la maceración carbónica produce una disminución notable del ácido málico, que puede desaparecer hasta en un 50%, y provoca también la disolución en la pulpa de las sustancias que se encuentran en el hollejo de las uvas enteras, como son las sustancias minerales, principalmente el potasio, los polifenoles (taninos y materia colorante), las sustancias aromáticas y el nitrógeno asimilable que favorece el final de la fermentación alcohólica.

Para realizar una correcta práctica de la Maceración Carbónica, es necesario que las uvas lleguen intactas a la bodega. La operación de vertido en el depósito lleno de CO2, debe realizarse con sumo cuidado, con el fin de lograr que se rompa la menor cantidad posible de granos. Las uvas situadas en la parte inferior del depósito se romperán en torno a un 5 ó 10%, liberando el denominado “mosto de yema” que será el encargado, durante la fermentación, de mantener la atmósfera de CO2 durante todo el tiempo que dure el encubado (de 6 a 8 días dependiendo de factores como la temperatura, la densidad del mosto de yema y la degustación).

El “mosto de prensa” es el que procede de las uvas que han permanecido intactas durante el encubado. Se caracteriza por poseer mayor calidad que el de yema y porque en el momento en que se produce el descube, queda todavía una cantidad apreciable de azúcar por desdoblar.

La consecuencia de todo este proceso de Maceración Carbónica son vinos muy aromáticos, por el aumento de aromas de fermentación; más suaves, debido a un menor contenido de polifenoles, acidez y taninos; y por último, pocos apropiados para largas crianzas, sin embargo los vinos de este tipo de Tacoronte-Acentejo, una vez embotellados y adecuadamente conservados a temperatura estable, conservan intactas sus cualidades aromáticas y de sabor, incluso mejoran, durante al menos dos años.

b) Vinificación Tradicional

Especialmente en vinos tintos, con uno u otro método de elaboración, el buen estado de maduración de la uva, nos permite obtener vinos con el color y estructura adecuada, lo que se conoce como maduración fenólica. En la actualidad, existen métodos para medir la acumulación de antocianos en la última fase de maduración, estimándose el momento óptimo de recolección de uva tinta una vez que el nivel de antocianos llega a su punto máximo y, posteriormente, comienza a disminuir. Consiguiendo, con ello, un vino con taninos maduros, con mejor color.

En la vinificación tradicional clásica, se busca la maceración de las partes sólidas de la uva en el mosto, mientras se desarrolla la fermentación alcohólica. Las uvas son sometidas al **despalillado** y **estrujado**, enviando el mosto resultante a los depósitos de fermentación. Es necesario procurar que no se rompan los raspones ni pasen trozos de los mismos con la uva, ni de las uvas a los raspones. El estrujado debe evitar que queden granos enteros al final de la fermentación, ya alcohólica, ya que podrían quedar restos de azúcar fácilmente atacables por bacterias lácticas. Estas operaciones incluyen el **sulfitado** o adición de anhídrido sulfuroso al mosto, en una proporción de 5 a 8 gr/hl (según el estado sanitario de la uva). El sulfitado tiene como principal función evitar la oxidación de los mostos, pero además, realiza una acción bactericida y facilita la maceración.

Durante la **fermentación**, por la acción de las levaduras, los azúcares se desdoblan del alcohol y se desprende anhídrido carbónico. La materia colorante, presente en el hollejo, se disuelve en el líquido y el gas carbónico que se desprende hace que los hollejos asciendan formándose una pasta conocida como "sombrero".

Imagen 10. Fermentación.

Mediante sistemas de bombeo, se realiza la operación de **remontado**, normalmente dos veces al día. Consiste en mojar el sombrero, a modo de riego con su propio mosto, para favorecer la extracción del color, desplazando el líquido que impregna los hollejos, saturado de taninos y antocianos, por otro con menor contenido en los mismos, hasta que se sature. También sirve el remontado para homogeneizar la temperatura de las distintas partes de la cuba; a veces se realiza con aireación, lo que contribuye a que el color sea más estable en el tiempo.

Una vez que el enólogo dé por finalizada la maceración, que se puede prolongar hasta 20 días o más, se procede al descube, separando el vino del sombrero y las lías, y extrayendo los hollejos fermentados.

Tras el **descube**, el sombrero tiene aún mosto que puede aprovecharse, el cual es llevado a la prensa, donde con movimientos suaves, pocos giros y presiones lentas y progresivas, podrá obtenerse un vino de prensa de calidad.

Para separar los restos procedentes de la fermentación (las lías), se pasa el vino de un depósito a otro, es la operación conocida como **trasiego**, que se repetirá de manera periódica, hasta conseguir que el vino quede limpio.

Terminada la fermentación alcohólica arranca la conocida como segunda fermentación, denominada **fermentación maloláctica**, donde las bacterias lácticas transforman el ácido málico en ácido láctico, lo que permite obtener un vino más pulido y redondeado.

c) Anexo: Vinos dulces naturales

Los vinos de este tipo se empezaron a elaborar en Tacoronte-Acentejo y su calidad permitió la inclusión de las variedades Listán Negro, Listán Blanco y Negramoll en el apéndice 3 del Anexo III del R.CE 606/2009, para poder usar la denominación "Vino Dulce Natural". En la vendimia de 1997 se elaboraron los primeros vinos de este tipo en Tacoronte-Acentejo, vinos que han contribuido notablemente al prestigio de toda la comarca, obteniendo muchas medallas en concursos internacionales así como muy altas puntuaciones en revistas especializadas y guías de vinos.

En resumen, de aquellos vinos tintos descritos en el primer apartado de estas páginas, se ha pasado a vinos de la más alta calidad elaborándose una gama amplia de tipos como:

En tintos: Maceración Carbónica, Tinto Tradicional, Tinto Barrica (los primeros de España en apostar por este tipo de semi-crianzas), Crianza, Vendimia Seleccionada, Tinto Dulce Natural…

En blancos: Blancos Secos y Semidulces, Fermentados en Barrica, Dulce Natural (de variedades como Listán blanco, Malvasía, Verdello)…

En todas las variedades se ha logrado alcanzar una muy alta expresión de las mismas; llegar al máximo requiere, como es lógico, seguir avanzando en una trayectoria que ya está muy arriba.

3. Reconocimientos

La comarca Tacoronte-Acentejo ha sido pionera y puntera en muchos aspectos de la vitivinicultura canaria de las últimas décadas, tanto en la calidad de sus vinos, ampliamente reconocida con gran cantidad de premios a nivel nacional como internacional, como en la promoción, en la investigación, en la innovación, etc.

También en lo que al número de viticultores inscritos y a superficie se refiere, siendo la de mayor peso de la isla de Tenerife y en la que ha tenido un mayor reflejo sobre las economías familiares y el mantenimiento del entorno paisajístico el buen hacer de un sector vitivinícola dinámico, en cuyo conjunto, el Consejo Regulador ha jugado un papel fundamental.

El buen sabor que nos deja un vino Tacoronte-Acentejo se puede resumir en el comentario que mereció uno de los primeros vinos de Maceración Carbónica, premiado en los *Vinalies Internacionales* de París, en la publicación del palmarés de dicho Concurso Internacional:

> *"Muy joven, su capa es púrpura violeta. Su bouquet picante e intenso con matices de moras, de violeta y de clavo. En boca, todos los constituyentes están presentes para formar su equilibrio. Todo es agradable en este vino."*

4. Conclusión

La obtención de un vino de calidad viene, en definitiva, determinada por diversos factores pero, en general, puede decirse que la calidad está garantizada si se respetan pautas adecuadas durante todo el ciclo vegetativo de la vid y los procesos de vinificación.

La elección de la variedad, en función del suelo y clima, es una de ellas, pero también lo son el respeto a prácticas culturales como la poda, que debe favorecer el equilibrio entre la masa foliar y el fruto para lograr una maduración óptima.

Durante la vendimia es igualmente importante, cuidar al máximo las condiciones de transporte y recepción en bodega, evitando someter la uva a tratamientos violentos que no respeten los tejidos de los hollejos.

Imagen 11. Viñedo.

Todo ello, unido al seguimiento de técnicas de elaboración correctas, nos permitirá, como ya ocurre en nuestra isla, obtener vinos jóvenes, crianzas o tintos dulces que logran prestigio nacional e internacional.

Las buenas prácticas son garantía de prestigio, pero en el futuro, debemos avanzar hacia la excelencia en todos los procesos, incluido el de la comercialización. No podemos perder de vista las tendencias del mercado. Las bodegas, como cualquier otra empresa, deben observar las pautas del hábito de consumo. Cada día el consumidor está más informado y exige mayor calidad, lo que debe ser el objetivo final de cualquier bodega, ya que sin ello, poco tenemos que hacer.

La calidad que ya damos por supuesta, debe ir acompañada de estrategias de comercialización acertadas porque hoy día nuestros vinos, por sus peculiaridades y su calidad, ofrecen al consumidor una variedad importante y equiparable a los de otros lugares del mundo.

Los vinos de Tacoronte-Acentejo nos hablan de nuestra tierra, del clima, del suelo y del trabajo del viticultor. Sólo tenemos que “escucharlos” y con ello, consumiendo una botella, apostaremos también por nuestra cultura y progreso.

En estos veinticinco años se han dado pasos de gigante en la calidad, pero también es necesario seguir trabajando en la tarea de implicar a todos los canarios en este proceso cultural que debe ser el aprecio por nuestros vinos; aunque determinados hechos, difícilmente entendibles y justificables, llevados a cabo por algunos personajes pertenecientes a alguna institución, parecen haber supuesto un paso atrás, además de una cierta traición, a la propia institución a la que pertenecían y especialmente a toda la gente que apostó y se esforzó desde el comienzo por colocar los vinos de Tacoronte-Acentejo en lo más alto.

Para terminar debo mostrar aquí mi agradecimiento a quienes confiaron en mí y me dieron la oportunidad de contribuir en alguna medida a toda esta transformación de los vinos de esta hermosa comarca, así como, al Consejo Regulador por concederme el honor de ser partícipe de este número de *Vinaletras* en el XXV Aniversario de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo, a la que deseo que siga sumando años y prestigio, desde su propio ser, para los vinos de Tenerife.

Bibliografía:

Bethencourt-Massieu, Antonio (1991), *Canarias-Inglaterra. El Comercio de Vinos 1650-1800*. Ediciones del Cabildo Insular de Gran Canaria.

De Lorenzo Cáceres, Andrés (1941), *Malvasía y Falstaff, los vinos de Canarias*. Instituto de Estudios Canarios, La Laguna.

López Arias, Mariano (1986), "Recomendaciones generales para la elaboración y conservación de vinos tintos" en Publicación de la *VIII Semana Vitivinícola de La Alhóndiga*. Tacoronte.

Machado, Leocadio (1984), "Los Vinos de Canarias" en *Guía de los Vinos y Bodegas de España*. Ediciones Folio S.A.

Peñín Santos, José (1985), *Pasado, presente y futuro de los vinos canarios* en Publicación de la *VII Semana Vitivinícola de La Alhóndiga*. Tacoronte.

Peynaud, Emile (1983), *Enología Práctica*. Ediciones Mundi-Prensa.

Zerolo Hernández, Jorge y **Cabello Sáenz de Santa María, Félix** (2006), *Variedades de vid de cultivo tradicional en Canarias*, página 202. Publicada por el I.C.C.A., Gobierno de Canarias.

AL SERVICIO DEL CONSUMIDOR. RETOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS VINOS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN TACORONTE-ACENTEJO

Dirk Godenau

1. Veinticinco años: mucho ha cambiado en los mercados de vino

Cuando se pone en marcha la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo a principios de los años noventa del siglo XX, la comercialización de los vinos de la comarca se realizaba principalmente sin embotellar y a través de garrafones repartidos entre los bares y el autoconsumo, todo ello principalmente en la propia comarca. El consumidor del área metropolitana que consumía vinos embotellados se veía limitado a los vinos importados, principalmente desde La Rioja en aquél entonces.

A través del impulso que supone la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo como iniciativa colectiva y transformadora del sector, la oferta comercializable a través de canales formales de distribución y con una calidad certificada aumenta rápidamente y expande su presencia comercial desde la propia comarca hacia el resto de Tenerife e incluso a las demás islas de Canarias. Ya desde los inicios, la exportación figura entre los objetivos retóricos de los responsables sectoriales y políticos, pero con los años no ha logrado cuajar a pesar de los diversos intentos en esta dirección.

Hoy día los vinos de Tacoronte-Acentejo cuentan con una marca territorial consolidada que sirve de paraguas para las múltiples marcas de vino que elaboran sus decenas de bodegas. Entre las Denominaciones de Origen de vino existentes en Canarias, Tacoronte-Acentejo es la marca de mayor notoriedad según las diferentes encuestas realizadas a los consumidores de Tenerife. Su evolución les ha puesto a la par con los vinos importados, no sólo en términos enológicos, también en términos comerciales, con una presentación cuidada y moderna, además de una distribución que ha logrado adaptarse a los nuevos tiempos.

Son, por ende, veinticinco años llenos de cambios en los que Tacoronte-Acentejo ha sabido “leer” las tendencias en los mercados de vino y que ha cerrado la brecha que marcaba el inicio del recorrido hacia una comercialización moderna. Ello sin duda no es razón para dormirse en los laureles, porque los mercados están en constante evolución y obligan a enfocar la innovación sectorial hacia el sostenimiento de la competitividad de los vinos. Todo ello a través de un marketing activo que incluya cada vez más atributos de calidad extrínseca, no limitado a los atributos organolépticos del vino en sí, creando experiencias novedosas y diferenciadas para un consumidor abrumado por la amplitud de la oferta de vinos en los lineales de los supermercados.

Imagen 1. Viña Norte (etiqueta antigua). Mucho ha cambiado la presentación de los vinos.

2. Vendiendo los vinos de Tacoronte-Acentejo: fases y transiciones

A lo largo del primer cuarto de siglo de su existencia, la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo ha pasado por varias fases evolutivas:

- La fase primera de 1992 a 1999. En esta etapa se ponen los cimientos de la comercialización moderna: embotellamos. Para ello se generan infraestructuras adicionales, tanto por iniciativa privada como pública. Se crea la bodega comarcal (Bodegas Insulares de Tenerife S.A.) y aumenta con rapidez el número de bodegas privadas inscritas en el Consejo Regulador. En 1994 la Denominación de Origen elabora, en colaboración con la Universidad de La Laguna, su primer plan de marketing.
- Una segunda fase de 2000 a 2007. Se mejoran las presentaciones y se cuida la calidad enológica del producto. La innovación durante este periodo es tanto enológica como comercial, en un contexto de crecimiento económico que permite que el mercado absorba con facilidad el vino con calidad certificada. La bonanza de tascas y restaurantes en la alimentación extra-doméstica lleva a que buena parte del vino de Tacoronte-Acentejo se venda a través del canal HORECA (hostelería, restauración, catering) y sólo una menor proporción se destine a los supermercados e hipermercados.
- Fase tercera de 2008 a 2016. El consumo se resiente ante el impacto de la crisis en las economías domésticas y la contracción del canal HORECA, con la correspondiente reducción del consumo de vino fuera del hogar. Una parte del consumo restante se reorienta hacia la compra en establecimientos comerciales, con la correspondiente adaptación de la oferta a menores márgenes y nuevos retos de comercialización. En este período también asistimos a cambios estructurales en la distribución alimentaria, con un claro aumento del peso de los supermercados de proximidad (tipo *Mercadona*) y las cadenas de descuento (tipo *Lidl*).

Por lo tanto, con el paso del tiempo los patrones de comercialización de los vinos de Tacoronte-Acentejo se han modificado sustancialmente. Empezando por la preocupación más inmediata por la calidad y presentación del producto, posteriormente se amplían y diversifican los canales de distribución. Es de esperar que el futuro esté marcado aún más por "pensar el vino desde el consumidor", integrando nuevas fórmulas –como las ventas online y la creación de experiencias enoturísticas– en la comercialización.

Imagen 2. Lineal de sección de vinos en supermercado. Crece el peso de las ventas de los vinos canarios en los supermercados.

3. Una visión sinóptica de los cambios en los mercados de vino

El punto de partida es que Canarias no es un mundo aparte: su mercado de vino está conectado con el resto del mercado español y con lo que acontece en los mercados internacionales. Posibles excedentes en la producción de otros lugares, especialmente en la Península, se dejan notar en los precios de los vinos comercializados en Canarias. Los cambios en las pautas de consumo tienden a manifestarse primero en otros territorios y posteriormente se difunden y aparecen también en el mercado canario; un ejemplo es cómo irrumpen los vinos ligeros y afrutados en los años recientes. Y también lo es la tendencia general a la reducción de los niveles de consumo por habitante. Siendo España, y Canarias, un país de tradición vitivinícola, su consumo ha bajado de tal forma que hoy día se ubica por debajo del registro en otros países europeos que no tienen esta tradición productiva.

Pero el mercado canario también cuenta con algunas particularidades que conviene resaltar:

- Una elevada proporción del consumo de no residentes, debido a los millones de turistas que recibe la región cada año;
- sustanciales diferencias interinsulares en las pautas de consumo y la producción de vinos;
- una parte no menor de la producción de vino que no pasa por la certificación de las Denominaciones de Origen y cuya distribución es local y habitualmente sin embotellar;
- en ocasiones el mercado canario parece cumplir funciones de mercado "sumidero" para eliminar excedentes con limitados efectos sobre el resto del mercado español;
- una presencia relativamente limitada, tanto en diversificación como en volúmenes, de vinos extranjeros;
- y un mercado altamente segmentado no solo en términos geográficos, porque también la convivencia de poblaciones de diversos orígenes, con sus respectivas pautas culturales de consumo, genera segmentos diferenciados en términos de las ocasiones de consumo y las preferencias de los tipos de vinos que se compran.

A su vez, el mercado de los vinos ha experimentado durante los primeros 25 años de existencia de la D.O. Tacoronte-Acentejo di-

Imagen 3. Visita a vendimia. El consumidor busca experiencias y proximidad.

versos cambios que se reflejan en las tendencias en el consumo de vino en Canarias. Los niveles de consumo per cápita se han ido reduciendo sustancialmente durante las últimas décadas. En la actualidad, el volumen total del mercado de vino de Canarias está en torno a los 68 millones de litros, de los cuales algo más de 50 millones de litros son de importación y sólo los 18 millones restantes son de producción local.

La cuota de mercado de los vinos canarios creció durante los primeros diez años de existencia de la D.O. Tacoronte-Acentejo hasta superar el 30% del volumen total del mercado canario, pero luego, y especialmente durante la crisis económica, esta cuota volvió a reducirse hasta mínimos algo superiores al 10%. La recuperación económica y la reactivación de las ventas de los vinos locales en años recientes hicieron que en 2015 la cuota estuviera cerca del 20%. Dentro del total de los vinos canarios, la parte que se embotella bajo alguna de las Denominaciones de Origen se sitúa cerca del 50% (10% del mercado canario) y no se ha logrado que esta cuota creciera sustancialmente.

La importancia de los diferentes canales de distribución se ha modificado sustancialmente a lo largo del tiempo. Primero aumenta la importancia de la hostelería y restauración para posteriormente ceder el protagonismo a las grandes cadenas de autoservicios, teniendo a principios de los años noventa del siglo XX escasa presencia el vino canario embotellado en el canal HORECA. Estos cambios son producto de una combinación de elementos estructurales y otros coyunturales; los coyunturales tienen relación con el impacto de la crisis económica entre 2008 y 2014, mientras que los aspectos estructurales apuntan hacia el crecimiento del consumo de vino en el hogar, consumo que se abastece de compras realizadas principalmente en los supermercados. En consecuencia, la recuperación implicará un cierto repunte en el canal HORECA, pero es poco probable que el mercado vuelva a la situación de principios del siglo XXI.

Aunque cuentan con un pasado de esplendor exportador en los siglos XVI y XVII, los vinos canarios no han vuelto a alcanzar una presencia más que testimonial en los mercados exteriores. Durante los últimos veinticinco años han sido numerosos los discursos políticos e intentos empresariales aislados de fomentar la exportación, pero la exportación total de vinos desde Canarias apenas supera los 500 mil litros anuales, un volumen que, en caso de tratarse exclusivamente de vinos canarios y no de re-exportaciones, supondría aproximadamente el 4% de la producción local de vinos. A la vista de los datos asociados a las ayudas asociadas a la exportación, es posible que la exportación de los vinos canarios con Denominación de Origen sea sensiblemente inferior a las exportaciones totales (por ejemplo, en el año 2014 el volumen de vinos canarios de calidad exportados con ayudas de la medida I.7 del POSEI fue solo de 112 mil litros, con lo que la tasa de exportación sería inferior al 1% de la producción).

La información disponible sobre el comportamiento del consumidor canario de vino es escasa. No obstante, de las encuestas que se han realizado se extraen algunos hechos básicos. La notoriedad de los vinos elaborados bajo alguna de las Denominaciones de Origen existentes en Tenerife ha ido mejorando con los años. Los resultados de la encuesta realizada por el Cabildo de Tenerife en 2014 confirman el liderazgo de los vinos de Tacoronte-Acentejo entre las cinco Denominaciones de Origen, tanto en notoriedad general de la comarca (87%) como en las marcas reconocidas y los niveles de calidad atribuidos. Abona se ha convertido en la segunda comarca más reconocida (60%).

El perfil sociodemográfico del consumidor confirma un mayor consumo entre hombres y edades superiores a los 40 años y una correlación positiva con mayores niveles de estudios e ingresos. Más de la mitad del vino se consume en el hogar. Predomina el consumo de baja frecuencia en cantidades inferiores a un litro por semana. Casi la totalidad de los consumidores de vino han probado vinos de Tenerife, pero más del 70% sólo conoce dos o menos marcas concretas. La principal crítica que hacen los consumidores a los vinos elaborados en Tenerife es su precio. No obstante, los vinos de Tacoronte-Acentejo se valoran positivamente por su relación calidad-precio.

Al comparar esta encuesta con otra que el mismo equipo había realizado en 2001, la crisis económica parece haber tenido un impacto relativamente limitado en la frecuencia de consumo. No obstante, que la frecuencia baje poco no significa que no lo hayan hecho en mayor medida los gastos del consumidor (y por ende la facturación de las bodegas), tanto por la vía de menores precios como por la reducción de la cantidad consumida.

En términos generales, se puede afirmar que sigue habiendo diferencias en las pautas observadas en el medio rural y en el entorno urbano. La proximidad a la producción hace que en el medio rural siga siendo más frecuente el consumo de vinos elaborados en la zona y sin que hayan sido adquiridos en el comercio detallista. Otro criterio de diferenciación es el consumo de residentes en comparación con el consumo de no residentes. La escasa evidencia que se tiene sobre las pautas de consumo de vino por parte de los turistas indica que sí buscan información sobre este producto "auténtico" y las experiencias que genera (visitas a las bodegas, degustaciones, eno-senderismo), que la presencia de los vinos canarios en los hoteles es escasa en volumen y se concentra en los hoteles de mayor nivel de calidad y precios, y que son los vinos elaborados cerca de las zonas turísticas los que más se benefician de la demanda de no residentes. Entre el consumo local por parte de los turistas y la exportación no se observa ningún vínculo de relevancia y son pocos los turistas que se llevan vino canario a su país de origen (entre otras razones por las restricciones en el transporte aéreo para llevar vinos en cabina).

Imagen 4. Turistas nórdicos en Canarias. El segmento turístico del consumo: un potencial poco aprovechado.

4. Retos actuales en la comercialización de los vinos de Tacoronte-Acentejo

A lo largo de sus 25 años de existencia, la promoción de los vinos de Tacoronte-Acentejo que se ha ido desplegando desde el Consejo Regulador de la Denominación de Origen ha evolucionado desde patrones más bien clásicos, centrados en la publicidad en medios, hacia otros más innovadores en los que juegan un mayor papel la creación de eventos, el apoyo a la cultura y el arte, o el uso activo de las redes digitales (los videos de Aarón Gómez son un ejemplo reciente; véase el texto de Santiago Suárez en este volumen). Una parte de estos cambios se debe a los cambios en los canales de comunicación con los consumidores y la necesidad de poner primero los cimientos –logotipo, imagen y notoriedad de la marca–; y otra parte se relaciona con las restricciones presupuestarias que trajo consigo la crisis económica y el reconocimiento de la mayor efectividad de una promoción por contacto directo con el consumidor en los mercados de proximidad.

Imagen 5. Valla de viñedo y paisaje. El vino es defensa del territorio.

Sin ánimo de elaborar un listado exhaustivo, los principales retos actuales en la comercialización de los vinos canarios se resumen en las siguientes cuestiones.

- Primero, se debería consolidar la recuperación de las cuotas de mercado que se perdieron durante la crisis económica, tarea que no se puede encomendar exclusivamente a la esperanza de una recuperación de los niveles de consumo en la restauración, porque una parte de los cambios acontecidos en los hábitos de compra será irreversible.
- Segundo, convendría profundizar en la adaptación de la presentación del producto y los servicios distributivos a las demandas de las cadenas de autoservicios. Ello no implica necesariamente bajar los precios, siempre y cuando la competitividad comercial de los vinos canarios se fundamente en otros valores contrastables y apreciados por la distribución.
- Tercero, crear una estrategia de comunicación e imagen de los vinos canarios ante los visitantes, con la correspondiente oferta de experiencias eno-territoriales que promocionen el acercamiento del turista a las zonas productivas. El cluster agro-turístico sigue teniendo un potencial de crecimiento en el que los vinos canarios deben jugar un papel central.
- Cuarto, es importante que se compatibilice la fragmentación productiva con la visibilización del origen y la identidad territorial a través de las marcas paraguas de las Denominaciones de Origen. Para ello es importante la colaboración activa entre las bodegas, los Consejos Reguladores y las Administraciones (I.C.C.A, Cabildos).
- Quinto, trazar una buena estrategia de comunicación que ponga en valor los vinos canarios de calidad ante sus consumidores precisa de una adecuada y actualizada información de mercado. Ello implica conocer el comportamiento del consumidor y de las tendencias que marcan la pauta en el mercado local. Actualmente la información disponible es

parcial e insuficiente. Convendría implementar un sistema de información de mercado que facilite la toma de decisiones comerciales.

Todos ellos son retos que implican el diseño, consenso e implementación de estrategias sectoriales. Una de las debilidades del sector del vino canario es su escasa cohesión interna, por lo que, a diferencia de los productos de exportación (plátano, tomate), carece de una estrategia consensuada y, por ende, le cuesta alcanzar metas de medio plazo que precisan de una cooperación activa. No es de extrañar que esta carencia se traslade a la fragmentación y discontinuidad en la programación del apoyo de las administraciones públicas en esta materia.

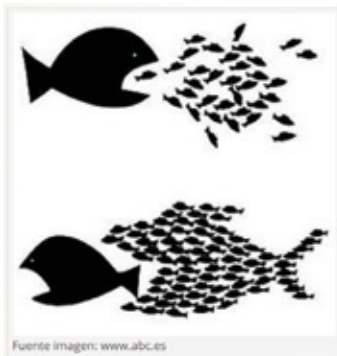


Imagen 6. Peces chicos persiguen a pez grande. La fragmentación productiva obliga a la colaboración comercial.

5. Labrando el futuro. Territorio, calidad, responsabilidad

A modo de conclusión cabe destacar que en la comercialización de los vinos canarios durante los años venideros ya no será suficiente presentarlos ante la sociedad canaria como parte del universo de productos que se enmarcan en “lo nuestro”. La estrategia comunicativa de los vinos canarios debe incorporar progresivamente sólidas referencias a su contribución al medio ambiente (frenar el cambio climático comprando productos locales), la conservación del territorio (bajo amenaza de ser devorado por la construcción) y la responsabilidad social (crear empleo y desarrollar el medio rural).

Estas contribuciones al bienestar económico y social de la sociedad canaria se deben medir, ampliar y comunicar. No bastará con presentarse como sector eternamente necesitado de ayudas públicas bajo el mantra de los sobrecostes de la insularidad. Aun contando con mayores costes de producción, en comparación con muchas de las zonas de producción en la Península, es posible crear un posicionamiento que haga creíble que esta actividad merece la atención y el gasto del consumidor. Para ello el sector tendrá que asumir que hacer un buen vino ya no es suficiente para captar esa atención.

Imagen 7. Pantalla de teléfono móvil. Aquí está todo. Y lo que no está, no existe.

En el siglo XXI, la comunicación con el consumidor se canaliza cada vez más a través de las redes digitales. Éstas ofrecen posibilidades de bajo coste para fomentar el micro-marketing a escala local. Por consiguiente, los patrones tradicionales de comunicación, centrados en medios impresos y audiovisuales tradicionales, tendrán que transitar hacia un esfuerzo continuo de comunicación por parte de todos los actores implicados. Lo que no aparece en las redes, no existe. Pero no solo las digitales, también las de toda la vida, las presenciales. Para un producto de proximidad, como son los vinos de Tacoronte-Acentejo, el contacto directo con el consumidor es parte imprescindible de su puesta en valor y reconocimiento social.

EL PAISAJE CULTURAL DE TACORONTE-ACENTEJO

Santiago Suárez Sosa

A Beatriz Gil, in memoriam.

Tacoronte-Acentejo es más que viñas y vinos. La consolidación de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo como tal, allá por el comienzo del siglo XXI, facilitó que progresivamente en el nuevo siglo se destinaran recursos y se fueran expandiendo las actividades de su Consejo Regulador hacia otros interesantes ámbitos de actuación más allá de las fronteras del terreno expresamente vitivinícola y gastronómico. Esta ampliación del campo de batalla en forma de maridaje con otros ambientes, particularmente con los tradicionalmente entendidos como culturales –sin desmerecer que por *cultura* se entiende el cultivo o el cuidado de algo, por ejemplo, agricultura, silvicultura o viticultura; términos que incluyen el sufijo 'cultura'– ha permitido la infiltración de Tacoronte-Acentejo en sectores de la sociedad con los que en el medio plazo se ha constatado que la marca de estos vinos ha sabido posicionarse en los nuevos territorios, tanto a nivel regional como a nivel nacional.

Si bien es cierto que en los momentos iniciales del despegue y el primer crecimiento de la Denominación de Origen –digamos entre los años 1992 a 2001– no eran precisamente los atributos culturales los que dominaban los esfuerzos de este particular mundo vitivinícola, como era obvio en aquel entonces, sí podemos asegurar que ya había distintas acciones puntuales por diferentes bodegas de la comarca que invitaban a un próximo acercamiento entre el mundo vitivinícola y el mundo de la cultura en su más amplia definición. En este sentido, distintos actores culturales, principalmente ubicados en el mundo de la pintura, participaron puntualmente en actividades donde el vino y la vid eran protagonistas principales.

En los siguientes años hasta el día de hoy, será el Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo el que aglutine los esfuerzos mayores, con la complicidad de distintas instituciones, tanto públicas como privadas, para ofertar unas actividades culturales sobradamente consolidadas como son sus publicaciones anuales –en forma de catálogo de la Bienal de Arte y Vino *La Vinal* o de cuaderno cultural *Vinaletras*– y la visita y participación de artistas en la comarca, principalmente historietistas en la última década. Este culmen requirió de un tiempo de pruebas con distintas apuestas hasta lograr la situación actual de consolidación; todo ello con un objetivo claro como es en última instancia elevar la notoriedad y el consumo de los vinos de calidad de la comarca, al mismo tiempo que la marca "Tacoronte-Acentejo" se posicionaba también como apacible referente cultural en el archipiélago. No obstante, todas las acciones han constituido una verdadera implicación en la vida local, una contribución constructiva a la cultura por parte de Tacoronte-Acentejo; y además, estamos firmemente convencidos que en el corto y medio plazo el consumidor y el público en general lo siguen agradeciendo.

Imagen 1. *Caballero* de Tahíche Díaz.

1. Papeles dispersos

La fusión como arma de mestizaje cultural es uno de los principales rasgos que quizás definan al siglo en curso. Estamos en una etapa en la que todo es posible, basta con intentarlo sin descuidar la *calidad* –esa inquietante percepción subjetiva–. Este discurso llega también al sector vitivinícola de la comarca, y con marcado aire vanguardista se comienzan a realizar fusiones atractivas que permitan cautivar la atención de nuevos grupos de consumidores. En este sentido, el Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo sale promocionalmente del tradicional gueto del sector limitado por las ferias de vinos, los cursos de cata y de viticultura y la participación en concursos de vinos para adentrarse –sin descuidar lo anterior– en la fusión con otras áreas, manteniendo las raíces en el suelo del propio sector vitivinícola. Empieza una búsqueda de sinergias con elementos culturales que impliquen una visión cubista del mundo vitivinícola. Ahora el sector vitivinícola comienza a ser observado desde una perspectiva múltiple.

Imagen 2. *Las Ratas* en "Vino y Rock&Roll".

Públicos tan variados como pueden ser los seguidores de la ópera, el rock, el cine, el teatro y el ajedrez se fusionarán con los vinos de la comarca en múltiples propuestas. En el caso de la música, tanto la ópera como el rock romperán la barrera psicológica tradicional de asociar el consumo de vino únicamente con la música tradicional folclórica, tan arraigada en las islas. Las continuas temporadas de ópera que se desarrollan en *Multicines Tenerife* suponen una interesante experiencia de consumo de los vinos Tacoronte-Acentejo en el descanso de las mismas, al tiempo que se muestran nuestros singulares vinos al fiel público operístico[1]. Igualmente, en el caso del rock, el sonido ambiente que acompaña a la lagunera "Noche en Tinto" en noviembre y a "SanBetinto" en junio cada año están arropados por los acordes de rock&roll anglosajón e hispano respectivamente[2]. Otro ejemplo de esta fusión, en aras de un público más diverso e intergeneracional lo constituyó el concierto de "Vino y Rock&Roll" con la mítica banda lagunera *Las Ratas,* que se subieron al escenario del *Aguere Espacio Cultural* dentro del programa "Noviembre, mes del vino Tacoronte-Acentejo en La Laguna 2012", donde presentaron su mini-cd *Spanish Bukkake* a un numeroso público entregado a su sonido más puro mientras las copas de vino corrían por la sala junto a los acordes de funk-rock-rap de estos roedores[3]. En este sentido, una vez más, el vino ha sabido demostrar que es un compañero perfecto para sonidos más amplios.

Igual sorpresa resultó el rodaje del cortometraje *Naturaleza viva* (2011) de Josep Vilageliu en Tacoronte-Acentejo con la interpretación de Verónica Galán y José Sosa, enteramente rodado en la comarca y con un argumento en torno al mundo vitivinícola. Él un enólogo y ella una viticultora que ven cómo sus caminos se entrecruzan constantemente mientras el ciclo de la vid se desarrolla hasta materializarse en vino. Cortometraje que ha sido proyectado en numerosos festivales de ámbito nacional, y que, en cierta manera por ello traslada el paisaje de la comarca vitivinícola más allá de sus propios límites geográficos. En el mismo orden de cosas, a lo largo de 2016 y 2017, el actor y youtuber Aarón Gómez –acompañado de Víctor Hubara– colabora con Tacoronte-Acentejo rodando tres nuevos cortometrajes bajo la dirección de Vasni Ramos y con el objetivo de mostrar la idiosincrasia de Tacoronte-Acentejo a través de los cortos de ficción titulados *El origen es el origen*, *Sembrando mañana* y *Vive el viaje;* tales filmaciones

Imagen 3. Aarón Gómez y Víctor Hubara en el rodaje de *El origen es el origen.*

1 Clara Bredy Domínguez redactó el artículo titulado "El vino, protagonista de la ópera. Óperas al vino", donde aborda la presencia del vino en la ópera, publicado en *Vinaletras* nº5 (2015). Disponible en el apartado de publicaciones de www.tacovin.com.

2 En estrecha colaboración con el Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna se celebran en el municipio los programas "Noviembre, mes del Vino Tacoronte-Acentejo en La Laguna" y el "Extra de Verano Tacoronte-Acentejo en La Laguna" cada temporada. Estas programaciones ofrecen múltiples actividades enológicas, gastronómicas y culturales.

3 Job Ledesma Pérez analiza la relación del vino con el rock&roll en su artículo "El vino no tiene quien le grite" publicado en *Vinaletras* nº3 (2011). Disponible en el apartado de publicaciones de www.tacovin.com.

tuvieron amplia repercusión y fueron muy aplaudidas en las redes sociales. El cine, una vez más, se convierte en una ventana ideal para acercarse a Tacoronte-Acentejo[4].

Imagen 4. *Naturaleza viva* de Josep Vilageliu.

En esta misma línea, la obra teatral con títeres de Mar Marrero Morales *Una bodega con magia en Tacoronte-Acentejo* (2009), acerca la cultura vitivinícola a los más pequeños de la casa de una manera amena y divertida. Obra que se representó posteriormente con notable éxito en gran parte del territorio canario. Esta obra se estrenó por parte de la compañía *Totoro Teatro* el 8 de noviembre de 2009 en la lagunera ermita de San Miguel, y posteriormente, el texto íntegro fue publicado en *Vinaletras* nº3. En este campo, también el cuentacuentos Jesús Bayón Fuentes ha escrito para *Vinaletras nº3* y *nº4* e interpretado públicamente, en numerosas ocasiones, sus cuentos originales *Historia de dos racimos* (2011) e *Historia de dos botellas de vino* (2013).

También el deporte es un buen aliado tangencial de los vinos. Así lo ha puesto de manifiesto en el caso de Tacoronte-Acentejo el ajedrez. Comenzando tímidamente, el Torneo de Ajedrez que se celebra en cada edición de "Noviembre, mes del Vino Tacoronte-Acentejo en La Laguna" así lo pone de manifiesto. Seis ediciones hasta la fecha, que cada vez congregan a un mayor número de participantes en colaboración con el Club Laguna-Cotelec. La exigente concentración en el movimiento en cada pieza en la partida tiene como premio principal luego a Tacoronte-Acentejo en sus distintas facetas (libros, camisas, vino, menaje, etc.).

2. La Vinal: arte y vino Tacoronte-Acentejo

El término *"La Vinal"* surge de fusionar los vocablos "vino" y "bienal"; expresión que materializa una feliz idea ocurrida a Carlos E. Pinto para la D.O. Tacoronte-Acentejo. Pero vayamos por partes.

Corre el año 2006 cuando se propone a Carlos E. Pinto de *Estudio Artizar* la posibilidad de fusionar el mundo del arte con el arte del vino. La propuesta es muy seductora: Tacoronte-Acentejo pone el universo vitivinícola a disposición de los artistas invitados a participar en dicha muestra artística. Por su parte, el Estudio de Arte propone al conjunto de artistas invitados a la misma. El proyecto consiste en realizar una visita guiada a la comarca para que los artistas se "empapen" de la cultura vitivinícola de primera mano, cambiando impresiones con los verdaderos protagonistas del sector, esto es, los viticultores y bodegueros que les enseñarían su particular mundo desde el viñedo hasta la bodega. Fruto de dicha experiencia, los artistas posteriormente realizarán una obra inspirada en el sector vitivinícola de Tacoronte-Acentejo, la cual se recogerá en un catálogo y se expondrá públicamente para la ciudadanía general. Esta primera propuesta se materializa considerándose ya, desde aquel instante, que tendrá carácter bienal. *La Vinal* comienza su singladura.

Imagen 5. *El trono de Estáfilo* de Miguel Rocha.

4 Joaquín Ayala Chinea firma con "Armonía y extravío: El vino como metáfora cinematográfica" un excelente artículo acerca de la presencia cinematográfica de la vid y el vino, publicado en *Vinaletras* nº1 (2007). Disponible en el apartado de publicaciones de www.tacovin.com.

La finalidad estaba clara, la fusión era posible, así que poco a poco, y bienal tras bienal, se ha ido logrando una ampliación del patrimonio artístico en Canarias cuyo principal "punto de mira" es el vino y el viñedo, hasta ese momento con una presencia muy escasa. Un ensanchamiento del tradicional campo de consumidores que ahora se acercan al consumo del vino a través del arte, de la misma manera que el tradicional consumidor de vinos se acerca a la ventana del arte a través de esta propuesta. En resumen, una fusión de sentidos que quedan en la memoria colectiva para siempre[5].

Imagen 6. *Welcome to the House of love* de Domingo Ayala.

Cada *Vinal* ha reunido a un conjunto de diversos artistas según el *leitmotiv* de cada convocatoria, que hasta la fecha, se ha centrado en pintura, escultura, fotografía, ilustración, viñetas y collage. A continuación, se nombra a los distintos artistas, así como a los autores de los textos de los catálogos, que *Vinal* tras *Vinal* han participado hasta hoy:

- ***Pintura*** *(2006):* Elena Lecuona, José Luis Cedrés, Luis Alberto Hernández, Javier Rodríguez, Lola del Castillo, Domingo Vega, José Luis Santos, Elena Galarza, Sema Castro, Miguel Rocha, Ángel Padrón, Carlos Rivero y Juana Fortuny. Textos de Carlos Pinto Grote, Arturo Maccanti y Carlos E. Pinto.
- ***Escultura*** *(2008):* Juan Carlos Batista, Tahíche Díaz, Santiago González, Juan López Salvador, Medín Martín, Roberto Martinón, Carlos Nicanor, José Luis Santos, Cristina Temes, Dácil Travieso y Francis Viña. Textos de Carlos E. Pinto y Celestino Celso Hernández.

5 Las distintas obras recogidas en los catálogos editados pueden verse en el apartado de publicaciones de la web www.tacovin.com.

Imagen 7. *Viñeta* de Eduardo González.

- ***Fotografía*** *(2010):* Pepe Arbelo, Damián Borges, Roberto de Armas, Manuel Fuentes, Julio González, Jesús López, Enma Manescau, Cristina Negrete, Roger Méndez, José Ramón Oller, Concetta Rizza y Jordi Verdés. Textos de Francisco Acosta y Pedro Juan Gutiérrez.
- ***Ilustración*** *(2012):* Domingo Ayala, Meritxell Barroso, Miguel Ángel Bethencourt, Víctor Jaubert, Maloli, Nareme Melián, Rebecka Skogh y Leticia Zamora. Texto de Joaquín Ayala.
- ***Viñetas*** *(2014):* Judith Gómez, Ángel Hernández, Juan Carlos Mora, Guille Rancel, Luis Suárez, Iván Retamas, Jen del Pozo, Juanan Rodríguez, Ángel Marrero y Eduardo González. Textos de Julio Santamaría Alonso y Luis J. Capote Pérez.
- ***Collage*** *(2016):* Mariamencanta, Luigi Stinga, Ana Coloretes, Domingo Ayala, Lucía Pitters Pérez, Silvia Watercolor, Radaluna, Simonetta Pisani Bravo y Verónica Nielsen. Texto de Joaquín Ayala.

Estas convocatorias artísticas, celebradas por puro azar en años pares, produjeron una natural continuación cultural para los años impares: el cuaderno de cultura y vino Tacoronte-Acentejo *Vinaletras.* El canal cultural de la denominación de origen no podía esperar a que volvieran a transcurrir dos años para dirigirse al mundo cultural, así, *Vinaletras,* servirá de enlace entre bienales artísticas al tiempo que ofrece información variada sobre el universo vitivinícola al consumidor general.

3. Vinaletras, cuaderno de cultura y vino Tacoronte-Acentejo

La Vinal ofrece un acercamiento certero del arte al mundo de la vid y el vino en cuanto que crea obras que contribuyen a elevar la notoriedad del universo vitivinícola; por su parte, *Vinaletras* centra sus esfuerzos de manera escrita en la reflexión acerca de este mundo vitivinícola, tanto desde el punto de vista de las ciencias como del de las letras. En este orden de cosas, el vino y el viñedo aparecen como tema central de debate en los distintos capítulos que se han editado, pudiendo ser los mismos tratados desde una visión local o universal. Todos los capítulos han sido desarrollados por especialistas en los distintos temas. En unos casos, la materia a debatir era parte de la propia profesión del autor y, en otros casos, constituía la *pasión* del autor en cuyo caso procedió a profesionalizarla "puntualmente" para la redacción del capítulo en cuestión. No obstante, todos han sido redactados con un lenguaje sencillo y divulgativo con la finalidad de conseguir un acercamiento informativo real al público general.

Imagen 8. Portada de *Vinaletras* nº3 diseñada por Enrique Alemán.

Las temáticas tratadas han sido numerosas adentrándose en la presencia o relaciones del mundo vitivinícola con la Historia, Economía, Literatura, Cine, Agronomía, Turismo, Arquitectura, Lingüística, Cómic, Matemáticas, Filosofía, Arte, Música, Teatro, Geografía, Senderismo, Patrimonio, Cultura Medieval, Ciencia y Medio Ambiente[6]. Los autores que han desarrollado los capítulos son: Antonio Macías Hernández, Agustín Guimerá Ravina, Dirk Godenau, Santiago Suárez Sosa, María Paz Gil Díaz, Gregorio Martín Gutiérrez, Joaquín Ayala Chinea, Carlos Pinto Grote, Cirilo Velázquez Ramos, Nicolás González Lemus, Felipe Díaz Izquierdo, Vicente Zapata Hernández, Adrián Alemán de Armas, Ernesto Suárez Toste, Luis Balbuena Castellano, Carlos Marzán Trujillo, Celestino Celso Hernández, Job Ledesma Pérez, Jesús Bayón Fuentes, Mar Marrero Morales, Miguel Febles Ramírez, Isabel Castells Molina, Belarmino Peña Díaz, María Beatriz Hernández Pérez, Marcial Morera, Jonás Armas Núñez, José Luis Figueroa de La Paz, Iván López Hernández, Bruno Barreto Martín, Luis Rico Santos, Valerio Gutiérrez Afonso, Clara Bredy Domínguez, Hermógenes Pérez Acosta, Felipe Blanco Pinilla, Esteban Reyes Hernández y Mayer Trujillo.

Tanto los autores de estos capítulos de *Vinaletras* como los artistas participantes en las diversas ediciones de *La Vinal*, ya son también, necesariamente para el bien de la Denominación de Origen, "Autores Tacoronte-Acentejo".

4. Viñetas con viñas Tacoronte-Acentejo

La celebración de la 1ª Exposición de Cómics en *Librería Lemus* en mayo de 2008 con la participación del historietista José María Martín Saurí –dibujante entre otros títulos de *La odisea*, *Arturo*, *La conjetura de Poincaré*, *La mariposa y la llama,* y reciente ganador del Gran Premio del Salón del Cómic de Barcelona en 2017– y el posterior texto para *Vinaletras* nº2 de Santiago Suárez Sosa "El vino en la viñeta" (2009) supondrán el chispazo de salida para un interesante maridaje de viñas y viñetas de largo recorrido en la

Imagen 9. *Dublinés* de Alfonso Zapico (2011, Astiberri Ediciones) ©Alfonso Zapico.

6 Todos los capítulos de *Vinaletras* se pueden consultar en el apartado de publicaciones de www.tacovin.com.

Imagen 10. *Jamás tendré 20 años* de Jaime Martín (2016, Norma Editorial) ©Jaime Martín.

comarca vitivinícola. En este sentido, la colaboración con *Librería Lemus* ha resultado esencial para que este afortunado encuentro de las viñas con las viñetas siga teniendo una buena amistad en Tacoronte-Acentejo. De hecho, esta exitosa iniciativa, con cita periódica de fusionar viñas con viñetas, es única a nivel nacional.

En esta línea de apostar por las viñetas como herramienta de aprendizaje, la D.O. Tacoronte-Acentejo colaboró también con el CEP La Laguna dependiente de la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias en las distintas fases del proyecto "Tebeos con Clase" (2011–2015), donde en la exposición específica e itinerante por los centros educativos en el archipiélago se encontraba en uno de los paneles expuestos uno dedicado expresamente a la presencia del viñedo y el vino en el tebeo; el cual se denominó "El cómic en nuestro entorno: viñas y viñetas", y en el mismo confluían muchas de las corrientes del cómic. De esta forma divulgativa, la comunidad escolar pudo aprender también sobre el sector vitivinícola, en esta ocasión, vía viñetas.

El cómic como lenguaje de comunicación resulta fascinante para proyectar una imagen o mensaje, por su fácil interpretación y versatilidad para conectar con el público general. El mundo de las viñetas, independientemente del vehículo que tome –ya sea en forma de tira de prensa, chiste, tebeo o novela gráfica– resulta comprensible para un público variado e intergeneracional. A fin de cuentas: ¿Quién no ha leído viñetas alguna vez en su vida en este país? Probablemente nadie.

Lograr que destacadas firmas del orbe de las viñetas visiten y conozcan Tacoronte-Acentejo de primera mano, contribuye a proyectar externamente la imagen de la comarca en otros ámbitos; más si cabe, cuando los historietistas no solo hacen eco de su presencia en nuestras viñas y bodegas, sino que, también convierten a sus personajes en ilustres visitantes en nuestros viñedos o los presentan consumiendo los vinos locales. En ambas situaciones, logramos nuevos prescriptores de nuestros vinos y sus bondades. En este sentido, obras tan extraordinarias como *Dublinés* –Premio Nacional de Cómic en 2012– y *La balada del norte* ambas de Alfonso Zapico, o *Jamás tendré 20 años* –Mejor obra de Autor Español en el Salón Internacional del Cómic de Barcelona en 2017– de Jaime Martín, dedican viñetas exclusivas a los vinos de Tacoronte-Acentejo; con las mismas, la proyección nacional e internacional de los vinos locales está asegurada y, además, reeditándose continuamente por el propio éxito de tales obras en el mercado del cómic.

Pues bien, como decía antes, destacados historietistas del panorama nacional e internacional han conocido sobre el terreno la comarca en los últimos lustros. Aparte de los ya citados José María Martín Saurí, Alfonso Zapico y Jaime Martín, también han visitado Tacoronte-Acentejo estos otros maestros de la viñeta: Manel Fontdevila, Dave McKean, Rayco Pulido, Kim, Rubén Pellejero, Antonio Altarriba, Paco Roca, Keko, Miguelanxo Prado, J.L. Martín y Bartolomé Seguí. Todos estos autores, además de dedicar sesiones de firmas de sus obras e intercambiar impresiones con su público lector en los encuentros que se organizan con su presencia en la isla, también han propiciado con su paso por la comarca convertir a Tacoronte-Acentejo en una macroexposición permanente de originales de cómic repartidos por distintas bodegas y tabernas del territorio vitivinícola. Obras que pueden apreciarse, por ejemplo, en el vestíbulo del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo, donde se dispone de un buen número de ellas.

5. Epílogo

Así, la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo proyecta y se empapa de cultura a través de los distintos planos con que puede observarse la comarca vitivinícola pionera en el archipiélago canario. Más de una década y media después de su apuesta decidida y valiente por la *fusión cultural* –donde *La Vinal*, el *Vinaletras* y *los historietistas* forman ya parte de este paisaje cultural vitivinícola– la Denominación de Origen es ya un bastión en este campo para la sociedad. Su imagen se proyecta interna y externamente también como producto cultural. Y es que, tal y como se adelantó al principio del capítulo, Tacoronte-Acentejo es más que viñas y vinos.

Tacoronte-Acentejo
denominación de origen

TACORONTE ACENTEJO

Denominación de Origen

Consejo Regulador de la D.O.
Tacoronte-Acentejo
Carretera General del Norte, 97
Tacoronte-38350
Tfno: 922 560 107
www.tacovin.com

Se recomienda el consumo moderado.

CAMINANDO HACIA EL FUTURO: LOS DESAFÍOS PARA SEGUIR MEJORANDO

Esteban Reyes Hernández

Es imprescindible mirar al pasado para poder caminar hacia el futuro, al menos así lo creo yo.

Cuando nos planteamos qué retos afrontaremos o cuáles serán los ejes o directrices de este Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo para los próximos años, me viene a la cabeza la imperiosa necesidad de recurrir a todo lo andado, reflexionar sobre lo conseguido y contemplar con la tranquilidad que te da el paso del tiempo qué dejamos en el camino sin resolver o si habríamos hecho las cosas de manera distinta conociendo la realidad actual. Y sobre eso les voy a escribir; obviamente, todo lo vertido en este texto son opiniones totalmente personales. Así, reflexionemos pues, sobre: viticultores, bodegueros, consumidores, Administraciones Públicas, Asociaciones dedicadas al sector y los propios Consejos Reguladores.

Viticultores

Sin lugar a dudas, son la piedra angular del sector vitivinícola, pues de no ser por ellos no podríamos elaborar los vinos que tomamos; son los responsables de proporcionar a las bodegas la materia prima necesaria para elaborar.

Desde el principio estos hombres y mujeres abnegados y trabajadores, han cultivado las tierras con el fin de procurar el sustento para sus casas, bien de manera principal –única fuente de ingresos como es en su mayoría– o como complemento a sus rentas en otros trabajos, pero con único objetivo: obtener la máxima calidad de sus cultivos.

Imagen 1. Viñedos en Tacoronte.

Desde siempre también han sido el sector más desprotegido, pues entre otras cosas, dependen de la climatología, y ésta no da dos oportunidades, además de los continuos avatares que también han sufrido por el pago de sus cosechas tarde o, en algunos casos, nunca. Este aspecto desmoraliza profundamente y ocasiona que muchos se plantearan el abandono de las tierras, con el consiguiente perjuicio para el sector, que engloba también a los consumidores y turistas que esperan ver un paisaje cuidado y cultivado. Es aquí cuando nos planteamos varios retos que además están siendo apoyados y refrendados con las distintas administraciones públicas y que enumero a continuación:

1. Pago de las ayudas a los cultivos cuando realmente son necesarias, y esto parece que con el actual gobierno se está regulando y, además se está dejando “atado” para que ya sea una realidad constante año a año y así se cobre siempre “en tiempo”.
2. Acciones legales contra quien no cumpla con lo pactado en los contratos que desde hace tiempo se firman para la compra-venta de la uva entre las partes. Esperemos que se garantice el cumplimiento de las operaciones; y en aquellos casos en que no, se cuente con el apoyo del Consejo Regulador para lograr la legalidad.
3. Formación a los viticultores existentes y a los venideros para que sean empresarios agrícolas capaces de gestionar la tierra y los recursos para conseguir una mayor eficiencia y eficacia en la gestión.
4. Hay que crear necesidades para garantizar el futuro y esto es misión de todos

Bodegueros

Son los que realizan el milagro de trasformar la materia prima en nuestro tan preciado y apreciado vino.

Y si miramos primero al pasado, vemos que en muchos casos las bodegas eran familiares, elaboraban para su propio consumo o para consumir en algún local de su propiedad con los platos que elaboraba la gente de la familia.

Hoy día muchas siguen siendo así, de autoconsumo y de producción para los famosos guachinches; y otras, que serán en las que me centre, se dedican a la elaboración de los vinos de calidad de las islas avalados con contraetiqueta de Consejo Regulador.

Considero que se ha avanzado muchísimo y que hay infinidad de bodegas que prestigian nuestros caldos y llevan el nombre de Tenerife y el de Canarias por el mundo con orgullo, pero también creo firmemente que hay que mejorar en la profesionalización, elaboración y comercialización, y para eso también soy consciente que debemos ayudar a obtener los conocimientos necesarios para poder afrontar este reto que sin duda nos colocaría más alto aun en el panorama local, nacional e internacional.

Irremediablemente, y con el panorama actual de competitividad, o somos buenos, no en lo que hacemos solamente, sino en cómo lo hacemos, o no avanzaremos; y esto lleva aparejado otro problema aun peor, y es que se abandonarían las tierras y perderíamos gran parte del sector primario dedicado a la producción de uva.

Así pues, hay que orientar, formar y aconsejar a los bodegueros a caminar hacia una mayor profesionalización del sector y a entender que la piedra angular no es sólo la buena elaboración, sino que también es importante llegar a los puntos de venta con el producto para que pueda ser degustado.

En estos aspectos debemos centrar los esfuerzos, pues entiendo que será lo que nos dará un salto importante en el conocimiento por parte del consumidor de lo que hacemos.

Consumidores

Probablemente la parte más sensible de todas, pues dependemos de ellos para poder vender nuestros vinos. Si vemos el pasado, ¿con qué nos encontramos?

Lo primero, personas con no tantos conocimientos vitivinícolas como actualmente y con más tradición de consumo de los vinos de casa o de familiares que los elaboraban; además, del hecho cierto de que había menos restauración o incluso salíamos menos a comer fuera de casa. Actualmente nos encontramos con consumidores más expertos, ávidos de probar cosas diferentes; salimos más a comer fuera de casa, ya que, la restauración ha crecido en número y además estamos más informados de lo que se hace en el mundo relacionado con el sector.

Esto nos lleva a tener que afrontar otro reto tan difícil o más que los anteriores, llegar al consumidor con información precisa de lo que hacemos, de cómo lo hacemos, de qué cosas nos hacen diferentes y por qué. Hay que estar más presentes en el mundo digital y sobre todo no podemos fallar en el producto que colocamos en el mercado para no decepcionar a alguien que pruebe nuestros vinos por primera vez, es decir, tenemos que estar a la altura de las expectativas que creemos.

Imagen 2. Tacoronte-Acentejo en la gran superficie.

En definitiva, el objetivo debe ser comunicar bien lo que hacemos y procurar no defraudar, y para ello estamos viendo la necesidad de hacer catas aleatorias de productos colocados en el mercado para comprobar que bajo un punto de vista técnico los vinos sean correctos, y si detectásemos algo anómalo, poder hablar con el bodeguero, explicarle lo que percibimos y que conozca el problema si es que existiese para poder corregirlo, pues pienso que en este tema no podemos fallar y debemos ser conscientes de que estamos jugando con nuestro futuro.

Administraciones Públicas

Todos sabemos que nuestro sector no es sostenible actualmente, y que por ello necesitamos de las ayudas que proporcionan las administraciones públicas para poder subsistir, al menos hasta alcanzar un nivel de excelencia que permita prescindir de la ayudas, y para eso tenemos que ser eficientes y eficaces en los cultivos, en la producción del vino y en su comercialización.

Históricamente el problema era –hasta este año seguía siendo así– que se cobraban las ayudas con muchísimo retraso; uno, dos o tres años después de cuando correspondía, y esto ocasionaba que cuando se cobraban, muchas explotaciones ya no existían o estaban al borde de la desaparición por falta de recursos para poder seguir.

Afortunadamente, parece que ya desde este año en curso se hará realidad el poder cobrar las ayudas, tanto las de Europa como las propias del Gobierno de Canarias en sus diferentes administraciones en el año en que se solicitan, y esto, sin duda, hará que se mejore sustancialmente en el sector y se afronte el futuro con más optimismo y entusiasmo por parte de todos. Pero lo mejor, es que parece ser una medida que se *aclara* ya para el futuro, con lo que podremos trabajar con más tranquilidad afrontando nuevos retos e inversiones.

Asociaciones dedicadas al sector

Miremos también al pasado y veamos qué teníamos hace años y qué tenemos ahora. A lo largo de la historia del sector siempre ha habido entidades, asociaciones y otro tipo de entes jurídicos que servían de nexo de unión para gentes del sector y que tenían un fin: *TRABAJAR EN PRO DEL SECTOR*; y desgraciadamente, y siempre según mi opinión, terminamos encontrándonos con los egos y con la falta de consenso, bien por desinterés de muchos, o por exceso de protagonismo de otros. Y he aquí que creo que en ocasiones nos olvidamos del fin por el que se crean las cosas: *Ayudar, Colaborar, Crear frentes comunes, Asesorar o Formar* a las personas que integran cualquiera de las asociaciones existente.

Pues bien, entendiendo de antemano la necesidad de contar con este tipo de entes, el futuro en el que tenemos que trabajar, tiene que producirse con unión y consenso, olvidándonos de intereses particulares y trabajando de manera conjunta para la consecución de objetivos que beneficien al sector que representen, sean viticultores, bodegueros o trabajadores del campo en general.

De todos es sabido que la fuerza para las cosas la da la unión, y ese es el principal objetivo, unirnos alrededor del sector del vino en su conjunto y aunar esfuerzos.

Consejos Reguladores

Me circunscribo a Tenerife, porque creo es la parte que me toca analizar y de la que tengo que expresarles en este artículo de opinión cómo veo el futuro y qué entiendo que debemos hacer.

La historia dice que precisamente se están cumpliendo en este año, veinticinco años de la creación de la primera Denominación de Origen de vinos en Canarias, y no es otra que TACORONTE-ACENTEJO. A partir de ella, fueron surgiendo el resto que conocemos hasta nuestros días, y no les voy a explicar todo el proceso, pero sí decir que el objetivo que había hace veinticinco años era el mismo que se tiene actualmente, y no es otro que salvaguardar los vinos de calidad bajo contraetiqueta que garantice procedencia y calidad, para poder competir con éxito frente a otros vinos que no garantizan procedencia ni calidad.

Imagen 3. Vendimia de espalderas.

Hoy seguimos caminando con paso firme hacia la excelencia, insistiendo mucho en la tierra, haciendo controles de campo por parte de nuestros técnicos, contrastando datos de fincas, parcelas, producciones, variedades para así poder certificar el origen; además de los apoyos en vendimia con veedores, aforos de bodegas y un largo etcétera.

Actualmente trabajamos para intentar buscar más recursos que nos hagan algo más sostenibles, y sobre todo, buscamos las herramientas para ayudar a los viticultores y bodegueros a mejorar en aspectos técnicos, organizando todo tipo de cursos y actividades para divulgar lo que se hace, concretamente en la Comarca Tacoronte-Acentejo.

Conclusión

A este pequeño repaso por los diferentes actores que tienen parte en este sector, le hago una visión general a modo de resumen y vierto la misma de hacia dónde debemos ir y cómo trabajaremos para ello.

Necesitamos *unión en el sector* para luchar por una causa común que en este caso no es otra que ayudar a crecer y consolidar el sector vitivinícola. Hay que ayudar a los viticultores y bodegueros a ser más eficientes, y esto se podría conseguir impartiendo formación, y colaborando desde las instituciones públicas a que un sector como el turístico nos escuche y tenga el interés por ofrecer en sus establecimientos nuestros vinos. Debemos *ponernos en valor*, pues el trabajo que hacemos lo merece sobradamente, y para esto debemos ser exquisitos con la calidad y mejorar las presentaciones de los productos.

Tenemos que aprender a *comercializar*, ésta es una asignatura pendiente, pues no solo vale quejarse de que los productos no estén en los puntos de venta, hay que pensar cómo hacemos nosotros que lleguen para poder tener la oportunidad de ser valorados por el mercado.

Y como conclusión más importante, *defendamos el origen*, sin menoscabo de cualquier otra fórmula; entiendo que lo que nos diferencia es la variedad climática, los tipos de suelo, la orografía, y esto no es igual en ninguna parte de nuestra isla, por lo que el consumidor entiendo aprecia la diferencia existente entre un vino de Tacoronte-Acentejo de otro producido en Abona, Valle de Güímar, Valle de La Orotava o Ycoden-Daute-Isora, en definitiva, *vinos de Tenerife.*

Avancemos hacia el futuro con paso firme y llevemos nuestro trabajo por el mundo para que puedan disfrutar de estos vinos tan diferentes y extraordinarios.

Salud para todos.

Fundación Alhóndiga

Mercadillo del Agricultor

Gastronomía

Cultura

Tradición

Ruta del Vino

Ruta del Vino

Paisaje

Cultura

Historia

Paisaje

Ruta del Vino

Tradición

Gastronomía

Tacoronte, Tierra de Vinos

Exmo. Ayuntamiento de
la Ciudad de Tacoronte

Tacoronte
Sensación de Tradición

ENTREVISTAS REALIZADAS POR MAYER TRUJILLO

LOURDES FERNÁNDEZ

Lourdes Fernández, farmacéutica, ocupó la primera presidencia del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo desde sus inicios hasta el año 2.008. En la actualidad sigue vinculada al sector al frente de la Bodega Cráter, adscrita a la D.O. Tacoronte-Acentejo.

¿Cómo fueron los comienzos de la D.O. Tacoronte-Acentejo? ¿Qué ‹fotogramas› pueden definirlos?

Nosotros caímos en *La Alhóndiga de Tacoronte* por diferentes inquietudes. Era una época donde las bodegas estaban llenas de vino y en todos los guachinches había vino del país. El trabajo era desbordante y la actitud del *mago* era la de "vamos a quemar el muelle...". De alguna manera, Mariano López Arias puso un poco de orden. Creyó que lo que había que hacer no era quemar lo que venía de fuera, sino ponerle coto y nombre y apellidos a lo que nosotros producíamos. Mariano recogió firmas de diferentes sectores y le dio traslado a la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias para crear una Denominación de Origen (D.O.). Ahí empezamos a unirnos. Mariano López contó con nosotros y nos vimos involucrados en un proyecto de vitivinicultura. A mí me movía personalmente una sensibilidad medioambiental. Era terrible ver cómo la gente abandonaba todo y se quedaba sin alternativa. El Ayuntamiento de Tacoronte nos arropó y nos dio una sede. Conforme fuimos creciendo, nos ayudó también Antonio Castro Cordobez. A nosotros nos nombró José Manuel Hernández Abreu, pero no tenía ningún programa. Le dio la bendición a la D.O., pero no creyó más en ella. Cuando llegó Antonio Castro Cordobez a la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias, nos sentamos con él y le presentamos nuestro programa. Él nos pidió un plan y un presupuesto, y nos lo dio todo. En ese momento estábamos completamente desolados, pero nos puso realmente la carnada en la boca.

¿Qué vinculación tenía con el mundo de la viticultura y la enología?

Estudié Farmacia y compramos la licencia que estaba disponible en La Victoria de Acentejo. Allí estaba el típico empleado de farmacia mayor que se lo sabía todo y que me ponía la zancadilla. La gente preguntaba cosas de vino y yo empecé a leer y a interesarme. Hice unos análisis de vino y me apunté a un curso de enología en Madrid. Cuando comenzó el movimiento en *La Alhóndiga*, intentaron recabar distintas personas de la sociedad civil y entre ellas aparecí yo.

¿Qué buscaban los bodegueros en la farmacia?

Muchos iban a la farmacia de los pueblos a preguntar por las cabras y otras cosas del campo, y mi compañero les contestaba. Pero cuando preguntaban, por ejemplo, por qué le salía la nata al vino, él no sabía responder. Así aproveché y me puse a estudiar sobre eso. Ahí me hice fuerte.

¿Preguntaban aspectos sobre la elaboración del vino en la farmacia?

El vino para ellos es como un hijo, se miran en él. Desde que ven una enfermedad, van a la farmacia a preguntar. La gente en la farmacia pregunta por todo.

¿Le llevaban vino a la farmacia si estaban agradecidos por ayudarles?

No. Yo tenía una noción, pero luego empecé a hacer los análisis en el microlaboratorio. Conforme más te orientas, más te preguntas y más te tienes que orientar.

De ahí a su primer vino, ¿cuánto tiempo transcurre?

Pasan años y años, y llegaba un momento en el que la elaboración del vino mejoraba. Siempre bebíamos vinos peninsulares y, al final, intentamos hacer un crianza. El primer vino lo hicimos en 1.998, un año muy bueno. Hicimos 3.000 botellas y nos salió de locura. Fue el mejor vino que hemos hecho, aunque fue la suerte del principiante, porque lo hicimos para probar.

¿En ese año ya estaba creada la D.O.?

Sí. Hicimos un ensayo y, como salió tan bueno, le pusimos nombre, apellidos y etiqueta.

¿A quién se le ocurrió el nombre?

A mi marido y a mí, aunque le dimos bastante vueltas. Cogimos varios manuales y, tras consultar el de vulcanología, registramos las marcas *Cráter* y *Magma*, que nos llamaron la atención. Pero es muy difícil ponerle un nombre a un vino. Hacíamos una lista e íbamos descartando. Queríamos que fuera un nombre que le diera protagonismo a la tierra. No queríamos nombres personales ni de fincas. Defendíamos muchísimo el concepto de lo que da la tierra, como los franceses. La variedad no era tan importante.

¿Cómo deciden poner a usted de presidenta de la D.O.?

Fue idea de José Manuel Hernández Abreu, aunque yo estuve tres meses diciéndole que no. Llegó un momento en el que no le daba el visto bueno a la D.O. si no había una persona que le mereciera confianza para gestionarla. Al final acabé aceptando, pero me aseguré de tener un apoyo detrás, porque sentí que había sido la mayor encerrona de mi vida. Creo que me puso como elemento disuasorio para poner a alguien de la sociedad civil y, encima, una mujer casi como un florero.

Hubo varias anécdotas cuando empezó a ejercer de presidenta y se encontró con algunos reticentes...

Nadie quería que registráramos la bodega. Cuando empezábamos a rellenar papeles parecíamos Hacienda. Era muy difícil. Contamos al principio con Miguel Monje, José Antonio Flores... muy pocos. Íbamos casi como los testigos de Jehová con Mariano López Arias a convencer a los bodegueros. Cuando llegaba yo, los hombres sacaban los brazos y no me dejaban entrar en la bodega, porque pensaba que les estropeaba el vino.

Fue una etapa muy agradecida. Nunca perdíamos la ilusión, pero era muy duro porque nadie se quería apuntar. Cuando les pedíamos los datos, pensaban que detrás de nosotros venía Hacienda. No había manera.

25 años después, al ver la evolución, ¿cómo recuerda aquellos momentos? ¿Ha valido la pena?

Los recuerdo con muchísimo esfuerzo. Nos llamábamos todo el día y viajábamos mucho para conocer cómo funcionaban las Denominaciones de Origen. Aquí no se sabía ni lo que eran. Lo recuerdo con mucho cariño y, sobre todo, con mucho trabajo. Pero me queda la satisfacción de que, si no llegamos a hacer eso, el sector del vino hubiese desaparecido. Hubiese quedado, el consumo para la casa, de manera testimonial. Hay que tener en cuenta que luego llegó el *boom* de la construcción y el negocio del vino hubiese desaparecido por completo.

Ahora veo que, de alguna manera, se perpetúa el vino y que todo cuesta mucho trabajo. Por lo menos está ahí, pero no te puedes dormir en los laureles, sino tienes que estar continuamente reinventándote.

¿Qué retos le quedan a la D.O.?

Tres. Por un lado, la unidad. La riqueza de climas, paisajes y variedades nos permite desarrollar un modelo de diferencias, pero tiene que haber detrás una estructura que nos una, ya sea interprofesión, una única D.O. o una confederación de Denominaciones de Origen.

Hace unos años decía no a una D.O. insular...

Porque estábamos empezando a desarrollar la D.O. Tacoronte-Acentejo y no sabíamos ni cómo arbitrarla. Teníamos que hacer un plan piloto y, luego, irnos uniendo.

Entonces, ¿todavía aquel no era el momento, pero sí creía que había que unirse?

Sí. Era la filosofía de la mancha de aceite. Organizar una D.O. nos costó entre 5 y 8 años. Después tendríamos que irlas uniendo. Nos fijábamos también en el modelo peninsular, pero saltó por los aires porque se metió en medio la política y lo estropeó.

Otro de los retos que le queda a la D.O. es la viticultura. Tiene que haber gente joven con ganas de trabajar para que sea profesional y rentable, con un plan de choque muy agresivo porque la viticultura ha quedado arcaica y en manos de personas mayores. Los franceses están metiendo hasta a licenciados a trabajar en el sector. Hay que garantizar el relevo a través de más seguridad para las cosechas. La viticultura está ahora completamente denostada, porque nos dedicamos a salvar el vino.

El tercer reto es crear una estación enológica donde tengamos una referencia de I+D. Hasta ahora, hemos llegado con una prueba-error.

¿El Instituto Canario de Investigaciones Agrarias (I.C.I.A) no sirve para eso?

Ahora mismo, no. El Cabildo Insular de Tenerife tiene un laboratorio insular que está muy bien y que nos resuelve las analíticas, pero necesitamos un apoyo a todos los niveles. Esa figura de I+D tiene que aparecer.

¿Qué papel juega el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (I.C.C.A)?

El I.C.C.A es el coordinador de todos los productos de calidad agroalimentaria. No solo está el vino, sino otros. Ellos se encargan del control de calidad y de las analíticas.

¿Quién realiza las analíticas para saber si un vino cumple con las normas de la D.O.?

El laboratorio insular del Cabildo.

¿Antes lo hacían ustedes en la propia D.O.?

Sí. Cuando empezamos en el Consejo Regulador, para que la gente se acercara a nosotros, les decía que iba a hacer lo mismo que hacía en la farmacia. Pusimos un pequeño laboratorio y comenzamos a darles servicio y a asesorarles. En la medida que iban viniendo, les íbamos ayudando. Así fue como hicimos un reclamo. Sigue funcionando en época de vendimia, pero el laboratorio insular del Cabildo de Tenerife es más sofisticado.

¿El futuro pasaría por tener unos vinos licorosos como los que exportábamos antes? ¿Es también un reto?

Las tradiciones se perpetúan si se actualizan. Creo que el futuro pasa por que hagamos vinos de excelencia y de calidad, y vender básicamente aquí. Hay que exportar algo porque es un ejercicio muy sano y necesario, pero nuestro mercado lo tenemos fundamentalmente aquí. Los vinos licorosos tienen un nombre y una historia, pero ya no los bebe nadie. Si queremos vender, no hay que hacer un vino licoroso. Hay que trabajar desde la óptica de la calidad.

Hablando de futuro, ¿debe haber más consumo en la tierra o más exportación?

Debe haber más consumo en la tierra. El turismo cada vez se aleja más del todo incluido y busca variedad. Cuando el turista llega a Tenerife, tiene que buscar los productos de la tierra. Ese cambio de tendencia se ha notado porque el turista lo ha demandado.

¿Qué hitos de los que se han conseguido en estos 25 años se siente especialmente orgullosa?

El primero, como dije antes, es que el vino se ha salvado y perpetuado. También, que hayamos sido capaces de embotellarlo con nombres y apellidos.

¿Y fracasos?

No hemos tenido el concepto de unidad, algo que nos ha hecho mucho daño. Nos convertíamos en bandos y perdíamos tiempo. En lugar de trabajar todos juntos, perdimos las fuerzas en pelearnos entre nosotros. Ya pasó y ahora estamos más tranquilos, afortunadamente, sin dar titulares en la prensa. Pero nos falta el remate para ser capaces de unirnos de alguna manera.

¿Todavía no estamos curados del todo de esta herida?

Sí nos hemos curado, pero no sabemos cómo darle un carpetazo para crear esa figura que nos una.

¿La D.O. Islas Canarias no ha sido la solución?

La D.O. se gestiona a través del Consejo Regulador. Se puede ir trabajando ya en esa figura única como primer paso. Pero no se da. Yo ya hice todo lo que pude y estoy dispuesta a seguir trabajando, pero tenemos que ir dejando a otras personas en la primera línea. Es lo que ocurre con las farmacias. Somos muchas y pequeñitas, pero con una estructura detrás gracias a la cual nos fortalecemos.

¿Cuál fue el momento más delicado y el momento más dulce?

Nos la jugamos en la época de las variedades foráneas. Terminamos en el despacho de Román Rodríguez (presidente del Gobierno de Canarias en aquel entonces). En el catálogo nos faltaban variedades tintas para mejorar nuestros vinos, porque había muchas blancas. Le propusimos a la Consejería de Agricultura ampliar el catálogo, pero fue una lucha encarnizada por un frente “fundamentalista” que se oponía. Ahora, el vino del sur se ha colocado en una primera división. Fue un momento muy duro donde terminamos en el cuerpo a cuerpo.

Hay muchos momentos dulces. Por ejemplo, ver que ahora hay buenos vinos, afamados y reconocidos. Además, el sector está contento. No hay un momento determinado, aunque sí fue un momento de euforia cuando se aprobaron las variedades foráneas. Eso ha abierto el camino para que la isla no se hipotecara. Mantenemos la tradición actualizada. Todo pasa por tener calidad. Negarle eso a la tierra me parece algo propio de una mente muy estrecha.

ISMAEL DÍAZ

Ismael Díaz, ingeniero agrícola, ejerció la presidencia del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo entre 2.009 y 2.016. En la actualidad sigue vinculado al sector vitivinícola con la bodega familiar El Mocanero, adscrita a la D.O. Tacoronte-Acentejo.

¿De qué cosa se siente más orgulloso de haber resuelto?

Seguramente, de la batalla de las negociaciones para hacer consciente a la Administración de la importancia que tiene para el sector vitivinícola las ayudas adicionales del Estado, el POSEI. También, de continuar con el desarrollo de la viticultura en la zona, una labor muy importante. Nos tocó una época complicada por la crisis, que también afectó, lógicamente, a las bodegas. Muchos de los proyectos estaban cimentados en otros que daban mucho dinero y que arrastró al sector. Había mucho dinero volátil que no tenía bases sólidas. Pero sí nos sentimos orgullos de incorporar gente joven y de sostener una marca que es muy importante para la zona.

¿Por qué cogió las riendas del Consejo Regulador de la D.O. Tacoronte-Acentejo?

Veníamos de un momento bronco. La Junta cambió completamente y me tocó a mí ser el presidente. Era el más joven de todos, incluso fui el más joven de España, con 28 años. Los compañeros de viaje me ayudaron muchísimo y siempre dieron la cara, sobre todo en una tarea altruista. Es importante tener un equipo que te apoye y que entienda tus decisiones.

¿Cómo ve el cambio?

Bien. Lo importante no es quién esté al frente, sino que los proyectos sigan adelante y que la gente pueda mantener el cultivo. El cambio no debe notarse si se tiene un buen equipo; en todo caso, debe notarse para bien.

¿Cuántos litros produce en la actualidad?

Podemos llegar en un año bueno a 200.000 botellas de vino. El año pasado fue de las peores y nos quedamos en la mitad.

¿Cuántas referencias produce?

Muchas. Tenemos diferentes marcas, pero elaboramos tintos tradicionales, tinto de roble, vendimia seleccionada, algunos monovarietales, listán negro, blanco seco, blanco afrutado, rosado... Depende del año y de las condiciones. Siempre depende del año, pero podemos tener perfectamente entre 9 y 10 referencias. Tenemos diferentes marcas a las que, por cierto, les pusimos nombre de mujeres porque mi madre no tiene hijas: Aleyda (mi madre), Antonika (mi abuela) y Zerafina (mi otra abuela).

¿Cómo le está saliendo la experiencia de vender vino a una cadena comercial como Mercadona?

Parto de la base de que el consumo ha cambiado de manera radical. Hace 15 ó 20 años, el vino se vendía de otra manera. El consumo actual ha subido y nos hace plantearnos las cosas de otro modo. ¿Qué tenemos que hacer para colocar nuestras producciones? Nos damos cuenta de que hay que trabajar con este tipo de compañías. No es sencillo, porque son multinacionales con exigencias entendibles, pero tienes que estar capacitado para adaptarte a ellas. En todo caso, si eres capaz de hacerlo, consigues un buen volumen de venta, por lo que es un proyecto viable. Sí exige ser muy profesional y metódico. No te puedes dejar dormir. Consigues una metodología de gran empresa y aprendes bastante, aunque muchas veces también te enfadas porque no llegas a los objetivos por mucho esfuerzo que hagas. Pero sí creo que hay que buscar este tipo de mercado para el vino de cara al futuro.

¿El vino debe entrar por las cadenas comerciales para no tener complicado el futuro?

Creo que es una vía interesante. Hay otras como la del sector turístico, que debería tirar más. Es un nicho que deberíamos seguir explorando, pero el de la alimentación es necesario.

¿Cuál es el reto que tiene ahora mismo la D.O. para los próximos años?

El futuro pasa por aunar esfuerzos en Tenerife y seguir poniendo en valor la zona vitivinícola. Tacoronte-Acentejo no es un invento de nadie ni fruto de la casualidad, sino que parte de una historia de cientos de años. La viña no se da en este territorio por casualidad. De hecho, nuestras parras son centenarias. Sostener eso es un reto bastante importante y pasa por modernizar el campo e introducir gente joven. Eso creo que pasará por lograr una mayor rentabilidad. El futuro pasa por crear pequeñas agrupaciones de bodegas.

¿Tenerife debería tener una única D.O.?

Hay un pasado y un presente. Puede seguir así o unificarla, pero sí considero que hay una diferencia clara entre la vertiente norte y la sur (por clima, suelo, varietales, tipo de vino...), algo que no podemos obviarlo. Una D.O. define un territorio concreto con un producto determinado, por lo que para proteger la singularidad del producto hay que preservarla. Si se debe llamar Tenerife o no…es debatible. Pero sí considero que Tenerife le aportaría valor, aunque sin perder de vista nunca la singularidad. Tacoronte-Acentejo siempre ha sido un valor porque aglutina un territorio muy característico que el consumidor habitual identifica.

El vino del sur lo elabora bajo la D.O. Abona. ¿Ha notado la diferencia a la hora de gestionar cada D.O. o se mueven en parámetros similares?

Son similares, aunque dependerá de quién la dirija. Eso sí, un vino blanco del sur no tendrá nada que ver con un blanco de Tacoronte, por mucho que tengan la misma variedad. ¿Que quizás estamos confundiendo al mercado? No lo discuto, pero entonces no debemos llamarlo D.O., sino otra cosa, porque la D.O. identifica al territorio.

Muchos apuestan por una D.O. Tenerife y, luego, diferentes subzonas...

Yo también creo que el futuro pasará por ahí.

¿Qué les lleva a usted y a sus hermanos a apostar por esto?

Yo soy ingeniero agrícola y mis hermanos estudiaron ingeniería química y enología, respectivamente, por lo que nos enfocamos en la vitivinicultura. Hemos vivido desde pequeños en el mundo del vino por la familia y forma parte de nuestra vida. Al final, te vas metiendo en un negocio al que has llegado por vinculación directa.

¿Pero ustedes se ven como una excepción?

Prefiero no hacerlo. Desgraciadamente no hay muchos que se hayan dedicado como nosotros a nivel profesional. Pero es complicado jugarse el negocio con el vino. Eso se conseguirá mejorando la rentabilidad... si es que se consigue.

Pero, por mucho que le venga por tradición familiar, si no fuera rentable no podrían dedicarse a esto...

Está claro. No puedo dedicarme a esto para perder dinero. Debe autofinanciarse y generar rentabilidad, porque es mi puesto de trabajo.

Usted es la comprobación de que del vino se puede vivir…

Nosotros lo hacemos. No sé si dentro de cinco años seguirá siendo igual, pero de momento intentamos que no cambie; al revés, hacemos más cosas para intentar sostener la explotación. Depende de muchos factores que el futuro sea fructífero.

¿El vino ecológico tiene futuro en Canarias?

Sí, en el sur, en las cotas altas. Porque se dan las condiciones climáticas para ello. Una zona seca y alta, con un pequeño tratamiento de azufre es capaz de sacar adelante la producción, sobre todo en la zona de Vilaflor. Además, está ya presente con unos vinos muy buenos. Otra cosa es que el consumidor le dé importancia a esto y esté dispuesto a pagarlo. Pero creo que el futuro vendrá más por el *slow food* y el kilómetro cero, que además jugaría incluso a nuestro favor porque la distancia con el continente es grande.

El consumidor se queja muchas veces de que el vino canario es caro con relación al de la Península. ¿Cuál debe ser el precio de un vino canario para que el negocio funcione?

Cada uno hará sus números. Entiendo que haya gente que diga eso, pero creo que son mitos. Depende de dónde se tome y cómo se quiera tomarlo. En muchas cadenas de supermercados se consiguen vinos canarios a precios muy competitivos, pero también ya en muchos restaurantes, que se han dado cuenta de que multiplicar por tres o por cuatro el precio del vino es un disparate. Ya lo decía Pedro Molina: *"es una sanción al vino"*. La hostelería siempre ha usado el vino como producto para ganarle más a una comida. Eso sí, nosotros creemos firmemente que no podemos discutirle el precio al viticultor. Hay que darle el valor que se merece. Eso forma parte de nuestra filosofía.

Lo que sí me da lástima es que, por ejemplo, sigan existiendo sitios donde lo primero que te ofrezcan para tomar algo sea un ribera o un rioja y, además, un queso manchego. Muchas veces, ni el agua es de aquí. No digo que todo el vino que se venda tenga que ser de aquí, pero, si la hostelería quisiera, el valor de nuestro campo y la rentabilidad que se obtendría sería mayor.

Es un placer

COSECHA 2017

TACORONTE ACENTEJO

Denominación de Origen

TENERIFE - ISLAS CANARIAS

AB/10 000001

ARSENIO GÓMEZ

Arsenio Gómez, ingeniero agrícola y técnico municipal de agricultura del Ayuntamiento de Tacoronte. Ha sido miembro del equipo directivo del Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo en distintos mandatos y enólogo en diversas bodegas de la comarca. Fue coordinador técnico del equipo que elaboró el reglamento de la D.O. Tacoronte-Acentejo.

¿Cómo fueron sus inicios en el proceso de creación de la D.O. Tacoronte-Acentejo? ¿Estuvo vinculado desde el principio?

A mí me contrató el Ayuntamiento de Tacoronte porque en esa época no había técnicos especialistas en enología. Yo estaba trabajando en una empresa de maquinaria agrícola y enología. Me convencieron y dejé un contrato fijo por uno de seis meses en 1986. En ese año es cuando se reconoce el Consejo Regulador de la D.O. Tacoronte-Acentejo, con lo cual deberíamos estar celebrando 31 años de la constitución de Tacoronte-Acentejo. El trabajo fue duro, principalmente, al principio, cuando nadie sabía lo que era una Denominación de Origen. Ni siquiera nosotros mismos lo teníamos muy claro.

¿Cuál era la situación en aquel momento?

El panorama era bastante desolador porque, a lo largo del siglo XX, la crisis del vino se fue agravando e, incluso, después de la Guerra Civil fue a más. Hubo muchas fugas de cerebros a Madrid y al extranjero, y en el campo quedaron los menos progresistas. El vino entró en dormición, porque con el solo hecho de verte analizando un vino te acusaban diciendo que ese vino era química. Esa crisis se fue arrastrando. A finales de los años 70 y principios de los 80 se estaban abandonando las viñas y, además, se combinó con un fraude importante.

El Ayuntamiento de Tacoronte vio que se estaban acabando los terrenos rústicos y publicó unas normas subsidiarias para intentar preservar el suelo rústico del proceso industrializador, pero vio que no lo pararían si la gente no invertía. El Ayuntamiento buscó que el suelo rústico volviera a ser rentable. Un grupo de personas coinciden en las *Jornadas de La Alhóndiga* (que por entonces ya se estaban celebrando) y, en 1984, piden la D.O. para los vinos de Tacoronte-Acentejo. No se sabía muy bien qué era, pero la gente entendía que protegía el vino de aquí para que no se vendiera vino de fuera como del país.

¿El bodeguero llegó a pedir en algún momento que no entrara vino de fuera?

Sí, eso era algo recurrente. Ya España había entrado en la Unión Europea, pero muchos pedían que no se importara ningún vino. Las soluciones más populistas eran las más fáciles de vender. También hay que decir que los vinos de aquí eran malísimos, aunque al bodeguero le parecían buenos. No entendía que la sociedad estaba cambiando y que lo interesante era hacer buenos vinos para que volvieran a tener un sabor que gustara.

¿Estaba, entonces, también la dificultad de que el vino que venía de fuera era bueno y se vendía más?

Sí es verdad que, en aquel momento, los vinos de aquí eran turbios, se hacían en barricas viejas... Se decía que los vinos se picaban por culpa de las mujeres y no se les dejaba entrar en las bodegas.

¿A qué olía aquel vino?

La mayoría podía oler a cualquier cosa. Recuerdo visitar algunas bodegas durante el proceso de apostolado para integrarlos en el Consejo Regulador y ver que, por ejemplo, una cabra estaba bebiendo mosto en el lagar. Aquí todavía no se había entendido lo que había descubierto Pasteur tres siglos antes, que en función del proceso de higiene podía salir el vino mejor o peor. Había vinos que olían a suciedad, a vinagre... aunque también había algún que otro buen elaborador.

¿Nadie embotellaba el vino?

La empresa Vitisa sí embotellaba, pero empezó a funcionar mal y finalmente se dedicó a traer vinos de fuera. Embotellaban la marca *Lagar canario*, pero la mayoría era vino de importación, lo cual era un fraude.

En general, la gente mayor decía que los vinos de aquí no servían para embotellar porque se picaban. Llegaba un momento en el que hasta a mí me entraban dudas. Pero conseguimos convencer a duras penas a unos pocos bodegueros para que embotellasen la cosecha de 1986. En total, unas tres mil botellas. El bodeguero que más nos dejó fue Juan Fariña con 600 litros, que nos dijo que no perdería tanto si salía mal. También se prestaron Honorario Gutiérrez, Marcos Guimerá, Antonio Mateo Hernández López, Toribio Fernández, José Antonio Flores y Miguel Monje.

A partir de ahí, ¿cómo empiezan a encajar los viticultores y bodegueros la D.O.?

Fue un trabajo arduo porque había que poner de acuerdo a gente con conocimientos muy primitivos (tenían una edad media de más de 70 años). Hubo que empezar despacito. El primer año se presentaron aquellas tres mil botellas en la feria de La Guancha y se vendieron. Íbamos bajo la marca *Viña Norte* pero con el nombre de cada bodega. La gente comenzó a ver que el vino se embotellaba y no se picaba. De esta manera, al año siguiente pasamos a 11.000 litros.

Al final nos ganamos la credibilidad de la gente. Por otro lado, el Ayuntamiento de Tacoronte y su alcalde, Guillermo Graham, se volcaron e intentaron poner los medios para potenciarlo.

El alcalde creía, por tanto, en el proyecto...

Sí. No hubo que explicarle nada. A parte de eso, teníamos el trabajo de Marcos Guimerá y Lourdes Fernández, que iban armando la parte jurídica. Hay que recordar que, en aquel momento, el Gobier-

no de Canarias no había asumido la competencia de agricultura, por lo que tuvimos que acudir para todo al Gobierno de España. Al final logramos un buen entendimiento con los responsables del Ministerio porque vieron que había voluntad y que estábamos dando pasos agigantados. Desde el marco jurídico hubo dos instituciones que se volcaron: el Ayuntamiento de Tacoronte y la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias. Pese a estar regentados por partidos distintos, en este asunto fueron a la par. Luego se sumó también el Ayuntamiento de La Victoria de Acentejo. El alcalde, Alfonso Fernández, puso a nuestra disposición un técnico de agricultura. Sin embargo, los alcaldes de La Matanza de Acentejo (gobernado por el P.S.O.E.) y El Sauzal (C.C.) iban a la contra. Por tanto, no fue un tema de partidos.

¿Dudaron a la hora de limitar la extensión? Entiendo que había coincidencia en los municipios del Norte... ¿Y Taganana, por ejemplo?

Se dudó por dos razones. Primero, porque no teníamos ni idea. Segundo, porque dependíamos de Madrid. Donde había ciertos visos de desarrollar la D.O. era en Tacoronte y Acentejo, pero el alcalde de Tegueste intentó incluso crear una D.O. en su municipio. Nosotros manejamos al principio la teoría de la mancha de aceite: consolidar Tacoronte-Acentejo desde Santa Úrsula a Tegueste y, después, ir ampliando los límites de la D.O. (porque ya se tenían facultades para modificar los límites) hasta cubrir toda la isla. Hubo un intento de fusión con Güímar (abortado por los técnicos de la Consejería) y con La Orotava (abortado por Apymevo, porque decían que íbamos a colonizar el Valle). Ahí empezaron las guerras que todavía estamos padeciendo. Ya en 2008 se volvió a intentar hacer la D.O. Tenerife, pero lo obstaculizó parte de la D.O. Tacoronte-Acentejo. Eso motivó algunos enfados y que se propusiera la D.O. Islas Canarias. Ahora tenemos muchas denominaciones y poco vino. En resumen, más jefes que indios.

¿Cuándo comienza a mejorar el vino?

Como el nivel era tan bajo, comenzó a mejorar desde un principio. Los primeros intentos buscaban conseguir que el vino no se picase. Posteriormente, comenzamos a equipar las bodegas. Los cambios fueron ya vertiginosos porque se iba creciendo muy rápido en litros.

¿Y qué decía el consumidor? ¿Apreciaba los cambios?

Esa fue otra batalla. Había dos consumidores: el defensor acérrimo del vino de Tacoronte con todos sus defectos (*"no me embotelles el vino porque le quita la naturaleza al hombre"*) y el que no bebía vino de aquí porque decía que era malo. Poquito a poco se fueron ganando las batallas, llegando a través de las ferias y de los restaurantes, algo que costó mucho. Fue una batalla casi de colocar botella a botella.

¿Ya había gente formada en el mundo de la enología en el momento de crearse la D.O.?

Sí. El primero que realizó un máster de enología y viticultura fui yo en 1988. El Ayuntamiento de Tacoronte me dejó ir a cambio de comprometerme a trabajar en el municipio. Al siguiente año ya fue más gente. Así comenzamos a difundir la cultura del vino en la zona.

¿La tipicidad del vino de Tacoronte se asociaba a sus defectos?

Claro. Para cualquier catador o consumidor normal era un defecto. Por eso mucha gente de la Península se negaba a probar vinos de Canarias y, de hecho, todavía tenemos el sambenito de que los vinos de aquí son inferiores.

¿Los vinos que exportábamos con la marca *Canary Wine* también tenía defectos?

No lo sé. El vino hay que juzgarlo con los cánones de cada momento. Probablemente el vino de los romanos era horrible, pero el mejor que había en esa época. Supongo que con los malvasías pasaría lo mismo. Habría que ver si un vino de esos nos lo bebemos hoy y no lo escupimos.

Digamos que, poco a poco, el consumidor va apostando más por el vino de la D.O.

Sí, porque se hacía mucho trabajo a pie: ferias, degustaciones... También hay que destacar que los bodegueros ya iban sabiendo que las cosas salían bien si colaboraban entre todos.

Hubo generosidad...

Luego, por unas razones u otras, comenzaron a aparecer visiones más personalistas y egoístas. De ahí la actual batalla entre zonas.

De eso no nos hemos curado todavía...

No, eso ha ido a más. Nadie quiere que le quiten su silla.

¿La viticultura no fue paralela a la mejora tecnología?

No. La viticultura se quedó atrás. En 1992 hicimos un plan estratégico para la D.O. y, posteriormente, el Cabildo Insular lo multiplicó por cinco al hacer el Plan Vitivinícola Insular. Seguían faltando jóvenes que se incorporaran a la viticultura. Por esos años ya éramos conscientes de los problemas y el Ayuntamiento de Tacoronte puso en marcha una casa de oficio de viticultura para formar a la gente. En 1995 dejé la gerencia del Consejo Regulador y me dediqué a coordinar los avances en la viticultura. En 1997 transformamos la empresa embotelladora en una empresa de servicio para profesionalizar el trabajo: S.A.T Viticultores de Tenerife. Esa empresa llegó a tener hasta 30 empleados en 2003.

¿Al campo de la viticultura le queda mucho por evolucionar?

Están pasando cosas extrañas. Ya se tienen los conocimientos básicos para mejorar, porque en su momento buscamos dignificar el trabajo en el campo a través de la S.A.T., pero hemos retrocedido en algunas cosas. En el plan de 1992 se hablaba de crear viveros de plantas seleccionadas. Eso se palió en parte con Agrovolcan, pero ese vivero se fue al traste por la falta de apoyos. En la mecanización hemos retrocedido claramente. Desde mi punto de vista, hay que avanzar en la selección varietal y en la mecanización.

La incorporación de variedades foráneas generó mucha polémica en su momento. ¿Qué opinión le merece?

Aquí no había viña cuando llegaron los conquistadores, por lo que todas las variedades son foráneas. A lo largo de los años han ido llegando. No tengo claro si hay que apostar por ello, pero creo que cada uno debe jugar el partido según le parezca. Comercialmente, a unos les ha funcionado más y a otros menos. Como elaborador, considero que algunos pequeños toques de variedades no tradicionales les han dado un valor añadido a los vinos que, además, están siendo galardonados.

¿Qué nos queda por conseguir?

Mucho, como lograr cultivos cada vez más integrados medioambientalmente, trabajar la mecanización (mecanizar es progresar e integrar) y avanzar en el rescate de variedades tradicionales de calidad; ver, por ejemplo cuáles son los mejores ecoclimas o ecotopos para su adaptación.

¿La comercialización y la distribución es también una asignatura pendiente?

Sí, como toda la agricultura en Canarias. Sobre todo, hay que saber qué vino es el que tenemos que vender aquí. Quizás nosotros pusimos demasiado énfasis en mejorar los vinos y poco en venderlo. También hay que acabar con tanto reino de taifas y enfrentarnos entre las diferentes D.O. La mitad de las energías las gastamos en ponernos zancadillas entre unos y otros.

Entre la D.O. Islas Canarias y la D.O. Tenerife, ¿con cuál se queda?

Yo fui un claro defensor de la D.O. Tenerife, pero ya creamos la canaria. Ahora, ¿qué hacemos, otra más? Creo que la D.O. Islas Canarias tiene que tener una subzona que sea Tenerife. En 2007-2008 estuvimos a tiempo de crear la D.O. Tenerife. Los que se opusieron tienen que explicar por qué, pero no puede ser que los mismos busquen ahora otra más. ¿Qué mensaje le estamos dando al consumidor local? Creo que es un batiburrillo. Con menos del 1% del viñedo nacional, tenemos casi el 20% de las Denominaciones de Origen de España; es un poco sintomático.

La gente dice que el vino canario sale caro. Muchos restaurantes siguen cobrando precios elevados... ¿Cómo lo arreglamos?

Es muy complicado, pero también es un mantra. Hay que hacer ver a los restaurantes que les es más rentable cobrando los vinos a precios más bajos, porque el cliente puede llegar a pedir otra botella. De todas formas, el vino canario no es caro, tiene su precio igual que lo tienen los vinos de la Península. Hay que tener en cuenta que, cuando se compra una botella de vino, se compra una cultura. A lo mejor, lo que no sabemos hacer es que la gente que consume vino canario se sienta perteneciente a su comunidad.

¿Qué otros retos quedan para el futuro?

Hay que recuperar el espíritu de los años 1986 y 1987; superar los egoísmos y ver que juntos podemos llegar lejos. También hay que ver que la viña no tiene interés por sí misma sino para las personas que trabajan en el medio, por lo que hay que hacerlas sostenibles medioambiental y socialmente, consiguiendo bodegas competitivas desde todos los puntos de vista. Por último, seguir buscando nuevos nichos de mercado mejorando la comercialización, rescatando las variedades tradicionales y con mejoras en investigación.

ROMEO RODRÍGUEZ

Romeo Rodríguez según ilustración de Keko Godoy

Romeo Rodríguez, viticultor que en la actualidad gestiona en el municipio de Tegueste la mayor finca de viñedo en el norte de Tenerife, adscrita a la D.O. Tacoronte-Acentejo.

¿Cómo empezó con la viticultura? ¿Por qué se cambió desde otros cultivos?

Yo venía de cultivar plátano y tomate en el Sur. Llevaba cinco años trabajando allí y me vinieron a buscar para que reconvirtiera en viñedos la finca San Gonzalo, de los Machado Salazar, en Tegueste. Estando dos años ya en la finca busqué hortalizas, porque se recupera el dinero de forma más fácil. En cambio, la viña siempre ha sido "la niña".

¿El interés por la agricultura le viene de familia?

Mis cuatro abuelos son agricultores y mi padre es capataz agrícola de la primera escuela de Tacoronte. Siempre ha habido una vinculación agraria en mi familia.

¿Cómo fue su formación en el mundo de la viticultura?

Toda mi formación ha sido autodidacta y aprendiendo de los demás. Tuve a mi padre –capataz– y a Bernardino González Viña –ingeniero agrícola– como maestros. Y a un super patrón, Agustín González Saavedra. Las cosas bien organizadas funcionaron y dieron sus frutos.

¿Después de pasar por tantos cultivos, cree que la viticultura es su pasión?

Ya son 22 años y me he centrado en ella. Es una finca fácil que conozco al dedillo. Aquí estoy bastante cómodo. En 2010 tenía 850.000 m^2 de viñas y 45 empleados. Ahora tengo 160.000 m^2.

¿Para alguien que empiece ahora, hay que estar preparado?

Yo empecé de cero en un cultivo tradicional de Tegueste. Aquí hay mucha gente que trabaja en la viticultura pero no gestiona su negocio. Hay que afinar mucho el lápiz, pero eso aquí no se hace con la viticultura. Se puede afinar más.

Mucha gente dice que la viticultura necesita un plan de choque y profesionalizarse…

Te tropiezas con muchos técnicos, bodegueros... Al final las cosas se hacen por trabajarlas. Si estás esperando a que te hagan un instituto... Cualquier cosa que han hecho ha sido para "meter pasta". Mucho de mi aprendizaje ha estado basado también en viajar a la península en mis vacaciones y ver cómo se cultiva allá. Aquí no preguntan a quienes trabajan en la huerta qué tipo de herramientas necesitan.

¿Mirando con perspectiva, se hizo bien con la introducción de variedades foráneas? ¿Se le ha sacado jugo a las de aquí?

Aquí hay dos tipos de comercialización de vino. Por un lado, lo que demanda la gran mayoría: un vino muy bueno y a bajo coste. Se compra más caro pero se vende más barato que el vino canario. Cada uno sabrá el favor que le hace al viticultor... Aquí se han trabajado muchas variedades pero yo, por ejemplo, al final me he quedado con listán negro y listán blanco... las que dan dinero. En realidad, todas las variedades de cultivo que tienen un coste mayor, luego no resulta tan sencillo vender ese vino. Luego está la otra parte. Sacar una uva de calidad para tener un vino que la gente quiera beber y demande por tener una relación calidad-precio estupenda.

¿La uva tiene que estar por encima de 1 euro para que el negocio funcione?

En mi caso, con 1 euro voy muy ajustado. La gran mayoría de los viticultores pierden dinero.

Entonces, ¿cómo se consigue que las nuevas generaciones se dediquen a la viticultura?

Yo llevo 26 años oyendo ese problema y, con 46 años, sigo siendo de los más pequeños. En 2011 hubo una sequía muy fuerte y nos preguntábamos cómo iba a entrar gente nueva en el sector si no hay agua suficiente. Es un factor limitante espectacular.

¿Qué otra opción queda? ¿Comprarla a precios carísimos?

Balsas de Tenerife (BALTEN) quiere subir el precio del agua todos los años y desde la Asociación de Agricultores y Ganaderos de Canarias (ASAGA) nos enfrentamos. Todos los años nos quejamos, pero el precio del agua de riego ya está por las nubes.

Con este panorama, ¿cómo ve el futuro?

Le pongo un ejemplo. Hace dos años, necesitábamos hacer vino blanco afrutado en gran cantidad y llegué a comprar a particulares entre 20.000 y 40.000 kilos de uva. Desde ese momento se viene hablando de que hay un excedente de vino tinto y un déficit de blanco afrutado, que es lo que está pidiendo ahora mismo el mercado. Si el mercado lo está pidiendo, hay que ponerse a la altura de él e intentar ofrecerle lo que pide. Cuando busqué uva en Tegueste para hacer vino blanco afrutado, estaban las bodegas llenas pero no conseguí a nadie que nos vendiera uva. Necesitamos consolidar una producción anual. No vale el *efecto cooperativa*: cuando me sobra te llevo y, cuando no, lo coloco en el mercado.

Habría que ofrecer, por tanto, unas garantías de producción...

Mercadona, por ejemplo, visita mi finca una vez al mes y quieren saber hasta con qué ánimo me encuentro. Yo estoy encantado.

¿Romeo Rodríguez mira hacia delante y qué ve?

Tal como está cambiando la situación en nuestra empresa, necesitamos kilos de uva para hacer el vino que la gente demanda.

¿Cómo se consigue? No lo sé. Se dice que Tenerife tiene uva y que las bodegas se llenan... Lo importante es hacer como todos: gestionar bien la empresa y ofrecer al público un producto de la máxima calidad al menor precio que se pueda. Todos queremos algo bueno, bonito y barato. Si queremos mover bastante volumen de vino, hay que hacer eso. Un dato muy claro para acabar: en Canarias se consumen cada año entre 70 y 75 millones de litros de vino, pero en el mejor año se producen 12 millones de litros...

Comprometidos con el **campo canario**

Comprometidos con nuestra gente

cajasiete

www.cajasiete.com

DIRECTORIO DE BODEGAS
TACORONTE-ACENTEJO

BODEGA	CONTACTO	MARCA COMERCIAL
CALDOS DE ANAGA	javierglezmar70@gmail.com	Cuevas de Lino
CANDIDO HERNÁNDEZ PÍO	info@bodegaschp.es	Viña Riquelas, Balcón Canario Punta del Sol
CARBAJALES	loscarbajales@gmail.com	Carbajales
CRÁTER S.L.	crater@craterbodegas.com	Cráter Magma
DOMINGO HERNÁNDEZ SANTANA	agroturismoanaga@yahoo.es	Huerta Del Obispo
DOMÍNGUEZ CUARTA GENERACIÓN S.L	administracion@bodegasdominguez.es	Domínguez
DON GUSTAVO	info@dongustavo.eu	Don Gustavo
EL MOCANERO, S.L.	elmocanero@bodegaelmocanero.com	El Mocanero
FELIPE HERNÁNDEZ GONZÁLEZ	amborabodegas@gmail.com	L'Ambora
FINCA LA HORNACA - HOYA DEL NAVÍO	info@hoyadelnavio.com	Hoya Del Navío
GRANILETE	jgescuelea@gmail.com	Granilete
GUAYONGE	bodguayonge@gmail.com	Guayonge
HACIENDA DE ACENTEJO	jjgutierrez@haciendadeacentejo.es	Hacienda de Acentejo
INSULARES TENERIFE, S.A.	bitsa@bodegasinsularestenerife.es	Viña Acentejo, Viña Norte, Brezal, Humboldt
JOSÉ ANTONIO FLORES	bodegasflores@hotmail.com	Viña Flores
JOSÉ ANTONIO RODRÍGUEZ DEL CASTILLO	impercameslu@hotmail.com	Mallar
LA HIJUELA	bodegalahijuela@hotmail.com	Híboro
LA ISLETA	bodega@laisleta.es	La Isleta
LA PALMERA	info@elteatrovictoria.com	La Palmera

BODEGA	CONTACTO	MARCA COMERCIAL
LOHER	vinosloher@gmail.com	Loher
MARBA S.L.	marba@bodegasmarba.es	Marba
MARCELO	marcelogs42@gmail.com	Marcelo
ORLARA	bodegaorlara@gmail.com	Viña Orlara
PRESAS OCAMPO, S.L.	administracion@presasocampo.com	Presas Ocampo
REJANERO	administracion@grupo-s21.com	Rejanero
TABAIBAL	bodega@agryenca.com	Tabaibal
TRANCAO DE ACENTEJO	trancaodeacentejo@gmail.com	Trancao De Acentejo
VIÑA EL DRAGO	info@bodegaeldrago.com	Viña El Drago
VIÑA EL MATO	carpinteriajosesarabia@hotmail.com	Viña El Mato
VIÑA ESTÉVEZ, S.L.	elena.vinaestevez@gmail.com	Viña Estévez
VIÑA OROSIA	davila@marcha-sa.com	Viña Orosia
ZACATÍN	bodegazacatin@hotmail.es	Bodega Zacatín

Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo
Carretera General del Norte, 97
38350 Tacoronte
Tenerife - Islas Canarias - España
Teléfono: 922 560 107
Fax: 922 561 155
e-mail: consejo@tacovin.com
www.tacovin.com

TACORONTE ACENTEJO
Denominación de Origen

Relación de autores

MAYER TRUJILLO, Director de contenidos de COPE Canarias.

mayertrujillo@gmail.com

FELIPE BLANCO PINILLA, Enólogo, gerente y director técnico con amplia trayectoria en distintas bodegas en Península y Canarias.

felipeblancopinilla@gmail.com

DIRK GODENAU, Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos, Universidad de La Laguna.

dgodenau@ull.es

SANTIAGO SUÁREZ SOSA, Economista, D.O. Tacoronte-Acentejo.

santiago@tacovin.com

ESTEBAN REYES HERNÁNDEZ, Presidente del Consejo Regulador de la D.O. Tacoronte-Acentejo.

consejo@tacovin.com

vinaletras, CUADERNO DE CULTURA Y VINO TACORONTE-ACENTEJO

Noviembre 2017

EDITORIAL 3

25 años de pasión por el vino 5
Mayer Trujillo

Los vinos y su evolución en el tiempo 17
Felipe Blanco Pinilla

Al servicio del consumidor. Retos en la comercialización de los vinos de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo 31
Dirk Godenau

El paisaje cultural de Tacoronte-Acentejo 37
Santiago Suárez Sosa

Caminando hacia el futuro: los desafíos para seguir mejorando 45
Esteban Reyes Hernández

Anexo: Entrevistas realizadas por Mayer Trujillo
Entrevista a Lourdes Fernández 52
Entrevista a Ismael Díaz 56
Entrevista a Arsenio Gómez 60
Entrevista a Romeo Rodríguez 64

DIRECTORIO DE BODEGAS TACORONTE - ACENTEJO 69

RELACIÓN DE AUTORES 72

Vinaletras

es el cuaderno de cultura y vino de la D.O. Tacoronte - Acentejo con el cual el Consejo Regulador de esta comarca vitivinícola divulga los distintos conocimientos que giran en torno a las experiencias del universo vitivinícola

(2017)

www.tacovin.com

Se recomienda el consumo moderado