

El lenguaje de la crítica enológica en la prensa española: *El País, El Semanal (Vocento) y Magazine (Godó-Prensa Ibérica)*

(The language of enological criticism in the Spanish press:
El País, El Semanal (Vocento) and Magazine (Godó-Prensa Iberica))

José Ignacio Armentia, José María Caminos, Flora Marín¹

Recibido el 25 de abril de 2005, aprobado el 14 de julio de 2005

Resumen

La crítica enológica es una subdivisión del periodismo de opinión que paulatinamente va ocupando su espacio en la prensa española. Sin embargo, a diferencia lo que ocurre con otras críticas de consumo (coches, ordenadores, viajes, etc.), en el caso de los textos sobre vinos muy frecuentemente se echa en falta una verdadera ayuda al lector a la hora de tomar una decisión sobre la compra o no del producto. Nos encontramos más bien con textos apologeticos del vino donde prácticamente nunca aparecen aspectos negativos. Por otro lado, la utilización de un vocabulario muy especializado y con un nivel de adjetivación poco preciso hace que surjan serias dudas sobre la verdadera utilidad que este tipo de crítica tiene para el lector medio de la prensa diaria.

Palabras clave: Crítica enológica. Crítica de vino. Periodismo de servicio.

¹ José Ignacio Armentia y José María Caminos son catedráticos de Periodismo en la UPV-EHU. Flora Marín es profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en dicha Universidad.

Abstract

Enological criticism is a variety of opinion journalism that is gradually becoming established in the Spanish press. Nevertheless, in comparison with other kinds of criticism of consumption (motoring, computers, travel, etc.), texts about wines do not usually provide real assistance to the reader when making a decision on whether or not to purchase the product.

We usually encounter texts that are apologetic about the wine and that rarely contain any negative comment. On the other hand, the use of a highly specialised vocabulary with an imprecise use of adjectives raises serious doubts about the true usefulness of this type of criticism for the typical reader of the daily press.

Keywords: Enological criticism. Wine criticism. Service journalism.

Laburpena

Iritzizko kazetaritzaren aldaera bat den ardoari buruzko kritika apurka apurka bere lekua lortuz doa Espainiako egunkarietan. Hala ere, kontsumoari buruzko beste kritika (autoak, ordenagailuak, bidaiak, etab.) motetan gertatzen ez den bezala, ardoari buruko testuetan ez zaio askotan eskaintzen irakurleari laguntza egokirik produktuaren erosketa erabaki ahal izateko. Aitzitik, testu hauek, gehien bat, apologetikoak dira, non oso arraroa baita iruzkin negatiborik aurkitzea. Beste aldetik, erabiltzen den lexikoak eta adjektibazioaren zehaztasun ezak kolokan jartzen dute kritika hauen baliagarritasuna, are gehiago egunkarien irakurleen batez besteko soslaia kontuan hartzen bada.

Giltz-hitzak: Enologika kritika. Ardo kritika. Zerbitzu kazetaritza.

0. Introducción

El presente artículo se basa en una investigación financiada por la UPV-EHU que lleva el título genérico de “La mitificación del vino a través de la crítica periodística: La crítica de consumo como nuevo subgénero periodístico”. Para su elaboración se han analizado todas las críticas relativas al vino publicadas durante 2003 en el suplemento *El Viajero* (38) de *El País*, en *El Semanal* (49) del Grupo Vocento, en el *Magazine* (22) de los Grupos Godó y Prensa Ibérica, y en el *Dominical* (46) del Grupo Zeta. En total se han estudiado 155 textos de los críticos Carlos Delgado (*El País*), Juan Luis Recio (*El Semanal*), Alfred Rexach (*Magazine*) y Quim Gil (*Dominical*).

La difusión media total alcanzada por estas publicaciones durante 2003 fue de 3.120.078 ejemplares, es decir aproximadamente un 75% de la difusión total de la prensa diaria en España, incluida la deportiva y la económica (El *Libro Blanco de la prensa diaria*, publicado por AEDE situó, citando datos propios y de OJD, en 4.185.000 ejemplares la circulación total de los periódicos españoles en 2003).

Así, la OJD otorgaba en 2003 una difusión de 1.214.692 copias a *El Semanal*, distribuido por los diarios del grupo Vocento (*Abc*, *El Correo Español*, *El Diario Vasco*, etc.) y por otros regionales y provinciales como *Heraldo de Aragón*, *La Voz de Galicia*, *Diario de Mallorca*, etc. Por su lado, el suplemento *Magazine* alcanzaba una circulación de 785.810 ejemplares y acompañaba a *La Vanguardia*, *La Razón* y los diarios del grupo Prensa Ibérica (*Levante*, *La Nueva España*, *Faro de Vigo*, etc.). *El Viajero* es un cuadernillo temático embuchado en *El País* los sábados que alcanzaba unas ventas de 773.000 ejemplares. Por último, la difusión del *Dominical*, distribuido por los diarios del grupo Zeta, por las publicaciones provinciales de Prisa y por otros periódicos como *Deia*, *Diario de Noticias*, etc. se situó en las 346.575 copias. Por razones de espacio, en este artículo no nos referiremos a las críticas enológicas publicadas en este último suplemento, centrándonos exclusivamente en los otros tres mencionados: *El Viajero*, *El Semanal* y *Magazine*.

En el lenguaje de la crítica enológica publicada en la prensa

española podríamos distinguir dos aspectos: el literario y el estrictamente técnico. Por un lado, cada crítico, a la hora de valorar las virtudes de un producto, en este caso el vino, y de transmitirnos una serie de informaciones, acostumbra a emplear un lenguaje que resulte atractivo a los ojos del lector y que asimismo sirva para calificar adecuadamente el producto analizado. Nos hallaríamos ante lo que Núñez Ladevéze (1991: 47-49) denomina plano o nivel estilístico de la actividad periodística. En dicho plano, el redactor pone en juego todos sus recursos lingüísticos para transmitir de una manera más o menos, informativa, explicativa, interpretativa y opinativa unos determinados contenidos.

Sería esta la fase de elaboración lingüística del discurso, lo que la retórica clásica denominaba *elocutio*. Como recuerda Kurt Spang, “la *elocutio* es la fase dedicada a la elaboración lingüística, a las *verba*. El orador está obligado a seguir la normativa de dos artes, en primer lugar la de la gramática como *ars recte dicendi*, que garantiza la corrección gramatical; y por otra los preceptos de la retórica como *ars bene dicendi*, que ofrece garantías de eficacia persuasiva y también estética (Spang, 1979: 68-79).

En la crítica artística y cultural, y también en la taurina, el autor, a la hora de elaborar su texto, se ve en cierta medida influido por el carácter creativo de la obra que tiene que juzgar (en el caso de la lidia, se valoraría la creatividad de las faenas). De ahí que el lenguaje empleado tenga frecuentemente un cierto nivel literario (una adjetivación cuidada en las descripciones, alusiones a otros campos semánticos, figuras retóricas, etc.) La denominada “crítica de consumo” (ordenadores, coches, viajes, etc.), en cambio, suele emplear un lenguaje más directo y menos elaborado. Si la función última de toda crítica es asesorar al lector ante un determinado bien cultural o material, este aspecto, el consejo, se acentúa aún más en las críticas sobre productos de consumo masivo.

La crítica enológica pertenece al subgrupo de “crítica de consumo” (no se valora una creación cultural, sino un producto industrial, aunque en éste, en contados casos, se puedan encontrar ciertos aspectos artesanales); si bien en algunos textos se observan las características ya citadas propias de la crítica artística (alusión a otros campos semánticos, una rica

adjetivación, etc.). En el caso de que no exista una ficha técnica lo suficientemente clara e informativa, la sublimación del lenguaje del vino no siempre redundará en una mejora de la utilidad del texto para el lector; que a no ser que sea ya un experto en cuestiones enológicas corre el riesgo de no entender completamente lo que se le quiere transmitir.

Junto a los recursos literarios, más o menos acentuados, que se pueden detectar en la crítica vinícola, un segundo aspecto a tener en cuenta son los tecnicismos utilizados por los críticos y la adjetivación de los mismos. Lo habitual es que cada ámbito del conocimiento, desde el deportivo al económico, cuente con una terminología propia, que puede llegar a formar una auténtica jerga (por ejemplo, la información bursátil) o conjunto de tecnicismos, sólo al alcance de aquellos iniciados en el correspondiente ámbito temático.

De ahí que exista un vocabulario de la cata, más o menos estandarizado, y comúnmente admitido en las principales guías de vino, publicaciones de las denominaciones de origen, etc. Así un blanco puede ser oro, ámbar, amarillo paja, etc. El rojo de un tinto puede ser rubí, granate, violeta, etc. Para la definición de los aromas se emplean símiles con olores-tipo (ciertas frutas, hierbas, especias, minerales, etc.). Para el sabor o, mejor dicho las sensaciones sensitivas de la boca (también interviene el tacto), se recurre a términos como el nivel de taninos, la acidez, la persistencia gustativa (se habla de un vino más o menos largo).

Comparando las distintas críticas enológicas (algunas se situarían en el terreno de la reseña valorativa) publicadas por la prensa española, se observan diferentes tendencias en el empleo de los tecnicismos (reiteración de algunos, ausencia de otros). Por otro lado, dichos tecnicismos van frecuentemente acompañados de epítetos cuyo valor semántico es cuando menos indefinido (por ejemplo, “sensual” aplicado a los aromas del vino), lo que dificulta la exacta comprensión del sentido de los textos. De ahí que algunos estudiosos de la cata, como Fernando García del Río, recuerden que la terminología que se viene utilizando en la misma es más “el resultado de un efecto mimético en el lenguaje que ha ido redimiendo durante años dando lugar más a una jerga que a un vocabulario científico (García del Río, 2004: 13)

1. Las críticas de Carlos Delgado (*El País*)

1.1. *El texto*

Las críticas de Carlos Delgado para *El País* cumplen con los requisitos generales exigidos en este género periodístico. Su estructura se repite en todas ellas, siendo levemente diferente cuando en el texto se analizan varios productos al mismo tiempo. El esquema a seguir incluye la fotografía de la botella, debajo de la cual aparece el titular y seguido de éste la ficha técnica del producto. A continuación y con una extensión aproximada de 200 palabras se introduce la crítica propiamente dicha.

Los titulares son muy escuetos, apenas dos o tres palabras, y en su mayoría son de carácter apelativo, 84,47% (“Un tinto de bobal”, “El futuro tinto de Penedés”, “Cepas centenarias”, etc.) o expresivos, 28,9% (“Con mucha contundencia”, “Un diseño actual”, “Uno de los grandes”, etc.).

A través de ellos no se intenta informar al lector, sino sorprenderle o atraer su atención con asociaciones insólitas como “Arquitectura y buen vino”; o bien resaltando las cualidades del producto en dos palabras “Sustancia y finura”, “Alegre de carácter”, “Espumoso y elegante”; o, también, haciendo referencia a su lugar de origen: “De la sierra salmantina”, “El futuro tinto del Penedés”, “Un galán manchego”.

La ficha técnica aparece debajo del titular encuadrada entre dos filetes punteados. En negrita y mayúsculas encontramos el nombre del vino y debajo en cursiva sus datos de carácter más informativo: bodega, dirección de la misma, teléfono, cepas utilizadas, preferencias de consumo (corto, medio, largo plazo) temperatura de servicio, precio y valoración del crítico en una escala del uno al diez.

Después de estos datos Carlos Delgado comienza la crítica propiamente dicha manteniendo también un esquema fijo. El primer párrafo lo dedica generalmente a describir la bodega, el terreno y las excelencias del enólogo o propietarios de la misma.

En el segundo párrafo se introduce más directamente en la descripción del vino (aroma, gusto y color), abundando como veremos en todo

tipo de apreciaciones subjetivas adornadas con una retórica profusa y una rica adjetivación.

Para terminar, en ocasiones, recurre a una sentencia final que resume su apreciación personal sobre el producto e incluso sobre el porvenir del mismo: “Un diseño muy actual para un paladar con mucho futuro”, “Un buen diseño que necesita estilizarse”...

1.2. *La actitud crítica*

Carlos Delgado, en sus críticas para *El País*, se puede decir que adapta el género hasta el punto de hacerse un traje a su medida. En este diseño personal del autor constatamos que no existe un mal vino ni por ende una mala crítica. Llama la atención que de las 42 críticas analizadas, algunas con valoraciones de tres o más vinos, nunca ninguno de ellos haya obtenido una puntuación inferior a los 7 puntos, siendo muy numerosos los vinos valorados por encima de los 8 puntos, y no infrecuentes los que superan el 9. Podemos decir que ninguno de ellos baja del notable.

Este autor pervierte el sentido de la crítica al hacer siempre una valoración del producto, que o bien por una selección previa, o simplemente por su buena predisposición, siempre es positiva. Incluso aquellos escasos vinos que merecen alguna apreciación más negativa, “...le falta definición [...] persistentes notas vegetales poco dignas” (27/09/2003) siempre encuentran un pero que les salve de la quema, o un futuro que les aguarda esperanzador para descubrir todas sus latentes virtudes: “Pese a todo el vino se muestra pletórico” (27/09/2003).

Frente a los pequeños defectos o carencias del producto el crítico siempre destaca sus virtudes componiendo así un comentario complaciente y positivo, en nada comparable a las críticas demoledoras que abundan en otros ámbitos.

Otros de los aspectos que destacan en las críticas de Carlos Delgado y que aparecen integrados en la estructura fija de casi todos sus textos son la semblanza del propietario o el enólogo, así como la descripción de la bodega. Lejos de incorporar estos datos como una descripción aséptica del lugar o una biografía curricular escueta del propietario o del

autor del vino, Carlos Delgado se implica hasta el punto de sugerir al lector una intimidad nada deseable en una crítica con pretensiones de objetividad.

Así nos describe “la sonrisa permanentemente espontánea” (31/01/2003), la afición por la caza, la gran profesionalidad, el amor por la naturaleza, “el gusto por afrontar los desafíos con espíritu libertario” (11/10/2003) y el entusiasmo de enólogos y productores. No faltan tampoco las referencias al árbol genealógico y a las relaciones paterno-filiales, siempre retratadas con admiración y respeto: “Los hijos de... vuelan solos y demuestran que han aprendido la lección del padre” (16/08/2003).

El crítico no oculta sus simpatías hacia los autores del producto, es más, no duda en relatar en primera persona las emociones que se derivan de su visita a la bodega: “Aún me impresiona el recuerdo del viaje en todoterreno por un camino de cabras enlodado que bordeaba las escarpadas...” (05/09/2003), convirtiéndose a sí mismo en el protagonista del discurso.

Sería impensable que el crítico cinematográfico apuntase en su texto detalles que diesen pie al lector a sospechar que la relación entre éste, el director, productor, o alguno de sus actores es cercana a la camaradería o al compadreo, pues ello restaría total credibilidad a sus opiniones.

Aunque obviamente esas relaciones se pueden dar, no somos tan ingenuos, el esfuerzo del crítico está en obviarlas y valorar el producto independientemente de las mismas. Hay que decir a favor de Carlos Delgado, que si bien otros críticos ocultan al lector sus implicaciones personales, sin dejar por ello de verse condicionados por ellas en sus valoraciones, él no sólo no las oculta sino que alardea de ellas, dibujando en sus críticas retratos humanos e íntimos de muchos de los propietarios y autores de los vinos.

1.3. Recursos literarios

Las críticas de Carlos Delgado se caracterizan por la profusión de imágenes que genera en la mente del lector asociando el producto a todo un imaginario mágico y sensual que trasciende de las estrictas cualidades químicas o físicas del producto.

La música, el erotismo, la sensualidad, el arte o el diseño son algunos de los campos semánticos más utilizados por este autor. El vino se convierte así en un objeto de diseño “El diseño del vino se basa en la calidad de...” (12/06/2003), que surgido de la mano del enólogo, reconvertido en demiurgo y artista alcanza la categoría de una obra de arte: “...tiene en su haber tintos magistrales, como esta obra maestra...” (08/11/2003).

Carlos Delgado mitifica el producto y, como en toda mitificación, oculta transformando el sentido del objeto mediante una asociación de significados que apuntan a lo sagrado y trascendente. La uva es así “benedicida” por el clima y a los creadores del vino se les supone no sólo un buen hacer enológico sino también una “fe” imprescindible para obtener “una elaboración que parece tocada por la gracia” (09/08/2003) suponemos, divina.

Junto a la arquitectura y el diseño, también las alegorías musicales son muy del gusto del autor. Hay que tener en cuenta que la armonía es un concepto que en el campo del análisis enológico remite al equilibrio de los componentes químicos, y que en el musical es fundamental para la creación de una composición. El uso reiterativo que Delgado hace de estos paralelismos a la hora de describir sobre todo los aromas y sabores del vino le restan originalidad. Las notas, de sotobosque, amargas, profundas, dulzanas, amieladas, florales, etc, “la vibración profunda” (08/02/2003), el contrapunto, la resonancia y la armonía, componen melodías sin igual, pero quizás excesivamente escuchadas para un lector fiel.

Otro aspecto a destacar es la apelación continua a la novedad. Curiosamente, aunque el vino es un producto de consumo que podemos calificar de tradicional y muchos de los aspectos ligados a su elaboración

se fundamentan precisamente en la tradición, Carlos Delgado incorpora en sus valoraciones el concepto de lo novedoso, moderno o actual como características del producto que aportan un plus de calidad al mismo.

Así, el vino “tiene vocación de moderno y poderoso” (25/01/2003), está “diseñado a la última” (08/02/2003), con una “concepción moderna” (02/08/2003), y actual y resulta en extremo innovador. El autor no olvida tampoco sugerir al lector toda una serie de sensaciones placenteras y estimulantes en asociación con el producto.

Carlos Delgado se esfuerza en recrear para el lector un amplio abanico de sensaciones que éste puede llegar a sentir saboreando una copa de vino. Sensaciones “de plenitud” (14/02/2003), que abarcan desde “la exhuberancia sensual” (25/01/2003), hasta “la caricia voluptuosa” (22/02/2003), o “el gozo pleno” (13/10/2003).

A este proceso de encantamiento del producto como un símbolo numinoso de la actual cultura consumista contribuye el autor con un uso del lenguaje acorde con sus propósitos. Así, el uso de diversas figuras retóricas enriquece de numerosos sentidos añadidos la prosaica corporeidad del mismo.

La alegoría catacrética será, entre todos los recursos, el más utilizado, y hace uso, como veíamos, de campos semánticos muy variados: del arte, el espectáculo, la sintaxis, el toreo, el deporte, la música, las matemáticas, etc.

Sin embargo, no deja de lado otras figuras también frecuentes como el símil o la metáfora. El uso de estas figuras busca generalmente potenciar la fuerza de las sensaciones provocadas por el vino: “Finca Sandoval, un fulgor en la mediocridad imperante” (08/02/2003), o sublimar el valor del producto: “Una soberbia combinación que muestra como la Diosa un cuerpo...” (31/01/2003).

La personificación, como variante de la alegoría, también es muy abundante ya que constantemente se atribuyen al vino propiedades y cualidades humanas. De esta forma “el vino pide tiempo...” (15/02/2003), está “bien dotado” (14/02/2003), es honrado, esbelto o resabiado.

Además, la descripción de la cata es expresada de forma que invita a la comparación con los rasgos físicos de un sujeto: “Tiene una nariz cálida, mediterránea...” (02/08/2003), su “boca es carnosa” (02/08/2003) y posee “un cuerpo esbelto, pero firme...” (01/11/2003).

Otros rasgos de estilo menos sugerentes pero también presentes en las críticas son: la acumulación, la anástrofe, la hipérbole y las preguntas retóricas.

La acumulación de sinónimos “excelente..., potente..., imponente” (05/04/2003), así como la inversión en contacto de elementos sucesivos de la oración (anástrofe), “Nacida para el sol y la caricia mediterránea, la syhrah es...” (22/03/2003), son algunos de los rasgos característicos de este autor.

Frente a este refinamiento de estilo hay que añadir el uso de algunos tópicos, o vulgarismos que acercan al lector al hablar más coloquial: “...un varietal autóctono en el que creían, pero por el que nadie daba un duro...” (20/10/2003).

Campos semánticos de Carlos Delgado en *El País*

Arte Diseño Arquitectura	15/02/2003	...el diseño se ajusta a todo lo que cabe esperar de un vino moderno y con pretensiones de grandeza. Una nueva y fatal uniformidad nos acecha tras estas exhuberancias rubensianaseste tinto vigoroso se ve matizada de finura ornamental , con el entramado de fondo de un sutil juego de...
Deportivos	15/02/2003	Pero... Magaña ha sorteado con habilidad los peligros.
Erotismo Sensualidad	24/01/2003	Un blanco lleno de sensual placidez .
	15/02/2003	...conjunto armónico de su profunda sensualidadcarnosidad y voluptuosidad de su fruta madura
Esotéricos	10/01/2003	Al embrijo balsámico y al telúrico fondo mineral.
	31/01/2003	El mag o del Priorato (...) Otra maravilla del genio familiar que no cesa.

Literarios Cinematográficos Espectáculo	22/02/2003	...ha emprendido una carrera en solitario, a la busca del viñedo perdido...
	05/03/2003	...va desarrollando una narración de bosques tostados, frutas maduras...
Matemáticas	22/02/2003	Esta es la verdadera ecuación de la grandeza...
Moda Belleza	01/11/2003	Tiene el cuerpo esbelto pero firme, revestido de taninos...
Modernidad Novedad	25/01/2003	...un tinto con vocación de moderno y poderoso.
	08/02/2003	El vino está diseñado a la última , concebido a lo grande.
Musicales	31/01/2003	Notas dulzonas. Notas de torrefactos, pimienta, cedro. Pleno de armonía. ...termina con un baño armonioso.
Paisajísticos	08/02/2003	...crean un paisaje frutal complejo.
	22/02/2003	...evocan resonancias de monte bajo , heno y hierbas secas...
Religiosas	22/03/2003	...más modestos pero con igual fe en esta uva.
	09/08/2003	...una elaboración que parece tocada por la gracia...
Semblanzas nostálgicas	31/01/2003	...con recuerdos de finas especias.
Sintaxis	15/02/2003	Este vino es fruto de una yuxtaposición.
Taurinos	16/08/2003	Un final fresco y frutal remata la faena con golosa suavidad.
	22/11/2003	Ganarse la plaza de Madrid exige paciencia, buenos vinos...

Figuras retóricas de Carlos Delgado en *El País*

Acumulación	05/04/2003	...excelente ...potente, imponente ...fondo de finura y elegancia.
Alegoría²	22/02/2003	...una delicada melodía aromática compuesta por el conjunto perfumado de frutas silvestres, en armonía con la resonancia profunda de las notas procedentes de las maderas y sus ecos de especias y humo.
Anástrofe	04/01/2003	Nacidas para aconsejar al consumidor curioso, el sumiller entendido o el tendero preocupado, las guías de vino configuran...
Hipérbole	12/03/2003	...el tinto es el color del futuro.
	22/11/2003	Es un prodigio de frutuosidad... Increíblemente sabrosos...
Metáfora	08/02/2003	Finca Sandoval, un fulgor en la mediocridad imperante.
	15/02/2003	...se cultiva un Merlot que es la viga maestra sobre la que se sostiene el vino.
Personificación	25/01/2003	Un tinto con vocación de moderno y poderoso.
	08/02/2003	...un vino que promete grandeza. ...fruta sin complejos.
Pregunta retórica	18/10/2003	¿Quién dijo que la ilusión tiene límites?
Símil	24/01/2003	En la boca es ágil como los ciervos que le dan nombre.
	31/01/2003	Una soberbia combinación que muestra como la Diosa un cuerpo.
Tópicos	18/02/2003	Dos asignaturas pendientes para un vino que promete grandeza.
	08/03/2003	Y cerrando el vuelo, una madera perfectamente integrada.

² La alegoría catacrética une campos semánticos ajenos y es muy frecuente en las críticas analizadas. Presentamos sólo tres casos para no resultar reiterativos, dado que la mayoría de los ejemplos recogidos en el apartado de campos semánticos encajarían dentro de este epígrafe.

1.4. Los tecnicismos y su adjetivación

El uso de tecnicismos es abundante y creemos que en gran medida indispensable para poder transmitir con rigor las propiedades y sensaciones que este producto sugiere al autor. Sin embargo, y junto a estas descripciones meramente técnicas, Carlos Delgado parece incapaz de sustraerse a la tentación de adornar estos datos con todo tipo de figuras poéticas, comparaciones, adjetivaciones y alegorías.

La complejidad de sus descripciones consigue desanimar al aficionado más entusiasta. Así, el aroma de un vino, aunque pueda ser “tímido al principio va desarrollando una narración de bosques tostados, frutas maduras, de mineral encendido por el alcohol pero aliviado por el frescor balsámico” (05/04/2003).

Frente a un vocabulario técnico y por tanto estandarizado (macerado, tostado, frutoso, dulce, suave, carnosos, etc.) el autor no duda en aportar adjetivos que imponen a la percepción, ya de por sí subjetiva del producto, la subjetividad añadida de sus particulares adjetivaciones.

Así los taninos, sustancia natural que se encuentra en las pipas, el hollejo de las uvas, pueden ser de “ensueño” (07/06/2003), de “bella frescura” (22/03/2003) o simplemente “amables y educados” (08/03/2003). Y ¡qué no decir del aroma! “festivo y envolvente” (18/01/2003), tímido, franco, atractivo o elegante.

Es la vista el sentido más desfavorecido, pues de las cuarenta y dos críticas analizadas sólo en nueve de ellas hace referencia a las cualidades cromáticas del vino. En estos casos, el rojo picota es el tono más reiterado, aunque también el carmesí, el grana anaranjado o el salmón pálido son mencionados. En cualquier caso llama la atención este desinterés evidente por incorporar el sentido visual al repertorio de características que definen la personalidad de un vino.

La valoración más global del producto es un apartado que se presta especialmente a la claridad y la concisión, ya que incluso el lector menos entendido puede obtener a través de ella un juicio preciso del valor del producto.

En estos casos Carlos Delgado se deja llevar por los superlativos, y dado que, como ya decíamos al inicio, no hay para él un vino malo, ni siquiera mediocre, las excelencias de los mismos pierden valor cuando las críticas son contrastadas. Cuando el vino no es “soberbio” (08/03/2003), “potente e imponente” (05/04/2003), “prodigioso” (05/07/2003) o de “éxito incontestable” (12/04/2003), estamos ante un vino “imaginativo” (03/05/2003), “expresivo y delicado” (26/07/2003) o de “atractivo muy sugerente” (04/10/2003).

En definitiva, la capacidad del autor para mezclar sin complejos tecnicismos, junto a un léxico de uso general y por tanto deudor de múltiples sentidos, no hace sino confundir al lector.

El atractivo sugerente de un vino, o la elegancia y sutileza de un tinto son para cada receptor llaves maestras que abren las puertas de múltiples mundos. Tantos casi como lectores, donde la belleza o el atractivo se miden por parámetros, en ocasiones tan personales como intransferibles.

Tecnicismos y su adjetivación de Carlos Delgado en *El País*

Color: Profundo, impactante, pálido, subido, cargado, oscuro, violáceo, cubierto, maravilloso, limpio, brillante.	...ofrece un color profundo (12/04/2005).
	...dotada de una coloratura impactante (15/07/2003).
Aroma: Festivo, envolvente, fragante, frutal, floral, intenso, profundo, complejo, plétórica, vibrante, tímido, perfumado, madura, tostada, encendida, macerado, especiado, balsámico, mediterráneo, embriagador, majestuoso, elegante, estilizado, fácil, reconocible, penetrante, denso, elegante, sensual, austero, insospechado.	Aroma festivo, envolvente . Nariz fragante . Aromas frutales y florales. (18/01/2003).
Paladar: Grasa, carnosa, envolvente, ligero, festivo, sabroso, fresco, amplio y suave, amargor, rusticidad, paladar intenso y concentrado, sabor pleno, textura sabrosa, paladar jugoso, boca amable, amplio.	...envuelve la boca en dulce tonicidad . En boca resulta carnoso, amplio y suave pese a su juventud. En boca manifiesta cierto amargor y rusticidad . Boca envolvente, sabrosa , con unos taninos maduros todavía por redondear (18/01/2003).

<p>El producto: Sabroso, fresco, equilibrado, sensual, ágil, con nervio, sensación de plenitud, golpe ardiente, cierta pastosidad, vigorosos, amplio, graso, concentrado, elegante y sutil, potente e imponente, potente estructura, voluptuosamente suave y largo, pletórico de aromas, resabiado, toque cosmopolita, gran elegancia, perfecto equilibrio, suave y largo, delicado, prodigioso, potente, soberbio e insólito, fuerte personalidad, esbelto.</p>	<p>Sus tintos pueden resultar muy actuales (30/08/2003).</p>
	<p>Una sidra muy compleja y elegante. Tiene finura, aunque algo austera la expresión aromática. Esta es una sidra con vida, con nervio (06/09/2003).</p>
<p>Armonía: equilibrio entre sus componentes: azúcares, taninos, ácidos, alcohol.</p>	<p>...enriquecido con la nobleza armoniosa... (08/05/2003).</p>
	<p>Quizá la añada de 2001 alcance la serena armonía a la que aspira (21/06/2003).</p>
<p>Cuerpo: Generalmente se usa para describir el “peso” de un vino en el paladar, determinado por su grado alcohólico y otros elementos. Puede ser de cuerpo liviano, medio o entero. Untuosidad, carnosidad, materia y estructura del vino.</p>	<p>...cuerpo voluptuoso (31/01/2003).</p>
	<p>...cuerpo sabroso y festivo (08/03/2003).</p>
<p>Estructura: Constitución corpórea del vino, en la que deben conjugarse todos sus componentes: acidez, alcohol, taninos, densidad.</p>	<p>...con mayor complejidad y estructura (18/01/2003).</p>
	<p>Estructura poderosa (24-01-2003).</p>

1.5. El estilo de la crítica

La crítica realizada por Carlos Delgado para *El País* no encajaría estrictamente en un único modelo de los mencionados por Luisa Santamaría (1997: 148) sino que encontraría su acomodo en dos de ellos: el modelo estético y el modelo culturalista.

El modelo estético, como exaltador de valores y actitudes estéticas, encaja muy bien en el estilo de este autor. Realizando un breve repaso a los cuadros anteriormente expuestos podemos observar la gran profusión de valoraciones que se fundamentan en un criterio estético de belleza, atractivo o elegancia. Asimismo la consideración del crítico dentro de este modelo como un creador, creemos que define correctamente el estilo

del autor que busca más allá de la transmisión de sus juicios e impresiones, la elaboración de un texto que trascienda los límites periodísticos al ámbito literario.

Entre los siete pecados capitales que Mari Luz Vallejo (1993: 31) menciona que puede tener una crítica periodística, el segundo de ellos nos parece que refleja muy bien el estilo analizado: excesiva creatividad. Si de algo peca este autor es de una imaginación desbordante y de un lenguaje retórico y amanerado, donde alegorías y metáforas cobran más protagonismo que el propio vino.

Además, el modelo culturalista, en el que se estudia el producto en relación con los condicionamientos históricos que lo hacen posible, como el medio ambiente que inspiró al autor, también está presente a través de la contextualización histórica del vino y sus orígenes. Carlos Delgado enriquece su crítica aportando informaciones sobre el terreno, los cultivos, la infraestructura de la bodega, el tipo de arquitectura, el origen del enólogo o sus propietarios, ofreciendo incluso en ocasiones algunas pinceladas sobre la historia personal de cada uno de ellos. Estos datos entendemos que aportan al lector información suplementaria para comprender el camino y los avatares que ha sufrido el producto o en su caso el creador para llevar el vino hasta nuestra mesa. Aunque como ya comentamos en apartados anteriores son precisamente estas informaciones de carácter intimista y personal las que sitúan al crítico en una connivencia muy poco recomendable con productores y elaboradores, restando credibilidad y “objetividad” a su juicio.

La estructura externa de la crítica se corresponde básicamente con la propuesta por casi todos los autores, siendo en el cuerpo de la misma donde observamos mayores divergencias.

En la primera parte del cuerpo, la destinada a presentar la tesis que se desarrollará en el texto, Carlos Delgado acostumbra a comentar las particularidades del terreno, la bodega o sus productores.

En la segunda coincide con la mayoría de los autores, y es ahí donde analiza el producto y sus características más esenciales. La distribución de las cualidades del vino se centran en el gusto y el olfato, siendo la vista la menos comentada.

En esta parte encontramos también alguna mención al precio, que aparece reseñado en la ficha técnica. Hay que decir que el coste del producto sólo se menciona o bien para compararlo con otros de igual calidad, pero mayor precio “recuerda al magnífico..., pero a un precio todavía más ajustado” (14/02/2003), “y cuesta la mitad” (10/05/2003) o como un parámetro más del atractivo del vino “a un precio irresistible” (15/03/2003), “vino de calidad a precios imbatibles” (14/02/2003). En cualquier caso no son muy frecuentes este tipo de comentarios. El veredicto aparecería en la tercera y última parte del texto.

En las críticas de Carlos Delgado generalmente la valoración global del producto se intercala entre otras características más concretas del mismo. Sin embargo, a este autor le gusta, en ocasiones, finalizar su crítica con una frase breve pero contundente, que puede adoptar la forma de una sentencia final sobre el objeto: “Otra maravilla del genio familiar que no cesa” (31/01/2003) o un pronóstico sobre el desarrollo futuro del mismo: “Un jugoso anticipo del mejor... que aún está por venir” (17/01/2003).

En general, Carlos Delgado adopta en sus críticas un estilo muy personal y por tanto fácilmente reconocible. Es un autor con voz propia, creativo y en ocasiones muy sugerente. Sin embargo, a veces peca de reiterativo y excesivamente ampuloso.

Desde un punto de vista más pragmático sus críticas no son funcionales ya que confunde al lector mezclando tecnicismos y apreciaciones totalmente subjetivas, dificultando tanto el aprendizaje, por parte de un receptor ávido de conocimientos, como la toma de decisiones del consumidor en busca de consejos útiles.

2. Las críticas de Juan Luis Recio (*El Semanal*)

2.1. *El texto*

Los textos de Juan Luis Recio cumplen con precisión con las características que desde la perspectiva teórica se atribuyen a lo que conocemos como reseña valorativa. Juan Gutiérrez Palacios (1984: 244) se refiere a esta variante periodística de la siguiente manera: “La reseña, recensión o *reviewing*, cuando no es mera bibliografía titular, cuando alcanza lo analítico y acierta a delinear en cuatro trazos los rasgos propios de un autor o una obra, sin perder su provisionalidad, puede ser calificada –esta sí– de ancilar o crítica de urgencia”.

Los textos firmados por Juan Luis Recio son breves, escasamente analíticos –como no puede ser de otra manera dada su brevedad–, categóricos, que no cumplen con los requisitos generales de una crítica periodística, pero que, como hemos apuntado, se acercan con claridad a la reseña periodística valorativa.

La titulación de los mismos es muy peculiar. Estamos ante unos titulares con apariencia de informativos, porque son totalmente temáticos. El tema sobre el que trata la información queda expuesto sin ninguna duda. Sin embargo, no son estrictamente informativos porque no aportan información singularizada. Se trataría, desde el campo de la titulación, de unos titulares apelativos pero totalmente temáticos. Un tipo de titular a caballo entre los informativos y los apelativos.

Habitualmente, un titular es apelativo cuando tiene una referencia temática: apunta el tema sobre el que trata la noticia pero no informa sobre él. En los titulares de José Luis Recio nos encontramos que no sólo apunta el tema, sino que lo expone claramente, pero no informa sobre él. Por eso decimos que es una titulación singular.

Este tipo de titulación está presente en todas sus reseñas valorativas. Para que quede constancia, hemos recogido algunas de ellas: “Ochoa vendimia seleccionada 2000” (5/01/2003), “Viña Santa Marina. Cabernet Sauvignon y syrah, 1999” (9/03/2003), etc.

Por lo que respecta a los elementos estrictamente informativos, que en las críticas periodísticas aparecen en una ficha técnica, las reseñas de Juan Luis Recio carecen de ficha técnica, aunque sí ofrece elementos informativos centrados exclusivamente en informar sobre el nombre de la bodega propietaria del vino analizado y el precio del producto.

Así, todas las reseñas de este autor comienzan en sus primeras líneas con el nombre de la bodega propietaria del vino que analiza, y que menciona siempre, tal y como hemos explicado, en el titular de su texto. El párrafo final de la reseña lo dedica siempre a informar sobre el precio del producto.

Los párrafos centrales de la reseña son el espacio que este autor dedica para analizar las características del producto estudiado. Así, por ejemplo, la reseña del 6 de abril de 2003 comienza de la siguiente manera: “Homenaje. Rosado 2000. La nueva añada del rosado de Marco Real, bodega de Olite (Navarra) [...] [diversos párrafos para analizar el producto...] Precio aproximado: 5 euros. [párrafo final]”.

Si bien no aparece estrictamente una ficha técnica, los elementos informativos, propios de este género periodístico, aparecen al principio y final de las reseñas de Juan Luis Recio.

Los textos son siempre breves –nunca sobrepasan las 100 palabras– y por consiguiente, son poco argumentativos, muy categóricos y contenedores. Sin embargo, tienen una clara virtud respecto a los de otros autores analizados: siempre tocan los tres aspectos esenciales en la cata de un vino: olor, aroma y paladar. Es decir, aunque de forma muy contundente manifiesta sus puntos de vista respecto a estas tres cualidades.

Una característica muy importante en las reseñas de Juan Luis Recio es la sobriedad en sus adjetivaciones. Los textos son bastante precisos y se ajustan en sus descripciones a los tecnicismos comúnmente aceptados para la cata de vinos. Así, no es corriente encontrar adjetivaciones exageradas que nada aportan a la descripción de las cualidades del vino. Utiliza casi siempre, al contrario que otros críticos, una adjetivación contenida.

2.2. *La actitud crítica*

Un aspecto común a todos los textos analizados de Juan Luis Recio es la ausencia, al igual que sucede con otros autores, de una crítica concluyente sobre el producto estudiado. Nunca aparecen referencias sobre si estamos ante un regular o mal producto. Sí aparecen, sin embargo, adjetivaciones de bueno o excelente cuando se quieren destacar virtudes del producto estudiado. Tampoco aparecen nunca referencias a si la relación calidad-precio del producto es ajustada, o estamos ante un vino caro para las cualidades que ofrece. El autor no ofrece una puntuación del vino analizado. Desde estos puntos de vista las reseñas valorativas de Juan Luis Recio no son contundentes.

Conocemos y entendemos la dificultad que entraña analizar un producto y remarcar como conclusión cualidades más negativas que positivas. Sin embargo, la esencia de la crítica periodística y de la reseña valorativa también está en la valoración que el periodista hace sobre el producto que analiza. Es el único sentido que tiene este género periodístico y de ahí deriva el compromiso que estos periodistas contraen con el público. La crítica de consumo ayuda a vender un producto y el crítico tiene la obligación de hacer un equilibrado análisis y exponer las cualidades positivas y negativas del producto estudiado.

Al igual que sucede con otros autores, nos encontramos esporádicamente con textos totalmente informativos, que no analizan las cualidades del producto, y que abandonan el campo del género periodístico crítica para convertirse en simples informaciones. La sensación final del texto es que el periodista prefiere eludir la crítica y para ello simplemente informa.

Al igual que sucede con otros autores, ninguna de las críticas de Juan Luis Recio finaliza con una valoración esencialmente negativa, ni concluye con una frase en la que diga si merece la pena o no el producto analizado de acuerdo, por ejemplo, con la relación existente entre la calidad y el precio.

2.3. Recursos literarios

Los textos de Juan Luis Recio se caracterizan por su sobriedad. Son textos con escasas figuras retóricas y muy ceñidos a lo que es la práctica de una cata. Explicaciones sobre el color, el aroma y el paladar, expresadas con sobriedad y, casi siempre, recurriendo a las designaciones comúnmente aceptadas para definir las cualidades de un vino.

Esta sobriedad de su estilo hace que los campos semánticos que aborda el autor para sus descripciones sean bastante más contenidos que los de otros autores, y se limiten a cualidades relacionadas estrechamente con el producto. Hecho que, por otra parte, es de agradecer porque ayuda a comprender con mayor facilidad las cualidades del producto.

Los campos semánticos más recurrentes hacen referencia a la delicadeza, la elegancia y la fortaleza, cualidades todas ellas aplicables a las características de un vino. Así, para Juan Luis Recio, un vino es “accesible y refinado” (18/05/2003), “sedoso y suave” (20/04/2003), etc. También destacan en sus textos las referencias a la elegancia: “impronta de elegancia” (02/02/2003), “elegante y de gran riqueza aromática” (24/08/2003), etc. Asimismo, encontramos referencias a la fortaleza: “intenso y persistente” (04/05/2003), “complejo y potente” (11/05/2003), etc.

El resto de campos semánticos aparecen también con moderado equilibrio y sus referencias no van acompañadas de adjetivaciones desmedidas. Juan Luis Recio incorpora alusiones a campos relacionados con lo culinario, lo musical y alguna que podemos incluir en lo erótico y sensual, pero tratadas siempre con equilibrio y moderación.

Este tratamiento textual es consecuencia de que el autor se limita en sus descripciones a comentar la crítica de vinos desde la perspectiva de los tecnicismos aceptados para designar las diferentes características de un vino. Por ello, los tópicos no aparecen en unos textos que son mucho más equilibrados que los de otros autores.

Campos Semánticos de Juan Luis Recio en *El Semanal*

Arte Diseño Arquitectura	04/05/2003	estructura de filigranas
	08/06/2003	amplia estructura con espléndida potencia armónica
Culinario	26/01/2003	untuoso y sabroso
	06/04/2003	sabroso y cargado de frecuencia
Delicadeza	02/02/2003	agradable con acidez equilibrada
	20/04/2003	sedoso, suave, elegante
Elegancia	12/01/2003	elegante textura en boca
	02/02/2003	impronta de elegancia
Erotismo Sensualidad	16/02/2003	ataque carnoso y aterciopelado
	23/03/2003	amplio, carnoso y estructurado
Fortaleza	05/01/2003	potente retronasal
	12/01/2003	potente color oscuro
Musicales	12/01/2003	notas de café, regaliz y pan tostado
	09/03/2003	notas de chocolate y torrefacto

2.4. Los tecnicismos

La crítica de vinos está plagada de tecnicismos. Cuando el autor apela a esos tecnicismos y lo hace con sobriedad, sin adornarlos de adjetivaciones absurdas, el resultado final, como es el caso de estos textos, es de sobriedad y elegancia. El lector, al final, puede comprender mejor lo que el autor le desea transmitir, porque trabajan con unos códigos técnicos que son comunes y conocidos tanto por el autor como por el público.

Sin embargo, dada la dificultad que ya de por sí arrastra este tipo de crítica, es importante que se participe de un lenguaje común, cosa que no ocurre siempre. Así, al hablar del color de un vino, podemos encontrar las referencias siguientes: “alto color” (05/01/03), “brillante color rosa salmón” (09/02/2003), etc. Decir que un vino tiene un “alto color” no aporta grandes referencias al lector. “Alto” no es un tecnicismo reconocido, con lo que queda sin explicar con precisión lo que el crítico entiende por “alto”. Otro tanto podemos decir de “brillante”, que no existe como tecnicismo aceptado para designar el color de un vino. Cuando queremos decir que el color de un vino es “brillante” decimos que es “vivo”, que es el tecnicismo aceptado para referirse a la brillantez de un vino. Desde esta perspectiva, la referencia a un vino “rosa frambuesa, vivo y

brillante”, no deja de ser una redundancia, ya que “vivo”, como hemos dicho, es el tecnicismo aceptado para referirse a “brillante”.

Cuando nos referimos a unos tecnicismos para explicar determinadas cualidades es importante hacerlo con precisión y utilizar términos conocidos por el público, porque de lo contrario podemos añadir Confusión a unos textos que ya de por sí son difíciles de entender.

Las críticas de Juan Luis Recio son escuetas y bastante precisas. Son, en definitiva, la traslación a un texto de lo que sería una cata, pero en ocasiones acude a adjetivaciones que no están reconocidas y que, por lo tanto, no ayudan a la comprensión de las cualidades del producto analizado.

Tecnicismos y su adjetivación de Juan Luis Recio en *El Semanal*

El producto	05/01/2003	Limitadísima producción; conviene decantarlo.
	12/01/2003	Excelentes puntuaciones en revistas especializadas.
Color	12/01/2003	Potente color oscuro.
	26/01/2003	Amarillo pajizo, limpio y brillante.
	16/03/2003	Rojo picota intenso.
	27/07/2003	Oro brillante provisto de gran luminosidad.
	17/08/2003	Rojo cereza limpio y brillante.
Aroma	05/01/2003	Riqueza de aromas.
	12/01/2003	Notas de café, regaliz y pan tostado.
	19/01/2003	Intenso y elegante.
Paladar	05/01/2003	Amplio, mucho volumen.
	12/01/2003	Elegante textura, matices frutales.
	19/01/2003	Aterciopelado, buena acidez, tonos balsámicos.

3.5. El estilo de la crítica

Si una buena crítica debe movilizar con urgencia al lector, convencerle rápidamente de las excelencias del producto que se analiza, la crítica de vinos no cumple con precisión con ese papel, porque en estos casos no contribuye eficazmente a resolver las dudas del lector ni le orientan con

precisión porque las críticas de Juan Luis Recio carecen de una sentencia final.

Un aspecto esencial del lenguaje de la crítica periodística debe ser la inteligibilidad, más si tenemos en cuenta que en los públicos masivos encontramos amplísimas bolsas de lectores que no son especializados. Insistimos en la dificultad que incorpora al texto la proliferación de tecnicismos, que, en el caso de Juan Luis Recio, al acudir casi permanentemente a designaciones profesionalmente aceptadas marca unas referencias más claras para la comprensión de estos textos que lo que hacen otros autores.

La ausencia de sentencias finales hace que no resulte fácil deslindar los campos entre la crítica y la propaganda. En el caso que nos ocupa, la ausencia de sentencia final en los textos de Juan Luis Recio hace que estas fronteras puedan quedar aún más difusas, porque este género exige una sentencia final, bien a través de una frase contundente, bien mediante la relación entre calidad/precio, bien mediante una puntuación final del producto analizado. No hacerlo así, como es el caso de Juan Luis Recio, es pasar de lado sobre una de las características esenciales de este género periodístico.

Finalmente, la ausencia a lo largo del año que hemos analizado de críticas negativas, hace que se diluya el papel de este género que está pensado para orientar al público. Si no hay crítica negativa no hay tampoco certeza de que la positiva sea precisa.

4. Las críticas de Alfred Rexach (*Magazine*)

4.1. *El texto*

Las críticas de Alfred Rexach son de una moderada extensión: unas 150 palabras (800-1.000 caracteres) y se estructuran en dos o tres párrafos. Lo habitual es que una fotografía silueteada de la botella sometida a análisis aparezca incrustada en el texto y rodeada por éste.

Bajo el lacónico cintillo de “vino” el titular únicamente recoge el nombre de la marca que se va a juzgar. Este escueto título no admite, por

tanto, ni otras informaciones complementarias, ni valoración alguna. Únicamente, como ya se ha dicho, la marca del vino. A modo de subtítulo y como continuación del título, se incluye el nombre de la denominación de origen en la que se encuadra la bodega aludida.

En el cuerpo del texto se distinguen dos partes. En la primera se alude a la zona de cuyos viñedos se ha elaborado el vino sometido a examen y a la bodega en sí. En esta primera parte se comentan cuestiones tales como las características propias de la DO o de los varietales de uva utilizados en la producción, antigüedad de la bodega, etc.

La segunda parte se centra en el último párrafo, en el que invariablemente se lleva a cabo una descripción de la cata del vino, incidiendo en los tres aspectos fundamentales de ésta: color, aroma y sabor. Se trata de una descripción básicamente técnica, aunque con un cierto nivel de adjetivación: “paladar ampuloso” (16/03/2003), “finas notas tostadas” (16/02/2003), etc. Ocasionalmente, aunque no siempre ocurre así, la última frase recoge, a modo de colofón, una breve valoración final sobre el caldo catado: “muy sabroso” (02/03/2003), “muy bueno” (28/09/2003). La firma del autor aparece al final del último párrafo.

Los textos de Alfred Rexach carecen de ficha técnica, elemento considerado fundamental dentro del género de la crítica, ya que en él se recogen las informaciones esenciales sobre la obra objeto de análisis. No obstante, este autor sí que especifica tras el último párrafo, y a modo de destacado, el tipo de vino descrito (tinto crianza, blanco dulce, etc.), su graduación alcohólica y una calificación final sobre un total de 20 puntos (en el año 2003 la nota más alta fue un 18 y la más baja un 15). Un dato importante que se echa en falta es el precio de la botella.

4.2. La actitud crítica

En los 22 textos publicados por Alfred Rexach en el *Magazine* a lo largo de 2003 existe un predominio de la descripción sobre la valoración propiamente dicha. De hecho, no se percibe ningún comentario negativo sobre ninguno de los vinos analizados. Quizá, el elemento valorativo más importante lo constituiría la calificación final (sobre 20 puntos), pero

como ninguno bajó de la barrera de los 15 puntos debe concluirse que todas las marcas seleccionadas tenían, cuando menos, unas cualidades notables.

En la descripción de la cata, Rexach mantiene el esquema color-aroma-boca y la mayor parte de la terminología que utiliza podía considerarse estandarizada, si bien ocasionalmente acompañada de calificativos que realcen el valor positivo de alguna de las cualidades del producto: “el color se aprecia bello y elegante, suavemente dorado...” (20/04/2003), “...tiene un bello color oscuro...” (18/05/2003), “el bello color de cereza madura...” (07/09/2003).

Excepcionalmente, el texto es rematado con una breve frase opinativa que sirve para ensalzar aún más la marca comentada: “...un vino cómodo, bien hecho y apetitoso” (13/04/2003).

4.3. Recursos literarios

Como ya se ha señalado, la crítica enológica o vinícola se basa fundamentalmente en la descripción de las sensaciones (visuales, olfativas, gustativas e incluso táctiles) obtenidas durante el proceso de la cata. Al tener que describir y valorar percepciones sensoriales es habitual recurrir a otros campos semánticos para intentar que el lector perciba mediante la palabra escrita lo que el crítico ha percibido mediante los sentidos.

Así, en la descripción general de un vino se pueden utilizar conceptos del ámbito del arte o del diseño: “un vino de perfiles heterodoxos” (06/04/2003), “...redondean un vino cómodo” (13/04/2003), “...delicado color pajizo con pinceladas verdes” (16/11/2003); o relacionarlo con la idea general de la belleza: “es un vino de postre, pero, sobre todo, para disfrutarlo como se goza una joya valiosa y escasa”.

Pero, quizá, es el ámbito erótico-sensual el más recurrente a la hora de expresar las sensaciones que provoca el degustar determinados vinos. *El Diccionario de la Real Academia* recoge un doble sentido para la acepción sensual. Por un lado se refiere al deleite de los sentidos, y por otro específicamente al deseo sexual. La crítica enológica juega muy a menudo con esta doble significación. Así, se nos dice que la bebida cuen-

ta con “sensuales notas de fruta tropical” (20/04/2003), o se alude a pasiones insatisfechas: “Los viejos oportos de añada alimentaron una pasión que aún me posee, pero que pocas veces puedo satisfacer” (04/05/2003). Ahora bien, las sensaciones pueden terminar derivando en sentimientos hacia el producto deseado: “...posiblemente sea debido a esta afición por lo que me abalanzo ilusionado cuando tengo conocimiento de esos vinos” (04/05/2003). Así, las cualidades del vino pueden llegar a producir el enamoramiento del propio crítico: “...son sus virtudes, unas virtudes que enamoran” (07/09/2003).

A la hora de describir las cualidades aromáticas de un vino, Alfred Rexach recurre con frecuencia al campo semántico musical. Veamos algunos ejemplos: “...finas notas tostadas” (16/02/2003), “...con notas de fruta roja madura” (23/02/2003), “notas ahumadas y especiadas bien conjuntadas” (02/03/2003).

Aunque los textos de Alfred Rexach son bastante breves, entre los recursos empleados sí que se observa la presencia de algunas figuras retóricas o tropos. Podrían citarse la anáfora (la repetición de palabras o expresiones en dos frases: “...los aromas amplios y potentes [...] y el sabor, de gran complejidad y armonía, [...] son sus virtudes, unas virtudes que enamoran” (07/09/2003); la prosopopeya (atribuir cualidades no correspondidas con su género vital): “un vino cómodo” (13/04/2003); o el símil (expresar de manera explícita la semejanza entre dos ideas): “Es un vino de postre, pero, sobre todo, para disfrutarlo como se goza una joya valiosa y escasa” (04/05/2003).

Campos Semánticos de Alfred Rexach en *Magazine*

Arte Diseño Arquitectura	06/04/2003	Un vino de perfiles heterodoxa.
	19/10/2003	...vale la pena disfrutar de sus perfiles redondos, afinados y complejos.
Belleza	04/05/2003	Es un vino de postre, pero, pero sobre todo, para disfrutarlo como se goza una joya valiosa y escasa.
Delicadeza	20/04/2003	El paladar es amplio, firme y sedoso.
	16/11/2003	Es ligero y amable.
Literarios Cinematográficos	09/03/2003	Inspirados, quizá, por los hermanos Marx, demasiados bodegueros españoles se empeñan en elaborar vinos al grito de "más madera".
Erotismo Sensualidad	20/04/2003	Sensuales notas de fruta tropical.
	04/05/2003	...Los viejos oportos de añada alimentaron una pasión que aún me posee, pero que pocas veces puedo satisfacer.
Sentimiento	04/05/2003	Posiblemente sea debido a esta afición por lo que me abalanzo ilusionado cuando tengo conocimiento de uno de esos vinos.
	07/09/2003	Son sus virtudes, unas virtudes que enamoran.
Fortaleza	16/02/2003	La entrada en boca es vigorosa, con nervio, potencia y marcado carácter.
	13/04/2003	Donde imperan los vinos tintos.
Modernidad	13/04/2003	Un vino que responde con fidelidad al patrón más moderno de los vinos castellanos.
Semblanzas nostálgicas	04/05/2003	...nos remite a Oporto sin salir del Penedés.
Musicales	16/02/2003	...finas notas tostadas.
	23/02/2003	...con notas de fruta roja madura.

Figuras retóricas de Alfred Rexach en *Magazine*

Anáfora	07/09/2003	...son sus virtudes, unas virtudes que enamoran.
Personificación	13/04/2003	Un vino cómodo.
Símil	04/05/2003	Es un vino de postre, pero, pero sobre todo, para disfrutarlo como se goza una joya valiosa y escasa.

4.4. Los tecnicismos

Alfred Rexach se ciñe en sus textos a la nomenclatura de descripción de cata, el *tasting report*, asumida de forma general tanto por los críticos vinícolas como por los autores de las distintas guías de vinos (Peñín, Proensa, Campsa, etc.). El problema surge cuando los tecnicismos van acompañados de ciertos calificativos que puedan resultar ambiguos y que en lugar de ayudar al lector, puedan llegar a desorientarlo.

Por lo que respecta al *tasting report*, podríamos distinguir cuatro ámbitos en los textos de Alfred Rexach. Por un lado, situaríamos las descripciones que se refieren al producto, esto es al vino, en su conjunto (aquí se incluirían cuestiones tales como la armonía, la estructura o los comentarios sobre los varietales utilizados). En segundo lugar, nos encontraríamos con las descripciones relativas al color del vino. En un tercer apartado, figurarían los comentarios sobre los aromas de los caldos. Por último, el autor se refiere también a las sensaciones que dicha bebida causa en el paladar.

El producto, generalmente, se describe con términos que aluden a la estructura y a la complejidad: "...un vino sabroso, con buena estructura, equilibrio, y sobre todo complejidad" (23/02/2003); un vino de "estructura amplia y compleja" (02/03/2003); "...bien estructurado, potente y con la necesaria finura" (13/04/2003); "...de espléndida estructura" (15/06/2003), o con una "estructura sólida y equilibrada" (20/07/2003). Como puede verse la "buena estructura del vino" o su "equilibrio" son conceptos recurrentes de los que el autor se vale una y otra vez.

En cuanto a las variedades de uva que se utilizan en la elaboración de una marca, también se destaca indefectiblemente el acierto en el em-

pleo de determinados tipos de vid o se ensalzan las cualidades de esta: “...un sabia combinación de garnacha blanca y macabeo” (02/03/2003), “...gracias a la calidad de las uvas que se emplean para su elaboración (puro chardonnay)” (20/04/2003).

En lo que hace relación a los colores, aunque se emplea el léxico habitual para referirse a dicha característica del vino –términos como dorado o pajizo, para referirse a los blancos; fundamentalmente cereza para los tintos–, también aquí la adjetivación del tecnicismo da pie a una cierta ambigüedad. Por lo general, se alude al concepto de elegancia. Así podemos encontrarnos con que el vino tiene “un color severo y oscuro” (23/02/2003); que su “color se aprecia bello y elegante, suavemente dorado” (20/04/2003); o que posee un “elegante color cereza” (12/03/2003).

Como ya se ha señalado, la referencia más habitual en cuanto al color de los tintos es la cereza. Parece mentira que la cereza pueda tener una gama cromática tan amplia: “rojo cereza” (18/05/2003), “cereza oscuro” (25/05/2003), “cereza madura” (20/07/2003), “cereza profundo” (12/10/2003), “elegante color cereza” (07/12/2003).

En la descripción aromática destacan fundamentalmente las referencias frutales: “aromas intensos que evolucionarán en botella y que ahora mismo restallan frutalidad” (12/02/2003), “...los aromas se ofrecen amplios y golosos, con sensuales notas de fruta tropical” (20/04/2003).

También las alusiones a las flores ocupan un lugar destacado en los textos de Alfred Rexach: “...aromas cítricos, florales y balsámicos, de una gran sutileza y complejidad” (13/07/2003), “...aromas nítidos y coqueteos con exóticos toques de rosas” (16/11/2003). Las especias (canela y pimienta), la mantequilla, la miel, el cuero y los minerales son otros de los aromas mencionados.

Es a la hora de transmitir las sensaciones que provoca un vino en el paladar donde las fronteras entre el tecnicismo y la adjetivación elogiosa no siempre aparecen claras. Así se nos habla de vinos “con un paladar ampuloso” (16/03/2003), o con “un paso por boca aterciopelado y firme”

(23/02/2003). Las alusiones al cuerpo o a la carnosidad del vino predominan claramente en las descripciones del paladar.

Por lo que respecta a los taninos los epítetos son más desconcertantes. Los taninos pueden definirse como compuestos fenólicos hidrosolubles de sabor áspero y amargo. Suelen acumularse en las raíces y cortezas de las plantas y frutos y, en el caso de la uva, están presentes en el hollejo y en las pepitas. Esta amargura característica de los taninos no obsta para que en algunos textos de Alfred Rexach esta sustancia adquiera justo la cualidad contraria, la de la dulzura. Así, se nos asegura que el Fagus 2001 posee “unos taninos maduros, redondos y dulces”.

En las críticas del *Magazine* los taninos pueden ser finos, potentes, complejos, etc. Veamos algunos ejemplos: “...con taninos muy agradables y bien fundidos” (23/02/2003), “Excelentes taninos finos...” (18/05/2003), “taninos de gran fuerza con notable calidad, finura y complejidad” (20/07/2003).

Tecnicismos y su adjetivación de Alfred Rexach en *Magazine*

El producto	23/02/2003	...un vino sabroso, con buena estructura, equilibrio, y sobre todo complejidad.
	09/03/2003	Así se obtiene un vino suavemente dorado, sin filtrar, muy aromático, fresco, glicérico y muy sabroso.
Estructura	23/02/2003	Vino sabroso, con buena estructura, equilibrio y, sobre todo, complejidad.
	02/03/2003	Estructura amplia y compleja.
Variedades	02/03/2003	Una sabia combinación de garnacha blanca y macabeo.
	20/07/2003	El Marboré es una compleja y muy original combinación de cinco variedades de uvas (tempranillo, cabernet, merlot, parraleta y moristel) construida a partir de una selección rigurosa de las frutas y una elaboración muy meticulosa.

Color	23/02/2003	Color severo y oscuro.
	20/04/2003	El color se aprecia bello y elegante, suavemente dorado.
	18/05/2003	...un bello color oscuro, bien cubierto, de tonalidad rojo cereza y ribete rubí.
	25/05/2003	Color cereza oscuro, muy cubierto.
	21/12/2003	Sugestivo color pajizo con reflejos dorados.
Aroma	16/02/2003	Aromas intensos que evolucionarán en botella y que ahora mismo restallan de frutuosidad.
	07/12/2003	Aromas suaves, nítidos, de fruta y especias muy bien ensamblados.
	21/12/2003	Aromas complejos y de variados matices, con interesantes toques minerales...
Paladar	16/03/2003	Un paladar ampuloso.
	23/02/2003	...un paso por boca aterciopelado y firme.
	06/04/2003	La entrada en boca es poderosa, grasa, y muestra un perfecto equilibrio entre cuerpo grado y acidez.
Taninos	23/02/2003	...con taninos muy agradables y bien fundidos.
	18/05/2003	Excelentes taninos finos.
Cuerpo	27/07/2003	Tiene corpulencia, es graso y carnoso, con nervio.

4.5. El estilo de la crítica

Los textos de Alfred Rexach en el *Magazine* se encuentran a medio camino entre la reseña periodística (con ciertos elementos valorativos) y la crítica propiamente dicha. Resulta evidente que faltan diversos elementos característicos del género periodístico conocido como crítica. Para empezar no existe un titular ni un subtítulo propiamente dichos. Lo único que encontramos es la marca del vino destacada tipográficamente, seguida, en un cuerpo de letra inferior, de la denominación de origen correspondiente. Tampoco existe una ficha técnica diferenciada en la que se resalten los datos informativos básicos relativos al productos analizado: marca, tipo y antigüedad del vino, añada, variedades empleadas en el vino, bodega, denominación de origen, dirección y teléfono, precio,

puntuación... Es cierto que algunos de estos datos aparecen desperdigados por el texto o al final del mismo, como el tipo de vino y la puntuación (sobre un total de 20 puntos), pero se echa en falta un dato fundamental en la crítica de consumo: el precio del bien que se valora. Rexach omite este dato.

El esquema clásico de la crítica recuerda en cierta medida al de las sentencias judiciales. En un primer párrafo se presenta al producto que se va a examinar y se adelantan, a modo de hipótesis, una serie de valoraciones generales sobre el mismo. Estas valoraciones se apoyan en la argumentación de la segunda parte del texto. Por último, el párrafo final desliza el veredicto o valoración final del autor que, pretendida-mente, debe de servir de ayuda al consumidor para tomar una decisión sobre la conveniencia o no de adquirir el producto.

Este veredicto final sólo ocasionalmente está presente en los textos de Rexach. Por lo tanto, la valoración final del vino vendría dada por la calificación (puntuación) obtenida. Pero en este caso, la orquilla es tan estrecha –a lo largo de 2003, todos los vinos seleccionados se situaron entre los 15 y los 18 puntos (sobre un total de 20)–, que se puede obtener fácilmente la conclusión de que o bien todos los vinos reseñados tienen unas cualidades más que notables, o que sólo se seleccionan vinos de una determinada calidad. Es decir, hay una ausencia prácticamente absoluta de crítica negativa.

5. Conclusiones

La crítica enológica es un género que, a diferencia de otras críticas de consumo, no está aún suficientemente desarrollada en la prensa española. La mayor parte de los textos estudiados se encuentran mucho más cercanos a la reseña valorativa que a una crítica propiamente dicha, que cuente con un titular expresivo o apelativo, una ficha técnica y una estructura textual en el que se argumenten, de una manera útil para el lector, la Calidad o defectos de un determinado producto.

Especialmente preocupante es la ausencia de una clara ficha técnica en algunos autores. Lo que hace que se omitan elementos importantes

en la crítica periodística. Los datos informativos son necesarios para identificar al producto y sus características básicas

No existe crítica vinícola negativa. Todos los vinos seleccionados son ensalzados. En aquellos casos en que se otorgan puntuaciones, éstas siempre son altas. Así en el caso de *El País*, a lo largo de 2003, solamente una marca obtuvo siete puntos sobre un total de diez. El resto superó dicha puntuación. Lo mismo cabe afirmarse de *Magazine*, ningún caldo obtiene menos de 15 puntos sobre un total de 20. Dicha ausencia de valoraciones negativas pone en entredicho la esencia de las propias críticas. Si no hay crítica negativa, tampoco hay certeza de que la positiva sea precisa y certera.

Hay momentos en los que el texto denota una cierta intención del crítico de que se encuentra ante un producto que no es de su agrado. En esos casos, en vez de decirlo claramente al lector, sustituye la crítica periodística por un texto simplemente informativo y no entra a analizar las cualidades del producto.

El hecho de que todos los vinos analizados reciban exclusivamente valoraciones positivas hace que, por encima de la crítica propiamente dicha, lo realmente importante resulte la selección en sí de la marca. El lector debería conocer los criterios por los que se priorizan determinados vinos y zonas.

El empleo de una serie de tecnicismos al alcance de una minoría y la utilización de una adjetivación ambigua, que en nada contribuye a aclarar los conceptos hace que los textos sobre vinos, parezcan dirigidos no a una audiencia heterogénea y no especializada, como corresponde a los diarios de información general, sino a un público selecto e iniciado en el mundo de la cata. Por lo tanto, en estos textos no se cumpliría el supuesto objetivo de asesorar, o en su caso educar, a un lector medio.

Se da la circunstancia de que, cuando el crítico se limita en sus textos a explicar las características de un vino con los tecnicismos reconocidos, el texto carece de explicaciones, pero gana en concreción e inteligibilidad. La vinculación de tecnicismos a adjetivaciones exageradas dificulta la comprensión del texto y difumina el sentido de la crítica. Sin

embargo, en los textos escuetos y precisos, con tecnicismos reconocidos, no se ayuda al lector a comprender con precisión las cualidades que se le plantean. Esto es así porque no aparecen explicaciones sobre los tecnicismos. Sería oportuno enunciar las cualidades y explicarlas someramente.

Por último, cabe destacar el grado de similitud de muchas críticas y la reiteración en el empleo de los mismos términos para describir color, aroma y sabor. En ocasiones, da la impresión de que lo único que cambia en las críticas de algunos autores es la marca analizada.

Referencias

- ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier (1996). *Géneros de opinión*. Leioa: Universidad del País Vasco.
- BERRIO, Jordi (1983). *Teoría de la persuasión*. Barcelona: Mitre.
- CHILLÓN, Luis Albert (1993). *Literatura y periodismo*. Alicante: Universidad de Alicante.
- FALCÓ, Carlos (2004). *Entender de vino*. Madrid: MR ediciones.
- GARAIZABAL, Mikel (2003). *Euskal Herriko Ardoak. Vinos de Euskal Herria*. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco.
- GARCÍA DEL RÍO, Fernando (2004). *El método del catador. Guía práctica para entender el vino*. Madrid: Alianza.
- GUTIÉRREZ PALACIO, Juan (1994). *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991). *Manual para periodismo*. Barcelona: Ariel.
- PEÑÍN, José (2003). *Guía Peñin de los vinos de España*. Madrid: Pi & Erre Ediciones.
- PROENSA, Andrés (2003). *Guía Proensa de los mejores vinos de España*. Madrid: Proensa.
- SPANG, Kurt (1979). *Fundamentos de retórica*. Pamplona: Eunsa.
- REARDON, K. (1983). *La persuasión en la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa (1997). *Géneros para la persuasión en periodismo*. Madrid: Fragua.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa; CASALS CARRO, María Jesús (2000). *La opinión periodística: Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.
- VALLEJO MEJÍA, Mary Luz (1993). *La crítica literaria como género periodístico*. Pamplona: Eunsa.
- WESTON, A. (1998). *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Ariel.