

«Los extremeños no deberíamos favorecer más lo de fuera que lo de dentro»

Marcelino Díaz Bodeguero

GLORIA JOVER

ALMENDRALEJO. A comienzos de los años 80, cuando hablar de cava era sinónimo de Cataluña, el almenradejense Marcelino Díaz, junto a Pablo Juárez y Aniceto Mesías, decidieron emprender en su localidad un camino nuevo y desconocido: elaborar el primer cava extremeño.

Cuatro décadas después, aquel proyecto pionero ha transformado la imagen de la ciudad, ha dado prestigio a sus vinos y ha convertido al cava en un embajador gastronómico de Extremadura.

Bodeguero visionario y luchador incansable, Díaz fue uno de los grandes impulsores de que el espumoso elaborado en Tierra de Barros pudiera formar parte de la Denominación de Origen. Costó años de pleitos, que culminaron con la sentencia del Tribunal Supremo de 1987.

Su trayectoria, marcada por más de cuatro décadas dedicadas al vino, ha dejado una huella imborrable en la ciudad, que hoy reconoce su legado con la propuesta de la máxima distinción regional y la apertura del Museo del Cava, un espacio que repasa la evolución de este vino y la aportación decisiva de su familia. Durante la inauguración del museo, Díaz recordó que su objetivo es «permitir al público conocer cómo se inició todo, cómo han sido esos años y los problemas que hubo», en un relato que ya forma parte de la memoria colectiva de Extremadura.

Ahora, distinguido con la Medalla de Extremadura, repasa con emoción sus inicios, las dificultades su-

«Ver aquel primer subterráneo lleno de botellas, esperar a que fermentaran, con la incertidumbre de si saldría bien o no... fue muy satisfactorio y agradable»

peradas y el orgullo de haber demostrado que en esta tierra también se pueden hacer vinos de calidad reconocidos en todo el mundo.

—Al inicio de los años 80 usted, junto a otros empresarios, emprendió el camino de elaborar cava en Extremadura cuando apenas se conocía fuera de Cataluña y no se asociaba para nada con nuestra tierra. ¿Cómo recuerda aquellos primeros pasos?

—Lo recuerdo con mucho cariño y con expectativas. El realizar las primeras botellas, el primer cava embotellado en Almendralejo... Ten en cuenta que en aquel entonces el mundo del vino era un mundo de graneles, la botella apenas se tocaba y se veía. Yo ya había hecho con anterioridad un vino de calidad, el Lar de Barros, que exigía crianza en barrica y en botella. Pero el cava era diferente, embotellabas desde el principio el vino base y luego sufría la segunda fermentación en la cava subterránea. Ver aquel primer subterráneo lleno de botellas, esperar a que fermentaran, con la incertidumbre de si saldría bien o no... Porque los resultados no se empiezan a ver hasta que no se acaba prácticamente la fermentación y no empiezas a ver algunos signos como la rotura de alguna botella. Pero ver el resultado final y que todo salió como lo esperábamos fue muy satisfactorio y agradable.

—¿Qué dificultades y aprendizajes marcaron esa etapa fundacional?

—Hubo muchos aprendizajes y alguna que otra dificultad, claro. Conocíamos la teoría del proceso, aunque del ‘dicho al hecho hay un trecho’. Las mayores dificultades vinieron, sobre todo, en la segunda manipulación: el removido, el clarificado y el degüelle. Eso no lo conocíamos y las primeras botellas nos salían volando, porque tenían una presión de siete u ocho atmósferas. Yo se lo explicaba al bodeguero Francisco Vargas, un gran profesional gracias al cual también pudimos elaborar el cava, y él se reía... pero luego me reconoció que a él le había pasado lo mismo. Así que dificultades hubo, pero más importantes fueron las motivaciones y lo que aprendimos.

—En 1984 el cava Vía de la Plata, y poco después, en 1985, Bonaval...

—Ambas las creamos al mismo tiempo. El primer año



Marcelino Díaz con una copa de cava Puerta Palma. J. M. ROMERO

sacamos Vía de la Plata, y a continuación mis amigos Aniceto, Pablo y yo nos separamos y yo continúe en mi bodega elaborando el cava Bonaval.

—¿Cómo fue el proceso de consolidar la marca y que el mercado aceptara el cava?

—No fue fácil. El proceso de consolidar una marca siempre lleva tiempo y esfuerzo, pero en este caso fue más complicado porque no había cultura del cava. Las primeras 5.000 o 6.000 botellas que elaboramos fueron un éxito, se vendieron enseguida, todos querían la primera botella y venían a la bodega a por ellas. Tanto, que el mercado se ‘enfadó’ con nosotros y nos decían que al año siguiente, cuando tuviéramos más, seríamos nosotros los que iríamos a buscarlos para venderles. El primer año fue expectante, pero al no haber una cultura del cava consolidada, fue más difícil. Aquí el extremeño, como mucho, toma una botella de cava en Navidad, pero el resto del año no. Y

«Las mayores dificultades vinieron, sobre todo, en la segunda manipulación, ya que las botellas salían volando debido a la presión»