

I. Artículos

Los vinos de Málaga enfrentados a las tendencias del consumo y al desarrollo de las viticulturas de Europa. Siglo XIX y principios del XX.

José Morilla Critz
Universidad de Alcalá

BIBLID [0213-7525 (2000); 57: 15-36]

PALABRAS CLAVE: Vinos Málaga, Tendencias consumo, Nuevas viticulturas

KEY WORDS: Málaga wines, New viticultures

RESUMEN:

Los vinos de Málaga, durante los siglos XIX y XX, tuvieron las mismas dificultades de comercialización que otros vinos calificados también como "fortalecidos" (p.e. Oporto, Jerez, Madeira, etc.), pero fueron menos capaces para adaptarse a las condiciones adversas que surgieron como resultado de los cambios en los hábitos de consumo y la aparición en aquellas fechas de productos similares. Estos productos competitivos invadieron los mercados internacionales como consecuencia del desarrollo de la viticultura que tuvo lugar en África del Sur, Australia y, especialmente, en California.

ABSTRACT:

Malaga wines have had the same difficulties in their commercialisation during the 19th and 20th centuries as other wines considered as fortified (i.e. Port, Sherry, Madeira, etc.), but were less able to adapt to the adverse conditions which arose as a result of the changing consumer habits and of the appearance of similar products at that time. These competitive products invaded the international markets as a consequence of the viticultural developments taking place in South Africa, Australia and, above all, California.

1. INTRODUCCIÓN

En un análisis que abarque desde el siglo XVIII hasta hoy, nos encontramos que los vinos, y en general la viticultura de Málaga, han pasado de ser un sector productivo y comercial que, tras una sostenida expansión, llegó a estar a la cabeza de la actividad económica local y regional y del reconocimiento internacional, hasta ser un elemento casi anecdótico en la actualidad. Es natural que para muchos

historiadores haya resultado atractivo estudiar un proceso que, por ser tan concluyente, tiene difícil parangón en nuestra historiografía.

Esta trayectoria se puede explicar, y se ha explicado de hecho, desde variados presupuestos analíticos. Si se cree en la particular idiosincrasia de los grupos humanos en el momento de afrontar sus problemas económicos, seguramente no valoraremos la historia comparada, pues, en tal caso rechazaremos las posibles enseñanzas derivadas de situaciones similares. Si, por el contrario, consideramos que todos los seres humanos actúan más o menos con semejante racionalidad ante las alternativas económicas que se les presenten, el análisis comparativo será capaz de desvelar algunas causas circunstanciales de una actuación diferenciada.

Nos inclinamos por esta segunda orientación analítica por razones que no es necesario explicar en este momento. En particular en este caso, nos enfrentamos al estudio de una actividad exportadora, que estaba consolidada desde hacía mucho tiempo, y tras la que había una densa y sólida red comercial y social (una "burguesía" suficientemente conocedora de sus funciones y bien conectada con los mercados exteriores). En este contexto, diferencias culturales, restricciones en cuanto a conocimiento tecnológico y/o transferencia del mismo, acceso a la información y disponibilidad, en términos comparativos, de capital, han de ser considerados elementos no muy relevantes al caso.

En el vino (o los vinos), creemos que Málaga ha tenido, a largo plazo, dos retos, que no han sido resueltos en el sentido que implicara la posibilidad de salvación de su producción:

- a) Las tendencias dominantes en el consumo de vinos.
- b) Relativamente fácil copia por terceros de los productos vinícolas malagueños en condiciones ventajosas.

Por qué no se respondió, en determinados momentos claves para el negocio, en una forma que pudiera significar la salvación del sector, es algo a lo que intentaremos responder, bajo los supuestos enunciados, en las páginas que siguen; pero, en todo caso, los retos señalados fueron un hecho.

2. LOS CAMBIOS EN EL CONSUMO DE VINOS "FORTALECIDOS"

El estudio de las tendencias en el consumo del vino más allá de su cantidad global, es algo que está en ciernes. El cambio en las preferencias del mercado suele aparecer en los trabajos de historia vinícola como razón explicativa de una

determinada coyuntura en el mercado de algún vino¹, pero no se ha abordado una sistematización de las tendencias en esas preferencias en el pasado en paralelo a lo que sí se hace para tiempos recientes². Habiéndola fundamentado en otro trabajo³, nos atrevemos a sugerir la hipótesis, utilizando alguna información del Madeira, Oporto, Málaga, Jerez y los vinos de "mesa", de que, en líneas generales, desde el siglo XVIII hasta hoy, la tendencia en el consumo de vino ha sido descendente en relación a su contenido alcohólico y/o azúcar.

2.1. La preferencia por los vinos licorosos en el siglo XVIII

En el siglo XVIII los vinos generosos, licorosos, oscuros, muchos de ellos dulces, tipo Madeira, Oporto y Málaga, gozaban de gran prestigio en el consumo. La pauta la marcaban los que de forma más "natural" obtenían esas características (Madeira y Oporto), y a ella se procuraban asemejar otros como podían (Málaga y Jerez). Tomás de Aranguren decía:

"Se ha hecho ya tan común el uso de los vinos generosos, que apenas hay persona que no los beba, el niño, el mancebo, la casada, la soltera, la que cría, el colérico, el sanguíneo, el flaco, el pletórico, y en una palabra todos, sin distinción de tiempos, edades y temperamentos, lo beben, y todos se pierden. Ha llegado a tal extremo el uso de semejantes vinos, que se hace gala de beberlos. Preséntase una función, y no se tiene por completa, si no se corona con la abundancia y variedad de vinos generosos....No fueran tan frecuentes las inflamaciones, las eripielas, los tabardillos, y otros males, si los hombres reformaran estos abusos; pero estoy persuadido de que no se verificará"⁴.

El viajero Davillier, escribiendo en 1861, se refiere a los vinos de Jerez como si hubieran empezado a tener importancia sólo hacia 1780, comparándolos con los Madeira, y que para expedirse a Inglaterra sufrían una fuerte adición de aguardien-

1. Ver, por ejemplo, Guichard,F.(1996). "Les vins généreux portugais hier et aujourd'hui:images et réalités",*Des vignobles et des vins à travers le Monde*, Presses Universitaires de Bordeaux, 401-407;406.
2. Ver White,G.B.(1991). "Recent Developments in Wine Markets in the United States", *Vine and Wine Economy*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 163-172. Oczkowski,E.1994. "A Hedonic Price Function for Australian Premium Table Wine", *Australian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 38, no. 1, 93-110.
3. Morilla Critz,J.(1999). "Consumo de vino: Indicios de tendencias, cambios y adaptaciones (ss. XIX y XX)", trabajo presentado al *Symposiun de la Asociación Internacional de Historia y Civilización de la vid y el vino*, El Puerto de Santa María, 18-20 de marzo de 1999, en prensa.
4. Aranguren, Tomás de (1784). *Carta físico-médica en la que se explica qué es vino*. Madrid, 32-33.

te, coincidiendo con otro viajero, Louis Teste, (1871) en que ello era porque a los ingleses les gustaba desafortadamente el alcohol⁵.

Conceição Andrade, para quien el vino de Oporto que se hacía a finales del setecientos era mucho más alcohólico que los del mismo nombre en nuestros días, dice que de la competencia que inicialmente se estableció entre los vinos del Duero, de Canarias y Jerez, salió vencedor el primero. "El modo como el producto se adaptaba al gusto de los consumidores ingleses (*un vinho que seja huma pólvora incendiada no queimar, huma tinta de escrever no côr, hum Brazil na doçura a huma Índia no aromático* -Comisarios veteranos de Cima Douro, 1754)... contribuyó seguramente a la victoria del vino de Oporto"⁶.

2.2. Primer cambio a favor de vinos más ligeros. Éxito del "fino" jerezano en la primera mitad del XIX

Entre los años 30 y 50 del siglo XIX se extiende el que, para Conceição Andrade⁷, fue uno de los períodos más difíciles de la historia del Oporto. Además de ella, Norman Bennet y Gaspar Martins Pereira, han estudiado los cambios en la elaboración de Oporto que se produjeron en esos años, con el fin de superar una situación de atonía que sufría su exportación a Gran Bretaña y, los tres, reconocen que los cambios se hicieron para satisfacer los nuevos gustos, u orientaciones, de los consumidores ingleses. No obstante, la descripción que hacen de esos cambios y de la forma en la que, aparentemente entonces, querían producir sus vinos los bodegueros de Oporto, no son tan coincidentes; al contrario, parecen más bien contradictorias: Bennet considera que entre 1830 y 1850 los fabricantes de vino de Oporto transformaron los sistemas de producción y los tipos de vino para satisfacer mejor el gusto del consumidor británico, pues estaban convencidos de que demandaban vinos muy generosos⁸; Martins dice lo mismo al expresar que la preferencia inglesa desde 1820 era para vinos más dulces⁹, y ambos recogen que fue por entonces cuando se dejó de producir el Oporto a la manera tradicional (sin añadido de aguardiente o brandy y estabilización a base de prolongados decantamientos). Sin embargo Andrade considera que en esos años "los ingleses pasaron a preferir vinos

5. Citas tomadas de Plasencia, P. (1995). *Los vinos de España vistos por los viajeros europeos*. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación. Madrid, 144 y 146.
6. Andrade, C. (1990). *Memória do vinho do Porto*. Instituto de Ciências Sociais Universidade de Lisboa. Lisboa, 64-66.
7. Ibidem, 91.
8. Bennet, N.R. (1996). "O sistema do vinho do Porto dos anos 30 aos anos 50 do século XIX: guerra e reorganização". *Douro. Estudos & Documentos*, 1 (1996), 2, 181-199; 192.
9. Martins Pereira, G. (1996). "A viticultura duriense e o vinho do Porto na época contemporânea". *Douro. Estudos & Documentos*, 1 (1996), 2, 155-165; 162.

más baratos y más leves, como era el caso de los españoles" y con menor *tenor alcohólico*¹⁰.

Nuestra opinión es que en esos tres trabajos se recoge el eco de dos fenómenos que se estaban produciendo simultáneamente, dependiendo del grupo social al que pertenecían los consumidores en Gran Bretaña, pero ambas tendencias iban en el sentido de rechazar los antiguos vinos. Las clases obreras urbanas, en crecimiento, empezaron entonces a demandar algo parecido a lo que los tradicionales "ricos" bebían, pero más barato y más parecido a sus tradicionales licores; y las nuevas clases medias y ricas ensayan algo menos alcohólico y "saludable", de acuerdo a las campañas de "sobriedad" que se fueron poniendo de moda. Asa Briggs nos habla de los dos fenómenos al referirse al éxito que empezaron entonces a tener los "sherries" frente a los Oporto, que refleja el incremento de la moderación entre las clases altas y medias (las consumidoras tradicionales de Oporto) y un desplazamiento de las clases populares desde los licores (ginebra) al Sherry, ligado este a una mejora de sus condiciones económicas y a un abaratamiento del vino jerezano¹¹.

Fue en esa época justamente (1831) cuando el observador australiano James Busby, a cuya visita a Málaga nos referiremos más adelante, escribiendo sobre los jereces decía:

*"Los sherries más baratos, que son en general producidos en el Puerto de Santa María y San Lúcar..., son ampliamente mezclados con brandy, destinándose al consumo de un tipo de gente que es incapaz de juzgar la calidad del vino por algo que no sea su fuerza -cantidad de alcohol-. Pero el brandy se añade en muy pequeña cantidad a los buenos vinos y... los más finos frecuentemente están libres del mismo"*¹².

Javier Maldonado nos ha documentado ese desplazamiento de las clases emergentes inglesas hacia el gusto por los vinos "pálidos y ligeros", que determinaron el nacimiento del "Jerez Fino" en la segunda década del siglo XIX¹³.

10. Andrade, C. de, op. cit, 91 y 94.

11. Briggs, A. (1985). *Wine for Sale. Victoria Wine and the Liquor Trade, 1860-1984*. The University of Chicago Press, 28-29.

12. Busby, J. (1934). *Journal of a Recent Visit to the Principal Vineyards of Spain and France*. Smith, Elder and Co., Cornhill, 4.

13. Maldonado, J. (1996). "En torno a los comienzos del Fino como tipo de vino diferenciado", en Maldonado, J. (Ed.), *Actas de las I Jornadas del vino Fino. Historia, arte y mentalidades*. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, 31-60; 41-43.

En suma, en la primera mitad del XIX, en una general caída del precio se avanzó, por una parte, hacia una “diversificación” artificiosa de los viejos vinos para satisfacer diversas demandas a base de “componer” y, por otra, partiendo de los “grandes vinos” de siempre, destinados a los grupos y ocasiones más refinados, surgieron nuevos tipos de vinos que parecían menos alcohólicos, menos dulces, menos oscuros, más frescos, ligeros y “naturales”. Las clases refinadas tendieron entonces incluso a beber los vinos de mesa mezclados con agua, como nos ha dejado relatado un cualificado embajador marroquí, Muhammad As-Saffar, moviéndose entre la alta burguesía francesa en los años 40 del XIX¹⁴.

Fue el momento entonces de los nuevos jereces, los Finos y, por el contrario, de dificultades para los Madeira, los Oporto y los Málaga. Los Madeira, sencillamente, a principios del siglo XIX, alcanzarán su máximo histórico de ventas¹⁵ y, más adelante, aprovechando la plaga del *oidium*, reducirán su producción de acuerdo a la absorción nueva del mercado. Los segundos lucharán con la nueva situación, transformándose definitivamente en vinos de licor, adaptándose a cada paladar británico y a los requerimientos de cada importador y comerciante; y los de Málaga haciendo algo parecido, pero, por una parte menos intensamente y, por otra, enganchándose a la prosperidad del Jerez, que para su mercado menos exquisito, es decir, el de los vinos “compuestos”, necesitaría de los vinos similares malagueños.

García de la Leña, en su conocida “Disertación” a finales del siglo XVIII, y haciendo declaración de que el juez en cuanto al vino ha de ser la “moda dominante de los paladares y los gustos”¹⁶, indica la ya incipiente tendencia a cambiar el tradicional vino “Pero Ximen” -obtenido, como lo era el tradicional “Oporto”, sin combinación, sino por asoleo de la uva, decantaciones y trasiegos-, en la línea de lo que el inglés está demandando: un vino que tenga “mucho espíritu, aunque sea prestado”. Señala que se está empezando a componer aquel vino de esa forma, como ya se hace en otros lugares, y ello permite que otros vinos de comarcas limítrofes, de las Alpujarras o la Rábita, cubran su mercado.

Si eso empezaba a ocurrir con los “viejos tipos de vinos”, que parecían transformarse para captar un mercado de poca “calidad”, como los Oporto hacían entonces, en Málaga también se empezaron a producir unos vinos secos y dulces más ligeros, adecuados a los nuevos gustos más templados. Busby decía en 1834:

14. Gilson Miller, S. (1991). *Disorienting Encounters. Travels of a Moroccan scholar in France 1845-1846. The voyage of Muhammad As-Saffar*. Univ. California Press, Berk., 168.
15. Câmara, B. (1998). “O vinho da Madeira”, *Os vinhos licorosos e a História*, Centro de Estudos de História do Atlântico, Coimbra, 121-139; 125.
16. García de la Leña, C. (1792). *Disertación en recomendación y defensa del famoso vino malagueño Pero Ximen y modo de formarlo*. Málaga, 94-95.

“El producto de los viñedos que rodean Málaga, que no se transforma en pasas, es ahora principalmente un vino seco. Es similar al Sherry, pero muy inferior en sabor, y se exporta principalmente a las Américas. La demanda de América se ha incrementado grandemente desde el general establecimiento de las sociedades por la moderación en ese país. Este vino retiene un sabor dulce hasta que tiene dos años. El ‘Old Mountain’, o vino dulce ‘Málaga’, que antiguamente era tan demandado, está hoy casi pasado de moda en todo el mundo, y se hace muy poco. Antiguamente era la principal exportación de Málaga”¹⁷.

Y junto a ello, en cuanto a los dulces, de los que se obtenía sólo una moderada producción, eran ya vinos más ligeros: una mezcla de un Pero Ximen blanco y moscatel sin arropar, de los que estaba habiendo una gran demanda también desde los Estados Unidos¹⁸.

Pero, sobre todo, no pasamos por alto, como Busby dice, que la verdadera alternativa importante de Málaga entonces era la producción de pasas. En los años 30 del XIX se estaban convirtiendo masivamente pagos vinícolas en viñedos paseros, porque la pasificación era una actividad mucho más rentable que la viticultura. Por otra parte, no conviene olvidar esa mayor orientación que Málaga fue teniendo hacia el mercado americano con sus nuevos” vinos. Fue entonces y básicamente por esas elecciones (pasas y mercado americano), perfectamente racionales y acertadas económicamente a corto plazo, cuando se echó la suerte de la viticultura de Málaga para el futuro.

2.3. Desplazamiento hacia los vinos de mesa desde el último tercio del XIX y las difíciles circunstancias para los negocios vitivinícolas de Málaga

A pesar de la tendencia analizada en el apartado anterior a favor de vinos más ligeros que los habituales en el siglo XVIII, hasta mediados del XIX todavía se estaría en el mercado de los vinos en lo que podemos llamar, el reinado de los vinos “fortalecidos” (fortalecidos en el s. XVIII con arropo y en el XIX con brandy y aguardiente). Pero por entonces parecen detectarse los primeros síntomas de un nuevo cambio en las características del consumo. Esta vez fue en la línea de vinos aun más ligeros, inaugurando la tendencia al predominio, que como tendencia llega hasta hoy, de los vinos “finos de mesa” para acompañar las comidas. En el caso de Gran Bretaña la nueva tendencia empezó a beneficiar a los “clarets” franceses desde 1860. Simpson recoge la constancia de Denman escribiendo en 1876: *“El gusto del público en general ha cambiado de modo tan manifiesto, que se está revolucio-*

17. Busby, J., op. ci., 51.

18. *Ibidem*, 51.

*nando el comercio de vinos. Los viejos y fuertes jereces y oportos de antaño están siendo sustituidos gradualmente por vinos de calidad más ligera, que nuestros padres apenas habrían reconocido como tales vinos. En lugar de los tragos fuertes que producía el alcohol añadido, y la dulzura que proporcionaba la sacarosa, la gente busca el sabor a vino, el bouquet y la limpieza en el paladar*¹⁹. El Jerez en todas sus variedades ya fue afectado en esa época por tal desplazamiento en el gusto, que también, hay que decir, vino acompañado de las más importantes medidas arancelarias que, desde 1861, fueron progresivamente favoreciendo a los vinos menos alcohólicos y, especialmente, a Francia. Pero nuevamente hay que recoger que hechos sociales de otro carácter estuvieron involucrados en esos cambios. El cónsul británico en Cádiz Gerald R. Perry recoge en 1883 cómo *“la escasa demanda de las clases altas en Inglaterra, es la causa principal de que el comercio de vino (de Jerez) haya caído tan considerablemente en los últimos años”*. Recoge al mismo tiempo la sustitución de ese mercado por el de otros países²⁰.

Acompañando esa reducción del consumo de vinos fortalecidos en general, del comercio del Jerez en particular, –al cual se había vinculado gran parte de la producción de Málaga–, de la reducción del mercado americano por las razones que más adelante veremos y por las más excelentes e históricas condiciones que entonces se dan en el negocio pasero, los vinos de Málaga languidecieron. Fue en este período en el que habitualmente se considera que los vinos de Málaga perdieron gran parte de su prestigio por ser víctimas de las adulteraciones y las copias fraudulentas. Sin descartar enteramente este elemento, creemos, no obstante, que por encima de todo hay que resaltar que fue entonces cuando, en un segmento de vinos con mercado en reducción (el de los vinos fortalecidos), aparecieron nuevos productores que sustituyeron a los tradicionales. La sustitución se vio facilitada porque los productos tradicionales eran ya tan artificiosos y, por tanto, tan alejados de las tendencias *snob* del consumo a favor de productos “naturales”, que los viejos nombres no ofrecían protección natural para un mercado anteriormente cautivo. Los productores de Cette, por ejemplo, hacían con facilidad cantidades masivas de “vino de Málaga” para el gran público, único que demandaba, como eco popular de la costumbre del período anterior, ese tipo de “vin de liqueur”. A los precios dados es seguro que no hubiera habido, en todo caso, un mercado de cierta entidad para un vino teóricamente similar a los antiguamente tradicionales de la zona.

Estas circunstancias se mantuvieron para el futuro, de tal modo que el negocio vitivinícola en Málaga se disoció de la viticultura de la zona. Es decir, en Málaga,

19. Simpson, J. (1985). “La producción de vinos en Jerez de la Frontera, 1850-1900”, en Martín Aceña y Prados (Eds.) *La Nueva Historia Económica en España*. Madrid, Tecnos, 165-191; 170.

20. British Consular Reports. “Report from the Consul Gordon Perry of the Wine Trade of Jerez and Santa María”. A.S. no. 12. 1883, 1-2.

desde los años 70, se produciría mucho vino y por su puerto se exportaría aun mucho más, pero esa viticultura y comercio vinícola no definían ya una zona vitivinícola importante. Entre ese año y 1892, como consecuencia de la filoxera, primero en Francia y luego en Málaga, y ante la intensificación de la tendencia hacia la demanda de vinos "no fortalecidos" (pero de todas maneras inevitablemente "compuestos" –pe. de pasas en Francia–) en Málaga se producía, "componía", se importaba del interior y exportaba, todo tipo de vinos, mayoritariamente para Francia. Terminado el período filoxérico, el estado del viñedo propio de Málaga muestra lo que había ocurrido con su vitivinicultura: Reducido aquél a un 21.5% de lo que era en 1878, el viñedo vinícola casi no se rehizo: sólo representaría el 2.7% de lo que era en 1878 y el 12.5% del de entonces. Ésta fue una elección perfectamente lógica porque, como recogía en 1913 Paul Marsais en la *Revue de Viticulture*, si los mercados ofrecían unas cortas, pero incluso así dudosas, posibilidades económicas para las cepas paseras de la vega, no resultaban las cuentas de ninguna manera para la producción vinícola²¹. Marsais concluye rotundamente:

"Los gastos elevados, en fin, no eran cubiertos por el producto de la venta de los vinos poco buscados por el comercio, o pagados a una tasa que resultaba insuficiente por la falsificación de los vinos de Málaga, o por la competencia de otras regiones que producían los tipos Málaga. En una palabra, las condiciones de cultivo y económicas obligaban a los viticultores a reservar sus capitales y sus esfuerzos para la Vega y la producción de pasa moscatele²².

"En fin, en las 1.552 hectáreas de "serranía", no se encuentra producción de pasa, sino solamente mostos de los vinos Pedro Ximenes (bien diferentes a aquéllos de los Montes) secos y mal unificados que en su mayor parte van al alambique en lugar de ser consumidos en estado de vinos"²³.

Ya sabemos cómo las esperanzas de la pasa en esos años resultaron también efímeras, incluso en la Vega y por razones similares: su antieconomicidad en las condiciones de los mercados internacionales²⁴; pero lo del vino fue más concluyente y rápido. La *Gaceta Agrícola* del Ministerio de Fomento ya en 1882 advertía sobre la fabricación de vinos semejantes y su introducción en mercados importantes como Argentina y Brasil, y que con los aranceles existentes en varios

21. Marsais, P. (1913). *Revue de Viticulture*, vol 40, 353- 435; 353 y 408-409.

22. *Ibidem*, 356.

23. *Ibidem*, 435.

24. Morilla Critz, J. (1989). "Cambios en la viticultura de Andalucía Oriental durante la crisis de finales del siglo XIX. Estudio sobre los datos de los Informes Consulares Británicos". *Revista de Historia Económica*, VII, 1, 157-193; 177.

países *"se va a hacer del todo imposible la competencia (para los vinos de Málaga) y se puede asegurar su total destrucción y su inmediato y total aniquilamiento"*²⁵.

Las circunstancias eran malas en los años que van de 1880 a 1914 para todas las zonas tradicionales de vinos "fortalecidos", pero Oporto y Jerez, seguramente porque sus productos habían llegado hasta entonces, de una forma u otra, sin razones para desaparecer (al contrario de los de Málaga, para los que los viticultores había encontrado mejor alternativa en las pasas desde los años 60) y porque se habían transformado de la mejor forma posible ante las exigencias del consumo, resistieron y tuvieron coyunturas de prosperidad, a pesar, de la tendencia a la reducción en consumo de vinos espirituosos.

A principios del siglo XX, se produjo una recuperación temporal de la producción, comercio y negocio de los vinos de Oporto, no por la recuperación de consumidores en mercados tradicionales, sino por la expansión en un mercado nuevo, Brasil, para una clientela, como dice Andrade "súbitamente enriquecida (que demanda) vinos más caros y de mejor calidad"²⁶; es decir, que refleja, el retardo propio de "nuevos ricos" en emular las tendencias del consumo de las élites tradicionales por parte de los recién llegados. Pero también esa recuperación se debió a la demanda, como en Málaga, por la Francia filoxerada²⁷. Después de esta recuperación temporal y una nueva atonía en los años a caballo de los dos siglos, el Oporto verá una aceleración de su consumo gracias a la diversificación de su producción, con la introducción de "Oportos" que capturarían nuevos segmentos del mercado, en la línea de esa tendencia a vinos más jóvenes, menos dulces, menos alcohólicos. Ya en la fase de estancamiento, los intentos de adaptación, tanto a las condiciones de competencia de los "Oportos tradicionales" imitados por españoles ("Oporto de Tarragona"), alemanes ("Oporto de Hamburgo"), británicos, australianos, sudafricanos y californianos, como a la huida de los consumidores de tales productos muy licorosos, fructificarán en la producción de "nuevos Oportos", llamados jóvenes: dulces, pero menos y más ligeros (Rubi), o blanco seco "muy interesante".

Los productores portugueses, para acercarse al ya por entonces habitual predominio del vino de mesa de "crianza", introdujeron el "Oporto vintage" y más tardíamente aun el "late Botle vintage". De hecho, el Oporto se acercaría con todo esto a las funciones y rituales del Burdeos Sauternes, vino blanco suavemente dulce de aperitivo en Francia, lo que explica que la expansión del Oporto, entre 1909 y 1926 tuviera como actor principal el mercado francés. En suma, adaptándose a la tendencia de fondo que ya hemos señalado, pero en consonancia con las posibili-

25. *Gaceta Agrícola del Ministerio de Fomento* (1882). Tomo III, "Crónica Nacional, IV Impuesto sobre la exportación de vinos" 608-612.

26. Andrade, C. op. cit. 109.

27. *Ibidem*, 110.

dades de los productos de la zona, el vino de Oporto, como nos ha mostrado Alain Huetz, se vendió en cantidades crecientes en las primeras décadas del siglo XX y mantuvo un alto nivel hasta los años 40, a pesar de guerras y crisis²⁸.

Los jereces, por el contrario, no remontarán la a tonía en la que cayeron desde los años 80 del XIX hasta los años 50 de nuestro siglo. El nivel total de exportación, ciertamente, no era bajo (una media de unos 200 millones de litros), pero era de unos productos cuyo consumo no parecía ser el signo de los tiempos. En 1901 Sir James Blyth, en el estudio que hace de la Exhibición de París para la Cámara de Comercio de Londres, refleja el popular incremento del gusto por el vino tinto, incluso acercándose al Oporto en carácter (el Rubí) y, por el contrario, la caída progresiva del gusto por el Sherry²⁹, continuando el incremento de los vinos de mesa de calidad, esta vez a favor del Burgundy ("Ahora por varias razones, el gusto del público es más favorable a las añadas del Burgundy"³⁰). Alec Waugh, en su libro sobre la casa Gilbey, recoge para los años interbélicos la continuación de ese desfavorecimiento del sherry en el consumo británico, sustituido entonces por haber cambiado los hábitos ingleses con los "parties", en los que se introdujo la costumbre americana del "cocktail", formado con diversos ingredientes ligeramente adobados con Ginebra, Ron o Martini³¹. Pero en todos esos años, lo cierto es que, tanto las zonas de Oporto, como las de Jerez, aparte de adaptarse con mayor o menor fortuna a las tendencias de los nuevos hábitos de consumo, concentraron -muy en particular en el caso de Jerez- más y más la variada diversidad de todos los antiguos tipos de vinos fortalecidos. De hecho, en los olorosos, los Pero Ximen, Palo Cortado, Cream de Jerez, van a sobrevivir prácticamente los restos de los gustos por los antiguos Málaga. Es un ejemplo de una línea de vinos en regresión, sobreviviendo sólo en una economía de concentración.

Jerez, finalmente, va a tener una última y espectacular, hasta hoy, expansión en los años 60 y 70, que escapa de los límites de este trabajo, pero que nos enseña algo sobre la tendencia que venimos analizando. Para algunos estudiosos del tema fue una época desestabilizadora, al estar marcada la espectacular exportación que tuvo, por la especulación y la depreciación del producto, que parecían ser las únicas formas de luchar contra la competencia de los "british sherries". De todas maneras, fue también una manera de conectar con los nuevos hábitos de consumo y de abrir líneas de consumo para productos ya "tradicionales".

28. Huetz de Lempis, A. (1996). "La situación de los vinos de Jerez, Oporto y Burdeos en los mercados europeos en la segunda mitad del siglo XIX", en A. Ramos y J. Maldonado (eds): *El Jerez-Xérès-Sherry en los tres últimos siglos*, Ayuntamiento del Puerto de Santa María y Universidad de Cádiz, El Puerto de Santa María, 113.

29. Blyth, Sir James. (1901). "Wine Culture as exemplified at the Paris Exhibition". Edición comprendiendo lo aparecido en *Chamber of Commerce Journal*, Sept. 1901, y *Times*, 22 Agosto 1901, 35-36.

30. *Ibidem*, 25.

31. Waugh, A. (1957). *Merchants of Wine. Being a Centenary Account of the Fortunes of the House of Gilbey*. Cassell and Company Ltd., London, 81-87.

Según Chirbes, los actores casi únicos de esa expansión fueron el fino y, en particular, la manzanilla, teniendo tanto más éxito cuanto más ligera, pues se buscaba competir con los vinos jóvenes, afrutados, del año, que eran los que empezaban a sustituir en el imaginario de los nuevos consumidores a los pesados vinos de sus antecesores³². Se ha incrementado también mucho en los últimos años el vino de Jerez vendido bajo marcas blancas, a base de precios baratos³³. En el fondo, ello significó acercarse a las características de los vinos demandados mayoritariamente por los consumidores, cosa que otros vinos "finos", como los Montilla, también empezaron a hacer entonces, a partir de las variedades Pero Ximen, y otras autorizadas, vinos de mesa jóvenes, pálidos, afrutados, ligeros y de excelente calidad, apropiados a las nuevas tendencias del consumo³⁴.

Ahora bien, también es cierto que ese intento, exitoso en las cantidades totales vendidas, terminó en la quiebra, porque la estructura de costes no se adecuaba a ese segmento del mercado. La realidad se ha ido manifestando crudamente desde 1979, con una nueva y profunda crisis del sector. Resumiendo en palabras de Huetz, está claro que los vinos licorosos y generosos tienen más dificultades que los de mesa³⁵.

La tendencia que fue de los vinos licorosos dulces o secos a los vinos de mesa es clara en todo el mundo y los últimos en añadirse a la misma fueron los Estados Unidos, tanto en lo que afecta a su producción interna, como a la importada. Dentro de una tendencia como la de Europa, de desplazamiento desde mediados del siglo XIX hacia el consumo de vinos de mesa y/o ligeros, los Estados Unidos tuvieron, por las razones que se aducen más adelante, dos momentos de recuperación para los "fortified wines", aun cuando a costa de los vinos importados: una entre 1892 y 1914 y otra entre 1934 y 1965. La primera estuvo ligada sin duda a todos los esfuerzos enológicos, técnicos y políticos de los productores del sur de California por obtener unos productos adecuados a su mercado y protegerlo de la competencia exterior; en la segunda parece ser que el elemento determinante fue el "retraso" en los cambios del gusto que llevó aparejada la larga etapa de la "Prohibición" (1920-1933). A este respecto Paireault dice: "Esas leyes tuvieron grandes repercusiones en el consumo de vino. Ello explica el gusto americano por una bebida muy recia, el rápido "chute" bebido secretamente con todo el gusto de los placeres prohibidos..... Pero desde finales de los 60, el consumo de vino de mesa

32. Chirbes, R. (1995). "Vinos de Jerez. Paisajes después de la batalla". *Sobremesa*, Jun. 1995, año 12, 126, 14-23; 18.

33. *Ibidem*, 20-21.

34. Barbadillo, A., Peñín, J., López A. y Vasserot, A. (1987). Los vinos de Andalucía". *Enciclopedia del vino*, vol 4, Barcelona, 121-220; 172.

35. Huetz de Lempis, A. op. cit., 126.

superó al de los vinos fortalecidos (Sherry, Oporto y Moscatel)³⁶. Y esto ha sido así hasta hoy a un ritmo creciente.

En resumen, cuando nos preguntamos por las razones de la casi desaparición de los vinos de Málaga del mercado en nuestros días, no debemos de olvidar que nos encontramos en un escenario de reducción progresiva del consumo de los vinos que *se considera* ha de, o puede, producir la zona, prácticamente desde hace dos siglos, y que ello hubo de pesar forzosamente en las decisiones de los agentes involucrados en los negocios vitivinícolas en Málaga, que al buscar lógicamente maximizar sus beneficios, seguramente se orientaron a corto y medio plazo (a largo no podían prever lógicamente lo que ocurriría) a actividades alternativas, realistas y factibles. A título de hipótesis aventuramos que, sin salirse del sector vitícola (indudablemente en una formulación más completa hay que introducir todos los sectores productivos, comerciales y especulativos), hasta 1872-80 las oportunidades alternativas estaban en las pasas y, después, en la constitución de una industria vinícola-alcoholera aprovisionada en unas zonas mucho más extensas que la antigua circundante a Málaga, y destinada, mientras hubo una coyuntura favorable (hasta que Francia no se recuperó de la filoxera y no empezara a abastecerse de Argelia, entre 1896 y 1905)³⁷, a un mercado de vinos corrientes y al segmento de los licores.

Hubo, ciertamente, a principios del siglo XX, intentos de "modernizar" los vinos de Málaga en la línea de lo que el mercado demandaba, como el encabezado por Baldomero Ghiara que nos ha narrado Garijo³⁸, pero no parece que las empresas y capitales más importantes del negocio vinícola de la época en Málaga sintieran mucha necesidad de inclinarse por esa vía de adaptación.

3. LOS EFECTOS SOBRE EL SECTOR VINÍCOLA DE MÁLAGA DE LAS NUEVAS VITICULTURAS FUERA DE EUROPA EN EL SIGLO XIX

El desarrollo desde el siglo XIX de las que podemos llamar "nuevas viticulturas", entre las que hay que incluir las de Argelia, Marruecos, Túnez, California, África del Sur, Australia, Nueva Zelanda, Chile y Argentina, afectó desde entonces a las condiciones de comercialización de los productos de las zonas vitícolas tradicionales

36. Paireault, J.P.(ed.). (1992). *Wines of the World*, contribuciones de Antonin, N. y Jennings, L. Books International PLC. London, 265.

37. Ver Morilla Critz, J. (1989). Op. cit., 167. Pellejero, C. 1988. "Decadencia del viñedo y crisis poblacional en la Málaga de finales del siglo XIX". *Revista de Historia Económica*, VI, 3, 593-633; 606-608.

38. Garijo, J. (1985). *Estampas del vino de Málaga y de la Axarquía*. Ediciones La Farola, Málaga, 209-213.

europeas. De hecho, una de las razones de que con plagas, como la filoxera en su día, y con el descenso del consumo per capita de vino, la producción mundial de vino no haya experimentado reducción, sino incremento continuo desde mediados del siglo XIX (113.5 millones de hls. en 1865-75, 158.6 en 1905-1914, 348.1 en 1982³⁹), ha sido la extensión de la viticultura a zonas del mundo en las que a principios del XIX no existía, o tenía sólo una presencia testimonial. Así, si esas zonas representaban en 1865-75 el 5% de la producción mundial de vino, en 1905-14 era el 16%, y en 1982 el 20%. De todas ellas, la más significativa ha sido California, que respectivamente ha ido representando el 0.1, 1.1 y 5.7%.

Naturalmente, esa realidad ha ido afectando a todas las que podríamos considerar a principios del siglo XX "áreas tradicionales" de producción vitícola (Francia, Italia, España, Portugal, Alemania), pero los efectos han variado en cuanto a intensidad, modo y momento. Con respecto al momento, se puede afirmar que las primeras zonas en sufrir las consecuencias de esa extensión de la viticultura a otros continentes fueron las tradicionales áreas productoras de vinos "licorosos", "generosos", "fortalecidos" o como queramos llamarlos, y las de pasas y uvas en fresco. Es decir, las zonas del Duero, Madeira, Tokay, Jerez y Málaga.

3.1. Málaga temprana "maestra" de las nuevas viticulturas

La transferencia de variedades de cepas, y de técnicas de viticultura, de pasificación y de vinificación desde el viejo continente a las nuevas áreas de vid en el mundo, constituye una historia de gran interés, a la que todavía no se le ha prestado la atención que merece. Es de destacar que los que suelen ser considerados "padres" de dos de las viticulturas extraeuropeas que han llegado a ser más importantes con el tiempo (australiana- neozelandesa y californiana), James Busby y Agoston Haraszthy respectivamente, prestaron especial atención al estudio, transferencia y aclimatación de las variedades de cepas de las zonas mediterráneas europeas a aquéllas tierras y, lo que es más relevante para el caso de Málaga, dedicaron una atención muy temprana y particular a esta zona.

Agoston Haraszthy, en su viaje de cinco meses por Europa, en 1861, para conocer la viticultura del viejo continente, atravesó España en diligencia desde los Pirineos, con el sólo propósito de conocer en profundidad la viticultura malagueña (sobre todo pasera)⁴⁰, que ya había visitado fugazmente con anterioridad, y des-

39. Muscadine, D., Amerine, M.A. y Thompson, B. (eds.). (1984). *Book of California Wine*. University of California Press. Berkeley, 382. Morilla Critz, J. (1995). "La irrupción de California en el mercado de productos vitícolas y sus efectos en los países mediterráneos", en J. Morilla Critz (ed.): *California y el Mediterráneo. Estudios de la historia de dos agriculturas competidoras*. MAPA, Madrid, 255-317; 303.

40. Ver Morilla Critz, J. (1996). "La viticultura andaluza a mediados del s. XIX vista por un californiano. El viaje de Agoston Haraszthy por España en 1861". *Revista de Estudios Regionales*, 46 (1996), 301-317.

pués Oporto, aunque esta última parte de su viaje se vio frustrado. Pero más interesante es aun que James Busby, en un viaje similar por el continente, pero treinta años antes (1831), vino a la Península Ibérica con el único fin de conocer en profundidad y recolectar cepas de Jerez y Málaga, que llevaría a Australia. En el caso de Málaga, su indagación fue exhaustiva, de la mano, principalmente, de tres importantes personajes muy bien conocidos por todos los historiadores malagueños: Kirkpatrick, Rein y Heredia, entre los días 20 de Octubre y 10 de Noviembre de aquel año⁴¹.

Era entonces un tiempo de experimentación con el vino de Málaga, algunos de cuyos productores buscaban acercarse a las nuevas condiciones de los mercados y, sobre todo, era el comienzo de la decisión de ir sustituyendo vino por pasas, de cuya industria Busby percibió sus extraordinarias potencialidades. Lo más preciado de su viaje fue el encargo que dejó a Kirkpatrick: que pusiera en baúles de tres pies de largo, dos de profundidad y dos de ancho, 500 esquejes de cepa de la largura del baúl, seleccionados y etiquetados, siguiendo la relación del libro de José de la Leña *Conversaciones malagueñas*. Entre las cepas, Busby encargaba al conocido hombre de negocios, que no olvidara bajo ningún concepto, la *Moscatel, larga y pequeña*, la *Pero Ximen* y la *pequeña Corinto* y, finalmente, le daba instrucciones sobre la cuidadosa manera de empaquetarlas para que llegaran vivas. Estos esquejes, junto con otras plantas y semillas, serían enviadas a Londres y desde allí a Nueva Gales del Sur en diferentes barcos. Sirva esta anécdota, recordando también como procedió Haraszthy en 1861⁴², para tener en cuenta que las nuevas viticulturas de Australia y California tuvieron en sus comienzos un especial y muy particular vínculo con la de Málaga.

3.2. Agudización de las dificultades para los vinos "fortalecidos". El ejemplo de California

En un contexto de demanda declinante como el que hemos analizado anteriormente, la extensión, desde mediados del siglo XIX, de la vitivinicultura a nuevas zonas templadas del mundo, fue especialmente dañina para las zonas productoras tradicionales de "vinos fortalecidos", y ello por dos motivos principales, sucesivos y relacionados:

1.- Porque las primeras de esas zonas en desarrollarse (Sudáfrica, California, Australia) imitaron muy pronto esos vinos, sobre todo cuando de lo que se trataba era de

41. Busby, J., op. cit. 39-57. En la actualidad el autor prepara una edición española comentada de este viaje.

42. Morilla Critz, J. (1996), op. cit., 314-315.

vender en los mercados exteriores (los ya existentes, por tanto con menor crecimiento)⁴³ y, en todo caso, porque nacen en el tiempo en que todavía son esos los vinos principalmente estimados. También, dado su alto grado de elaboración y composición, eran más fácil de imitar en sus características esenciales (color, olor, sabor), sin partir necesariamente de la misma materia prima y sistemas de elaboración.

Por otra parte, en las condiciones históricas concretas que se dan desde los años 1870, con la aplicación todavía rudimentaria y poco escrupulosa de la química a la producción vinícola⁴⁴, pero el comienzo de la preocupación oficial por la salubridad de los alimentos⁴⁵ y la moda por dietas más sanas⁴⁶, era más fácil a los nuevos productores justificar una menor semejanza con el producto imitado, argumentando su naturalidad frente a la misteriosa elaboración de los viejos artifices europeos⁴⁷. Ese fue el slogan, con éxito, de los productores australianos, sudafricanos y californianos, mucho más difícil de implementar por supuesto con respecto a los vinos de mesa comunes o de calidad, por naturaleza menos elaborados.

2.- Porque por ser zonas tempranas en desarrollar la viticultura en cada área nueva, habían constituido en ellas un núcleo de poder sólido cuando desde finales de siglo se impusieron las políticas proteccionistas, y pudieron conseguir el establecimiento de mecanismos de defensa respectivamente en dos mercados que eran fundamentales para todos (Gran Bretaña y Estados Unidos) cuando tuvieron problemas de colocación de su producción⁴⁸.

43. Ver Pinney, T. (1989). *A History of Wine in America. From the Beginnings to Prohibition*. University of California Press. Berkeley, Los Angeles, London, 297-309. Mayo, O. (1991). *The wines of Australia*. Faber and Faber, London, Boston, 41 y 71. Ministry of Transport, Union of South Africa (1960). *Our first half-Century, 1910-1960. Golden Jubilee of the Union of South Africa*, Da Gam Publications Ltd. Johannesburg, 443-444.
44. Un buen ejemplo de esto fue la situación creada a los llamados "Tarragona Port" y por extensión a todos los vinos fortalecidos españoles, con las denuncias de la adición a ellos de "fucsina". Ver al respecto Pan Montojo, J. (1994). *La bodega del mundo. La vid y el vino en España*. Alianza Ed., Madrid, 162-167.
45. Como dos ejemplos de la evolución en esos años podemos decir que la regulación estatal alimentaria comenzaría en 1875 con la *Sale of foods and drugs Act* en Gran Bretaña y alcanzaría su más elaborada sistematización con la *Food and Drug Act* de 1906 en Estados Unidos.
46. Morilla Critz, J. (1965), op. cit., 262.
47. Ejemplos de ello en Mayo, O. op. cit., 25 y Cipolla, C. (1975). "European Connoisseurs and California Wines, 1875-1895". *Agricultural History*, XLIX, 1, pp. 294-310; 308.
48. En Estados Unidos, el año clave de una legislación favorable fue 1892, por la aprobación de la "Sweet Wine Bill"; y en el caso británico 1925, con el restablecimiento de la *preferencia imperial*, que significaba, en el caso concreto de los vinos fortalecidos, que los productores del Imperio (principalmente Australia y Sudáfrica) disponían de 2 grados más de margen para ser gravados como tales. Hasta 1860 también habían contado con tal preferencia los vinos de Sudáfrica y, en todo caso, entre tales fechas estuvieron libres de gravámenes los fabricados en la propia Gran Bretaña con concentrado de mosto y otras sustancias importadas en gran parte del Imperio. Ver Reports of the Imperial Economic Committee (1930). *Twenty-Third Report. Wine*, London, 60-61.

Estos dos elementos quedan muy bien reflejados en la evolución de la viticultura californiana en lo que respecta a estos vinos.

Como todos los productores de vino europeos, los de las zonas de "vinos fortalecidos" (Oporto, Jerez, Málaga) veían a fines del siglo XIX, en plena crisis, que su salvación podía estar en el creciente mercado de Estados Unidos⁴⁹. Pero las esperanzas no se materializaron sino que, al contrario, los vinos californianos fueron, aunque en pequeña medida, progresivamente amenazando a los productores tradicionales europeos⁵⁰ y ya antes de la Primera Guerra Mundial estaban de moda en la capital británica⁵¹. Después, la "Prohibición" hizo un gran daño a este sector vinícola californiano en expansión, pero tras ella, las posibilidades para que vinos ligeros de mesa y generosos europeos fueran introducidos en América fueron muy diferentes, mucho más difíciles para los segundos.

Y ello era así porque aún cuando los americanos eran crecientemente consumidores, en términos absolutos y relativos, de vinos fortalecidos y brandies, a diferencia de los europeos más desarrollados, eran por entonces también, sobretodo, productores de artículos "similares". De esa manera, cualquiera que fuera la demanda de "Sherry", "Oporto", "Madeira" o "Málaga" en el mercado americano, entre 1890 y 1940, las oportunidades eran cada vez menores para los productores europeos de esas especialidades.

En los años 70 del siglo XIX todavía la mayor zona vitivinícola de California era la del Sur, la primera en desarrollarse desde la época del "golden rush"⁵², especializada en vinos "fortalecidos". Sólo la producción de vino representaba la mitad del total de California. Frente a ella, la zona del norte (con Napa Valley como área principal), iniciada en los años 60, se orientaba hacia los vinos de mesa de calidad, intentando imitar, sobre todo, a los franceses de entonces. La especialización del Sur tenía su lógica, la misma que la que hacía que las zonas europeas más meridionales se especializaran en los vinos generosos, de alta graduación y elaborados. Desde entonces, y siguiendo la tendencia del consumo que ya hemos visto, la producción del norte creció mucho más que la del Sur, hasta tal punto que ésta representaba una quinta parte del total⁵³.

49. Morilla Critz, J. (1996), op. cit., 125.

50. Cipolla, C., op. cit, 310.

51. Briggs, A. op. cit, 145.

52. El mosto de esa primera expansión y, en general para la mayor parte de los vinos del sur hasta finales de siglo, procedía de la llamada en California "Cepa Misión" ("Mission grape"), resultado de la aclimatación de las primitivas cepas llevadas al oeste americano por los franciscanos españoles y que algunos estudiosos consideran procedía de cepas de Málaga (Terry, T.D. (1975). "California Grapes and California Missions". *Agricultural History*, XLIX, 1. pp. 292-293).

53. Carosso, V.P. (1951). *The California Wine Industry*. University California Press. Berkeley, Los Angeles, 306.

El Sur, ante la competencia del Norte, se concentró aún más en la producción de vinos “fortalecidos”, pasas y uvas de mesa, perfeccionando progresivamente sus técnicas y su acción sobre el mercado, pues esa era su ventaja comparativa. Eysberg dice que “no se podía producir vino de mesa en el cálido sur”, aun cuando sería más exacto decir que era más costoso y complicado. La vinificación de “claretes” y vinos corrientes nunca desapareció, pero acabó siendo de poca importancia. Por el contrario, sus Ports, Sherries y brandies mantuvieron una cierta reputación⁵⁴, junto con sus Angelicas, Muscatels, Muscats, Malagas y hasta Tokays y Vermuts.

En el quinquenio 1891-1895 la distribución de la producción de “fortified wines” en California era la siguiente:

	media Hls	% del total
Port	68.712	51,00 %
Sherry	26.048	26,20
Angelica	12.563	12.65
Muscatel	9.077	9.14
Malaga	1.054	0.84
Otros	175	0.17

Fuente: *State Board of Agriculture (California)*. Report 1912.

Los nombres no han de inducir a error: Sherry era, en principio, una imitación del Jerez español, el Port pretendía también ser el Oporto portugués y al espectro de nuestros “Málagas” pertenecían el llamado Malaga, el Muscatel y el Angelica, que era un vino hecho de forma similar a lo que en Málaga se llamaba un “vino maestro muerto” (añadiendo brandy al mosto).

Esto era así porque, como era natural, los pioneros viñadores y vinateros californianos no tenían reparo en bautizar con el nombre correspondiente a los caldos que, bien por su aspecto, color o sabor, se asemejaban a algunos vinos que ellos habían probado de las regiones de origen. Es muy interesante la descripción que un notable productor de vino del valle de San Joaquín, George West, que era, además, Comisionado para ese distrito del prestigioso “Board of State Viticultural Commissioners”, hizo del camino por el que llegó a producir vino “Málaga”:

54. Eysberg, C.D. (1990). *The California wine economy: Natural opportunities and socio-cultural constraints. A regional geographic analysis of its origins and perspectives*. University of Utrecht, 68.

*El Malaga californiano fue resultado de la suerte: tomé un vino tinto que había fermentado con sus propios hollejos durante diez días sin añadirle alcohol, y encontré que se convertía en semejante al Málaga a los cinco años de envejecimiento*⁵⁵.

De esas características derivaría más adelante el "semigeneric" nombre "Malaga" del "Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms" (ATF). Y cualquiera que sea la consideración que se pueda hacer de esos procedimientos, lo cierto es que entre los consumidores americanos y hasta entre los expertos europeos los vinos fortalecidos californianos fueron muy pronto ganando consideración como un producto similar y perfectamente sustitutorio de los de su zona de origen. En medio de la crisis de los mercados exteriores de éstos, la Revue de Viticulture consideraba en 1894:

*"Ante las dificultades de la vinificación, los viticultores del Sur de California se han dedicado a la preparación de vinos licorosos y han obtenido en esta vía (sic), verdaderos éxitos. Sus oportos, sus jereces, sus málagas, incluso sus moscateles pueden sostener la comparación con muchos vinos de España y Portugal"*⁵⁶.

Vera y Dupuy, que pensaban que España con una correcta política de fomento a la exportación en Estados Unidos podía vender allí mucho vino para "coupage", por el contrario eran proféticos sobre el futuro de los caldos "fortalecidos" ante los propios vinos americanos que:

*"sustituirán también a los vinos de Jerez y de Oporto, de segunda calidad, y a los que se fabrican en Londres y Hamburgo y se venden como si se hubieran cosechado en la Península Ibérica"*⁵⁷.

El poder que los productores de vinos fortalecidos tenía en California y su capacidad de presión sobre el Gobierno federal es algo que queda de manifiesto al estudiar la protección que consiguieron para sus productos, tanto mediante medidas estrictamente arancelarias, como de apoyo al consumo preferente de aquéllos. Los viticultores californianos del sur fueron el grupo de presión más activo en EEUU en la lucha por tarifas protectoras frente a los productos extranjeros, y su completo éxito resultó especialmente dañino para las posibilidades de importación de vinos generosos y brandies en EEUU. Entre 1870 y 1894 las diferentes "Tariff Act", entre

55. Corti, D.F. (1984). "Dessert Wines" Cap. VI.9 de *Book of California Wine* (Muscatine, Amerine y Thompson eds.). University of California, Sotheby. Berkeley, Los Angeles, London. pp. 280-293; 290-291.

56. Gos, F. (1894). "Les vins de Californie". *Revue de Viticulture*. Vol I, no. 25, Junio 1894, 609-612; 611.

57. Dupuy de Lome, E. y Vera y López, V. (1895). *La producción y el comercio de vinos en los Estados Unidos*. Memoria redactada por D... Madrid, 53.

las que destaca la "MacKinley" de 1890, acabaron prohibiendo la importación de vinos con más de un 24% de alcohol (todos los de Málaga por ejemplo) y gravaban extraordinariamente a todos los de más de 14%.

La base sociológica de esta progresiva legislación proteccionista era hasta cierto punto la misma que la de Gran Bretaña por entonces, es decir, la simpatía entre las clases medias por la moderación, que se veía ayudada por el ambiente de adulteración⁵⁸. Pero en California, tales medidas estuvieron también impulsadas por la excedentaria industria vitícola del sur, que se fue organizando en los años 90 en un poderoso "lobby" que acabó coordinado por la "California Wine Association" (1892) y la "California Wine Makers' Corporation" (1894), pero que antes ya tenía su base en el "State Board of Viticultural Commissioners" y el soporte científico de la Universidad de California, con su "California Viticultural Experiment Station" y el "College of Agriculture". Entre los historiadores hay acuerdo en que en el último cuarto del siglo el lobby vinatero californiano en Washington era el más poderoso de todos los Estados Unidos.

Pero con ser grande la protección arancelaria conseguida, el logro más importante de los viticultores californianos en defensa de su industria vinícola fue la de la legislación federal sobre "sweet wines". En las condiciones de superproducción de vinos fortalecidos de los años 1875-1890, los productores del Sur fueron acumulando grandes stocks de brandy, como forma de preservar la producción no vendida. Y, en esa situación, empujaron por la promulgación de leyes de "pure wine", que prohibieran el uso de alcoholes no vínicos en la producción de "fortified wines". El fruto más granado de esa legislación fue el "Pure Sweet Wine Bill", aprobado como parte de la "McKinley Tariff Act" de 1892. Por él, en la fabricación de vinos "dulces" (de hecho "fortalecidos") sólo se permitía la agregación de brandy puro de vino y, además, en ese caso, tal brandy estaría exento de impuestos, siempre que los vinos obtenidos no fueran de más de un 25% de contenido de alcohol.

Esta ley fue un balón de oxígeno para la producción de vinos generosos y brandies del Sur de California, pues, como dicen Seff y Conney, "solamente California recolectaba suficientes uvas para producir la cantidad necesaria de alcohol para fabricar vino fortalecido libre de impuestos en cantidad apreciable"⁵⁹. Representaba, además, una protección adicional contra las importaciones de vinos generosos europeos, pues los vinos de graduación superior al 14% de alcohol quedaban gravados por altos derechos arancelarios más los impuestos interiores. Los vinos californianos fortalecidos, sin embargo, aparte de no tener la tarifa, se fabricaban

58. Seff, J.M. y Cooney, J.F. (1984). "The legal and Political History of California Wine", *Cap. IX de Book of California Wine*, op. cit., 416-417. También: United States Tariff Commission (1939). *Grapes, Raisins and Wines. Second Series, Report no. 134*, Washington, 309.

59. Seff, J.M. y Cooney, J.F. op. cit., 418.

con brandies exentos de todo tipo de impuestos interiores y, además, su graduación podía llegar hasta el 25%, frente a los importados que no podían pasar del 24%. Citando nuevamente a los anteriores autores:

“Después de 1890, las tarifas protectoras, impidieron esencialmente la importación de otros vinos que los escasamente favorecidos por connoisseurs o vinos a granel consumidos por inmigrantes recientes en tiempo de vacaciones. Entre 1870 y 1900, la participación en el mercado de vinos extranjeros cayó del 50 al 12%.”⁶⁰

En suma, California ilustra bastante bien sobre las limitaciones en las que los productores tradicionales de vinos “fortalecidos” hubieron de moverse desde mediados del siglo XIX: Dada una tendencia de fondo, que tiene raíces culturales dignas de ser estudiadas, de abandono progresivo de los viejos vinos licorosos a favor de los “naturales”, que llega con ciertos altibajos y desfases geográficos hasta nuestros días, los “nuevos productores” que iniciaron su actividad cuando todavía había buenas perspectivas para los viejos caldos, supusieron una limitación muy difícil de superar cuando hubo escasez de demanda para todos, porque se dieron ya fuera en países que podían ser de manera efectiva una salida a la producción de todos (caso de Estados Unidos) o en otros que tenían una ventaja política para ser privilegiados en el mercado tradicional principal (Gran Bretaña).

CONCLUSIONES

En la historia económica de Málaga la producción y comercialización de sus vinos en los siglos XVIII y XIX es un capítulo de referencia obligada, pero por razones diferentes en cada siglo: en el primero, el de aquéllos era un sector en auge de la economía de la provincia, que correspondía a la gran aceptación que tenían en los mercados exteriores tales vinos; en el siglo XIX, la historia de los vinos de Málaga es más complicada pero, en general, constituye un periodo de decadencia en el comercio de aquéllos, que seguirá en el siglo XX su declive, hasta llegar hasta nuestros días, en que la significación de los vinos en la economía de Málaga y el de aquéllos en el contexto de la viticultura española es marginal.

Las principales razones de la reducción del mercado de los vinos de Málaga a lo largo del siglo XIX, estuvieron relacionadas con las dificultades crecientes que los vinos de sus características fueron encontrando en los mercados. Las dificultades tenían su origen en dos elementos principales: uno, la tendencia detectada en las

60. *Ibidem*, 419.

preferencias de los consumidores desde principios del siglo XIX, que llega hasta nuestros días, a favor de bebidas alcohólicas, y en concreto vinos, de un tenor alcohólico cada vez más bajo, con menos azúcar y que, en las modas dominantes estén definidos como "naturales", y otro, la aparición desde el último cuarto del siglo XIX de poderosos competidores que, apoyados en las oportunidades de imitación que daba un producto de elaboración muy artificiosa, fueron capaces de elaborar vinos que, en sus características esenciales, imitaban aceptablemente a los vinos "fortalecidos" tipo Jerez, Oporto, Madeira, Tokay o Málaga.

De entre los competidores, Estados Unidos fue, para el caso de Málaga, el más perjudicial pues, por las características y los orígenes de algunas nuevas viti-culturas, como California, muy relacionadas con la de Málaga, allí se produjeron muy tempranamente vinos semejantes. Esta circunstancia, en unión con la importancia que tenía el mercado americano para el comercio de Málaga, hicieron que la política proteccionista de aquel país, con un capítulo particular para los vinos "dulces", fuera un inconveniente de extrema gravedad para los vinos de Málaga.

Ese panorama, que era esencialmente semejante en el siglo XIX y principios del XX para todos los "vinos fortalecidos", dio lugar, no obstante, a respuestas algo diferentes en cada uno de ellos. Algunos, como el Jerez y el Oporto, se transformaron, en ciertos momentos, para responder a las tendencias de los consumidores, en otros casos, como el Madeira y el Málaga, los ensayos en ese sentido no fueron muy persistentes. En todo caso, en un plazo más largo, todos los vinos de aquellas características han llegado a nuestros días con mercados más reducidos que los que tuvieron en sus años de gloria.

En lugar de buscar respuestas minusvaloradoras de la capacidad de los productores y comercializadores del producto de Málaga, ya sea en términos de capital financiero o humano, o en forma de actitudes empresariales, que no se corresponderían con la realidad del sector, creemos que el abandono progresivo de la viticultura tradicional malagueña tuvo que ver más, al principio, con la existencia de alternativas racionalmente más beneficiosas dentro del propio sector vitícola, como fue la producción y comercio de las pasas, después con la fabricación y exportación de vinos comunes de una zona geográfica mucho más extensa que la de épocas anteriores. A finales del siglo XIX ya, con un mercado muy reducido, la mayor parte de los vinos del tipo de los de Málaga podían sobrevivir solamente protegidos como productos casi de artesanía, o formando parte de una línea de producción más diversificada en otras zonas, como Jerez.