



Rivar
REVISTA IBEROAMERICANA DE
VITICULTURA, AGROINDUSTRIA
Y RURALIDAD

Editada por el Instituto de Estudios Avanzados
Universidad de Santiago de Chile

CULTURAS DEL VINO DE PITARRA EN EXTREMADURA: UN PATRIMONIO CULTURAL DESDEÑADO



*Cultures of Pitarra wine in Extremadura:
A scorned cultural heritage
Culturas do vinho Pitarra na Extremadura:
Um património cultural desdenhado*

Borja Rivero Jiménez

Universidad de Santiago de Compostela
Santiago de Compostela, España

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3691-0968>
borja.rivero@usc.es

Lorenzo Mariano Juárez

Universidad de Extremadura
Cáceres, España

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8483-7200>
lormariano@unex.es

Luis López-Lago Ortiz

Universidad de Extremadura
Badajoz, España

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2129-3442>
luislopezlag@unex.es

David Conde Caballero

Universidad de Extremadura
Cáceres, España

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5967-4371>
dcondecab@unex.es

Volumen 13, número 38, 256-271, enero 2026

ISSN 0719-4994

Artículo de investigación

<https://doi.org/10.35588/bd4nhe17>

Recibido

14 de marzo de 2025

Aprobado

9 de abril de 2025

Publicado

28 de enero de 2026

DOSSIER Patrimonio étílico:

**Paisajes y espacios de
producción, circulación y
consumo**

Cómo citar

Rivero Jiménez, B., Mariano Juárez, L.,
López-Lago Ortiz, L. y Conde Caballero,
D. (2026). Culturas del vino de Pitarra
en Extremadura: Un patrimonio cultural
desdeñado. *RIVAR*, 13(38), 256-271,
<https://doi.org/10.35588/bd4nhe17>

ABSTRACT

This article explores the dense cultural tradition of pitarra wine in Extremadura and the possibilities of delimiting it as part of the cultural heritage linked to this territory. Based on ethnographic fieldwork that includes interviews with consumers and analysis of discourses of various kinds carried out in 2024, the importance of the consumption of this type of wine for Extremadura's identity is discussed. Beyond reductionist positions that identify the dangers for health, its consumption refers to processes of identity cohesion, the creation of social networks, or the construction of the identity of rural Extremadura. The cultures of pitarra wine show a remarkable vitality, as shown by the various social practices surrounding its production and consumption, such as producers' competitions, tasting experiences, or the incipient processes of gourmetisation. The wine-growing landscapes of pitarra wine show a path of wine patrimonialisation far removed from the exuberant vineyard landscapes that await tourists, but rather by claiming part of the rural identity of Extremadura.

KEYWORDS

Wine, cultural heritage, cultural landscape, patrimonialization.

RESUMEN

El presente artículo explora la densa tradición cultural del vino de pitarra en Extremadura y las posibilidades de delimitarlo como parte del patrimonio cultural vinculado a este territorio. A partir de un trabajo de campo de naturaleza etnográfica que incluye entrevistas a consumidores y análisis de discursos de diversa naturaleza realizado en el año 2024, se discute la importancia que el consumo de este tipo de vino ha tenido para la identidad extremeña. Más allá de posiciones reduccionistas que identifican los peligros para la salud, su consumo remite a procesos de cohesión comunitaria, creación de redes sociales o construcción identitaria de la ruralidad extremeña. Las culturas del vino de pitarra se muestran con una notable vitalidad, como señalan las diversas prácticas sociales alrededor de su producción y consumo, entre ellas los concursos de productores, las experiencias de cata o los incipientes procesos de gourmetización. Los paisajes vinícolas del vino de pitarra muestran un camino de patrimonialización del vino alejado de los paisajes exuberantes de viñedos que esperan turistas, reivindicando parte de la identidad rural extremeña.

PALABRAS CLAVE

Vino, patrimonio cultural, paisaje cultural, patrimonialización.

RESUMO

Este artigo explora a densa tradição cultural do vinho de pitarra na Extremadura e as possibilidades de o delimitar como parte do património cultural ligado a este território. Com base num trabalho de campo etnográfico que inclui entrevistas a consumidores e a análise de discursos de diversa índole realizado em 2024, discute-se a importância do consumo deste tipo de vinho para a identidade da Extremadura. Para além de posições reducionistas que identificam os perigos para a saúde, o seu consumo remete para processos de coesão identitária, para a criação de redes sociais ou para a construção da identidade da Extremadura rural. As culturas do vinho de pitarra apresentam uma notável vitalidade, como o demonstram as diversas práticas sociais em torno da sua produção e consumo, como os concursos de produtores, as experiências de degustação ou os incipientes processos de gourmetização. As paisagens vitivinícolas do vinho de pitarra apresentam um percurso de patrimonialização vitivinícola muito distante das exuberantes paisagens de vinhedos que esperam os turistas, mas sim reivindicando parte da identidade rural da Extremadura.

PALAVRAS-CHAVE

Vinho, património cultural, paisagem cultural, patrimonialização.

Las culturas vinícolas y los complejos procesos de patrimonialización

En las últimas décadas hemos asistido a un reconocimiento creciente de numerosas prácticas culturales vinculadas a la alimentación. Nociones como patrimonio alimentario o patrimonio gastronómico se han empleado para poner en valor y proteger ciertos elementos singulares de las culturas alimentarias de todo el mundo (Medina, 2009). Se trata de un fenómeno de patrimonialización del hecho alimentario que ha sido reactivado mediante las intersecciones con el turismo y sus lógicas de consumo. La delimitación como patrimonio implica procesos de distinción que relacionan las prácticas alimentarias con ciertos territorios y maneras identitarias de construir el mundo (Demossier, 2011), lo que otorga a esta categorización la capacidad para representar una identidad. Desde 1972, la UNESCO aplica las categorías de Bienes Patrimonio Mundial (culturales, naturales y mixtos), que se han materializado en procesos de identificación de patrimonio material y posteriormente inmaterial con un gran protagonismo de la cultura alimentaria, incluyendo prácticas rituales de comensalidad, recetarios, artesanías alimentarias, formas de consumo o patrones dietéticos.

Las culturas del vino y las prácticas de patrimonialización de las culturas vinícolas presentan, no obstante, su propia historia cultural. En los últimos años hemos asistido a peticiones e iniciativas diversas que abogan por el reconocimiento de la cultura del vino como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. La Antropología y otras Ciencias Sociales se han mostrado muy críticas con los procesos sociales y culturales de patrimonialización, situándolos no tanto en el contexto de los debates científicos sino de las relaciones de poder (Santamarina y Del Mármol, 2020). La reivindicación de la cultura del vino ha chocado en las últimas décadas con las posiciones y discursos que lo definen —junto con el resto de los alcoholes— como un peligro para la salud, un producto tóxico que no es alimento ni cultura. Se trata de un discurso que además de político es también geográfico —la tradición cultural del norte de Europa— apoyado en numerosos y crecientes estudios científicos que han alertado en estos últimos años de que la única cantidad segura de alcohol es cero.

Los procesos de patrimonialización del vino han empleado caminos alternativos para evitar la sanción y la fuerza de los discursos biopolíticos a favor de la salud de la población. Así, desde el año 1992, la UNESCO puso en circulación la categoría «paisaje cultural», donde se incluyen los «paisajes culturales asociativos, que contienen poderosos valores religiosos, artísticos o culturales asociados al elemento natural más allá de las pruebas culturales materiales, que pueden ser insignificantes o, incluso, estar ausentes». La UNESCO, en las *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial Operational Guidelines 2017*, define los paisajes culturales como:

Lugares que representan el trabajo combinado de la naturaleza y el ser humano, y que son ilustrativos de la evolución de la sociedad humana y del uso del espacio a lo largo del tiempo, bajo la influencia de las limitaciones físicas y/u oportunidades presentadas por el medio natural y de las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto externas como internas.

Los paisajes vitícolas inscritos cumplieron con la demanda de mostrar una capacidad evocadora, de funcionar como «archivos territoriales de la memoria colectiva» (Silva Pérez et al., 2018: 19). El proceso de patrimonialización de las culturas del vino encontraba en los

viñedos el resultado de paisajes agrarios que mostraban el peso histórico del cultivo y de la infraestructura destinada a los procesos de producción, conservación y distribución. Los paisajes del viñedo se encuadran en el tipo de los paisajes vivos y evolucionados orgánicamente, según el Anexo 3 de las *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*, lo que implicaba la valorización patrimonial del vino sin el vino, aunque fuera a costa de un acaparamiento europeo, especialmente francés. Diversas voces han alertado del hecho que el empuje de los intereses económicos tiene un mayor peso que las virtudes del bien patrimonializado, lo que articula un tipo de patrimonio convertido en «propiedades» que deben producir intereses o resultados económicos (Mariano-Juárez et al., 2023; Medina et al., 2024). El sentido de estas estrategias también puede apreciarse en otras formas de patrimonialización, como la de los Paisajes o Itinerarios Culturales —«el itinerario cultural de la vid y el vino en los pueblos del Mediterráneo», por ejemplo— o los museos del vino o espacios etnográficos destinados a la visibilización de las culturas del vino.

Este discurso de documentos técnicos y las instituciones del Patrimonio conviven con los procesos de gourmetización del vino y la cultura asociada, encuadrados en prácticas e ideologías económicas de distinción (Mariano-Juárez et al., 2023; Medina et al., 2024). El vino se ha incorporado al mercado turístico dentro del turismo gastronómico. En un primer momento, las regiones encontraron proyección nacional e internacional por la calidad de sus caldos, por su profundidad histórica y por la singularidad de su geografía (Medina, 2010). Las lógicas de un mercado turístico saturado ampliaron los procesos de valorización de los aspectos patrimoniales de la vitivinicultura a través de actividades recreativas, dando lugar al enoturismo o turismo enológico. Son numerosas las iniciativas que el mercado del ocio y el turismo ha puesto en marcha a partir de la singularización de experiencias vinícolas, que incluyen experiencias de «recolección a la luz de la luna». La vinculación del patrimonio alimentario con el turismo implicaría la incorporación de una dimensión recreativa para satisfacer necesidades de consumo, estéticas y emocionales del mundo contemporáneo (Miele, 2006; Novo et al., 2019; Pedret Massanet et al., 2023). Como antes señalábamos, la defensa de la cultura del vino responde en parte al rendimiento económico que provee.

Sin embargo, la cultura tradicional del viñedo, el valor patrimonial inmaterial de los procesos de atención y elaboración, los saberes tradicionales vinculados al territorio están desapareciendo en el mundo, se encuentran en peligro de extinción (Conde-Caballero et al., 2021; Cáceres Nevot, 2023). De alguna manera, pareciera que la pugna por la patrimonialización de la cultura del vino frente a los discursos que lo ubican en el contexto de lo impuro en términos saludables se ha saldado con una victoria de la cultura vinícola de las élites, amparada bajo las modernas lógicas economicistas del turismo gastronómico y la distinción. Como si solo los grandes caldos, las experiencias de consumo de una élite, los procesos de experiencias gourmet pudieran representar el valor patrimonial de esta bebida. Pero la cultura del vino, en términos identitarios e inmateriales, va mucho más allá: la componen también saberes rurales, los espacios de las bodegas tradicionales, las ideologías y representaciones alrededor de su consumo, las formas artesanales de preparar caldos que se alejan de la uniformidad y las demandas de un gusto global. En ese contexto de reivindicación de las culturas del vino de la periferia, las que reclaman su uso en los espacios ritualizados del gozo y el placer, se encuentra este alegato a favor de la cultura del vino de pitarra en España como parte del patrimonio inmaterial de la humanidad. Creemos que es necesario reivindicar su valor, atendiendo a los intentos, ya en marcha, de activar su patrimonializa-

ción. Se trata de un espacio cultural tan humilde como desdeñado, pero justificadamente merecedor de reconocimiento.

El vino de Pitarra

Existen pocos abordajes teóricos sobre la cultura ligada al vino de pitarra español. Se cuenta que, en su retiro en el Monasterio de Yuste, el anciano emperador Carlos V cogió aprecio a los vinos «pitarreros» de aquella comarca, especialmente el conocido como «tinto de Jaraíz». El origen de este tipo de vinos se vincula con los primeros asentamientos celtas y lusitanos en la región ahora conocida como Extremadura, pero sin duda se vincula el surgimiento de la viticultura en la región en el periodo romano. Aunque fue un producto importante en la Edad Media, a finales del siglo XIX descendió su consumo, en parte debido a la introducción de otros caldos. En términos generales, es posible afirmar que se trata de un vino «turbio», de carácter «rústico» y fabricación artesanal, con claras afinidades con el vino de Talha de Portugal (Alentejo). Aunque se puede encontrar en otras zonas de España, es posible afirmar que se trata de un vino especialmente vinculado con la región de Extremadura, no solo porque sus inicios se dieran en ella, sino también porque su producción y consumo mantienen allí, a día de hoy, una arraigada tradición. Tal es así, que los vinos de pitarra de la región extremeña se encuentran incluidos en la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Vinos de la Tierra. Destacan las regiones de Las Villuercas (con su famoso vino de Cañamero), Tierra de Barros, Valle del Alagón, Sierra de Montánchez o Sierra de Gata.

La denominación del vino se relaciona con su proceso de fabricación, realizado en unas tinajas de barro que servían también de almacén. Estas pitarra, con una capacidad de entre 100 y 500 litros, se fabricaban con barro de la región. La elaboración del vino se adecua a los estándares tradicionales, empleando uvas de las variedades Tinta del País, Garnacha, Tempranillo y Alarije, bien adaptadas al clima cálido y seco típico de la región extremeña. La cosecha se realiza a mano, para transportarla después a la bodega, donde es despallada y prensada. Se vendimia a primera hora de la mañana, para evitar el calor. Todo el proceso de recogida de la uva es manual. Los viñedos están intercalados entre los olivos y son parcelas pequeñas, generalmente en pequeñas viñas, aunque algunos compran la uva. Como decimos, se trata de un vino fundamentalmente artesanal, incluso «casero», sin los procesos industriales modernos, lo que le confiere gran parte de su carácter, por lo que la uva se moltura a la antigua usanza; en la mayoría de los casos, las estrujadoras, despalladoras y prensas son manuales. El saber tradicional para escoger el día de la vendimia se acompaña hoy del uso de refractómetros para conocer la cantidad de azúcar y alcohol, entre finales de agosto y primeros de octubre. Algunos de los informantes que hemos entrevistado afirman: «Antiguamente se pisaba a pie, pero hoy día contamos con máquinas manuales y eléctricas»; «despallillar es separar la uva machacada y su zumo (mosto) y por otro el raspón»; «lo primero va a esos recipientes tradicionales, aunque hoy en día las cubas son de acero y plástico».

Cada productor escoge como conservarlo, lo que también tendrá repercusiones en el sabor, cambiante con el paso del tiempo: dejándolo en la cuba, embotellado o en damajuanas, unas vasijas de vidrio o loza, de boca estrecha y una arroba de capacidad, muy presentes en el territorio extremeño. El consumo se realiza en el año de producción, a partir de febrero.

Al probarlo, los consumidores lo encuentran «fuerte», de un sabor recio y textura un tanto rústica. En las catas contemporáneas se amplían sus propiedades y se presenta como un caldo de aroma afrutado, con notas de moras, ciruelas y especias, con un toque de dulzor. Una de sus características centrales, la pérdida de normatividad, remite a ese espacio de fabricación artesanal que recrea parte de su interés: no encontraremos dos pitarra iguales. El sabor y aroma dependerán tanto de la cosecha como de la bodega que lo elabore. Son vinos de una graduación alcohólica superior a la media. A pesar de ser un tipo de vino clásico entre la variedad de caldos en España, no solo ha pasado desapercibido para las ciencias sociales, sino también para gran parte de los consumidores. Parte de las explicaciones se encuentran en la escasa distribución, realizada por pequeñas bodegas familiares, en muchos casos para autoconsumo.

La vida social del vino de pitarra: ideologías y prácticas tradicionales en los espacios rurales de Extremadura

La defensa de los paisajes culturales del vino de pitarra como patrimonio de la humanidad esquinado, olvidado, descansan en la capacidad para recrear una forma de estar en el mundo y el peso de una tradición alejada del mercado y la sofisticación de parte del mundo del vino contemporáneo. Se trata de un vino que ha conseguido mantener la distinción a través de lo artesanal de su fabricación y el resultado tan único que consigue cada añada. Pero, sobre todo, ofrece la capacidad para mirar —para expresar— un conjunto de tradición recreada en el presente y actualizada en nuevos marcos de sentido. La memoria alrededor de sus prácticas de consumo, las ideologías sobre sus beneficios, la presencia cotidiana en las zonas rurales de esta parte de España, forman parte de esas expresiones que son reconocidas como parte de su identidad cultural. El vino de pitarra son los aperos tradicionales que lo permiten, las bodegas y tinajas, pero, sobre todo, los espacios de interacción asociados al producto y que recrean esa manera de estar en el mundo rural de pueblos pequeños.

En nuestro trabajo de campo en zonas rurales de Extremadura con población envejecida (Conde Caballero et al., 2021; Rivero Jiménez et al., 2020) siempre aparecía el consumo diario de cantidades de vino importantes, muchas veces superiores al litro. El protagonismo del vino de pitarra en estos consumos masculinos es hoy igual de importante que lo fue en tiempos pretéritos. En las zonas rurales de Extremadura, el vino se ha vinculado con los procesos de construcción de la masculinidad: los hombres eran sobre todo bebedores de vino. En ese proceso de socialización, es normal que a los más jóvenes se les introduzca en el consumo del vino a partir del mosto, un vino para «hombres en formación»:

En ese tiempo todo era más natural, yo recuerdo comer unas aceitunas, unas aceitunas machás, que eso estaba... en ese tiempo era así. Yo he ido a echar dos palas de estiércol a la parra, y eso le daba fuerza, a las higueras igual; todo el año se bebía vino, el vino siempre ha existido, a diario, también en Semana Santa. Desde pequeño se empezaba a tomar, bebía todo el mundo, cuando éramos más pequeños, si podías, bebías un *poquino* de mosto... luego ya te pasabas a un pitarrín.

La cotidianidad del consumo de vino, de ese vino «pitarrero» realizado en la propia casa o comprado en alguna de las familias productoras de los pueblos, con un precio muy eco-

nómico, alcanzaba todo el año, pero también diversos contextos: los festivos, tomado en bares o cantinas en pequeñas cantidades, en un tipo de vaso conocido como «chato», que aún hoy da nombre a bares de diversos pueblos o motes de familias en las que algún antepasado se ha dedicado a servirlos. Pero también se ha llevado y consumido vino en los espacios de trabajo, bebido en grupo y por turnos, «bebiendo a caño» de las botas de vino. Esos espacios abrigan procesos de transmisión de cultura, con hombres riendo de los primeros intentos de los más jóvenes, o los torpes «forasteros» a los que se invita, mientras se reproducen refranes tradicionales que aparecen en la memoria por esa especie de metonimia entre la cultura material y la condensada en esas palabras tantas veces escuchadas: «el que vende la bota, es que hace mal vino, o es que está rota».

Invitar, compartir ese vino, expresar lazos de amistad o parentesco podrían parecer sinónimos. Aunque se trata de un consumo mayoritariamente masculino, parte de esta cultura alrededor del pitarra es construida en torno a las prácticas de compartir y no acaparar. Estas prácticas de *sharing* son entendidas en la literatura, con un amplio consenso, como una base central de la cooperación y que permiten articular, entre otras, redes de parentesco o reputación (Nowak, 2006) y el establecimiento y mantenimiento de redes sociales (Apicella et al., 2012) o el esfuerzo por la cohesión social (Narotzky, 2007). Las culturas del vino de pitarra, en esos espacios de compartir, contribuyen y expresan todas esas dinámicas culturales:

Entonces se estiraba más el ¡compadre!... pasaba el compadre, ¡vamos a tomar un vinito!, tenías tu vinito, sacabas un cacho de patatera, un cacho de chorizo, un cacho de queso... pero siempre, de *toa* la vida, compadre ¡vamos a tomar un vinito! [...] algunos eran compadres de verdad y otros de mentira, porque no lo habían sido, pero... se quedaba el nombre ese, y por no perder la amistad, «compadre, vamos a tomar un vino».

Sí, eso era muy típico, se invitaba a la casa a tomar un chato de vino, estabas tomando el fresco y pasaba por allí, se sacaba unas aceitunas acuchillás...

De manera tradicional, en las últimas décadas se ha mantenido la costumbre social de acudir al bar, especialmente el domingo. Casi siempre ha sido una práctica masculina, que ha recreado espacios de sociabilidad y amistad: «En los vinos del mediodía he hecho yo mejores amistades que en la escuela, y que en la mili», pero que en el presente comienza a ser sustituido por el consumo de cerveza en las generaciones mayores, donde se incorpora de manera rutinaria la mujer. El vino de pitarra, lejos de producir daño al cuerpo, sirve para alegrar el alma, ofreciendo un espacio marcado por el gusto, por los beneficios de «alegrarse», de llegar «al puntito justo»: «Pues verás lo que te va a parecer dentro de un rato, porque este es la joya de la corona. Con tres te vas a sentir a gustito, con seis nos vamos a ir de la lengua y cuando hayamos terminado la botella estamos cantando el Asturias patria querida» (Figura 1).

Figura 1. Vino de pitarra tradicional. Nuestro propio trabajo de campo también ha estado acompañado de la idea de compartir e invitar por parte de nuestros propios informantes
Figure 1. Traditional pitarra wine. Our own fieldwork has also been accompanied by the idea of sharing



Fuente: fotografía de los autores. Source: authors' photograph.

En las conversaciones cotidianas del pequeño pueblo de Alcuéscar alrededor del vino de pitarra, un pueblo de la Sierra de Montánchez, en Extremadura, se recrea con nostalgia el tiempo en que había muchas bodegas, no solo por lo que se recuerda como vinos de buena calidad, sino por la densa sociabilidad que se recreaba alrededor de su consumo. La cotidianidad y la fiesta estaba recreada por la presencia del vino, pero también la identidad del pueblo, «nos conocían por hacer buen vino», como sucedía con otras localidades de la región. El vino remite a una cultura de alegría desde tiempos pretéritos, siempre que se mantenga en unos límites que eviten caer en la expulsión social del que toma demasiado, del borracho, para lo que la cultura del pitarra es tremendamente normativa: tanto espacio hay para el gusto como la responsabilidad y el trabajo. La encuesta del Ateneo¹ de principios de siglo dejó recogida la idea de algunos lugares del territorio extremeño en que se entendía que verter vino en la mesa indicaba alegría. La cultura alrededor del vino de pitarra también ha enfatizado sus propiedades curativas: al igual que sirve para hacer hombres,

1 La denominada *Encuesta del Ateneo: Costumbres españolas en 1901-1902* fue un estudio realizado en la España de la época que pretendía recopilar información sobre las costumbres, tradiciones, lenguaje y modos de vida del pueblo español, especialmente en el ámbito rural.

ha servido para curar o sanar ciertas enfermedades, aunque no se es ciego al peligro de los excesos:

Me contaba mi madre que lo sacaron adelante con torrijas de vino, que así lo sacaron de unas anemias, y no con vino dulce que se le daba a los niños... no, a él le daban pitarra, que es duro, que no todo el mundo lo aguanta. Eso con la esperanza de que les saliera un tío robusto, digo yo, con huevos. Pero el hombre fue siempre muy poquina cosa, y muy amuermao y lo único que le gustó mucho siempre chupar del frasco, para eso le sirvió el pitarra.

Estos paisajes culturales rurales, de pequeñas poblaciones, no cuentan con impresionantes miradores ni postales bucólicas que quitan el sueño o pueblan los *feeds* de Instagram. Pero estas culturas forman parte de ese patrimonio cultural esquinado por su capacidad para albergar memorias sensitivas, por contener parte de biografías familiares que permiten construir y edificar maneras particulares de estar en el mundo. Así describía esa capacidad un vecino de Alcuéscar:

Yo me siento muy orgulloso de este vino porque es el que hacía mi padre, con garnacha y tempranillo, y es el que hace también mi hermano. Mira esos tinajones, esos, fueron de mi padre y yo te diría que de mi abuelo o de mi bisabuelo. Pero es nuestro vino y es como nosotros, que somos duros como las piedras, pero nobles y no te dejamos resaca (ríe).

Las representaciones tradicionales alrededor de las capacidades curativas del vino se han mantenido con el paso de los años, enfrentando también a los discursos sobre los peligros para la salud. En general, el vino de pitarra sobrevive a los ataques del discurso del cero consumo de alcohol en los pueblos extremeños, amparado en parte a esa herencia cultural, en parte a su particular forma de preparación: se trata de vinos artesanales, hechos «como los antiguos», que carecen de los peligros de la química. Un profesor de instituto de uno de estos pueblos comentaba lo siguiente:

El vino de pitarra es diferente. Aquí los mayores se toman uno o dos vinos en toda la tarde. Cada chato les dura dos o tres horas, y les sale por unos céntimos. Están aquí con su vino y juegan a las cartas o al dominó, y es tan poquito lo que consumen que, a nivel de salud, no les afecta.

Hace unos meses, un grupo de hombres y mujeres de edad avanzada comentaban en Alcuéscar el fallecimiento de un vecino centenario. La conversación giró hacia su longevidad, y la tradición de la que hacía gala: no renunciar a sus chatos de vino, pero de pitarra, sabiendo seleccionar las mejores bodegas. La conversación viró entonces hacia algo que suele ser usual en estas tertulias: el vino de pitarra posee unas cualidades especiales, porque «carece de polvos», es algo natural. Lejos de producir daño en el cuerpo, el vino de pitarra se entiende como medicina para el cuerpo de algunos hombres, una especie de bálsamo para templar los nervios. En las primeras décadas tras el franquismo se pusieron de moda los célebres vinos quinados, que hacían publicidad de sus beneficios para la salud. «Es medicina y es golosina», decía el lema de la marca Quina Santa Catalina. En esa línea, nos encontramos discursos que defienden su utilidad frente a los ansiolíticos:

Para ellos es medicina, porque les temple los nervios, ¿tú te crees que ellos van a ir al médico a por pastillas? Pues no, se echan su vino y se amodoran, y ya a las siete o las ocho de la tarde se van a casa y duermen como Dios. Lo mismo que las mujeres suyas que se acuestan con los orfidales, pero esto es más sano porque lo otro... ¡ya ves cómo les deja las cabezas a las otras!

Aunque la cultura vinícola alrededor del vino de pitarra pareciera ligarse con décadas pasadas, mostrando los estertores de un mundo que agoniza, lo cierto es que esta reivindicación como espacio patrimonial se sustenta también en su presencia contemporánea. Una presencia que va más allá de la oposición «artesanal-saludable» frente a «vinos con polvos-perjudicial» que suele comentarse en muchos pueblos extremeños.

La vida contemporánea del vino de pitarra

La actualidad del vino de pitarra se aprecia en la intensidad de las prácticas culturales que recrea en muchos pueblos de la región. Las pequeñas familias productoras han competido y compiten por ver quién hace el mejor vino cada año. De esa tradición nos encontramos en el presente concursos y catas en que se premia al mejor vino en muchos de los pueblos de la región, donde acuden centenares de productores que presentan sus caldos a un jurado experto. Estos concursos se promocionan entre gente mayor, pero también entre generaciones más jóvenes, con un tejido asociativo que no deja de crecer. Alrededor de estos concursos se generan dinámicas de prestigio social, individuales y de las bodegas. Por ejemplo, en el norte de Extremadura nos encontramos con la Asociación de Pitarros Veratos (APIVE), que funciona con socios de todas las edades desde hace ya varios lustros, más de trescientos en la actualidad. Todos los años se organizan concursos a nivel local durante los meses de enero, febrero y marzo, promoviendo una cultura del vino de pitarra muy viva. Por ejemplo, el pasado 2 de diciembre se celebró en Jaraíz de la Vera, un pueblo de la zona, la X Edición de El Estrujón, un encuentro anual ya consolidado en el que entrega de «bota de oro» al cosechero de vino de pitarra más premiado a lo largo del último año y a los ganadores en vinos tintos y blancos. El ganador de este año fue Pedro María Calero Sánchez. Además, cada año tiene lugar el Trasiego, una convivencia que realizan en marzo.

La génesis alrededor de estos concursos recrea dinámicas de participación y construcción de prestigio que alcanza, además de las bodegas, a los propios pueblos, que compiten por hacer el mejor pitarra. Los problemas a los que se enfrentan son organizativos, algo por lo que no es suficiente contar con este tipo de concursos:

Pues sí, el pitarra nos lo han ido acorralando (la administración), hasta casi ser considerado un delito su venta en bares. Por otra parte, esto de los premios, la verdad, no termina de convencerme. Podemos preparar y mimar unas cepas, una vendimia, unos trasiegos... exprofeso pensando en un certamen... lo difícil es seguir haciéndolo igual de bien durante años, años y años sin caer en el mercantilismo, creyendo en el producto que tienes y en lo que quieres dar.

Pese a esto, los concursos alrededor del vino de pitarra constituyen una de las estrategias clave para la valorización de este producto. Su impacto puede verse reflejado a través de cierto intento de profesionalización, reconociendo su valor y elevando su estatuto y poten-

cial gastronómico. Sin embargo, también se estandarizan los parámetros de calidad de este producto. Aunque esta puesta en valor amplía su espacio de consumo hacia otros públicos fomentando nuevas formas de turismo enológico, existen algunos riesgos. En estos procesos de patrimonialización y puesta en valor, nos encontramos que las formas tradicionales de hacer pitarra comienzan a ser revisadas por las Instituciones, que piden requisitos para legalizar las bodegas que no siempre son entendidos por parte de la población. Así, en Cilleros, la normativa (Diputación de Cáceres, 2020) para la legalización de las pequeñas bodegas exige que se cumplan con una delimitación de espacios y proceso que, en algunas ocasiones son vistos como formas de imponerse a las maneras tradicionales de hacer el vino. La falta de regulación y de control de calidad dificulta la comercialización del producto, de tal manera que, a veces, incluso es vendido de manera ilegal, en las propias casas donde se fabrica. Sin embargo, más allá de la vigencia de los circuitos locales de consumo, es posible comprar vino de pitarra a través del comercio online. En la mayoría de los casos, la presentación del producto se hace en garrafas de dos o cinco litros, manteniendo un aire tradicional que es enfatizado en la publicidad del producto:

Descubra la auténtica esencia de Extremadura en cada sorbo con nuestros excepcionales vinos de Pitarra.

En nuestra bodega, fusionamos la maestría de la vinificación artesanal con técnicas modernas que realzan las características naturales de cada variedad de uva. Este proceso meticuloso garantiza la máxima calidad en cada botella, llevando a tu mesa la rica tradición vinícola de Extremadura. Ya sea que estés celebrando una ocasión especial o simplemente disfrutando de la vida cotidiana, nuestros vinos, como el Vino Joven de Pitarra Sierra Carihuela, son la elección perfecta. Su versatilidad los convierte en compañeros ideales para maridar con exquisitas carnes rojas, quesos curados y auténticos platos de la cocina española.

Conoce el mejor vino de pitarra extremeño, elaborado de forma artesanal en la provincia de Cáceres y en el sur de Badajoz. Entre sus variedades de vino de pitarra, el blanco es el más conocido en nuestra tierra. Es perfecto tanto para tomar una copa de vino, como para preparar deliciosos platos de nuestra cocina extremeña. El vino de pitarra se elabora a partir de una mezcla de uvas blancas, por lo tanto, presenta un color ambarino que podría confundirse con un vino tinto, sin embargo, su aroma y sabor te harán saber que estas ante un vino pitarra.

Las bodegas Ruiz Torres, en Cañamero, son un ejemplo de estos procesos de transformación. Carolina Ruiz, directora de Exportaciones, se pronunciaba sobre estos cambios de la siguiente manera, señalando la nueva presencia de mujeres en el negocio:

Mi bisabuelo, Miguel Ruiz, que empezó en el mundo del vino vendiendo por los pueblos cercanos su vino de pitarra en un burro, llevando las arrobas, si hoy viera la bodega, los viñedos y lo que hemos conseguido del negocio familiar, estaría muy orgulloso, seguro que sí. No creo que él pudiera imaginar cómo es la bodega hoy y, además, dirigida por dos mujeres.

Comercializan su pitarra Chudín, muy apreciado entre los clientes. Las valoraciones locales enfatizan sus propiedades, el gusto o esa capacidad de alegrar el cuerpo al que antes nos

referíamos como «un vino de diario riquísimo». Pero las reseñas comienzan a repetir el tono de las catas de otros vinos, mostrando los inicios de estos procesos de gourmetización sobre los que parece querer descansar la expansión:

Color: paleta de colores, mezcla de rubí, guinda, púrpura y cereza. Limpio y brillantes sin partículas en suspensión. Lágrimas ligeramente persistentes. Olor tímido recuerdo herbal, señal de un buen vino joven. Ligeramente ácido en la primera entrada, después en segunda cata la acidez deja de notarse. En labios es zalamero persistente, incluso después de cuatro horas de haberlo catado. Medicinal, aumenta la melatonina y amortigua otra dolencia que guardo en secreto.

Vino honesto, sin trampas. Sencillo, sin complejidades. Para mi ese es su valor. Bonito rojo rubí brillante, muy limpio, capa baja. Olor extraño que desaparece aireando, después herbáceos y salinos. En boca entra bien, glicérico, frutal corto postgusto, algo ácido. Precio adecuado. Me trae recuerdos del vino a granel que compraba mi padre hace muchísimos años. En su contexto, un vino correcto para comidas de diario en casa (cata de Julián Olmo). (Bodegas Ruíz Torres, web corporativa)

El mercado tradicional de este vino mezcla la forma artesanal de presentación en garrafas de plástico con precios económicos. Sin embargo, el vino de pitarra está abierto, como decíamos, a los procesos de gourmetización (Conde Caballero et al., 2023), con vinos que comienzan a cambiar la pitarra tradicional en su elaboración, pero mantienen en parte la forma popular de elaboración y el relato de lo natural. De este modo, en el presente nos encontramos con vinos que comienzan a pelear en los concursos, con un packaging moderno y unos precios algo más elevado. Por ejemplo, en el año 2020, el pitarra Laixa, elaborado con uvas «macabeo», «tempranillo blanco y verdejo, de ribetes dorados y aromas florales y a manzana», se alzó con la medalla de oro en los prestigiosos premios Cinve, compartiendo el premio con un vino blanco de las bodegas Marqués de Cáceres, un verdejo de Mayor de Castilla, un Mocén sauvignon blanc de Rueda, un blanco Solar.

Viejo de Rioja, el Pata Negra reserva 2016 Marqués de Carrión o un albariño Pedro de Sou-tomaioir. También es posible empezar a ver este tipo de vinos de pitarra en las bodegas más prestigiosas de la región. Como suele suceder en estos procesos de cambio (Freire Paz, 2023), nos encontramos con discursos en disputa, con gente que alaba el buen hacer de esas bodegas, pero que les niega la «autenticidad», «nada que ver con los caseros».

Este proceso de gourmetización del vino de pitarra y las tensiones discursivas y prácticas que recrea es una repetición de lo que acontece en otros procesos de patrimonialización (Sánchez-Carretero, 2017); sin embargo, la pérdida de «cierta autenticidad» no es otra cosa que la expresión de lo vivo que está este patrimonio, donde es posible encontrar formas diversas que alcanzan un consumo tradicional (Figura 2). Así ocurre cotidianamente en el bar Mesón Pitogordo, en el pueblo de Montánchez, donde se sigue consumiendo el vino de pitarra de manera tradicional, mientras que el turismo que llega a la localidad va encontrando en ese espacio tanto la posibilidad de consumir los pitarras más tradicionales como otros vinos considerados más sofisticados. E igualmente en la región extremeña actualmente es posible encontrar vinos de pitarra en las bodegas de los restaurantes más prestigiosos.

Figura 2. Nuevas presencias de vinos en bares y restaurantes de la región, donde el pitarra tradicional convive con vinos más reconocidos
Figure 2. New presence of wine in bars and restaurants in the region, where the traditional pitarra coexists with more recognized wines



Fuente: fotografía de los autores. Source: authors' photograph.

Conclusiones

Las culturas alrededor del vino de pitarra han sido olvidadas por las Ciencias Sociales durante demasiado tiempo. Considerada como una bebida menor, se ha situado en la periferia del escenario vinícola, a pesar de tener una relación central con la identidad extremeña. La cultura material, pero especialmente la inmaterial, ofrece una rica tradición que es también viviente y contemporánea. Las ideologías sobre los usos, la capacidad de generar sociabilidad e incluso lazos de parentesco, las formas en que construye identidad local nos hablan de su capacidad integradora. La patrimonialización de la cultura vinculada al pitarra no se relaciona con un valor excepcional, aunque el mantenimiento de las formas tradicionales de producción, distribución y consumo, relacionadas con un mundo que desaparece nos hable de ese tipo de valor. El conjunto de técnicas y costumbres asociadas incluyen los espacios y modos de consumo —los chatos de vino en los bares, en las casas particulares— que perviven y son transmitidas de generación en generación. La vitalidad de estas prácticas culturales se vive en el día a día, en la incorporación de las nuevas generaciones, también de mujeres. Y en la incorporación de la modernidad, de la transformación de alguna parte de su identidad para seguir siendo lo mismo.

A pesar de las dificultades que enfrenta para la patrimonialización —las dificultades tradicionales de la cultura del vino— y no poseer grandiosos paisajes culturales, el vino de pitarra alza la voz desde bodegas pequeñas y tradicionales, buscando un espacio como patrimonio esquinado, arrinconado. La consideración patrimonial de este vino de pitarra escapa

de los intereses económicos, lo que explica en parte su desatención. Pero en sus sabores se condensa también parte de la historia cultural de la vida rural de los pueblos extremeños, de una manera de entender la cotidianidad amenazada por una desaparición para muchos inevitable. La cultura del pitarra posee la capacidad de representar simbólicamente parte de esa identidad extremeña, ofreciendo espacios de memoria que se abren al presente y al futuro. Una parte del territorio extremeño, de su identidad, se encuentra en esos chatos de este vino tan singular, convertidos en registros de memoria aplicada sobre el territorio.

Declaración de autoría

Borja Rivero Jiménez: Curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, software, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

Lorenzo Mariano Juárez: Conceptualización, análisis formal, captación de fondos, investigación, administración del proyecto, recursos, supervisión, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

Luis López-Lago Ortiz: Curación de datos, análisis formal, investigación, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

David Conde Caballero: Investigación, metodología, recursos, supervisión, validación, visualización, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

Referencias

- Apicella, C.L., Marlowe, F.W., Fowler, J.H. y Christakis, N.A. (2012). Social networks and cooperation in hunter-gatherers. *Nature*, 481(7382), 497-501. DOI [10.1038/nature10736](https://doi.org/10.1038/nature10736)
- Cáceres Nevot, J. (2023). La gastronomía «popular» en la era del gusto «global». *Archives on Food, Culture and Nutrition*, 1(1), 25-42. DOI [10.17398/3020-3635.1.25](https://doi.org/10.17398/3020-3635.1.25)
- Conde Caballero, D., Rivero Jiménez, B. y Mariano Juárez, L. (2021). Memories of hunger, continuities, and food choices: An ethnography of the elderly in Extremadura (Spain). *Appetite*, 164, 105277. DOI [10.1016/J.APPET.2021.105267](https://doi.org/10.1016/J.APPET.2021.105267)
- _____. (2023). Tradition, upward social mobility, and sophistication: An ethnographic appraisal of the patatera. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100651. DOI [10.1016/j.ijgfs.2022.100651](https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100651)
- Demossier, M. (2011). Beyond *terroir*: Territorial construction, hegemonic discourses, and French wine culture. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 17(4), 685-705. DOI [10.1111/J.1467-9655.2011.01714.X](https://doi.org/10.1111/J.1467-9655.2011.01714.X)
- Diputación de Cáceres (2020). *Guía para rellenar correctamente los documentos para regularizar las bodegas tradicionales*. Diputación de Cáceres.

- Freire Paz, E. (2023). Eating and thinking at the same time: Food consumption and sustainability in Lugo (Galicia, Spain). En F.X. Medina, D. Conde y L. Mariano (Eds.), *Food, Gastronomy, Sustainability, and Social and Cultural Development: Cross-Disciplinary Perspectives* (pp. 215-237). Elsevier.
- Mariano-Juárez, L., Medina, F.X. y Conde-Caballero, D. (2023). Popular cuisines at foodie tables: Social class, distinction, and food transformation and incorporation in contemporary gastronomies. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 33, 100795. DOI [10.1016/J.IJGFS.2023.100791](https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2023.100791)
- Medina, F.X. (2009). Mediterranean diet, culture and heritage: Challenges for a new conception. *Public Health Nutrition*, 12(9A), 1618-1620. DOI [10.1017/S1368980009990450](https://doi.org/10.1017/S1368980009990450)
- _____. (2010). Historia, vino y denominaciones de origen. La importancia del discurso de base histórica en denominaciones de origen vitivinícolas: Los casos de la DOQ Priorat y de la DO Montsant (Cataluña, España). En F. Duhart y S.A. Corona (Eds.), *Vinos de América y Europa: Catorce miradas desde las Ciencias del Hombre* (pp. 155-178). Le Manuscript.
- Medina, F.X., Conde Caballero, D., Rivero Jiménez, B. y Mariano Juárez, L. (2024). *Popular ayer, foodie hoy: Sabor, comida, clase y distinción en el siglo XXI*. McGraw Hill.
- Miele, M. (2006). Consumption culture: The case of food. En P. Cloke, T. Mardsen y P. Mooney (Eds.), *The Handbook of Rural Studies* (pp. 344-354). Sage.
- Narotzky, S. (2007). The project in the model: Reciprocity, social capital, and the politics of ethnographic realism. *Current Anthropology*, 48(3), 403-424. DOI [10.1086/512999](https://doi.org/10.1086/512999)
- Novo, G., Osorio, M. y Sotomayor, S. (2019). Wine tourism in Mexico: An initial exploration. *Anatolia*, 30(2), 246-257. DOI [10.1080/13032917.2018.1519212](https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519212)
- Nowak, M.A. (2006). Five rules for the evolution of cooperation. *Science*, 314(5805), 1560-1563. DOI [10.1126/science.1133755](https://doi.org/10.1126/science.1133755)
- Pedret Massanet, C., López-Lago Ortiz, L. y Allen-Perkins, D. (2023). From stigma to haute cuisine: Strategies, agents, and discourses in the revalorisation of Carob as a gourmet product. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100677. DOI [10.1016/j.ijgfs.2023.100677](https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100677)
- Rivero Jiménez, B., Conde Caballero, D. y Mariano Juárez, L. (2020). Health and nutritional beliefs and practices among rural elderly population: An ethnographic study in western Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(16), 5923. DOI [10.3390/IJERPH17165923](https://doi.org/10.3390/IJERPH17165923)
- Sánchez-Carretero, C. (2017). Hacia una antropología del conflicto aplicada al patrimonio. En B. Santamarina (Ed.), *Geopolíticas patrimoniales: De culturas, naturalezas e inmaterialidades una mirada etnográfica* (pp. 215-230). Neopàtria.

Santamarina, B. y Del Marmol, C. (2020). «Para algo que era nuestro... ahora es de toda la Humanidad»: El patrimonio mundial como expresión de conflictos. *Chungará (Arica)*, 52(1), 161-173. DOI [10.4067/S0717-73562020005000301](https://doi.org/10.4067/S0717-73562020005000301)

Silva Pérez, R., Fernández Salinas, V. y Mata Olmo, R. (2018). Concepto, ámbito y significado de los paisajes patrimoniales. En J. Tot y F. Molinero (Eds.), *Paisajes patrimoniales de España* (pp. 17-38). Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y Universidad Autónoma de Madrid.