

Cuadernos de Estudios Gallegos, 71
Núm. 137 (enero-diciembre 2024), e12
ISSN-L: 0210-847X, eISSN: 1988-8333
<https://doi.org/10.3989/ceg.2024.137.12>

TRADICIÓN E INNOVACIÓN EN LA VITIVINICULTURA DE VALDEORRAS. DE LA RECUPERACIÓN DEL GODELLO AL ENOTURISMO

ALBERTO DEL CAMPO TEJEDOR
Universidad Pablo de Olavide, España
<https://orcid.org/0000-0001-7374-6215>
acamtej@upo.es

Copyright: © 2024 CSIC La edición electrónica de esta revista se distribuye bajo los términos de una licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

Como citar este artículo / Citation: Alberto del Campo Tejedor, “Tradición e innovación en la vitivinicultura de Valdeorras. De la recuperación del godello al enoturismo”, *Cuadernos de Estudios Gallegos*, 71, núm. 137 (2024), e12, <https://doi.org/10.3989/ceg.2024.137.12>

TRADICIÓN E INNOVACIÓN EN LA VITIVINICULTURA DE VALDEORRAS. DE LA RECUPERACIÓN DEL GODELLO AL ENOTURISMO

RESUMEN

Este artículo estudia el proceso que, en los últimos 70 años, ha situado al Godello valdeorrés como un producto y una marca exitosos. La información parte de dos proyectos de investigación, realizados entre 2015 y 2022. Tras una primera fase de encuestas a bodegas, la investigación adoptó un enfoque antrohistórico para indagar in situ las experiencias vitivinícolas. En concreto, en Valdeorras se llevó a cabo un trabajo histórico y etnográfico, con indagación en archivos, rastreo bibliográfico, entrevistas y, sobre todo, observación directa con los diversos actores: agricultores, bodegueros, técnicos, enólogos, incluso enoturistas. El estudio descubrió que el llamado “milagro del Godello” se ha basado en una singular colaboración entre diversas instituciones y los propios vitivinicultores que han trabajado bajo la estrategia de articular los saberes tradicionales con la innovación en toda la cadena de producción y venta.

PALABRAS CLAVE: *vitivinicultura; Godello; Valdeorras; siglo XX; tradición; innovación.*

TRADICIÓN E INNOVACIÓN NA VITIVINICULTURA DE VALDEORRAS. DA RECUPERACIÓN DO GODELLO AO ENOTURISMO

RESUMO

Este artigo estuda o proceso que, nos últimos 70 anos, situou o Godello valdeorrés como un produto e unha marca exitosos. A información parte de dous proxectos de investigación, realizados entre 2015 e 2022. Tras unha primeira fase de enquisas a adegas, a investigación adoptou un enfoque antrohistórico para indagar in situ as experiencias vitivinícolas. En concreto, en Valdeorras levouse a cabo un traballo histórico e etnográfico, con indagación en arquivos, rastreo bibliográfico, entrevistas e, sobre todo, observación directa cos diversos actores: agricultores, adegueiros, técnicos, enólogos, mesmo enoturistas. O estudo descubriu que o chamado “milagre do Godello” baseouse nunha singular colaboración entre diversas institucións e os propios vitivinicultores que traballaron baixo a estratexia de articular os saberes tradicionais coa innovación en toda a cadea de produción e venda.

PALABRAS CLAVE: *vitivinicultura; Godello; Valdeorras; século XX; tradición; innovación.*

TRADITION AND INNOVATION IN VALDEORRAS VITICULTURE. FROM THE RECOVERY OF GODELLO TO WINE TOURISM

ABSTRACT

This article studies the process, over the last 70 years, through which Godello wine from Valdeorras (Galicia, Spain) has become a successful product and brand. The information is based on two research projects, carried out between 2015 and 2022. After an initial phase of surveys in wineries, the research adopted an anthrohistorical approach to investigate wine experiences in situ. Specifically, a historical and ethnographic work was carried out in Valdeorras, with research in archives, bibliographic searches, interviews and, above all, direct observation with farmers, winemakers, technicians, oenologists, even wine tourists. The study discovered that the so-called “Godello miracle” is based on a unique collaboration between various institutions and the winemakers themselves, who have strategically worked to bring together traditional knowledge and innovation throughout the whole production and sales process.

KEY WORDS: *viticulture; Godello; Valdeorras; 20th century; tradition; innovation.*

EL Godello de Valdeorras está de moda. Desde hace unos años, esta comarca ha conseguido que la prensa especializada del vino la identifique como ejemplo. La prensa se deshace en elogios. Los datos de consumo y exportación confirman el progresivo asentamiento tanto a nivel nacional, como en diferentes países de Europa, América, incluso Asia. A pesar de ser una comarca relativamente desconocida para el público español y extranjero, contar con una producción de vino limitada y competir con otras Denominaciones de Origen y vinos más afamados de Galicia (Rías Baixas o Ribeiro), en el mundo de los productores y consumidores de vino se habla del “milagro del Godello”.

Este artículo se centra en la historia de un proceso que en pocas décadas ha convertido este vino de Valdeorras en un exitoso producto y una marca distintiva. Se analiza no solo cómo los vitivinicultores de esta comarca han sabido utilizar su conocimiento tradicional, sino cómo se han reinventado en un contexto de máxima competitividad. Así, el principal factor de este “milagro” se asocia a una singular articulación entre dos vectores que parecen opuestos, pero que aquí se conjugan complementariamente: la tradición y la innovación. La experiencia de Valdeorras contribuye a engrosar el conocimiento que tenemos sobre iniciativas vitivinícolas que han centrado su estrategia en esa combinación de lo antiguo y lo nuevo¹, muy particularmente en empresas familiares². La revisión de la literatura disponible demuestra que faltan estudios que analicen en casos concretos cómo se gesta esa singular estrategia y más aún que lo estudien de manera diacrónica³.

Ante una oferta creciente que en ocasiones satura el mercado, el consumidor busca un vino dotado de singularidad que se distinga del resto. Por un lado, existe un proceso de uniformización en cuanto a uvas, graduación, color, sabor, etc. Por otro, se busca la originalidad, que se traduce frecuentemente en la asociación entre calidad y producción local y sostenible⁴. El consumidor espera encontrar en el vino el sabor de la tierra, el origen, la tradición, la identidad cultural, pero también es crecientemente consciente de que solo es posible elaborar grandes caldos con un notable nivel de tecnología y profesionalidad⁵. La conjunción entre estandarización y singularidad, así como entre tradición e innovación, demanda de las bodegas y de los Consejos Reguladores un esfuerzo para distinguir a sus vinos.

El estudio de la experiencia en torno al Godello en la comarca y D. O. de Valdeorras permite extraer conclusiones útiles para otros proyectos agrarios y rurales en diferentes zonas. Conocer cómo se ha gestado y desarrollado este proceso, identificando los tipos de actores, los retos y las estrategias adoptadas, contribuye muy especialmente a ampliar el conocimiento que tenemos sobre el ámbito rural gallego. El desvelamiento de los factores de éxito resulta singularmente importante en comar-

¹ William NESTO, “Tuscan Wine: Tradition and Innovation”, *Gastronomica*, 1, 1 (2001), págs. 83-85.

² Demetris VRONTIS, Stefano BRESCIANI y Elisa GIACOSA, “Tradition and innovation in Italian wine family businesses”, *British Food Journal*, 118, 8 (2016), págs. 1883-1897.

³ Stefano BRESCIANI, Demetris VRONTIS y Alkis THRASSOU, “Change through innovation in family businesses: evidence from an Italian sample”, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 9, 2 (2013), págs. 195-215; Piergiorgio RE, *La gestione dell'innovazione nelle aziende familiari*, Turín, Giappichelli, 2013.

⁴ Abel DUARTE, “Wine as a unique and valuable resource: An exploratory study on wine consumers on La Palma Island”, *British food journal*, 117, 11 (2015), págs. 2757-2776; Nadia PALMIERI y Maria Angela PERITO, “Consumers' willingness to consume sustainable and local wine in Italy”, *Italian Journal of food science*, 32, 1 (2020), págs. 222-233.

⁵ Thomas ATKIN, Rosanna GARCÍA y Lawrence LOCKSHIN, “A multinational study of the diffusion of a discontinuous innovation”, *Australasian Marketing Journal*, 14, 2 (2006), págs. 17-33; Barbara BONNEKESSEN, “Food is good to teach an exploration of the cultural meanings of food”, *Food, Culture and Society*, 13, 2 (2010), págs. 279-295; Francesco CONTÒ, Demetris VRONTIS, Mariantonietta FIORE y Alkis THRASSOU, “Strengthening regional identities and culture through wine industry cross border collaboration”, *British Food Journal*, 116, 11 (2014), págs. 1788-1807.

cas, como las que abundan en Galicia, que padecen, desde mediados del siglo XX, el envejecimiento y la pérdida de población, notables niveles de dependencia, abandono del sector agrario y, en general, un acusado declive demográfico y socioeconómico⁶. Las estadísticas indican que Valdeorras es una de las comarcas gallegas que mejor comportamiento muestra en cuanto a frenar la despoblación rural⁷. El fortalecimiento, desarrollo y modernización de la vitivinicultura constituye, sin duda, uno de los factores que explican esta tendencia y se enmarca dentro de las estrategias socioeconómicas que, según algunos autores⁸, son necesarias para corregir los problemas de las comarcas rurales y de interior de Galicia.

Nuestro estudio supone también una contribución a la historia de la vitivinicultura, un área académica de creciente interés, pero que no suele centrarse tanto en la época contemporánea. Así, existen aproximaciones sobre el vino de Valdeorras en la antigüedad romana⁹, en relación a las comunidades monásticas del Medievo¹⁰ o incluso en los siglos XVIII y XIX¹¹. Pero apenas se ha abordado la vitivinicultura valdeorresa de los últimos 150 años.

La información para este artículo parte de dos proyectos de investigación realizados conjuntamente por historiadores, antropólogos sociales, especialistas en dirección de empresa y estudiosos del marketing. En el primero de ellos (ejecutado entre 2015 y 2017) se analizaron los factores —tanto internos en las bodegas, como contextuales— que afectaban a la sostenibilidad de los proyectos vitivinícolas. La segunda investigación (enero de 2020-diciembre de 2022) se centró en los bodegueros (pasados y actuales) y la implantación local-comarcal de las iniciativas vitivinícolas, con especial énfasis en el enoturismo. En ambos casos, se dio mucha relevancia al análisis de las prácticas y discursos que articulan la tradición y la innovación, lo que constituye el verdadero *leitmotiv* de algunas de las comarcas vitivinícolas estudiadas.

Los dos estudios se llevaron a cabo con una metodología mixta cuantitativa-cualitativa. A través de encuestas y otras técnicas cuantitativas, se realizaron mediciones sobre competitividad, sostenibilidad, innovación y desempeño en la industria vitivinícola a nivel nacional, teniendo en cuenta tanto el contexto de la bodega como el marco comarcal en que se inserta. En ambos proyectos, la primera fase de índole cuantitativa dio pie a otra cualitativa, con indagación en archivos, rastreo bibliográfico, entrevistas estructuradas y semiestructuradas y trabajo de campo etnográfico en una selección de comarcas, en las que se llevó a cabo observación directa en estancias prolongadas entre 30 y 50 días. Junto al análisis de fuentes documentales escritas, nuestra indagación ha puesto énfasis en la historia oral, en términos de la propia construcción discursiva de los protagonistas acerca de su experiencia. La combinación del enfoque histórico y etnográfico, la priorización de la propia perspectiva de los sujetos del proceso estu-

⁶ Román RODRÍGUEZ GONZÁLEZ (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013.

⁷ Xosé MARTÍNEZ y David PEÓN, “Patróns de despoboamento do rural gallego: unha análise por comarcas”, *Revista Galega de Economía*, 24, 1 (2015), págs. 63-80.

⁸ Antonio MÉNDEZ, “Desarrollo y espacio rural en Galicia”, en Román Rodríguez González (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013, págs. 78-97; José Manuel ANDRADE CALVO, “Retos económicos do mundo rural en Galicia”, en Román Rodríguez González (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013, págs. 160-188.

⁹ Xosé GAYOSO DÍAZ, “Os viñedos e o viño de Valdeorras na época romana”, en *II Semana de Historia de Valdeorras. Época prerromana y romana*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1988 (Cuaderno monográfico, 6); José FERNÁNDEZ PÉREZ, “Un lagar de época romana en Fontei”, *IEV Cuadernos ordinarios*, 9 (1993), págs. 13-19; Ana María SUÁREZ, “El vino en la antigüedad romana y su introducción en el Noroeste Peninsular”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino, Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 43-66.

¹⁰ César OLIVERA SERRANO, “El vino y las comunidades monásticas en la Valdeorras medieval”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino, Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 145-156.

¹¹ Antonio CASTRO VOCES, *Valdeorras a mediados del siglo XVIII según el Catastro del Marqués de la Ensenada*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1993; Antonio PRESEDO GARAZO, “Vitivinicultura e hidalguía en la Comarca de Valdeorras, 1750-1850”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino, Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 259-294.

diado, así como la interacción participante de los investigadores en su cotidianidad permite encuadrar nuestro estudio dentro de lo que ciertos autores han denominado “antrohistoria”¹².

En este artículo describimos un proceso que configura un ejemplo significativo de recuperación, adaptación e innovación sociocultural, organizacional y empresarial. Aunque aludimos al papel que la vitivinicultura ha jugado en Valdeorras desde sus orígenes, en este artículo nos centramos especialmente en el período que va desde mediados del siglo XX hasta la actualidad, y muy particularmente en lo acontecido en los últimos 50 años. Obviamos los resultados más cuantitativos y económicos de la vitivinicultura en Valdeorras, en términos de la productividad, los puestos de trabajo, los índices de modernización, la viabilidad económica de las bodegas y otras variables que hemos tenido en cuenta en nuestro estudio. Tampoco hay espacio en este texto para contextualizar el caso de Valdeorras en la Política Agraria Comunitaria o el mercado global de la agroindustria en el que se inserta (incluyendo la volatilidad de los costes de producción, las normativas de calidad o las fluctuaciones de la demanda vinatera y las modas de consumo). Priorizamos en este artículo la intrahistoria de este proceso de desarrollo rural en torno al Godello: los hitos que han marcado su devenir, las estrategias adoptadas desde dentro, los testimonios y la experiencia de sus protagonistas, especialmente en lo que ha sido objeto de nuestro escrutinio directo en el terreno, a través de un enfoque eminentemente histórico y etnográfico.

CONTEXTUALIZACIÓN

La comarca de Valdeorras está situada en la parte nororiental de la provincia de Orense y está dominada por un fértil valle que forma el río Sil, donde crecen olivos, castaños y viñedos. Los 972 km² están habitados por unas 25.000 personas. El agua y el vino han marcado la historia de esta tierra desde época de los romanos. La extracción de oro en sus ríos y el cultivo de vid en sus laderas han sido constantes que han llegado hasta la actualidad¹³. Junto a la vitivinicultura y la ganadería, también la explotación de canteras de pizarra ha constituido una actividad de creciente importancia desde el siglo XIX, más aún a partir del siglo XX¹⁴.

Hoy en día, siete de los nueve municipios de la comarca tienen viñedos incluidos en la D. O. de mismo nombre —Valdeorras—, una de las cinco existentes en Galicia. La D. O. de Valdeorras cuenta con una superficie plantada de unas 1.200 hectáreas y un número análogo de vitivinicultores. Estos tienen sus fincas, sobre todo, en las cuencas del Sil, Xares y Bibei, y producen vino en casi medio centenar de bodegas. Creada en 1945, la D. O. se mantuvo relativamente desconocida para el gran público durante décadas, limitándose a una producción al por mayor y una distribución básicamente comarcal y regional. Entre finales de los 50 y principios de los 60 del siglo pasado se crean cooperativas que aúnan a una buena parte de los vitivinicultores de la zona. La *Cooperativa Jesús Nazareno* será pionera en comercializar vinos embotellados, mientras que en 1964 nace la *Bodega Cooperativa Rúa*, integrada hoy en día por 850 socios.

No es hasta los años 80 cuando los vinos de Valdeorras dan un salto de calidad. A juicio de los actuales y pasados técnicos de la D. O., así como de los principales vitivinicultores de la comarca, la responsable de este salto es, sin lugar a dudas, la recuperación de la Godello. Esta es una uva autóctona, mermada tras la filoxera y rescatada a raíz de un proyecto llamado REVIVAL (Reestructuración del Viñedo de Valdeorras), iniciado en 1974. Esta iniciativa, sostenida a lo largo del tiempo, y continuada por un intenso esfuerzo de investigación y experimentación, logró primero frenar el progresivo

¹² Edward MURPHY, David William COHEN, Chandra D. BHIMULL, Fernando CORONIL, Monica Eileen PATTERSON y Julie SKURSKI (eds.), *Anthrohistory: Unsettling Knowledge, Questioning Discipline*, Ann Arbor, University of Michigan, 2011.

¹³ GAYOSO DÍAZ, “Os viñedos...”; FERNÁNDEZ PÉREZ, “Un lagar...”; José Manuel VÁZQUEZ VARELA, “Etnoarqueología de la extracción del oro en los ríos en el noroeste de la Península Ibérica”, *Trabajos de Prehistoria*, 52, 2 (1995), págs. 157-161; Antonio CASTRO VOCES, “Antecedentes históricos da Valdeorras vitivinícola”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 33-57.

¹⁴ Elvira LINDOSO, “La industria de la pizarra española en perspectiva histórica”, *Investigaciones de Historia Económica*, 11 (2014), págs. 52-61.

abandono de los viñedos, después invertir esta tendencia y finalmente situar al Godello como el icono de una zona, cuyo nombre ha traspasado fronteras. Para uno de los que fuera presidente del Consejo Regulador, *la recuperación del Godello fue la recuperación de nuestra identidad y esto nos ha servido de carta de presentación en todo el mundo*.

Es cierto que la uva Godello ha demostrado formar una magnífica simbiosis con las circunstancias medioambientales de Valdeorras, hasta el punto de que puede afirmarse que constituyen un magnífico *terroir*¹⁵. En ese sentido, los frecuentes suelos de pizarra favorecen el drenaje, estimulan el sistema radicular de las vides, absorben el calor (que se libera por la noche) y se laboran fácilmente. Por su parte, el clima oceánico-mediterráneo, con una media de 11 grados, es especialmente benigno en las frecuentes laderas (entre 300 y 700 metros de altura), menos húmedas que en el resto de Galicia. En estas circunstancias, la Godello da un vino de excelente calidad, a pesar de que su rendimiento es más bien bajo y sea proclive a ciertas enfermedades y plagas, como el oídio y el mildiu¹⁶.

Sin embargo, el éxito del Godello de Valdeorras no deriva exclusivamente de la bondad de su uva, ni de las condiciones geográficas y climáticas de la zona, sino de una particular conjunción de factores, y muy particularmente de un dilatado proceso de experimentación, en el que ha jugado un papel relevante el intento de conciliar creativamente lo tradicional y lo innovador, tanto en la viticultura, como en la producción en bodega, la distribución, el marketing, la venta, y, últimamente, otras actividades de promoción y generación de recursos como el enoturismo.

LA APUESTA POR EL GODELLO

Como ocurre en la mayoría de comarcas y Denominaciones de Origen en España, son varias las uvas cultivadas en Valdeorras: blancas como Dona Branca o Palomino y tintas como Sousón, Brancellao, Merenzao (María Ordoña), Negreda, Garnacha Tintorera, Alicante, Tempranillo o Grao Negro. Sin embargo, no son estas las que han reportado una creciente fama a los vinos de Valdeorras, sino la Mencía y, sobre todo, la Godello. Que la Mencía sea la uva emblemática de la cercana D. O. del Bierzo, y que constituya una uva foránea introducida a raíz de la filoxera, explica parcialmente que los esfuerzos se hayan dedicado en Valdeorras a la Godello. Si en el año 2000, el 90% de la uva blanca cultivada en Valdeorras era Jerez o Palomino, hoy en día la uva Godello ocupa el 60% de la producción, siendo de las pocas Denominaciones de Origen en España con una mayor producción de blanco que de tinto.

En épocas anteriores a la filoxera, diversos testimonios ya identifican la Godello como una uva característica de Valdeorras, tal como podemos leer en *Observaciones sobre el cultivo de la vid en Galicia*, de Antonio Casares, el cual se refería a la “verdello”, que es el nombre que recibe la Godello en Lugo¹⁷. En la Exposición Vitivinícola Nacional de 1877 se especifica que el *Godello branco* se cultiva singularmente en Orense y en Lugo. En todo caso, los vinos de Valdeorras no tenían ningún prestigio, justo en el momento en que la filoxera arrasó con todos los viñedos en 1882. Tampoco hay que pensar que dicha uva predominara en todos los viñedos¹⁸. Se calcula que no más de un tercio de los viñedos estaban plantados de Godello, la misma cantidad que de Mouratón¹⁹.

El arraigo de la vitivinicultura en Valdeorras explica que fuera precisamente un médico y cosechero de esta comarca —el doctor José Núñez Núñez— quien descubriera en Galicia el eficaz método contra la filoxera, consistente, como es sabido, en realizar injertos sobre plantas de origen americana. Por la

¹⁵ Por el término francés de *terroir* se conoce la particular ecuación en cada contexto de variables como el suelo, el clima, la altura o la orientación.

¹⁶ José Luis HERNÁNDEZ, “Godello: o retorno ó nativo”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 63-64.

¹⁷ Antonio CASARES, *Observaciones sobre el cultivo de la vid en Galicia*, Santiago de Compostela, Imprenta de la viuda e hijos de Compañel, 1843.

¹⁸ María del Carmen MARTÍNEZ RODRÍGUEZ *et al.*, *Referencias históricas y características ampelográficas de las principales variedades de vid cultivadas en Valdeorras*, Ourense, Deputación Provincial de Ourense, 2005.

¹⁹ CASTRO VOCES, “Antecedentes...”, pág. 43.

particular orografía de Valdeorras, donde priman las laderas, era imposible aquí seguir el otro método que se barajaba en la época: sumergir los viñedos en agua durante 50 días. El médico en cuestión organizó un criadero de vides americanas, del que hay constancia gráfica. Garnacha, Tempranillo, Tinta Aragonesa, Viura y otras variedades se injertaron sobre patrones americanos, tales como Riparia Gloria de Montpellier, Riparia Rupestris o Rupestris de Lot Aramón. Tales vinos eran no solo resistentes sino abundantes, pero estaban en las antipodas de las variedades autóctonas anteriores a la filoxera. La práctica totalidad de viñedos gallegos se repobló, tras la filoxera, con Palomino, una uva de mucha producción pero que, en Galicia (a diferencia de lo que ocurre en Andalucía), no da buenos vinos. Aún hoy, la mayor parte de las uvas de Galicia son de la variedad Jerez y Alicante. En realidad, ya en las cuatro décadas anteriores a la filoxera se habían sustituido muchas variedades autóctonas por otras que eran más resistentes al oídio y el mildiu. Estas enfermedades, junto a la filoxera, serán las responsables de que entrara en la zona la otra uva emblemática hoy en la D. O. de Valdeorras, la Mencía, oriunda de Francia. La uva Godello desapareció virtualmente.

El primer reglamento de la D. O., de 1957, dará un impulso a la Godello, estableciendo que, entre las uvas blancas, solo esta variedad, junto con el generalizado Jerez, sería admitida. El segundo reglamento, de 1977, limitará la densidad de cepas y la producción máxima por hectárea, estableciendo un Comité de Calificación de los vinos. Hacia dos años aproximadamente que la Agencia de Extensión Agraria del Barco de Valdeorras había impulsado el mencionado Plan REVIVAL. La escasa calidad y rentabilidad que tenían los vinos valdeorreses hasta ese momento venía provocando un progresivo abandono de los viñedos, tendencia que el plan se propuso invertir, apostando por la recuperación de la Godello, sobre cuyo uso vitivinícola se tenían conocimientos seculares, al tratarse de una uva autóctona. Apoyado por el Consejo Regulador de la D. O. y otras entidades privadas y públicas, el plan REVIVAL tuvo como protagonistas a dos hombres: Luis Hidalgo, enólogo y catedrático de viticultura de la Escuela de Ingenieros Agrónomos de Madrid, y Horacio Fernández, jefe entonces de la oficina de Extensión Agraria en la comarca, al que sus paisanos reconocen hoy como *o pai do Godello* (el padre del Godello).

El plan se propuso poner a prueba los saberes tradicionales sobre la vitivinicultura del Godello, recuperar los viñedos abandonados, pero también formar e informar a los vitivinicultores sobre la base de experimentar e innovar. “Renovarse o morir” fue la consigna de un puñado de enólogos, viticultores y bodegueros de la comarca a mediados de los años 70. En 1976 se iniciaron los primeros injertos de Godello y un año más tarde se creó una viña experimental, lo que supuso el primer intento de una estación enológica en Galicia que investigara la producción vitivinícola *in situ*. En 1981 se conseguían los primeros vinos de una uva “redescubierta” con el propósito de aumentar la calidad y convertir la vitivinicultura en un negocio rentable. Un año más tarde llegaban los primeros depósitos de acero inoxidable. Paralelamente seguía creciendo el conocimiento sobre el Godello en Valdeorras. Un estudio realizado entre 1984 y 1986 demostraba que esta uva autóctona era mucho más apta para los vinos de calidad que el Jerez o Palomino, pues esta uva, originaria de Andalucía, produce —bajo las condiciones de suelo y clima de Galicia— mostos poco azucarados y valores bajos de ácidos tartáricos²⁰. Entre 1984 y 1992, e inserto en el *Plan de Selección Clonal y Sanitario de la vid en Galicia*, se llevó a cabo primero una selección policlonal de cepas, que posteriormente fueron testadas en idénticas condiciones de cultivo, para comparar los vinos resultantes en términos de parámetros enológicos y de valoración organoléptica, lo que en última instancia nutrió a los viveristas de la zona de excelente material. En esta tarea fue fundamental la ayuda de José Luis González Mantilla, del Instituto de Investigaciones Agrobiológicas de Galicia (CSIC), pionero en la realización de selecciones clonales de vid en España.

El plan REVIVAL llevó a cabo numerosas investigaciones para mejorar los sistemas de conducción y poda, calificar la densidad y la disposición de las plantaciones, elegir el mejor portainjerto, estudiar las características del suelo y otros elementos clave en la mejora de la producción de Godello. Otros avances fueron generados posteriormente en la EVEGA (Estación de Viticultura y Enología de Galicia), pero también en otros ámbitos fuera de la región, donde la Godello fue considerándose poco a

²⁰ Manuel Maximino LOSADA ARIAS, “Estudo de tres variedades brancas cultivadas en Valdeorras”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 99-100.

poco como una uva con tanto pasado como futuro²¹. Los esfuerzos de investigación no disminuyeron en la década de los 90: varios investigadores defendían sus tesis doctorales sobre el vino de Valdeorras en universidades como las de Vigo o Santiago de Compostela.

Viticultores, bodegueros, enólogos, técnicos de la administración, investigadores universitarios, trabajaron codo a codo junto con el Consejo Regulador, uniendo sus intereses para crear proyectos conjuntos, lo que constituye una *rara avis*, en comparación con otras experiencias vitivinícolas estudiadas. Particularmente ciertos bodegueros jugaron un papel fundamental.

VIEJOS Y NUEVOS BODEGUEROS

Con la excepción de las dos grandes cooperativas (fundadas en 1958 y 1964), y unas pocas bodegas que ya existían a mediados del siglo XX, la mayor parte de las que hoy producen Godello son relativamente recientes, aunque sus promotores sean frecuentemente herederos, en muchos casos, de una tradición familiar que se remonta a varias generaciones. Por un lado, el 50% aproximadamente de las bodegas que actualmente están inscritas en la D. O. son iniciativas que comenzaron su andadura en el siglo XXI, cuando el Godello de Valdeorras empezaba a afianzarse entre los consumidores. Sin embargo, no son estas las que han protagonizado el proceso de recuperación, mejora y afianzamiento del vino de Valdeorras, sino un puñado de empresas que impulsaron la reestructuración de la vitivinicultura en Valdeorras particularmente desde los años 80. En 1982, un experimentado y sagaz vitivinicultor, Joaquín Rebolledo, decidió arriesgar apostando por la reestructuración del viñedo y la modernización de su producción. Hoy es el primer productor de la comarca. También a mediados de los 80, los dos principales auspiciadores del plan REVIVAL se involucran en sendas iniciativas vitivinícolas que aún hoy son santo y seña del Godello de Valdeorras. Luis Hidalgo será el enólogo de los hermanos Guitián en la bodega *A Tapada*, una de las más premiadas de Valdeorras. En 1992 conseguirán elaborar un vino Godello en barrica y tres años más tarde construyen una nueva bodega para afianzar los procesos de modernización y aumentar la producción. Por otra parte, el enólogo Horacio Fernández —el otro impulsor del “milagro del Godello”— convence a cinco amigos para fundar en 1986 la empresa *Bodegas Godeval*, cultivando dos hectáreas de viñedo y produciendo no más de un millar de botellas. No son los únicos: en 1989 Amadeo López Ferrer crea *Bodegas Ruchel* con una primera producción de 10.000 botellas, y en 1991, la familia Prada inaugura la bodega *Valdesil*, recuperando *pezas* o pequeñas parcelas de viñedo, e innovando con técnicas pioneras en España.

La decisión de estos bodegueros era arriesgada. Lo más fácil era seguir vendiendo la uva a las cooperativas, pero los esfuerzos por crear vinos de calidad empiezan a dar sus frutos en los años 90. El vino *Joaquín Rebolledo Godello* consigue el *Zarcillo de oro* en 1993, lo que animará al resto de vitivinicultores de la zona. Los vinos de Guitián serán premiados en el *Challenge International du Vin Vinexpo* en Burdeos, entre los años 1997 y 1999. Los pioneros eran aplaudidos y sus iniciativas empezaban a ver la luz de la rentabilidad. Hoy, estas bodegas, reconocidas y con amplia experiencia, son también las que están más consolidadas y tienen una mayor producción: *Ruchel* tiene capacidad para medio millón de botellas al año; *Joaquín Rebolledo* produce 380.000 unidades; *Godeval* 150.000 y *A Tapada* 120.000. Los que más tardíamente se han incorporado son en gran medida antiguos vitivinicultores que se han decidido a elaborar vinos de calidad bajo el amparo de la D. O., una vez consolidado el éxito del Godello. Es el caso de *Sampayolo*, *Bioca* o *Roandi*, auspiciadas en 2002, 2004 y 2008 respectivamente, por familias de vitivinicultores arraigadas en la zona.

Relevante ha sido el papel desempeñado ya en el siglo XXI por ciertos productores con prestigio, que han desembarcado en Valdeorras seducidos por el Godello: *Telmo Rodríguez*, *Viña Costeira* o *Rafael Palacios*. Este último es un conocido enólogo y bodeguero de la Rioja, que —atraído por la singularidad de la tierra, el clima y la uva de Valdeorras— comienza a producir en 2004 unos vinos que han obtenido las máximas distinciones en el panorama mundial. Otro tanto puede decirse de la familia Rodero-Villa,

²¹ Así, por ejemplo, se llevaron a cabo varias investigaciones sobre diferentes características del Godello en el CTTV “El Socorro” (IMIDRA) en Madrid.

artífice del célebre tinto de la Ribera del Duero comercializado como *Pago de los Capellanes*, y que se instala en Valdeorras en 2014 para crear una bodega—*Luar do Sil*— trasladando su filosofía de producción de la Ribera del Duero a los viñedos de Godello situados en la parte alta de Seadur. En otro tiempo, algunas de estas empresas hubieran optado por elegir alguna zona de Rueda o Rías Baixas para lanzar al mercado un blanco, pero en los últimos años la fama del Godello convence a enólogos y bodegueros, así como a un creciente número de jóvenes que deciden probar suerte en esta tierra.

En definitiva, el Godello de Valdeorras debe su escalada de éxito al trabajo conjunto de muchos actores sociales (incluyendo ciertas instituciones, como el propio Consejo Regulador), pero muy particularmente al tesón de un puñado de vitivinicultores, que aún hoy son reconocidos en la comarca como los fundamentales impulsores de una iniciativa de remodelación, innovación y experimentación, que muchos otros han decidido emular en los últimos años. No todo fue innovación. Creen estos mismos emprendedores que en el resurgir del Godello ha sido igualmente importante asentarse en la tradición.

LA TRADICIÓN

En los monográficos sobre el vino de Valdeorras, las guías turísticas, pero también en los discursos recogidos durante el trabajo de campo en jornadas vitivinícolas (como las Jornadas de Portas Abertas nas Rutas dos Viños de Galicia), las ferias del vino (como Baco Festa, celebrada en A Rúa), las entrevistas personales a vitivinicultores, bodegueros y técnicos de la D. O., incluso en ciertas visitas turísticas a las bodegas, se repite un mensaje que constituye algo así como la cantinela de fondo de la viticultura en Valdeorras: *cultivar y beber Godello es una antigua tradición que se remonta a los romanos; los romanos ya se dieron cuenta que la tierra, el clima y el tipo de uva hacía un vino particular*.

Efectivamente hay datos que avalan la importancia de Roma en la zona, así como su relación con el vino, como ya hemos anotado. Así como no hay duda de que Plinio ya citó a las gentes de Valdeorras, tampoco lo hay de la importancia que tuvo la *Vía Nova* romana, realizada en época de Flavio, y que comunicaba Bracara Augusta (la actual Braga) con Astorga. Por ella traspasaba el oro que se extraía de la cercana mina de las Médulas. Las investigaciones permiten manejar la tesis de que el origen de la Godello está en las variaciones que introdujeron los romanos sobre cepas silvestres²². La pervivencia de multitud de hitos miliarios, de bastantes tramos de calzada, así como de varios puentes romanos (como el Puente Bibei, declarado *Monumento Histórico Artístico* en 1931) y otros vestigios, han permitido a los vitivinicultores de Valdeorras dotar a sus vinos de una imagen de marca vinculada a la Antigüedad. Ciertas coincidencias son singularmente explotadas por las bodegas, así por ejemplo un ara dedicada precisamente al Dios Baco y que se encuentra en la iglesia de San Turxo (Millrouso). En ella un tal Gavio Veteio pedía protección a Libero Patri, el dios del vino, por una buena cosecha²³. Esta imagen, reproducida en libros, folletos y todo tipo de marketing, llega más fácilmente al consumidor, que los estudios arqueológicos que, por otra parte, han evidenciado efectivamente la presencia de lagares romanos en la zona²⁴.

Testimonios sobre la importancia de la viticultura en la zona se repiten en la Edad Media, singularmente a partir del siglo X, sobre todo a raíz de la tradición vitivinícola de los monjes benedictinos²⁵. La comarca se impregna de misticismo por cuanto Valdeorras era paso obligado también en el llamado *Camino de Invierno* a Santiago, es decir, el que durante siglos han elegido los peregrinos en la época más fría del año, para evitar el ascenso al puerto de Piedrafita. En la memoria de la gente de Valdeorras quedó grabada que la comarca constituía un paso tranquilo, que aprovechaba el curso del río Sil.

El arraigo de la vitivinicultura no es menor en la época moderna. Por el Catastro del Marqués de la Ensenada sabemos que el cultivo de la vid era predominante en Valdeorras²⁶. Los viñedos en bancales

²² HERNÁNDEZ, “Godello: o retorno...”, pág. 63.

²³ José Manuel CAAMAÑO, *Arqueología romana en Valdeorras*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1988.

²⁴ FERNÁNDEZ PÉREZ, “Un lagar...”.

²⁵ CASTRO VOCES, “Antecedentes...”, pág. 35.

²⁶ CASTRO VOCES, *Valdeorras a mediados...*

forman parte del paisaje habitual, lo que ha quedado en la memoria valdeorresa. En el inventario del Santuario de las Ermitas do Bolo, de 1789, aparecen más de 200 fincas dedicadas a la viticultura. Se calcula que una tercera parte de las uvas plantadas en Valdeorras en esa época era de Godello²⁷. En el siglo XIX, los blancos de la zona eran conocidos en Galicia, especialmente los derivados de Godello y Dona Blanca. Solo la filoxera —recuerdan los valdeorreses— dieron al traste con las variedades locales.

Asociar la producción moderna de vino en Valdeorras a la vitivinicultura romana o medieval puede ser visto como lo que Hobsbawn y Ranger llaman una “invención de la tradición”²⁸. Sin embargo, los vitivinicultores de Valdeorras no creen que se trate solo de una estrategia de marketing. Están convencidos de que aquí *se respira tradición, un conocimiento antiquísimo, que viene de nuestros ancestros* y que el descubrimiento, en los últimos años, del papel que el vino ha jugado en esta comarca desde hace siglos no ha hecho más que revalorizar el conocimiento tradicional, que hasta hace poco se desdénaba. Los datos acerca de la vitivinicultura arcaica pueden ser tomados como un “capital cultural simbólico”, en términos de Bourdieu²⁹. Aunque la mayoría de prácticas consideradas tradicionales no pueden retrotraerse a tantos siglos atrás, el conocimiento de la centralidad de la vitivinicultura en Valdeorras durante tanto tiempo ha generado un orgullo y una identificación con esa actividad.

El proceso de reestructuración iniciado a mediados de los 70 no miró solo al futuro y la innovación, sino intentó recuperar el conocimiento vitivinícola que se estaba perdiendo, al mismo ritmo que se abandonaban los viñedos y las bodegas. Este ánimo revivalista queda claro en las propias iniciativas de los bodegueros. Joaquín Rebolledo restaura a principios de los años 80 una cueva familiar (la Mina), construida en el siglo XVIII, a pocos metros de un yacimiento aurífero romano. En 1988, la bodega *Godeval* reutiliza una parte del edificio medieval del Mosteiro de Xagoaza. La propia palabra REVIVAL resultaba simbólica: *se trataba de recuperar algo que se estaba muriendo, como tantas cosas en Galicia*.

La estrategia de recuperar viñedos, prácticas de cultivo, bodegas y, en general, saberes tradicionales, modernizarlos y someterlos a un proceso continuo de experimentación, fue seguido por muchos otros vitivinicultores. La bodega *A Coroa*, fundada en 2002, fue auspiciada por dos empresarios de éxito, que dejaron de lado parcialmente sus anteriores emprendimientos en el mundo de las finanzas y de la minería. El actual edificio se construyó sobre una antigua bodega y lagar de hace unos 300 años, que languidecía semiderruido y abandonado. La bodega y parte de sus viñedos más emblemáticos se asientan sobre un antiguo castro celta, romanizado posteriormente. Al reconstruir el edificio, con una estética contemporánea pero utilizando materiales nobles y autóctonos (como la madera o la pizarra), estos empresarios escenifican la misma lógica de innovación dentro de la tradición que es posible saborear en sus vinos.

Si la mitad de las iniciativas vitivinícolas de la D. O. se erigieron ya en el siglo XXI, no es casualidad que en Valdeorras casi todas hagan gala de continuidad intergeneracional y pivoten su actividad sobre una praxis e imagen que trata de recuperar y modernizar lo arcaico. *Melillas* (A Rúa) construye su bodega sobre los restos de una antigua edificación, y *O Ribouzo* (Valencia do Sil) sobre la antigua bodega doméstica, de arquitectura tradicional. Otras bodegas aprovechan banales que los arqueólogos consideran originarios de la época romana, especialmente en laderas soleadas. Desde tiempo inmemorial, los agricultores han aprovechado un singular clima mediterráneo-oceánico, con más de 2.000 horas de sol y una pluvimetría entre 850 y 1.000 mms. Otro de los contextos tradicionales son las cuevas, especie de bodegas subterráneas donde las familias guardaban el vino. En la *Descripción económica del Reino de Galicia*, publicado en 1804, se recoge la abundancia de estas cuevas en la comarca, las cuales habrían sido imprescindibles para preservar el vino de los calores estivales³⁰. A pesar de que los vinos producidos allí no gozaban precisamente de buena fama, hoy sirven las cuevas como reclamo turístico y contexto festivo.

²⁷ HERNÁEZ, “Godello: o retorno...”, pág. 63.

²⁸ Eric HOBBSBAWN y Terence O. RANGER, *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University, 1983.

²⁹ Pierre BOURDIEU, “Las formas de capital”, en *Poder, Derecho y Clases Sociales*, Bilbao, Desclée, 2000, págs. 131-164.

³⁰ José Lucas LABRADA, *Descripción económica del Reino de Galicia*, Ferrol, Imprenta de Don Lorenzo José Riesgo Montero, 1804, pág. 89.

LA ARTICULACIÓN ENTRE TRADICIÓN E INNOVACIÓN EN LA VITIVINICULTURA VALDEORRESA

La concepción romántica y costumbrista ensalza la vida del campo frente a la de ciudad, incluyendo las formas de producción, las culturas del trabajo, las expresiones ritual-festivas y aun la alimentación. Se cae así en el tópico de que “cualquier pasado fue mejor”. En las entrevistas y el trabajo de campo llevados a cabo en Valdeorras quedó claro que ni los productores, ni los técnicos, abrazaban una visión simplista del pasado. Antes bien, tienen claro que la producción de Godello previa a la filoxera no debía gozar precisamente de mucha calidad, igual que ocurría en otras zonas de España. Lo esencial era, entonces, producir mucha cantidad.

Los testimonios que nos han llegado demuestran que no basta con reproducir los saberes agrarios tradicionales. La anteriormente mencionada *Descripción económica del reino de Galicia* se hace eco de un informe de José Miramontes Caballero. Por un lado, este vecino de Viloiira asegura que los vinos tintos y blancos de Valdeorras son *de muy buena calidad*³¹. Pero, por otra parte, reitera los muchos errores que cometen los viticultores y las diferentes formas que habría para mejorar no solo la cantidad, sino también la calidad de los vinos. Así, se detiene en la elección de las uvas, los terrenos o la conservación del vino.

Los agricultores, bodegueros y técnicos de Valdeorras tienen claro que no pueden mitificar el pasado y que la calidad y la originalidad radica en una singular mezcla de recuperación, actualización e innovación.

Hay que respetar la tradición, no se puede borrar de un plumazo porque la gente tiene un saber ancestral muchas veces. Y después, uno se pregunta: ¿cómo se puede mejorar con los conocimientos que tenemos hoy que no tenían nuestros abuelos? Y entonces unes la tradición y la innovación, el vino del terruño y lo que el consumidor quiere hoy.

Este discurso, en boca de uno de los que protagonizaron el “milagro del Godello”, se repite invariablemente en la mayoría de vitivinicultores. Así, por ejemplo, los miembros que conforman *Adega Avelina* están orgullosos de combinar *tradición y modernidad, innovando y manteniendo en la viña el equilibrio entre lo nuevo y lo viejo*. El personal de *Godeval* también ve su historia como la de un proyecto que *une tradición y modernidad*. Es un caso paradigmático: en 1986 emprenden su aventura con dos hectáreas y restauran y acondicionan el monasterio de Xagoaza en 1988. Un año más tarde se convierten en la primera bodega en exportar Godello a los Estados Unidos. En 2009 inauguran unas nuevas instalaciones. Hoy producen unos 150.000 litros al año en 21 hectáreas dedicadas en exclusividad al Godello, exportan el 30% de su producción, acumulan premios y distinciones, e incluso gestionan un *Club Amigos de Godeval* con varios cientos de socios.

Las prácticas de la bodega *A Tapada* son también un buen ejemplo de lo que realizan los vitivinicultores de Valdeorras: un viñedo situado a 500 metros y en pendientes hacia el sur proporciona la temperatura adecuada, mientras que las pizarras ordovícicas y la tierra ligeramente ácida aportan su particular singularidad al vino. El viñedo de Godello, plantado en 1985 con un clon prefiloxérico, tiene una densidad de unas 3.100 cepas por hectárea. El sistema de conducción se realiza en forma alta apoyada, con una poda de “daga y espada” o Guyot doble, que deja pulgares de dos yemas vistas y varas de 6 a 8 yemas, lo que constituye, finalmente, un total de en torno a 26.000 yemas por hectárea. La producción es baja (2,6 kilos por cepa), pero de muy buena calidad. Una estricta política de sostenibilidad incluye abonos orgánicos. En cuanto a la elaboración en bodega, se han sucedido diferentes innovaciones desde los años 80, como la utilización de madera de acacia o la crianza en botella de más de 50 meses, responsable de un vino excelente que venden a 17 euros que ha obtenido diferentes premios³². El enólogo José Hidalgo, hijo del que alentara a mediados de los 70 el plan REVIVAL (Luis Hidalgo), es uno de los responsables de que los vinos *Guitián* ganen premio tras premio y den fama al Godello de Valdeorras.

³¹ LABRADA, *Descripción económica...*, pág. 87.

³² Gran oro en Paadín 2017, 94 puntos en Guía Peñín 2017, Guía de Vinos Gourmets 2017 y Guía Proensa de los mejores vinos de España 2017.

Otra de las bodegas emblemáticas —*Godeval*—, fundada por Horacio Fernández, es dirigida en la actualidad por su hija Araceli, responsable en gran medida de vinos como *Godeval Cepas Vellas*, uno de los vinos más laureados de Valdeorras. Como otras bodegas, han ido ampliando su producción, comprando pequeñas parcelas de viñedo en un territorio secularmente minifundista. La lógica ha sido la misma: seleccionar tierras pizarrosas con pendiente hacia el sur, lo que proporciona una buena insolación y ventilación. Los antiguos saberes sobre las mejores tierras y viñedos se conjugan con la innovación como la que supone someter las uvas a un proceso de criomaceración (congelación), consecuencia de un proyecto de I+D desarrollado en colaboración con la EVEGA (Estación de Viticultura y Enología de Galicia). El resultado son unos vinos singulares, sorprendentes, como *Godeval Revival*, limitado a unas 6.000 botellas.

Algunas de las innovaciones se han generalizado en varias bodegas. Así, por ejemplo, muchas ofrecen vinos con “crianza sobre lías”, un singular proceso en que el vino entra en contacto con las levaduras muertas y otros organismos de la uva que yacen en los depósitos tras la fermentación, y que, amén de mejorar las calidad organoléptica del vino, aporta también estabilización, persistencia de aromas, volumen y complejidad. El primer vino blanco que en España se sometió a esa técnica en depósitos de acero fue un Godello de Valdeorras hace un cuarto de siglo. El éxito de esta iniciativa de la familia Prada (bodega *Valdesil*) hizo que otros les siguieran, y hoy el Godello sobre lías se ha convertido en una auténtica moda, de la que se hace eco la prensa especializada. Algunas de las innovaciones en el agro o en la bodega han contribuido claramente al éxito de ciertas iniciativas. Así, el mejor Godello, según Parker, es el que produce la bodega *Avantia* bajo el nombre de *Avanthia Godello*, en cuyo proceso de producción la uva se congela para conservar sus propiedades frutales.

La viabilidad de las empresas vitivinícolas de Valdeorras está relacionada también con otra innovación relativamente reciente: la exportación. *Godeval* exporta aproximadamente el 30% de su producción; *Rafael Palacios* el 50% y la bodega *Ladera Sagrada* se ha especializado en cultivo orgánico, y destina la práctica totalidad de sus 200.000 botellas a la exportación.

LO FAMILIAR Y LO INTERNACIONAL

Con excepción de dos cooperativas (*Bodega Jesús Nazareno* que cuenta con 250 agricultores y *Bodega Rúa* con 850 socios), la gran mayoría de bodegas que conforman la D. O. son iniciativas familiares y cultivan, producen y venden vinculándose a esta idea e imagen. La bodega *Alan de Val* se considera a sí misma *familiar-artesanal*; *Adega Avelina* promociona entre sus distribuidores y clientes que siguen *una trayectoria familiar de más de un siglo*. Las bodegas más grandes y antiguas se siguen gestionando familiarmente, y las pequeñas se vinculan a un nombre propio, capaces con singular destreza de sacar “vinos de autor”, como es el caso de Enrique Mayo (bodega *Arenatu*) o José Aristegui (con bodega de mismo nombre). En algunos casos, más que familiares las iniciativas empresariales son de un único emprendedor, capaz, con esporádicas contrataciones en ciertos momentos, de cultivar pequeñas áreas, y poner en el mercado un número limitado de botellas de diversas uvas y producciones (desde las 4.000 de *O Ribouzo* hasta las 7.000 de *José Aristegui* o las 9.000 de *Felipe Mayo Alonso*). Unánimemente, los vitivinicultores valdeorreses consideran que el mimo familiar hacia lo singular y pequeño constituye el principal *leitmotiv* de la producción de Godello de calidad.

Lo más importante es estar enamorado de la uva, de la tierra, de lo que haces. Entonces sí, eres capaz de sacar adelante un proyecto, solo o con la familia. Y piensas en tu padre, y en tu abuelo... y dices: ¡si viera hoy este Godello! ¡Madre mía!

La producción se interpreta en ocasiones en clave heroica: las empinadas laderas, la baja producción de una uva pequeña, los problemas para controlar las plagas, todo ello redundando en una praxis de un cuidadoso mimo familiar. En algunos casos, como los premiados vinos de la bodega *A Tapada*, sus caldos son “vinos de pago o de finca”, es decir aquellos cuyas uvas proceden de un pago (paraje) singular por sus condiciones de clima o tierra. La personalidad es lo que vende fundamentalmente Valdeorras:

Los vinos de aquí tienen una acusada personalidad. Estos años los tintos han tenido más crisis, pero los blancos que son originales, únicos... hemos salido adelante... La gente busca algo único. Nosotros hacemos vinos de 3.000 botellas. Es como un regalo a la vida.

José González González (Bodega *Viñas Kan Kan*) vende su vino *Ladeira do Sil* como un “vino artesanal”, y pone énfasis en que sigue la tradición de sus antepasados. En varios casos —como en el de Francisco Prada— hay una continuidad en la vitivinicultura a lo largo de seis o más generaciones.

Hemos seguido con respeto lo que nos enseñaron nuestros padres. Y ahora contamos con buenos enólogos, muchos de ellos de aquí mismo. Así podemos crear un vino que sea tradicional, pero también moderno, que cumpla, por ejemplo, con las exigencias de un público que no quiere que la tierra se contamine, sino que los viñedos pasen de generación a generación sanos.

Algunas bodegas, como *Da Pinguela*, usa criterios de biodinámica; otras, como *Bacelos de Biobra* elabora la totalidad de sus vinos de forma ecológica. En todo caso, como reconocen varios enólogos entrevistados, *muchos de nuestros vinos son ecológicos 100% aunque no lleven la etiqueta*. El mimo desde principio a fin incluye la vendimia a mano en cajas pequeñas para evitar dañar la fruta, la selección de las mejores uvas o las mejores maderas para los toneles.

El carácter familiar de la práctica totalidad de bodegas de Valdeorras no es óbice para que estos sean muy conscientes de la necesidad de *salir del terruño*. Todo el mundo sabe que el auge del Godello se debió a una singular articulación entre la *gente de toda la vida* con una serie de enólogos, técnicos y científicos formados fuera, lo que —se asegure— entronca con la idiosincrasia de Valdeorras:

Valdeorras ha sido tierra de paso desde los romanos, los peregrinos..., incluso los franceses pasaron por aquí. Estamos acostumbrados a trabajar codo con codo con la gente... somos muy hospitalarios. Claro, nos gusta que nos respeten, como a todos, pero somos muy abiertos. Más que otras zonas. No se trata de replegarse sobre sí mismo, sino de estar abiertos a todos los que puedan aportar cosas nuevas. Y, por otra parte, también de darte a conocer, de que tú te muevas para que te conozcan. Para eso hay que salir.

La D. O. ha dado la máxima importancia a visibilizarse, consciente de que es una de las menos conocidas de España. Acostumbrados a tratar con foráneos, los valdeorreses han puesto mucho énfasis en los últimos años en atraer a visitantes, dado que consideran que estos son los mejores publicistas. En lugares tan distintos como *Prowein*, en Alemania, la *London Wine Fair* de Reino Unido o la *Feria Internacional de Vino de Hong Kong*, los valdeorreses tienen la certeza ahora de poder ofertar un vino cuya excelencia está avalada por innumerables premios. Acabada la obsesión por producir en grandes cantidades, el propósito es la calidad: muchas bodegas tienen el sello *Galicia Calidade* y otras el de *Excelencia Atlántica*. La D. O. se lanza a proyectar esta imagen en campañas de difusión, mientras que las bodegas son asiduas de catas y concursos.

LA ÚLTIMA ESTRATEGIA: EL ENOTURISMO

Al igual que otras Denominaciones de Origen y comarcas vitivinícolas, Valdeorras se ha apuntado en los últimos años al enoturismo. La *Ruta do Viño Valdeorras* se organiza en una asociación del mismo nombre y cuenta, como socios, con 16 bodegas, 14 empresas de hostelería, 6 empresas de turismo y los 7 concellos donde se produce vino. Es una de las cinco rutas del vino impulsada por la marca Enoturismo Galicia (surgida del Clúster de Turismo de Galicia) y el propio Consejo Regulador de la D. O. Valdeorras. Desde luego, no alcanza el desarrollo y la celebridad de otros proyectos enoturísticos en Galicia, como por ejemplo el de las Rías Baixas³³. Pero muestra una incipiente potencialidad que, además, sirve para analizar cómo se articula un elaborado discurso y se desarrollan

³³ María DE LA CRUZ, José ÁLVAREZ y José Antonio FRAIZ, “Ruta turística enológica Rías Baixas (Galicia-España): Análisis desde perspectiva de la oferta”, *Cultur: revista de Cultura e Turismo*, 14, 1 (2014), págs. 95-118.

unas prácticas tendentes a posicionarse con una marca singular que sea coherente con los vinos que se producen y venden en la comarca.

Lo arcaico y tradicional constituyen el reclamo esencial. La propia D. O. publicita al enoturista que va a conocer una de las Denominaciones de Origen más antiguas de España. Y pone énfasis en elementos tradicionales de la vitivinicultura de la zona, desde la propia variedad de uva, hasta las formas de plantación, los aperos de labranza, las *covas* que servían de bodega o incluso el lenguaje vitivinícola, todo lo cual se considera un patrimonio que es necesario salvaguardar y que es posible explotar en el enoturismo. Delante del enoturista, las bodegas se enorgullecen de una cultura del vino a pequeña escala, con emprendimientos familiares que se remontan a varias generaciones y ponen en valor la experiencia de beber y comer en bodegas y cuevas que han sido lugares de reunión tradicionales.

El enoturismo en Valdeorras se plantea como un viaje a la historia. La riqueza de los recursos naturales y la fertilidad de la tierra se justifican como las dos variables que habrían atraído a numerosos pueblos a lo largo de siglos. Aunque se deslizan referencias a la época megalítica, el enoturismo publicita la impronta de Roma en el territorio. También es frecuente la alusión a los peregrinos jacobeos del medioevo que habrían seguido la antigua calzada romana. Los promotores de la *Ruta do viño Valdeorras* se esfuerzan por que el vino se asocie a estas dos épocas icónicas y así resaltarán que los caldos del lugar fueron esenciales como alimento de los peregrinos. Se intenta que el enoturista asuma que los lugares que visita están imbuidos de historia y que se articule el patrimonio histórico-cultural con el vitivinícola. Así, por ejemplo, la bodega *Godeval* ofrece sus paseos en el entorno del monasterio de Xagoaza, recinto vinculado a los Caballeros de la Orden de San Juan de Jerusalén. Se explicita que la cueva que forma parte del conjunto medieval habría sido la bodega de los religiosos.

Lo arcaico se une así a la imagen tradicionalista y ruralista. La propia página web de la Ruta del Vino sugiere que, en Valdeorras, *el vino es la excusa perfecta para recorrer un territorio rural*. No en vano, algunas bodegas ofrecen la visita como una experiencia no solo en la bodega y las cuevas, sino en el entorno rural circundante, incluyendo los viñedos y la aldea. Algunos restaurantes y mesones están plagados de objetos de la vida rural y fotos antiguas hasta el punto de que conforman pequeños museos etnológicos. La cocina presume de tradicional con productos de la zona que intentan transmitir sencillez y apego a la tierra. Si el Godello es el vino del terruño, Valdeorras tiene también su comida tradicional: el botelo, un embutido hecho de costillas y carrilleras del cerdo. La experiencia enoturística se asocia a un ritmo de vida que tiene en el *slow food* un buen reclamo: *disfrutar de la vida a fuego lento*, se propone en la iniciativa enoturística de *Cova da Xabreira*. Se apela no solo al conocimiento de un lugar y unas gentes, sino al sentimiento. El bello entorno natural permite que algunas bodegas ofrezcan una ruta de senderismo en que los viñedos se suceden con encinas centenarias y paisajes desde miradores. Otras bodegas, como *Quinta da Peza*, presumen de que se han instalado en unas antiguas caballerizas de un pazo del lugar. En última instancia, se intenta articula el patrimonio natural, el histórico-cultural, el etnológico con una cultura del vino con sabor añejo.

La vertiente arcaizante, tradicionalista y ruralista se une con el reclamo basado en el polo opuesto: modernidad e innovación. Así, por ejemplo, se ofrece al visitante que se convierta en enólogo por un día. Todas las bodegas que practican el enoturismo en España ofrecen degustaciones o catas, pero en Valdeorras algunas bodegas también sacan músculo enseñando sus modernas instalaciones, mostrando cómo introducen los últimos avances para la analítica del vino o la vinificación. Algunas bodegas enfatizan precisamente el contraste entre la visita y estancia a una de sus *covas* y las modernas instalaciones de la bodega industrial, ofreciendo así un mensaje de articulación entre lo antiguo y lo contemporáneo, la tradición y la innovación.

Los guías turísticos, los técnicos de la Denominación de Origen y específicamente de la Ruta del Vino, así como los propios bodegueros, no ignoran que a los enoturistas más interesados por el vino les fascina comprender cómo los caldos de Valdeorras han alcanzado tal calidad y qué tipo de innovaciones han ido desarrollando las bodegas para que el Godello se haya convertido en un blanco casi de culto. Así, algunas de las bodegas que incluyen visitas enoturísticas, exhiben su contemporaneidad explicando cómo se elabora el vino en crianza sobre lías o en qué consiste la criomaceración.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las pequeñas bodegas de Valdeorras están contribuyendo a revertir una situación que hasta hace unos años se consideraba inevitable: el saldo negativo de población, el desmantelamiento de la agricultura y la escasa rentabilidad de las iniciativas desarrolladas en ámbitos rurales. Sin duda, la responsable es una pequeña y frágil uva: la Godello. Álvaro Cunqueiro, el célebre escritor y gastrónomo gallego, hablaba del *tintorro* de Valdeorras, considerado un vino duro, grosero, que manchaba la boca, y se refería negativamente a los vinos blancos de la misma zona: *Del blanco de Valdeorras no gusto mucho. Algo que la lengua no sabe qué, le falta*³⁴. Hoy los vinos de Valdeorras son bien estructurados, estables, extremadamente aromáticos, poco ácidos, de completo retrogusto y más bien afrutados, aunque, como nos revela un asiduo consumidor, *ni secos ni dulces, en su punto justo*. Los expertos le otorgan resonancias atlánticas y destacan la *robustez en la estructura con la delicadeza en su expresión*³⁵. Aunque el vino Godello ha tenido fama de no ser muy intenso en nariz, la potencia y estructura en boca compensa. Además, los suelos pizarrosos aportan sus características notas minerales, que muchos consumidores aprecian del Godello de Valdeorras.

Como hemos visto, el éxito no deriva exclusivamente de la bondad natural de la uva, sino de un largo proceso de articulación entre la tradición y la innovación. Hay quien achaca el desarrollo empresarial en torno al Godello a un secular dinamismo de la zona, habida cuenta que la comarca fue siempre un lugar de paso. La calzada romana fue utilizada durante siglos, y básicamente siguieron el mismo trayecto los peregrinos a Santiago, los arrieros maragatos de León que entraban en Galicia, los segadores gallegos en su emigración periódica a Castilla, y por el mismo trayecto pasó a partir de 1883 el ferrocarril que unía Palencia y La Coruña. En todo caso, sería demasiado simplificador vincular el auge del Godello de Valdeorras a una especie de *ethos* empresarial. Nuestro estudio revela que ha sido, más bien, una singular conjunción de factores.

Por supuesto, han influido las políticas alentadas desde la Unión Europea en las últimas décadas a través del programa de financiación para actuaciones de desarrollo rural (FEADER). Y, desde luego, las estrategias, los planes y las leyes estatales y autonómicas sobre desarrollo sostenible en el medio rural han constituido el marco dentro del cual se han desarrollado muchas iniciativas rurales en los últimos años. Pero lo específico de Valdeorras es que, por un lado, la comarca se adelantó a otras en la apuesta por el binomio tradición-innovación en la vitivinicultura; en segundo lugar, ha sabido aprovechar el impulso institucional mejor que otras comarcas vitivinícolas; y, finalmente, se ha desarrollado un esfuerzo conjunto y coordinado de los diversos actores involucrados.

En los años 70, la Godello ocupaba el 0,005% de los viñedos de Valdeorras, por lo que estaba prácticamente extinguida. Como la primera uva autóctona recuperada en Galicia, protagonizó un proceso que emularon otras Denominaciones de Origen. El programa REVIVAL se basó en *considerar y reconsiderar lo que se sabía sobre el Godello*, como nos relata uno de sus impulsores. Antes de la reestructuración de los viñedos, los valdeorreses cultivaban viñedos en suelos pobres, donde no podían plantar patatas. Los viticultores conocían que las laderas de pizarra proporcionan en su comarca un singular “aroma a la tierra”, como sabían hace tiempo que la Godello era menos productiva, pero de más calidad. Se trataba, por lo tanto, de recuperar y actualizar ese conocimiento, con ayuda de instituciones públicas y privadas. La innovación se constituyó en un criterio tan central como la tradición. Desde el programa REVIVAL, las bodegas de Valdeorras no han parado de realizar esfuerzos de inversión en tecnología, en gran medida asesorados por buenos enólogos. Pero *no se trata solo de dinero, también de tesón, esfuerzo, creatividad, de estar abierto a nuevas experiencias*, como atestigua uno de los bodegueros.

Clave ha sido desde el principio la articulación entre práctica secular en el terreno e investigación empírica según parámetros académicos. La mayoría de investigaciones desbordan el marco limitado de las pequeñas bodegas valdeorresas y no hubieran sido posibles sin el apoyo de las instituciones

³⁴ Álvaro CUNQUEIRO, *La cocina cristiana de Occidente*, Barcelona, Taber, 1969, pág. 35.

³⁵ HERNÁEZ, “Godello: o retorno...”, pág. 64.

públicas. Con ellas trabajan las bodegas. En nuestro estudio a nivel español, constatamos que existe una gran diferencia entre la presencia de I+D+i en función del tamaño de las empresas. Si el 41% de las empresas vitivinícolas de más de 9 trabajadores cuentan con un departamento de I+D+i, este porcentaje no llega al 10% en las microempresas (de menos de nueve empleados). Esta última es el tipo de iniciativa mayoritaria en Valdeorras, donde, sin embargo, sí encontramos una enorme conciencia acerca de la importancia de participar, directa o indirectamente, en proyectos que supongan investigar e innovar. De la misma manera, las bodegas de Valdeorras muestran una significativa actitud innovadora en relación a los estándares generales en España, superando en algunos aspectos incluso la apertura a innovaciones que vemos en las bodegas grandes, donde habitualmente es más frecuente encontrar el lanzamiento de nuevos productos o los cambios en cuanto a la producción.

El “milagro del Godello” no hubiera sido posible sin el particular protagonismo de algunas personas singulares. Hemos hablado aquí del principal impulsor del proyecto. Nacido en León, Horacio Fernández llegó a Valdeorras en 1966 y se quedó hasta el fin de sus días, empeñado en hacer resurgir el Godello. Provenientes del ámbito público, pero también interesados en gestionar iniciativas empresariales privadas, personas como él articularon una colaboración entre los dos ámbitos que aún hoy sigue vigente, en gran medida porque se han ido fraguando unas redes de colaboración. Así, por ejemplo, el jefe de la sección de enología de la Estación de Viticultura y Enología de Galicia (EVEGA) trabajó en sus inicios en el programa REVIVAL y apoya hoy iniciativas de investigación y experimentación gestadas en las bodegas de Valdeorras. Esta articulación entre insumos autóctonos y foráneos prosigue hoy en día. Muchos de los enólogos que se han visto seducidos por el Godello adaptan a Valdeorras sus conocimientos, fruto de amplias y variadas formaciones y experiencias. El caso de Rafael Palacios es sintomático. Perteneciente a una de las familias de raigambre de la Rioja, aprendió tanto en el contexto español como de familias tan prestigiadas en el panorama mundial como la familia Moueix en Château Petrus (Burdeos) o Cassegrain en Hastings River (Australia). Ya sean viejos viticultores o recién llegados, lo cierto es que, en relación a los estándares nacionales, en Valdeorras existe un nutrido número de empresarios, enólogos y productores que se consideran a sí mismos creativos, innovadores, que asumen riesgos, buscan *experiencias y sensaciones nuevas y excitantes* con sus proyectos en el mundo del vino. En relación a otras bodegas que hemos analizado en nuestros estudios, los emprendimientos de Valdeorras presentan un mayor índice de creatividad, se desarrollan con más rapidez y presentan desafíos en la cadena de producción.

Como consecuencia de estos factores, no solo la calidad sino también la originalidad del Godello de Valdeorras seduce a un número creciente de consumidores. Aunque la mayoría de Godellos comercializados se venden en torno a los 5 euros, hay un buen número de vinos de gama alta, que han obtenido un enorme prestigio no solo en España, sino también en el extranjero, y que en gran medida sirven de iconos de la manera de hacer las cosas en Valdeorras. El maravilloso *Sorte o Soro* de la añada de 2011, del que salieron 2.800 botellas a 90 euros, se agotó rápido en restaurantes y tiendas, tanto en España como en el extranjero. Algún año, Parker ha valorado este vino con 97 puntos y la revista *Decanter* con 96. Pero no es el único. Hemos hablado de los vinos de *Godeval*, que han entrado varias veces en el Top 100 mundial de la revista americana *Wine Spectator*. Los vinos de *A Tapada* o *A Coroa* han ganado el *Baco de Oro*. El Godello de *Valdesil* 2013 fue considerado entre los 25 mejores vinos por Jancis Robinson (*Financial Times*). De hecho, más de la mitad de las bodegas que hemos visitado tienen premios en sus vitrinas, y una buena parte atesora una puntuación igual o mayor de 90 puntos en la *guía Peñín*. Los consumidores consultados gustan de la frutuosidad y la mineralidad del vino, algo que muchos consideran típico del “terruño valdeorrés”, lo cual es promocionado ante los turistas y visitantes, como hace la bodega *Terriña*, cuyas viñas miran al río Sil. Es esto, mayoritariamente, lo que alienta a algunos amantes del vino extranjeros a visitar ciertas bodegas de Valdeorras. Aunque el enoturismo no está aún tan desarrollado como en otras comarcas, los que han visitado las instalaciones se convierten muchas veces en consumidores y en los mejores prescriptores del “milagro del Godello”.

El vino se hace en la viña, en la bodega y la sociedad, dice Araceli Fernández emulando a su padre. En Valdeorras, un singular proceso de tradición-innovación ha dado alas a la viticultura de la zona. Naturalmente no es un ejemplo aislado, sino que se enmarca en un contexto espacial y temporal mayor

que no hemos tratado por razones de espacio. Baste este dato: en los años 80 existían en Galicia no más de 12 empresas vitivinícolas asentadas en el territorio. Hoy son más de 400. El proceso descrito en Valdeorras es significativo del cambio operado en los últimos años, y no hubiera sido posible sin los cambios en el consumidor actual que ha aprendido que no solo ha de pedir la variedad de uva, sino la de un *terroir* determinado: el Mencía es del Bierzo o de la Ribera Sacra, el Godello de Valdeorras. En el año 2016, uno de los Godellos de Valdeorras —*Viña Godeval Cepas Vellas 2014*— repetía por segunda vez en la selecta lista de los 100 mejores vinos del mundo de la revista estadounidense *Vine Spectator*. Dos son los secretos, según reconoce la gerente de *Godeval*, Araceli Fernández (hija del padre del Godello): la primera es la excelente uva, procedente de los viñedos plantados hace 35 años en el plan REVIVAL; la segunda, el tratamiento sobre lías durante 4 o 5 meses, después de su fermentación, una práctica en la que fueron pioneros los valdeorreses.

Viñas viejas, cuidados tradicionales, arraigo de la población con su trabajo, pero también apertura a la innovación, la experimentación, todo ello en el marco de la necesaria colaboración entre instituciones públicas y privadas, y el liderazgo de ciertos enólogos, viticultores y empresarios, oriundos de Valdeorras como de otros contextos, adonde trajeron su conocimiento y pasión. Estas son las claves.

No obstante, no son pocas las dificultades y problemas a los que se enfrentan las iniciativas vitivinícolas valdeorresas. En este texto hemos puesto énfasis en el lado luminoso, las fórmulas exitosas que, en comparación con el resto de comarcas incluidas en nuestro estudio, hacen de Valdeorras un ejemplo a seguir en varios aspectos que aquí hemos destacado. El espíritu crítico de muchos de los bodegueros y su ánimo de constante transformación promueve que estén continuamente identificando los problemas y formulando planes para solucionarlos. En ese sentido, nuestro estudio también ha aportado algunos de los retos que superar. Así, las entrevistas llevadas a cabo a consumidores revelan que estos no relacionan el Godello necesariamente con Valdeorras. Ello repercute en las dificultades de venta, especialmente en el extranjero. En el otro lado de la cadena de producción, elaboración y venta existen también problemas derivados del pequeño tamaño de las viñas. Los bodegueros también se quejan de la fragmentación de la industria transformadora, algo que igualmente han identificado varios autores en relación el sector vitivinícola gallego³⁶.

Pero no es este el lugar para analizar pormenorizadamente las dificultades a las que se enfrentan en los próximos años, sino para dejar constancia de la intrahistoria de un proceso y de cómo puede abordarse desde el estudio multidisciplinar. Desde la perspectiva múltiple de la historia, la antropología social, la dirección de empresa y el marketing, lo que ha sido tildado de “milagro” puede ser sometido a un análisis que desvele sus pormenores y, también, dé voz a los propios protagonistas. Consideramos necesario seguir abordando el estudio de estas iniciativas vitivinícolas en Galicia “desde el terreno”, contextualizándolas histórica y antropológicamente, tanto con los específicos bodegueros y las bodegas protagonistas, como en el contexto comarcal en que se desarrollan con muy diferentes actores, cuya experiencia es útil documentar y analizar.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

El autor de este artículo declara no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Este artículo forma parte de dos proyectos de investigación:

“Innovación y desempeño en la industria vitivinícola española: un análisis de factores internos y contextuales que afectan a la sostenibilidad de las bodegas” (ref. ECO2014-58799-R), del Programa

³⁶ ANDRADE, “Retos económicos...”, pág. 181.

estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los retos de la sociedad, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. IP: Ana Pérez-Luño Robledo.

“Personalidad del bodeguero, innovación y articulación local-comarcal como factores clave de éxito en actividades de enoturismo: un estudio multidisciplinar” (ref. UPO-1258353), del Programa Operativo Feder Andalucía 2014-2020, financiado por la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía. IPs: Ana Pérez-Luño Robledo y Alberto del Campo Tejedor.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Calvo, José Manuel, “Retos económicos do mundo rural en Galicia”, en Román Rodríguez González (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013, págs. 160-188.
- Atkin, Thomas; García, Rosanna, y Lockshin, Lawrence, “A multinational study of the diffusion of a discontinuous innovation”, *Australasian Marketing Journal*, 14, 2 (2006), págs. 17-33.
- Bonnekessen, Barbara, “Food is good to teach an exploration of the cultural meanings of food”, *Food, Culture and Society*, 13, 2 (2010), págs. 279-295.
- Bourdieu, Pierre, “Las formas de capital”, en *Poder, Derecho y Clases Sociales*, Bilbao, Desclée, 2000, págs. 131-164.
- Bresciani, Stefano; Vrontis, Demetris, y Thrassou, Alkis, “Change through innovation in family businesses: evidence from an Italian sample”, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 9, 2 (2013), págs. 195-215.
- Caamaño, José Manuel, *Arqueología romana en Valdeorras*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1988.
- Cañares, Antonio, *Observaciones sobre el cultivo de la vid en Galicia*, Santiago de Compostela, Imprenta de la viuda e hijos de Compañel, 1843.
- Castro Voces, Antonio, *Valdeorras a mediados del siglo XVIII según el Catastro del Marqués de la Ensenada*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1993.
- Castro Voces, Antonio, “Antecedentes históricos da Valdeorras vitivinícola”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 33-57.
- Contò, Francesco; Vrontis, Demetris; Fiore, Mariantonietta, y Thrassou, Alkis, “Strengthening regional identities and culture through wine industry cross border collaboration”, *British food journal*, 116, 11 (2014), págs. 1788-1807.
- Cruz, María de la; Álvarez, José, y Fraiz, José Antonio, “Ruta turística enológica Rías Baixas (Galicia-España): Análisis desde perspectiva de la oferta”, *Cultur: revista de Cultura e Turismo*, 14, 1 (2014), págs. 95-118.
- Cunqueiro, Álvaro, *La cocina cristiana de Occidente*, Barcelona, Taber, 1969.
- Duarte, Abel, “Wine as a unique and valuable resource: An exploratory study on wine consumers on La Palma Island”, *British food journal*, 117, 11 (2015), págs. 2757-2776.
- Fernández Pérez, José, “Un lagar de época romana en Fonte”, *IEV Cuadernos ordinarios*, 9 (1993), págs. 13-19.
- Gayoso Díaz, Xosé, “Os viñedos e o viño de Valdeorras na época romana”, en *II Semana de Historia de Valdeorras. Época prerromana y romana*, O Barco de Valdeorras, Instituto de Estudios Valdeorreses, 1988 (Cuaderno monográfico, 6).
- Hernández, José Luis, “Godello: o retorno ó nativo”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 63-64.
- Hobsbawn, Eric, y Ranger, Terence O., *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University, 1983.
- Labrada, José Lucas, *Descripción económica del Reino de Galicia*, Ferrol, Imprenta de Don Lorenzo José Riesgo Montero, 1804.
- Lindoso, Elvira, “La industria de la pizarra española en perspectiva histórica”, *Investigaciones de Historia Económica*, 11 (2014), págs. 52-61.
- Losada Arias, Manuel Maximino, “Estudo de tres variedades brancas cultivadas en Valdeorras”, en Antonio Castro Voces, Manuel M. Losada Arias y Cristina Rodríguez Rodríguez (coords.), *Godello de Valdeorras, emblema dunha terra*, O Barco de Valdeorras, Consello Regulador da Denominación de Orixe Valdeorras; Deputación de Ourense, 2006, págs. 99-100.

- Martínez, Xosé, y Peón, David, “Patróns de despoboamento do rural gallego: una análise por comarcas”, *Revista Galega de Economía*, 24, 1 (2015), págs. 63-80.
- Martínez Rodríguez, María del Carmen; Pérez Fernández, José Enrique; Santiago Blanco, José Luis; Boso Alonso, Susana, y Vilanova de la Torre, María del Mar, *Referencias históricas y características ampelográficas de las principales variedades de vid cultivadas en Valdeorras*, Ourense, Deputación Provincial de Ourense, 2005.
- Méndez, Antonio, “Desarrollo y espacio rural en Galicia”, en Román Rodríguez González (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013, págs. 78-97.
- Murphy, Edward; Cohen, David William; Bhimull, Chandra D.; Coronil, Fernando; Patterson, Monica Eileen, y Skurski, Julie (eds.), *Anthrohistory: Unsettling Knowledge, Questioning Discipline*, Ann Arbor, University of Michigan, 2011.
- Nesto, William, “Tuscan Wine: Tradition and Innovation”, *Gastronomica*, 1, 1 (2001), págs. 83-85.
- Olivera Serrano, César, “El vino y las comunidades monásticas en la Valdeorras medieval”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino. Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 145-156.
- Palmieri, Nadia, y Perito, Maria Angela, “Consumers’ willingness to consume sustainable and local wine in Italy”, *Italian Journal of food science*, 32, 1 (2020), págs. 222-233.
- Presedo Garazo, Antonio, “Vitivinicultura e hidalguía en la Comarca de Valdeorras, 1750-1850”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino. Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 259-294.
- Re, Piergiorgio, *La gestione dell’innovazione nelle aziende familiari*, Turín, Giappichelli, 2013.
- Rodríguez González, Román (coord.), *Galicia, un mundo rural vivo*, Lalín; Santander, Concello de Lalín; Universidade Internacional Menéndez Pelayo, 2013.
- Suárez Piñeiro, Ana María, “El vino en la antigüedad romana y su introducción en el Noroeste Peninsular”, en Isidro García Tato y Ana María Suárez Piñeiro (coords.), *Actas de la Cultura del Vino. Primer Congreso Peninsular*, O Barco de Valdeorras, Santiago de Compostela, Instituto de Estudios Gallegos Padre Sarmiento, CSIC, 2005, págs. 43-66.
- Vázquez Varela, José Manuel, “Etnoarqueología de la extracción del oro en los ríos en el noroeste de la Península Ibérica”, *Trabajos de Prehistoria*, 52, 2 (1995), págs. 157-161.
- Vrontis, Demetris; Bresciani, Stefano, y Giacosa, Elisa, “Tradition and innovation in Italian wine family businesses”, *British Food Journal*, 118, 8 (2016), págs. 1883-1897.