



Turismo y Enología en Canarias: un valor añadido para el turista

**I JORNADAS
“COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING VITIVINÍCOLA”.**

Juan Miguel Arouni

Santa Cruz de Tenerife, 24 de abril de 2006

Como Uds. saben, existen diversas teorías sobre el origen y significado de Turismo.

No obstante, podríamos concluir diciendo que el turismo nació en el momento que el hombre se sintió libre y decidió viajar, tanto por placer como por curiosidad. Y todo nos indica que fueron los monumentos –el Patrimonio– uno de los atractivos más estimulantes a la hora de emprender tales viajes.

Dejando a un lado el turismo de masas, que deriva hacia el de las tres “S”: *sol, playa y sexo*; o el Turismo de Deporte, y algunos más, podríamos convenir que dos de los fenómenos turísticos más relevantes –en cuanto a Turismo Natural y Patrimonial– que, a la postre, son la representación más evidente del Turismo Cultural: representado por el *Gran Tour*, iniciado por los jóvenes aristócratas ingleses, y el *Wanderlust*, promovido –a finales del XIX– por la alta burguesía alemana.

Curiosos fenómenos que, precisamente, estuvieron alentados por tales atractivos. Elementos culturales que, con los años, han venido continuado con otras modalidades, como son el Ecoturismo, o el Turismo Urbano, propio de la ciudad de Nueva York, en donde se editan tarjetas postales con escenas de violencia gansteril, e, incluso, se venden microescenarios en los que tuvieron lugar acciones de la Mafia.

Así es la propaganda del restaurante *Franky and Johnny's*, en cuyas angostas escaleras fue acribillado – por los pasados años treinta – un famoso gánster.

Y es que, hasta la Historia del Gansterismo podría considerarse cultura. Y La Gran Manzana: Nueva York, no renuncia –en su promoción turística– a tan extraño elemento, que se ha venido divulgando, tanto en la novela como en el cine negro. Todo, al parecer, puede servir como soporte de atracción turística.

Para entender el fenómeno que supone el **Enoturismo** –del que vamos a tratar hoy y mañana– digamos que, un segmento de turistas es atraído por los valores culturales que, históricamente, han generado toda la actividad alrededor del cultivo de la viña, y la elaboración del vino.

Y voy a intentar acreditarlo con una serie de argumentos, concebidos por expertos internacionales, así como las conclusiones de algún que otro congreso; y las definiciones que –sobre él– han emitido ciertos organismos de ámbito internacional.

Para comenzar, cuento con los enunciados de ilustres estudiosos, como son Dalen Timothy y Geoffrey Wall, quienes –en su obra **“Turismo y Patrimonio. Estudios y Perspectivas en Turismo”**– nos dice que:

Si bien en gran parte del mundo falta información empírica sobre el turismo basado en el patrimonio, se sabe que los lugares históricos se encuentran entre los más importantes atractivos para el turismo internacional.

Para apreciar su importancia, sólo basta observar a las masas de turistas que visitan el Coliseo de Roma; las pirámides de Egipto, o los castillos y catedrales de Gran Bretaña.

Sin embargo, no sólo el legado monumental arquitectónico o artístico –“visible”– constituye un foco de atención. También ciertos aspectos tradicionales de la cultura –como las fiestas, las danzas y la gastronomía– al contener significaciones simbólicas y estar referidas al comportamiento; al pensamiento y a la expresión de los sentimientos de diferentes grupos culturales, forman parte del consumo turístico. Ya sean por sí mismas, o como complemento de otras atracciones, de mayor envergadura.

Pero no será hasta el año 1997 cuando, finalmente, la UNESCO introduce, de manera oficial, el concepto de Patrimonio Intangible, al que, la respetable institución, define como:

El conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica. Es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición.

Continuando con lo que acabo de leerles, sigue dictándonos, la prestigiosa institución, que:

Esas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos, y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales. Las costumbres. Las lenguas. La música y los bailes. Los rituales y las fiestas. La medicina tradicional y la farmacopea. Las artes culinarias y todas las habilidades

especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas, o el hábitat.

Al propio tiempo, me voy a permitir señalar –y hasta advertir– que tal patrimonio es bastante débil, en tanto que –en todo el mundo– se tiende a una homogenización de la cultura, ya que los países más desarrollados – más industrializados– imponen sus propios modelos.

Sin ir muy lejos, la alimentación es uno de los elementos que se han visto más afectados. Véanse los ejemplos de la Cocina Canaria, y, en particular, su alimento emblemático; el gofio: una de las señas de identidad cultural más antiguas que tenemos. Alimento que, hace más o menos treinta años, comenzó a decaer, sustituyéndose por cereales industriales. Elaborados muy lejos por firmas multinacionales.

Y, ¿qué les voy a decir –que Uds. no lo sepan– sobre la imposición que vienen ejerciendo los restaurantes de *fast food*. O la industrial comida *pret-a-manger*, como los nuevos modelos de alimentación popular?

Y, ¿no se han preguntado Uds. porque en Tenerife no disponemos de un 5% de restaurantes de cocina canaria, respecto a los chinos, o a los italianos? O que los comedores de empresa, y la restauración de servicio, nos vienen alejando, cada día más, de la comida familiar: aquella que se hacía, toda la vida, en el hogar.

Y, en cuanto a la viticultura, bueno se hace recordar el vigente contencioso entre aquellos viticultores, que defienden los cultivos de cepas tradicionales, y los que insisten en la introducción de especies foráneas. Tales como la tan traída y llevada *Cabernet Sauvignon*, la *Merlot*, etc.

Al respecto, creo que valdría la pena recordar lo que nos indica otro experto en Turismo Cultural: El profesor Marcelo Azambuja, quien –en su trabajo, “**La Gastronomía como producto turístico**”– asegura que:

la gastronomía (y, en consecuencia, la viticultura) está cobrando cada vez mayor importancia como otro producto para el Turismo Cultural. Las motivaciones principales se centran en la búsqueda del placer a través de la alimentación y el viaje, pero –¡muy importante!– dejando a un lado lo estándar para favorecer lo genuino.

Y nos sigue diciendo Azambuja que:

La búsqueda de las raíces y la forma de entender la cultura de un lugar está adquiriendo cada vez mayor importancia.

La cocina y los vinos de cada terruño, están siendo cada vez más reconocidos como valiosos componentes del patrimonio intangible de los pueblos; y, curiosamente, el mundo vinícola ha motivado la aparición de un turismo cultural, que está dándole al sector una nueva e ilusionante proyección.

Si bien un plato o un vino están a la vista, las formas de su elaboración y el significado para cada sociedad son aquellos aspectos que no se ven, pero que le dan su carácter distintivo.

Ese novedoso interés, por parte de cierto segmento de los viajeros, en relación a la gastronomía y la enología, se convierte –a su vez– en un importante aliado para rescatar antiguas tradiciones. Que se encuentran en vías de desaparición.

Tal como señala otro especialista, Marcelo Álvarez, en su obra: **“La cocina como patrimonio (in)tangible”**:

En los últimos años se está viendo la necesidad de revalorizar el patrimonio culinario-vinícola regional, puesto que se trata de uno de los pilares indispensables sobre los que debería fundarse –en gran parte– el desarrollo del Turismo Cultural.

El autor hace, al propio tiempo, referencia al congreso, convocado por la UNESCO, sobre Turismo Cultural, que tuvo lugar en La Habana, y en el

que se elaboró un Documento Base, en el cual se asegura –entre otras cosas– que:

Las recetas de cocina son un bien cultural tan valioso como un monumento, y que toda política cultural –bien concebida– debe asumir el acto de comer –visto como una tradición y a la vez como un acto de creatividad– y no sólo como un acto alimentario.

A nadie se le esconde que la gastronomía y la viticultura vienen ganando terreno como atracción –tanto para residentes como turistas– puesto que forma parte indisoluble de la cultura de los pueblos. Ya que no sólo nutre al cuerpo, sino también al espíritu.

En general, parece que –tras la pérdida de las antiguas costumbres, en constante peligro de desaparición– ciertos sectores de las sociedades más desarrolladas también se interesan en rescatar, y divulgar, aquellos aspectos de las culturas populares que nos legaron nuestros antepasados.

Al respecto, no deberíamos olvidar que cada sociedad cuenta con un amplio bagaje de tradiciones y costumbres, y que el turismo se vale de ellas para atraer a viajeros interesados en las diferentes manifestaciones culturales. Manifestaciones que pueden observarse tanto en el ámbito urbano como en el rural.

Y es precisamente en el medio rural donde se han realizado –al menos en Canarias– algunos esfuerzos. Si bien, aún no se ha implantado un importante elemento complementario. Tal es el **Turismo Enológico** o **Enoturismo**.

Y tampoco se nos esconde –porque hemos desarrollado en las Islas el segmento Turismo Rural– que son muy valiosos los intentos por incentivarlo sobre la base de una serie de productos que –con mayor facilidad– han venido produciéndose. Tales como agropecuarios; antiguos guisos. O los vinos de la tierra.

Por tanto, no deja de tener interés –y un significado aún mayor– armonizar los recursos “de la tierra” con los valores culturales, que se manifiestan en la gastronomía de los grupos que se asentaron en el lugar y que incidieron, notablemente, en el desarrollo de la región.

Y Canarias es –a mi juicio–, dentro del contexto del Estado, un ejemplo singular.

Al hilo de lo que acabo de comentarles, creo que valdría la pena continuar argumentando con lo que señala la brillante profesora argentina, Regina Schlüter –en una obra imprescindible: **“Turismo y Patrimonio Gastronómico”**–:

El conocimiento de las pautas culturales, asociadas a la gastronomía, no sólo son importantes para la confección de productos de turismo cultural, sino es necesario que sean conocidas por quienes las desempeñan en la industria de la hostelería, en su conjunto.

La gastronomía y la enología –nos sigue diciendo– cuentan con escenarios propios donde tienen lugar los ritos y los rituales de la mesa. Ya sea durante el tiempo profano de lo cotidiano, como durante las festividades religiosas.

Es por ello que han de analizarse tales elementos a fin de hacer referencia a la gastronomía y la viticultura como Patrimonio Intangible, a fin de realizar una adecuada planificación de eventuales rutas gastronómicas, al igual, incluso, que el lugar que vienen ocupando los museos.

Por otro lado, De Garine, parafraseando al mundialmente reconocido antropólogo, Levy Strauss, nos recuerda que:

La gastronomía de una sociedad constituye un lenguaje mediante el cual ésta expresa su estructura de manera inconsciente.

Podríamos concluir –por tanto– que poder apreciar cómo –a través del tiempo y del espacio– se fueron intercambiando recursos y pautas culturales,

sobre la base de los sabores, abre un nuevo y estimulante espacio al Turismo Cultural.

Pero, además, la comida y la bebida adquieren características durante las celebraciones. Ya sea durante los llamados ritos de paso (como bodas, bautizos, funerales, etc.) o durante los de intensificación (Navidad, Ramadán, fiestas patronales, etc.). En tales ocasiones, se consumen alimentos y bebidas que –rara vez– están presentes durante el resto del año.

Uno de los más claros ejemplos son nuestros turrone de gofio y manises, que se consumen durante las fiestas rurales. O las tortillas de Carnaval. O los huesos de Santos: que se saborean el Día de los Difuntos. Hoy “Halloween”, o algo así. O las “truchas de batata” y los “pasteles de carnes”, que sólo se conciben en la Navidad isleña.

Uno de los ejemplos más validos –para entender lo que comida y bebida significan, en cuanto a elemento folklórico y de atracción turística– es la Oktoberfest: La antigua fiesta de la cerveza, que goza de una enorme popularidad en el sur de Alemania y que fue –en sus orígenes– una ecofiesta. Hoy diseñada siguiendo las pautas de la cultura popular, de las que me permito resumir su carga histórica-cultural:

Desde mediados de septiembre hasta mediados de octubre debía ser consumida la cerveza expresamente preparada para el verano, y, así, dejar lugar para almacenar la que se consumiría durante el invierno.

La que se consumía en verano era elaborada siguiendo un criterio especial, a fin de evitar los problemas causados por el calor, y recibe el nombre de Märzenbier (cerveza de marzo), ya que su fabricación no puede extenderse más allá de ese mes.

Y así, la Oktoberfest comienza en un sábado y dura 16 días, en los que participan todas las firmas cerveceras de Munich.

Durante el primer domingo se realiza un gran desfile y, hasta su finalización: los cinco o seis millones de personas que acuden a la feria – muchas de ellas turistas llegados de todo el mundo– disfrutan de una variada oferta de cervezas, así como de la antigua y proverbial charcutería germana.

Son –todas ellas– un conjunto de tradiciones populares, e Historia que, finalmente, se ha convertido en un inmedible elemento mediático. Un fenómeno social que, a su vez, fomenta, año tras año, el turismo internacional: millones de turistas.

El saber interpretar esos valores culturales, e implementarlos en un eventual Producto Turismo Enológico, supondría –para Canarias– la motivación de la creación de éste.

Algo parecido a la Oktoberfest se viene haciendo en Tenerife el Día de San Andrés: el Día de Vino.

Una jornada festiva en la que todas las bodegas de la Isla se abren de par en par. Se bebe el vino nuevo y los viticultores y bodegueros aprovechan la cita para intercambiar fraternales visitas. Comer, beber y cruzar experiencias.

Según Dietrich Schwanitz, la *Cultura es una serie de historias que da cohesión a un pueblo*. Y, a mí, me parece una definición bastante precisa.

Pero existe una gran cantidad de definiciones de cultura. Y los numerosos términos que –en esencia– se refieren al turismo –en su relación a aquellos– tales como “Turismo de Patrimonio”, “Turismo Étnico”, “Turismo Histórico-cultural”, etc., han generando una gran confusión.

El profesor Greg Richards –autor de la obra “**Políticas y actuaciones en el campo del Turismo Cultural Europeo**”– intenta aclarar lo que es Turismo Cultural, y recoge el siguiente concepto, que a mi se me antoja tan sencillo como interesante:

Los desplazamientos de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta otros de interés cultural, con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales.

Más adelante, el propio Richards, nos sigue diciendo que:

El turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea, o “modo de vida” de un pueblo o región.

Aseveraciones que, a su vez, otro experto, Fernando Estévez –en su obra “**Descongelando cultura. Alimentación, museos y representación**”– puntualiza, de la manera siguiente:

La dimensión social y cultural de la gastronomía ha determinado que se la haya incorporado al complejo entramado de las políticas de Patrimonio Cultural. El uso que hace el turismo de ese patrimonio determina que la gastronomía y la viticultura –pues el vino es una parte fundamental de la gastronomía– adquieran cada día mayor importancia para la promoción de un destino y para captar nuevas corrientes turísticas.

*La gastronomía –como, a su vez, señala Ronald Escobedo Mansilla – en su obra “**Alimentación y Gastronomía: Cinco siglos de intercambios entre Europa y América**”– por cierto, quinientos años en los que Canarias jugó un papel fundamental– es, de alguna manera, el elemento cultural de la alimentación.*

El hombre pocas veces consume directamente lo que la Naturaleza le ofrece, y comienza a transformarlo, originando tradiciones culinarias que sólo se modifican lentamente. Pero además, no se contenta con nutrirse, sino que crea, alrededor de ese acto una serie de hábitos, costumbres, ritos, tabúes, etc. En pocas palabras: crea todo un entorno distinto.

Y aunque no menciona expresamente la cultura del vino, se entiende que éste ha sido –hasta hace no más de 90 años– un producto alimenticio, y no tanto gastronómico, con toda una gran carga cultural, que –en la actualidad– forma parte de un concepto – de rango superior– la gastronomía. Si atendemos a la armonización de los platos y los vinos.

Más aún: hoy día – bien saben Ustedes– que se diseñan menús partiendo de una lista de vinos distintos.

Y así, con el objeto de potenciar el atractivo de las diversas gastronomías y zonas vitivinícolas, se ha creado –en diferentes partes del mundo– una serie de rutas, que comprenden lugares donde cocina y vinos tienen características similares.

En tal sentido, la UNESCO elaboró su propia concepto de ruta, estableciendo que:

Su función es la de promover el conocimiento recíproco entre diferentes civilizaciones, culturas y religiones mostrando sus interrelaciones e influencias recíprocas.

Este concepto, al que se le ha denominado “Rutas del Diálogo”, abarca aquellos aspectos dinámicos, resultantes del encuentro entre las personas así como la transmisión de conocimientos sobre sus usos, costumbres y creencias; y –por tanto– tienen por objeto mostrar, a los visitantes, los valores culturales de determinadas localidades, teniendo como eje cocina y vinos autóctonos.

En tal sentido, me tomo la libertad de examinar con Ustedes la metodología recomendada por dos grandes profesionales del Turismo Cultural: Bernard y Domínguez.

Se trata de una especie de Hoja de Ruta –terminología ahora tan en boga– que se recoge en sus obras: **“Cocinas regionales. Herencia en**

peligro” y **“Gastronomía: la herencia olvidada”**, y quedan sintetizada en el siguiente decálogo:

- 1.º *Crear una base de datos con todos los atractivos turísticos, culturales y gastronómicos.*
- 2.º *Preparar un mapa donde se localizaron los atractivos más importantes.*
- 3.º *Diseñar circuitos que combinen arte, gastronomía y viticultura, así como otros aspectos de interés turístico.*
- 4.º *Realizar visitas de campo para constatar que los servicios ofrecidos reúnan un mínimo de calidad y los tiempos estimados para las visitas sean correctos.*
- 5.º *Someter las propuestas a un panel de expertos conformados por agentes de viajes mayoristas y minoristas de las ciudades donde se quiere captar el flujo turístico para conocer su opinión.*

Y, además, con el objetivo de evaluar el potencial de las rutas, los mentados especialistas recomiendan realizar una serie de entrevistas, aplicando el siguiente cuestionario:

- A. *¿Estima que puede haber turismo interesado en circuitos de gastronomía y viticultura?*
- B. *¿Considera que los circuitos propuestos pueden ser de interés?*
- C. *¿Qué tipo de mercado se puede interesar en los circuitos propuestos?*
- D. *¿Qué tipo de promoción estima más adecuada para esta propuesta?*
- E. *¿Cree que se dispone de la infraestructura mínima necesaria?*

- F. *¿Considera que las ciudades Patrimonio Histórico necesita más promoción? ¿Considera que las rutas deban combinarse con las de otra zona?*

Obviamente, Canarias cuenta con un riquísimo patrimonio. No solamente en relación a la cultura alimentaria sino también a la viticultura.

Sólo para poner al paciente auditorio en algunos hechos –muy poquitos– valga recordar que la colonización de las Islas Canarias difiere de la de América –al menos– en un punto relacionado, precisamente, con el vino: La temprana prohibición –en el Nuevo Mundo– de explotar masivamente la vid –incluso destilar guarapo para ron– lo que fomentaría una tan enjundiosa como próspera actividad en nuestro Archipiélago.

En cualquier caso, el temprano cultivo –de huerta– para vino; es decir, hacerse con uno más de los alimentos –dentro de la alimentación autocrática– de los conquistadores y colonos, obligó, tras El Descubrimiento de América, el transporte de vides desde la vieja Europa hacia las nuevas tierras americanas.

Y, tal como sucedió con muchos otros productos agropecuarios europeos, las Islas –y más concretamente Tenerife fueron utilizadas como puerto de embarque: Como base de lanzamiento.

No es mi propósito sintetizar, en una pequeña charla, toda la Historia de la viticultura canaria. Pero ya que he mencionado la participación de Tenerife en la implantación de plantas y animales en Hispanoamérica, me permito recordarles que fue el explorador y conquistador, Francisco de Carabantes –natural de Toledo– quien, en 1549, llevó desde Tenerife a las tierras de Perú las primeras matas de *vitis vinifera*, desde donde –muy pronto– se portaron a Bolivia, a manos de conquistadores y misioneros.

Por otro lado, según el experto vinícola chileno, Ricardo Alvarado, en principio se creyó que los vinos de Chile procedían de semillas de uvas pasas, traídas por los conquistadores desde la Península Ibérica. Sin embargo, en el transcurso de posteriores investigaciones se tropieza en Gran Canaria con una variedad llamada “país”. Idéntica a la fragante cepa chilena.

Curiosos sarmientos que, con toda probabilidad, pasaron de Perú a Chile en una indeterminada fecha, que podríamos situar a mediados del siglo XVI.

También, asegura el estudioso chileno, que esa variedad fue llevada desde Chile a California, en donde tomaría el nombre de “misión”.

Desde Chile, la cadena de las vides canarias –en sus variedades quebrantas, moscatel y albina– compusieron otro eslabón, con su llegada a la Argentina. En 1557, el padre Juan Cidrón plantó los andarines vidueños en unas tierras cercanas a la ciudad de Santiago de Estero, desde donde pasarían a otras zonas más meridionales. Como Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca.

Por último, y atendiendo a los informes de la ilustre enóloga uruguaya, Estela Frutos, sabemos que, después de fracasados intentos, por parte de algunos conquistadores, que los historiadores sitúan en 1520, la vid llegó con todo su vigor al Uruguay en el siglo XVIII. Cuando –por una orden real– fue introducida por aquellos humildes colonos canarios.

La variedad que según Frutos más prospero en la hoy Republica Oriental del Uruguay, fue la moscatel, procedente –según todos los indicios– de viñedos arrancados de El Monte. Donde todavía se cultiva.

En Uruguay, ese Moscatel, a pesar de ser vino poco apto para acompañar las comidas –más bien sería en el dulce campo de las golosinas– solía ser propio del “piscolabis” con galletas. Protagonistas de los visiteos entre las ociosas damas burguesas isleñas, tal como lo recogió –en una de

las más antiguas guías turísticas que se han editado, titulada: “**Madeira, Islas Canarias y Azores**”– por el británico Alfred. Salmier Brown, quien, al arribar, en 1887, así lo vio en la tan burguesa ciudad de Santa Cruz de La Palma.

Carecemos, sin embargo, de noticias relativas a la introducción de vides canarias en “la octava isla”: Venezuela –tierra tropical–, donde el vino aún no hay manera de que cuaje.

Sin embargo, atendiendo a la obra del profesor caraqueño, José Rafael Lovera: “**Historia de la Alimentación en Venezuela**”, sabemos –al menos– que allá los vinos preferidos, durante el siglo XVIII, *fueron, por encima de todos, el Málaga y el Canarias.*

En resumen: acabamos de repasar, eso sí, a vuela pluma, nada menos que el papel –relevante– que jugó Tenerife en la viticultura americana, desde Chile hasta California, que hoy puede convertirse en uno de los tantos elementos culturales que nos podrían ayudar a conformar –por ejemplo– parte del soporte editorial del Producto Turismo Enológico Canario.

Pero, aquella temprana explotación vitivinícola canaria, y sus exportaciones desde esa isla a América, que a mí se me antoja llamar “la vocación americanista”, había comenzado –obviamente– con los Viajes de Colon.

Según dejó constancia el cronista Gómez Escudero: Tenerife es *un lugar idóneo para cargar todo tipo de provisiones, que les rendían sus tierras de vino i azucars, viniendo navíos a cargar en el Puerto de Gando, i así tuvieron mucha largueza.*

A partir de entonces, La Isla se suma a La Gomera, La Palma y Tenerife en el próspero y continuado negocio de avituallamiento para barcos de celebérrimos marinos; aguerridos conquistadores o fecundos exploradores. Y no sólo los que iban hacia América, sino también los que

navegaban bajo la empeñada búsqueda de los puertos especieros asiáticos.

Tal “vocación americanista” se acrecentará –aún más– durante el reinado de Felipe II, al sustituirse el puerto de La Gomera: isla de señorío, por el de Las Palmas de Gran Canaria: isla de realengo. Con lo que se dieron pasos de gigante en las relaciones con el Nuevo Mundo. Intercambios humanos y comerciales que se traducirán en tan continuadas como rentables exportaciones de caldos.

De cualquier forma, lo que acabamos de exponer –en cuanto a las relaciones con América– no es categórico. No es exclusivo. Puesto que también Gran Canaria exportaba vinos a Europa, como –a su vez– Tenerife lo hacía a los territorios colonizados de Las Indias.

Durante el reinado del mencionado monarca, el 41% del vino canario se enviaba a Francia; el veintidós por ciento a Flandes, y el veintiocho por ciento a Portugal. Según ha dejado constancia el historiador –especializado en el comercio con América– Manuel Lobo Cabrera.

Sabemos, además, que también Tenerife producía –al menos en el siglo XVI– excelente vino Malvasía –el llamado *Canary*, el primer vino con denominación de origen de la Historia–. Tal y como dejó anotado el cronista Martín Suárez Armas, en unos de sus textos que vienen fechados en 1653.

Y no me he olvidado, de los otros productos alimenticios y bebidas que procuran la vida y el vino. Por el contrario: Quiero recordarles la importancia que tuvo también la explotación y exportación de aguardiente, de mistelas y de uvas pasas.

Siguiendo con otros pasos históricos, valga recordar que, años antes –concretamente en 1584– el ingeniero Leonardo Torriani, que llegó a las islas para cumplir una misión, encomendada por La Corona: Localizar y reforzar los fortines de los litorales de las islas, a fin de repeler las agresiones

piráticas, en su libro-informe –de innegable valor histórico– al detenerse en Gran Canaria dejó escrito que:

La fertilidad de la Isla es grande, de modo que, sin mucho labrar y cultivar, como más adelante se dirá, produce trigo, cebada, vino, azúcar y cualquier otra clase de fruta, y carne en abundancia.

Otra referencia –aún más temprana– del año 1560, la hallamos en otro texto imprescindible, el del británico Thomas Nichols. Y de él colijo que:

«La Isla Canaria produce un vino de especial bondad; y es también muy abundante en excelentes frutas ...»

Pero, rebobinemos la Historia: Poco antes de su salida al Nuevo Mundo, la vid había llegado desde la Península y otros lugares de la geografía europea –sin olvidar a Madeira, y su aportación de la cepa “malvasía”–. Y he de recordarles que el vino era, en la alimentación del castellano del Medievo, un complemento absolutamente necesario, ya que –ante la enorme carestía de la carne– fue imponiéndose, como fuente sustitutoria de calorías, en la dieta de las clases pobres. Que eran las que más abundaban.

Tal sucedió en Canarias. Tras la conquista durante el siglo XV: los colonos comenzaron a plantar –repito: para autoconsumo– todo tipo de cereales, legumbres y frutas; Cultivaron reses y plantaron viñas. Con lo que se rompería una virginal naturaleza a fin de integrarse en el mundo occidental. En la vida mediterránea. En la cultura del vino.

Y vale consignar que, durante los cinco siglos que conforman la Historia Canaria post-aborígen, se establecen en las Islas diversos monocultivos.

Primero fue la orchilla: un colorante para tejidos. Luego sería el azúcar, pero no el ron. Más tarde vendrá la cochinilla: otro colorante, esta vez

alimentario; y luego la barrilla, plátanos y tomates, y –finalmente– el turismo. Ciclos de prosperidad –todo hay que decirlo– tan promisorios como débiles.

El historiador francés, André Thevet, aseguró, en 1555, que: *El Malvasía canario es el mejor vino del mundo*. Así aparece consignado en su libro de viajes “**Las singularidades de la Francia Antártica**”.

Y, cinco años después –en 1560– el tan estudiado Thomas Nichols, factor de empresas británicas, del negocio azucarero y vinícola, en concreto, de Richard Hawkins, padre del célebre pirata, que atacó nuestras Islas, dejó anotado –en su libro “**Descripción de Canarias y Madeira**”– que: *el vino de las Canarias es gustoso, y muy fuerte, y se portea a las más partes del Mundo*.

Seguía contando Nichols que su amigo Roberts –un compatriota, que conocía más del asunto, pues había llegado, a las Islas, años antes– le decía que *es el mejor vino del Universo*.

Malvasía del que llegó a exportarse –a Inglaterra– en un solo año, a mediados del siglo XVI, nada menos que cinco millones de botellas. Tal y como ha asegurado un gran estudioso del tema: el catedrático de Historia Antonio Bethencourt.

Aún casi un siglo y medio después –concretamente en 1695– el cirujano, y sin embargo esclavista, Le Maire: todo un francés, que estuvo al servicio de la “Compañía Real Francesa del África”, dejó escrito –en su libro “**Los viajes del Señor Le Maire a las Canarias, Cabo Verde, Senegal y Gambia**”– que: *el malvasía canario es el mejor vino del mundo*.

Dicho lo cual, me sorprende que ese áureo y delicioso Malvasía, que tanto entusiasmo a Shakespeare, no fuera suficientemente incorporado a la actual viticultura canaria: la que surgió no hace más de quince años. Por el contrario, se han hecho ímprobos esfuerzos para vinificar tintos, rosados, y hasta espumosos. Algunas veces, con dudosos resultados.

Y no puede argüir que esos vinos de licor no disponen, hoy día, de un mercado –por cierto, cada vez más amplio– puesto que se están –también cada día– sirviendo, con quesos y con postres, en las mesas más elegantes. Que también aumentan día a día.

Y para colegir más datos, eso sí, muy pocos, sobre la cultura de la vid y el vino en Canarias, me permito comentarles –ya para ir finalizando– otros aspectos, que la convierten en una región singularísima:

La historia del viñedo y de sus vinos es tan singular como apasionante. Aparte de propiciar la actividad más larga en el tiempo fue un monocultivo muy absorbente, aunque menos complicado que su antecesor, el azúcar; si bien conoció dificultades en su comercio internacional, tanto por las competencias –sobre todo de Madeira y Oporto– como por las renovadas restricciones monopolistas –de Cádiz y Sevilla–, así como las tan estúpidas como ruinosas guerras, que nuestros monarcas mantuvieron con diversas potencias europeas.

Guerras que, en nuestras islas, se tradujeron en bloqueos económicos, al tiempo de caerle encima toda la piratería internacional, que aprovechando las contiendas de allá arriba justificaba los desmanes aquí abajo.

Y para entender –más aún– las singularidades de la viticultura canaria, me atrevo a adelantarles que

El vino es un “cocktail monumental” al que concurren cientos de variedades, que se mezclan con numerosos tipos de climas así como con distintos terrenos, y tras un mosto en violento movimiento, a manos del enólogo, que se vale del frío acero, termina aromatizándose con madera. Veamos:

La procedencia diversa de los primeros colonizadores, y la coincidencia en sus culturas, propiciaron la introducción de las mejores cepas a fin de lograr, cuanto antes, la producción para el consumo interno, evitándose, con

ello, la dependencia del exterior. Colonos andaluces, extremeños, castellanos, gallegos, vascos, portugueses y genoveses, entre otros, rivalizaron en su empeño, tratando de emular la calidad del vino del vecino. Lo que daría lugar a una riqueza varietal. Inigualable en otras partes del mundo.

Y así, la aportación cultural portuguesa aún está presente en diversas manifestaciones de nuestra viticultura, como, por ejemplo, la técnica del cultivo con las latadas.

En cuanto al clima, podemos convenir que –a pesar de que el archipiélago se sitúa en plena franja desértica– y algunas de sus islas se presentan como verdaderos continentes en miniatura; dándose –según la orientación y altitud– una sorprendente variedad de climas. Curiosamente, muy distintos a los del vecino Sahara.

Por otro lado, y al abordar otra de sus características: La Geología, bueno se hace recordar que –en general– el terreno insular es de origen volcánico, pero, a su vez, de gran fertilidad. Pudiéndose encontrar –debido a su formación en diferentes épocas geológicas– terrenos muy variados y en diversos estados de evolución. Los que ocupa la viña suelen ser ligeros, permeables y ricos en nutrientes minerales.

En este apartado, bueno se hace recordar a los cultivos de la Geria, en Lanzarote, considerados como Patrimonio Natural realizado por el hombre.

Tras el calamitoso XIX, y gran parte del XX, por los años ochenta, del pasado siglo, surge una nueva era: Llegan expertos enólogos y se dotan a las bodegas de la más moderna aparatología. Con lo que –entre tantas cosas– aquel horrible azufrado, de aquella “perra o fisca de vino” –que tanto gustaba al isleño rural– desaparece con la irrupción de frío y aséptico acero.

Se adopta, pues, la más moderna tecnología. Y nace un nuevo atributo para el vino: El hedonista: elegante y hasta lujoso elemento en la mesa más civilizada.

También, durante la segunda mitad del siglo pasado se crean consejos reguladores, (once), que coligen y apoyan la actividad de cientos de viticultores, al par que ejercen las preceptivas vigilancias.

Se implantan controles de temperatura. Se experimenta con los espumosos y con la maceración carbónica, que sigue las técnicas del Beaujolais. Y vuelven a traerse, desde Norteamérica y Francia, las más aromáticas maderas para guardas. En suma: se empieza a beber –en Canarias– nuevos, singulares y excelentes vinos de la tierra.

Y, así, poco a poco he intentado recoger –a vuela pluma– algunas de las tantas particularidades de la cultura de la vid en Canarias.

Obviamente –y por lo poco que da una charla como ésta– me he dejado atrás otros enfoques, que pueden animar a esa conformación del Producto de Turismo Enológico Canario.

Asuntos como podrían ser la recopilación –que he venido haciendo en los últimos cinco años– de un sin fin de crónicas, citas, anécdotas y curiosidades de la vid y el vino, realizadas por docenas de cronistas; ilustres marinos; curiosos viajeros; sesudos etnólogos, y otros muchos célebres personajes, durante cinco siglos.

Son muy diversos los enfoques históricos que tiene esa dilatada Historia y que –inteligentemente utilizados– pueden convertirse en libros divulgativos; folletos; mapas de rutas, etc., que, a su vez, pueden valer como elementos de Merchandising para ese Producto de Turismo Enológico. Del que hoy me ha tocado hablar.

Y para terminar, quiero decir, y les digo, que:

Comencé recordándoles que, en la Edad Media, el bíblico y milenarismo vino fue un alimento cotidiano más: tosco, duro, a veces demasiado alcohólico, cuyo principal interés radicaba en los necesarios aportes calóricos. Luego, a finales del siglo XIX, los avances científicos del Dr. Pasteur nos pusieron ante un producto de mayor calidad y asepsia, hasta convertirse –con los años y la tecnología– en un elemento de lujo: En un complemento imprescindible para la mesa más civilizada.

Y, ahora mismo, tras la puerta –que nos abre el siglo XXI– nos encontramos con que la viña y sus cultivos. Los vinos y sus bodegas –¡al fin también abiertas para las féminas!– se han convertido –seguro– en un interesante soporte para atraer a un Turismo de Calidad.

A un turismo sensible, culto, y –por ende– respetuoso con el medio ambiente: Es El Turismo Enológico. El Enoturismo.

