

MUJERES DEL VINO

¿Y la señora también tomará vino?

MERITXELL FALGUERAS

MUJERES DEL VINO

¿Y la señora también tomará vino?

Meritxell Falgueras

Prólogo de Carme Rusalleda



La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En Grupo Planeta agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan continuar desempeñando su labor. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47. Queda expresamente prohibida la utilización o reproducción de este libro o de cualquiera de sus partes con el propósito de entrenar o alimentar sistemas o tecnologías de inteligencia artificial.

© Meritxell Falgueras, 2025
Diseño de cubierta: Planeta Arte & Diseño
Realización: Planeta

Primera edición: octubre de 2025

© Editorial Planeta, S. A., 2025
Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)
Planeta Gastro es marca registrada por Editorial Planeta, S. A.
www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-08-30961-1

Depósito legal: B. 12.698-2025

Impresor: Gómez Aparicio
Printed in Spain – Impreso en España



SUMARIO

Prólogo, por Carme Rusalleda	9
Capítulo 1. Estas no son las memorias de una sumiller	15
Capítulo 2. Palabra de sumiller: nuestra historia a través del vino	39
Capítulo 3. De niña a sumiller	57
Capítulo 4. La metáfora en la degustación de vinos	85
Capítulo 5. El sexo del vino	113
Capítulo 6. Una manera ecofeminista de comunicar el vino	131
Capítulo 7. La mujer del bodeguero	153
Capítulo 8. Datos del estudio «Mujeres del vino»	167
Epílogo	173
Final	175
Agradecimientos	181
Bibliografía	183
Índice onomástico	187

CAPÍTULO 1

ESTAS NO SON LAS MEMORIAS DE UNA SUMILLER

No te voy a engañar, escribir este libro ha sido terapéutico. Cuando la persona que amas y tu entorno profesional te van ninguneando, te vas haciendo pequeña. Esto me une a muchas de las mujeres que han tenido que reducir su talento para encajar en la sociedad. Aun así, no quiero que nos veas como unas víctimas, si no como unas valientes. Las «lágrimas del vino» es la expresión utilizada para hablar de las gotas que fluctúan alrededor de la copa. Creo que ya he llorado bastante y, por lo tanto, deseo transformar esa energía en algo más útil que un *sal-piké*¹ y del color de un buen reserva. Explicando como el protagonismo de las mujeres en el mundo del vino ha hecho cambiar la manera de comunicarlo, permitiendo que sea más emocional. Desearía que «Mujeres del Vino» existiera en un mundo igualitario y poder «enterrar» este combativo movimiento mediante este libro. Pero aún no se ha llegado a este punto: en la actualidad, dos de cada cinco mujeres de mi sector consideran que el hecho de ser mujer ha sido un freno en su profesión.²

1. Sí, sí como la canción de Shakira.

2. Estudio «Mujeres del Vino», acabado en noviembre del 2024.

Parte del mundo del vino sigue dando la espalda a las realidades sociales que son importantes, como el feminismo. Parece que hasta que no hay agresión física, no hay violencia (¿no nos llenamos la boca de hablar de la salud mental?) y todo el mundo está tan ocupado que es mejor mirar hacia otro lado y centrarse en los problemas que cada uno tiene. ¡Qué difícil es ser hombre hoy! ¡No puedes decir nada! ¿Verdad? Sí, se puede decir, pero igual que una persona entiende cuándo se da un tono amenazante hacia una mujer, también se encienden las alarmas cuando esa mano está donde no tiene que estar ¡Ahora parece que los marginados son ellos! Al oírlo, pienso qué significa ser mujer cuando tienes el período en algunos pueblos de la India, o las mujeres que no pueden ni estudiar en Afganistán; por no hablar de un pasado, no muy lejano, donde las mujeres no podíamos votar en Europa; o cuando nació mi hermano, que le pidieron permiso a mi padre para hacer la cesárea a mi madre, o para no irnos de madre, en la misma restauración, cuando se presupone que el que va a catar el vino va a ser el señor de la mesa. Es verdad, no se puede decir nada si lo que se va a decir es ofensivo contra las mujeres o contra quien sea. Y, sobre todo, si no aporta nada bueno. Sí, somos muy pesaditas, y es más fácil etiquetarnos de fanáticas o locas. Esto no va de hombres ni de mujeres ni de transgénero ni de género fluido, va de personas. En un momento donde la moda en comunicación vinícola reside en poner todos los esfuerzos en explicar su sostenibilidad para ver quién es más ecológico, me pregunto: ¿cuándo van a presumir de qué bodega es más igualitaria o conciliadora (que a corto plazo aún es más importante)? ¿Los consejos de administración o de *marketing* de estas bodegas saben qué es el ecofeminismo? Para que no puedan decir que nos quejamos por vicio, sino por juicio, a lo largo

del libro voy a mencionar los datos del estudio de *Mujeres del Vino* con el Instituto Más Mujeres y la DO Catalunya. Un 47 por ciento de las mujeres del vino encuestadas, con un 95 por ciento de nivel de confianza, siente que su empresa apoya de forma activa la igualdad de género, aunque solo el 39 por ciento describe el ambiente laboral como del todo igualitario. No son sensaciones, son los datos de las mujeres que lo sufren. ¿Por qué no explicamos cuáles son las regiones o bodegas más machistas? Le digo a mi amiga y socia Anne Josephine Cannan. Me contesta que estamos por encima de ello y que nuestra energía la tenemos que utilizar para construir nunca para restar. Ni para contestar a las mujeres que nos critican (que aún duele más). Crearemos los premios María Isabel Mijares (en honor a la gran rompetechos del mundo enológico) premiando y poniendo el foco de atención en el talento de las mujeres del vino en todos los ámbitos. Yo le digo que tiene razón porque ella es más sabia y menos reactiva que una servidora. Y pienso que mi mantra tendría que ser «que el amor sea mayor que la rabia» en varios de mis planos vitales. Aunque siendo empática conmigo misma, hay que mirar la rabia como una respuesta a la injusticia que te moviliza para cambiar las cosas que te disgustan.

Cuando empezaba a escribir estas páginas, sonaba «I'm Every Woman» de Whitney Houston. Mi biografía puede parecerse a las de mis colegas en el mundo del vino (y no solo) y explicar, a través de mis palabras, parte de su historia entrelazándose a la mía como una trenza, como ese hilo invisible que nos une a todas las mujeres y con el que tejemos nuestra tribu de supervivencia emocional. Ocho de cada diez mujeres sienten que no siempre reciben el mismo respeto

que los hombres en roles similares, quien piense que no ha habido machismo en el mundo del vino creo que es porque ha tenido la suerte de no sufrirlo en sus carnes y, aunque no quieran unirse a nuestra causa, nosotras luchamos también por ellas y por ellos (y por su descendencia); y el resto tenemos que tirar de actitud, de convertir la frustración en trampolín y el cabreo en fuerza. «No soy ninguna mosquita muerta —me dice Andrea Sanz de Magna Vides—. He tenido que enviar a mi marido a que hablara con cierto tipo de personas porque ya sé que no me harán caso y que me subirá el cortisol.»

La vez que me he sentido más humillada como mujer, en el mundo del vino, me ha pasado justo con gente que conocía a la perfección mi carrera y mi manera de ser les era muy familiar. En ese momento ya estaba considerada entre las diez mujeres más influyentes del mundo del vino en España según *The Wine Bussiness*,³ escrito por la periodista británica Lucy Shaw. Me dejaron cuidando de los niños, los míos y los suyos, mientras ellos «trabajaban» de relaciones públicas, aunque yo era la única que estaba allí para escribir un artículo. Cuando dije que era machismo, ese propietario de múltiples bodegas y su esposa (que por cierto no sabía coger bien ni la copa) me dijeron que mi problema era no tener una interna en casa que me hiciera de *baby-sitter* (dijeron textualmente «filipina»). Sí, eran racistas y clasistas. Al ver que el que era mi pareja por entonces los apoyaba, decidí que no quería estar con un hombre tan bajo, y no me refiero precisamente a su estatura. Aquel mismo hombre del vino añadió poco después: «Voy a tener que fichar a una enóloga en alguna de mis bodegas para quedar bien en las redes».

3. Es la publicación europea líder sobre mercados del vino.

Un cupaje de letras y vino

Hace casi treinta años de la muerte de Lady Di. Yo quería ser ella hasta que entendí cómo era de triste su historia, aunque en ese momento nos pareciera muy glamurosa. De querer ser princesa, pasé a querer ser Carrie Bradshaw (la protagonista de la mítica serie *Sex and the City*). Ni un paso intermedio a la Meritxell Falgueras actual, la mujer que admira a las mujeres que van a comprar al supermercado con tres niños a su cargo y/o que cuidan de un familiar dependiente. Tanto la Cannan como yo hemos dedicado el tiempo a *Mujeres del Vino* después de nuestra jornada laboral y de poner a los niños a dormir. Muchas de las comunicaciones entre nosotras son de noche o a primera hora del día. Cuando escribo para entrevistar a las mujeres del sector y pido perdón por el horario, me dicen que están igual que yo, intentando ponerse al día a costa de su descanso. «¡Buenos días! Escuché tu *whatsapp* ayer, me pasa igual con los niños», me contesta Martina Prieto, de la bodega José Pariente, cuando me oye discutir a lo lejos con mis hijos. Me lo corrobora la sumiller María José Huertas al preguntarle cómo lo ha hecho para conciliar su carrera en la hostelería cuando su niña era pequeña. María José lleva más de veinte años maridándose profesionalmente con el chef Paco Roncero Madrid. «No lo voy a negar, he pasado mucho sueño. A partir de los 7 años, y cuando ya dormía un poco más, cogí un día de reducción de jornada para tomar aire. Me he ido organizando como he podido; por suerte, su padre trabajaba en casa cuando la niña estaba enferma o tenía que ir al cole.» Ella me dice que, en general, está contenta de cómo ha podido ejercer de madre y de profesional. Un 65 por ciento de las mujeres encuestadas no están satisfechas con su nivel de conciliación, y de ello, ningún sector, y menos el del vino, puede estar orgulloso. Esta cifra nos tiene que hacer pensar y replantear muchas cosas. Miro

en el espejo a esa mujer con ojeras, y me doy cuenta de que, quitando estos aromas de reducción, hay mucho más. En el fondo de su retina, en los poros de su piel, está el aroma y el tacto de la bodega de cultura, de un humor cultivado y de una vida en la que han sucedido muchas fermentaciones. Soy de la añada del 81, tengo celulitis, arrugas y granos en la cara y un pelo rubio teñidísimo. Se me ha culpado de aprovecharme de mi físico en el mundo del vino. Si hubiera tenido la voz bonita, te aseguro que hubiera hecho las catas cantadas en versión operística. ¡Todo por la divulgación de la cultura vinícola! No te voy a mentir: como mi hándicap era ser joven (cosa que se cura con el tiempo) y ser mujer, lo convertí en algo positivo. «No es que seas tan guapa, es que resaltas frente a las otras marimachos del sector», me dijo el bodeguero. Los machos arquetípicos tienen un don en el caso de que no seas fuerte: reducir tu autoestima al físico.

Mi obsesión siempre ha sido darle un *looping* a la comunicación del vino. Mi máxima ha sido hablar de vino casi sin hablar de vino, centrándome en las emociones y sensaciones que nos aporta. Mi trabajo en las redes, a través de mis libros o en los múltiples medios, puede haber parecido banal como creen algunos y, casualidad o no, estos algunos son, en su mayoría, «señoros». Mi aportación es fruto de muchos estudios (licenciada en Humanidades, DEA en Comunicación y con dos posgrados en escritura) y de veinticinco años de profesión (a los 18 años ya estaba matriculada en el curso de sumiller de la Escuela de Hostelería de Barcelona, aunque siempre había ayudado en el negocio familiar) dedicados a investigar la manera en que las mujeres hemos transformado, de alguna forma, el lenguaje del vino, además de formación en Francia, Italia, Inglaterra y Estados Unidos. He intentado dominar el arte de expresarme de forma empírica y sin complejos de su-

perioridad técnica para alcanzar un lenguaje más descifrable y popular. Al final, de lo que se trata, no lo olvidemos nunca, es de vender vino y hacer que este se consuma con cabeza. Ya sea con moderación, ya sea con conocimiento. Si bien en este libro hablaré mucho de metáforas como *alma mater*, porque no te engañaré, el vino te tiene que emocionar. En otras palabras, sin miedo a parecer cursi, este mundo tiene que gustarte y procurar que su historia embotellada conecte contigo.

Como no sabía si me gustaban más las letras o el vino, decidí no elegir si quería más a papá o a mamá y junté los dos mundos. Porque soy de las que, aunque hago el trabajo de mi padre, admiro muchísimo más el carácter de mi madre. Me defino como un cupaje de letras y vinos. Mi extroversión me ha abocado a la comunicación. Criarme rodeada de botellas en el Celler de Gelida, del barrio de Sants de Barcelona, ha hecho que sintiera el vino como alguien de la familia. Disculpa, porque sonará típico y tópico. Pero, aparte de lo masculino y machista que era (y es) el mundo del vino, lo que me ha costado en mi carrera es poder salir de casa. Lo otro, triunfar, ha sido mucho más fácil.

La razón de ser de «Mujeres del Vino»

¿Verdad que te parece un anacronismo que en el siglo XXI se tenga que reivindicar el papel de la mujer en el mundo del vino? ¡Pues imagina el *blend* de pereza y vergüenza ajena que nos da a nosotras! Si algo nos ha enseñado el horrible caso Pelicot, es que la vergüenza tiene que cambiar de bando. Los datos del estudio de «Mujeres del Vino» constatan que un 90 por ciento de nosotras ha presenciado, o sufrido, comentarios ofensivos o comportamientos machistas. Un 74 por ciento ha asistido a un evento del sector en el que casi no había ninguna mujer; al 62 por ciento las han tratado de manera

diferente por su género en negociaciones o reuniones; un 57 por ciento se ha sentido invisible, como si sus opiniones o logros fueran subestimados o ignorados; el 54 por ciento ha tenido que escuchar comentarios paternalistas, y a un 47 de las mujeres las han interrumpido o ignorado. Según la Organización Interprofesional del Vino de España, el sector vitivinícola español emplea a más de 400.000 personas y solo un 40 por ciento son mujeres, cuando formamos un 52 por ciento de la población. Un 80 por ciento de las mujeres encuestadas cuentan con un grado universitario y/o posgrado o superior y su edad se encuentra entre los 35 y los 54 años. Solo un 15 por ciento son directivas.

Pero empecemos por el principio. Anne Josephine Cannan empezó a poner la primera piedra en 2011 con el «Tast amb dones» en Gratallops, con el objetivo de dar más protagonismo a las mujeres que formaban parte de la DO Qu Priorat. Sus primeras acompañantes fueron: Marta Rovira de Mas d'en Gil, Sandra Doix de Mas Doix, Olivia Bayés de Marco Abella, y después la siguieron otras compañeras de otras denominaciones como las hermanas Ochoa (Adriana y Beatriz) de Bodegas Ochoa, Bárbara Palacios de Babarot, Merche Dalmau de Clos Galena, Anaïs Manobens de Maria Rigol, Marta Pedra del Cellar la Vinyeta i Vins de Pedra, Mercè Sangüesa de Pla de Morei, Rita Noguerols de Vinyes Domènech, Eva Plazas de Vilarnau, Mireia Torres con Jean Leon, entre otras grandes mujeres del vino. Desde allí, pasando por las múltiples actividades que hemos realizado tras ese acto iniciático, como una verdadera carrera de fondo, hasta la réplica de esta primera cata en el Cellar de Gelida (¡había tanta gente que casi morimos de éxito!), el Palace de Barcelona, el Hotel Monument, el Palau de Pedralbes, el Palacio Santoña en Madrid o en la

Barcelona Wine Week. Todo ello para seguir reivindicando nuestro lugar en el mundo del vino, y haciendo maridaje con la moda, la poesía, la comunicación y el arte, porque sin la interacción con todas esas materias, el vino no sabría igual.

Era el invierno de 2018 y, como en otras ocasiones, mi amiga me invitó al evento «Mujeres del Vino». La Cannan, como me gusta llamarla, es, junto a su padre, la primera generación de la célebre bodega-boutique Clos Figueras. Christopher Cannan, creador de la distribuidora Europvin (que entre otras grandes marcas distribuyó Vega Sicilia), fue quien dio a conocer la DOQ Priorat en el mundo y cuenta con muchísima experiencia, pasión y reconocimiento en el sector del vino. Creo que es evidente: adoro a esta mujer y a su familia, y no solo por su profesionalidad. Tímida y educada, es amorosamente detallista. Nos hemos conocido por la profesión de nuestros padres, pero nuestra esencia de niñas heridas nos ha unido. Como decía, «Mujeres del vino» es el proyecto que Anne empezó en el Priorat haciendo «Tast amb Dones» en Gratallops, cuando no existía el movimiento del #MeToo y yo entré a formar parte gracias a la sororidad que Anne Cannan usa como estrategia. La que sería mi futura socia me hizo renacer de la depresión posparto de mi segundo hijo. Su gran inteligencia emocional hizo que, pidiéndome que la ayudara en la comunicación, saliera de mi letargo cerebral de teta-pañal, aunque en alguna edición no pude ni ir porque tenía alguno de los niños enfermo y no podía con mi alma. Las otras mujeres del vino, en vez de juzgarme, me entendían y me agradecían la difusión que les hacía desde los medios. Esa es la premisa de este colectivo: nos ayudamos las unas a las otras cuanto podemos ya que

bastante nos paralizan nuestras mochilas. Y también, por qué no decirlo, convertimos nuestro grupo en una red para denunciar acosos, pedir consejo, responder preguntas y hacer relaciones públicas y negocios. Porque cuando me pasó a mí en el pasado, me sentí muy sola. El hablar de ello ayuda (porque si no, te juzgas a ti misma y no avanzas) y tener otras perspectivas te sirven para ver que, muchas veces, eso que no entiendes (porque no existe en tu escala de valores morales) solo se trata de machismo. Nos da igual que sean madres o no, la mayoría de nosotras, por nuestra condición de mujer, somos cuidadoras (igual que también muchos hombres corresponsables) y no podemos viajar tanto como deberíamos, ir a eventos por la noche o acudir a muchas de las ferias del sector. Aunque suene a eslogan para camisetas, todas somos heroínas. Y mientras no lo haga la sociedad, nos reconocemos entre nosotras. Porque mientras no haya igualdad en el hogar, todavía es más difícil ser competitiva en el trabajo.

La presencia de mujeres en el sector del vino puede servir como inspiración para futuras generaciones de amantes del vino. Las historias de éxito de enólogos, sumilleres, propietarias de bodegas, viticultoras, periodistas especializadas y otras profesionales pueden romper estereotipos y abrir puertas, demostrando que el vino no es una industria solo masculina. En mi caso, ver en acción a la sumiller Rosa Vila me inspiró muchísimo. Rosa cuenta que ya cataba antes de nacer porque su madre seleccionaba los vinos de la cooperativa de Alella. Su padre también era viticultor y sabía muy bien cómo sufría la agricultura. Trabajó con la brillante chef May Hoffmann y sigue dirigiendo el equipo español del International Taste Institute en Bruselas.⁴ «La primera vez que hice

4. Este instituto, con sede en Bruselas y más de veinte años de experiencia,

una clase como profesora, todos eran hombres y se quedaron sorprendidos. En el año 1995 cuando hice el curso de sumiller éramos solo dos mujeres. Allí conocí a Anna Vicens, actual presidenta (y primera) de los sumilleres de Catalunya (ACS). Después nos juntamos en los actos con María Peña que tenía un negocio y la tomaban más en serio.»

El primer manifiesto de «Mujeres del Vino»

«Mujeres del Vino» hicimos un primer manifiesto en marzo de 2019. Algunas de nuestras colegas no quisieron leerlo con nosotras porque son de esas que de tan feministas no necesitan decir que lo son. Nosotras respetamos todas las opciones. En ese momento, pedimos lo siguiente:

1. Que nos dejen de pedir que quieren hablar con nuestro jefe cuando somos nosotras las que curramos en la sala del restaurante.
2. Que no nos limiten solo a limpiar copas en las ferias cuando sabemos tanto de vino.
3. Queremos divulgar la cultura del vino y el consumo responsable para educar a los jóvenes.
4. Queremos promocionar el rol de la mujer en la sociedad y en el trabajo.
5. No dejemos cabida a micromachismos, como cuando dan a degustar el vino al hombre de la mesa.

Cuando el camarero me pregunta: «¿La señora también toma vino?», le contesto a modo de chiste: «Sí, más que el señor». (Lo correcto es servir el vino a quien lo haya pedido

cuenta con los mejores sumilleres y periodistas europeos. Antes se llamaba ITQI.

o volver a preguntar quién lo catará.) ¡Y de aquí sale el subtítulo de este libro!

Gracias al estudio de «Mujeres del Vino» hemos evaluado la percepción de la representación de la mujer en el sector del vino e identificado las áreas donde aportan más valor. Las respuestas han sido: rigor, flexibilidad, perspectiva, cuidado, elegancia, colaboración, detalles, empatía, innovación, compromiso, organización, modernidad. Dicha encuesta se ha hecho para entender si las mujeres tienen acceso a las mismas oportunidades de desarrollo profesional que sus colegas masculinos, incluyendo promociones o proyectos clave. «He soportado rumores que me relacionan con clientes hombres para justificar el éxito en ciertos proyectos», nos dice una CEO internacional que prefiere mantenerse en el anonimato. Un 62,1 por ciento de mujeres considera que en su ambiente laboral actual hay algún tipo de desigualdad; un 75,5 por ciento piensa que sus opiniones no siempre son tenidas en cuenta en la misma medida que las de los hombres. «Cuidado con la loba», se decía en Soria de Ana Carazo. «Un enólogo me amenazó en un restaurante y todo el mundo hizo como si nada. “¿Yo te tengo que pedir permiso a ti para hacer vino?”, le respondí. Porque hasta por cómo digo “hola” se me juzga —aúlla—. Me han difamado con mentiras porque parece que moleste que una mujer sea exigente y sepa lo que quiera al ritmo de “niña, es que tú quieres hacer las cosas muy rápido”.» Ocho de cada diez mujeres no sienten que reciban normalmente el mismo respeto que los hombres en roles similares. Pero vamos a dejar de buscar culpables y vamos a esforzarnos por encontrar soluciones, como, por ejemplo, las siguientes propuestas: políticas de igualdad más estrictas, un aumento de la representación femenina en liderazgo y protagonismo

en los puestos de responsabilidad en el sector. «No me han promocionado por ser mujer. Se eligen entre ellos», comentan las encuestadas. Un 15 por ciento de las mujeres consideran el impacto de género negativo. Evaluar la equidad ayuda a identificar las barreras que limitan a las mujeres en la industria del vino. «En una feria pensaron que yo era una azafata, en lugar de la gerente encargada de la bodega», nos explica una reconocida propietaria. Hay que explorar las actitudes y los comportamientos machistas y cómo estos afectan a la carrera y al bienestar de las mujeres como, por ejemplo: «Como tienes la regla estás inaguantable», que tantas hemos tenido que escuchar. Un 22,6 por ciento todavía ha tenido que oír si su menstruación afectará a la vendimia o las fermentaciones. Le pasó hasta a la mismísima Mireia Torres, cuando antes de entrar en la sala de barricas de una bodega le preguntaron si estaba menstruando.

Bebemos de la tradición de otras asociaciones

En este libro no caben todas las mujeres y hombres que han trabajado desde sus profesiones y creencias para crear un mundo del vino más equitativo. «Mujeres del Vino» es un movimiento que nació en la provincia de Tarragona y abrazó, en un principio, a las viticultoras catalanas, para luego hacerlo con todas las de la Península, en general; aunque tenemos la ambición de hermanarnos con otras organizaciones internacionales para amplificar nuestro mensaje. Por ello, es importante resaltar el trabajo que hizo AMAVI y otras asociaciones como Le Donne del Vino. AMAVI fue creada por Sonia Prince en 1996. «El lema u objetivo de AMAVI no ha sido combatir con rabia el arraigado hegemonismo masculino en esta estática jerarquía para alimentar

la división sino abogar por integrar, por reconocer a la mujer como protagonista también del universo vinícola», le dijo a la entrevistadora Raquel Pardo en la revista *Sobremesa*.

Le Donne del Vino es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1988 en Italia, que ha jugado un papel fundamental en dar voz y visibilidad a las mujeres de la industria vinícola, un sector que durante mucho tiempo ha estado dominado por hombres en una sociedad, la italiana, extremadamente patriarcal. Recuerdo que en Alimentaria conocí a la explosiva Elisabetta Fagiuoli de Montenidoli y cómo me impresionó que esta mujer se ocupara de todos los asuntos de su bodega con una poderosa y alegre personalidad. Lo que no sabía es que me acabaría casando muy cerca de sus viñas de su Vernaccia di San Gimignano, sin poder seguir su ejemplo y no por falta de ganas. A lo largo de los años, líderes como Donatella Cinelli Colombini, fundadora de la primera bodega en Italia gestionada exclusivamente por mujeres, han desempeñado un papel clave en posicionar a la asociación, a modo de ejemplo, de cómo la inclusión puede transformar eventos internacionales del calibre de Vinitaly⁵ y que las ferias vinícolas en todo el mundo sigan su senda. Personalmente, pocas veces he pasado más miedo que hace una docena de años, en el aparcamiento de esta feria en Verona, con demasiados *uomini* que podían petar un alcoholímetro. Le escribo un correo para que me cuente más. En Italia, las mujeres representan el 14 por ciento de los trabajadores en la viña y en la bodega, y aumenta cuando se habla de comercialización y promoción vinícola. En este caso, el 51 por ciento como comerciales de las bodegas, el 80 por ciento en *marketing* y comunicación y 76 por ciento en la atención al cliente son

5. Vinitaly es la feria anual de vinos de Verona.

mujeres. Me cuenta orgullosa sobre el crecimiento de la asociación, pues ha llegado a superar las mil socias; también me explica la organización de eventos en todas las regiones italianas, coordinadas mediante una secretaría nacional, como el proyecto D-Vino en las escuelas para enseñar cultura del vino a los estudiantes de Turismo y Restauración. Me afirma que ella no cree que el mundo del vino en Italia sea más difícil para una mujer que en el resto del mundo; no le cuento que no opino como ella. Tener conmigo a los niños vale más que nada en el mundo, centrarme en mi salud mental y mi carrera. Y continuar luchando por las mujeres que tienen que soportar todo tipo de violencias.

Otra compañera en México, Valentina Garza, me explica su realidad (que no es tampoco idílica). «La industria del vino en México, aunque en crecimiento, refleja desafíos importantes en cuanto a equidad de género. El Consejo Mexicano Vitivinícola, la asociación que representa a los productores de vino y organizaciones vitivinícolas de todo el país (incluyendo uva pasa para *brandy*), cumplió recientemente setenta y tres años. Durante este tiempo, ninguna mujer ha formado parte de su mesa directiva ni ha liderado ninguno de sus comités (consultivo, técnico, *marketing*, etc.). Esto ocurre a pesar de que muchas de las mujeres en la industria son quienes lideran la operación en sus diferentes áreas, pero aún no hemos logrado llegar a la cabeza de la mesa directiva. En MIT,⁶ trabajamos para cambiar estas

6. Mujer in Taninos (MIT) se trata de una organización sin fines de lucro, que trabaja por el crecimiento y reconocimiento de la mujer en la industria del vino en México. Fundada por tres mujeres extraordinarias: Agostina Astegiano (enóloga y experta en técnicas de campo), Joanna Vallejo (experta en comunicación) y Bibiana Parra (especialista comercial).

narrativas.» Valentina afirma que, después de ver el estudio de «Mujeres del Vino», les hemos servido de inspiración.

Para muestra, un botón. Cofradías como The Jurade⁷ de Saint-Émilion han tardado demasiados años en admitir mujeres. En el Serenísimos Capítulo de los Caballeros del Vino, una de las cofradías más antiguas de España, su primer pregonero fue Salvador Dalí (que confesó ser abstemio). Ya se ha quedado sin «Caballeros» y casi se está llegando a la paridad en la junta.

En Francia, encontramos unas cuantas asociaciones más como Les Dames de Coeur de Loire,⁸ Les diVINES d'Alsace,⁹ Elles & Beaujolais,¹⁰ Les Aliénor du vin de Bordeaux,¹¹ Femmes et Vins de Bourgogne,¹² Les Fa'bulleuses,¹³ Eléo-

7. La «Jurada de Saint-Émilion» fue nombrada en 1199 por el rey inglés John Lackland.

8. Esta asociación fue iniciativa de Catherine Corbeau Mellot (2015) y está formada por más de una treintena de mujeres de las siete denominaciones de la región: Sancerre, Pouilly-Fumé, Menetou-Salon, Quincy, Reuilly, Coteaux du Giennois et Châteaumeillant.

9. Creada en 2011 y con más de 70 profesionales de todos los sectores del vino.

10. Creada en 2014 y la mayoría de sus participantes son viticultoras del vino de Beaujolais.

11. Creada en 1994, fue la primera asociación histórica de mujeres.

12. Fue en el año 2000 cuando tuvo esta iniciativa Anne Parent de Pommard.

13. Esta asociación está creada por siete viticultoras de la Champagne: Mathilde Devarenne (Champagne Rouchet-Bocarts en Vaudemange), Charlotte De Sousa (Champagne de Sousa en Avize), Laureen Baillette (Champagne Baillette Prud d'homme en Trois Puits), Sophie Milesi (Champagne Mea en Louvois), Hélène Beaugrand (Champagne Hélène Beaugrand en Montgueux), Claire Blin (Champagne Blin en Trigny), Delphine Brulez (Champagne Louise Brison en Noé les Mallets).

nores de Provence,¹⁴ Femmes Vignes Rhône,¹⁵ SO Femme & Vin,¹⁶ Les Vinifilles,¹⁷ todas ellas dentro del paraguas French Wine Women, Femmes de Vin. En Estados Unidos, una líder destacada en este ámbito es Deborah Brenner,¹⁸ fundadora de la plataforma internacional Women of the Wine & Spirits.¹⁹ La fundadora de RAW WINE,²⁰ Isabelle Legeron, defiende fervientemente los vinos naturales y sostenibles con sus eventos. A Amy Bess Cook le sorprendió la desigualdad en Sonoma: solo el 4 por ciento de las bodegas de California eran de propiedad femenina. Woman Owned Wineries es otra plataforma para potenciar que haya más mujeres empresarias en el mundo del vino. «Aún sucede que muchos creen que los vinos presentados por mujeres los han hecho otra persona», comenta una de las elaboradoras. Les Dames d'Escoffier International²¹ (LDEI) con presencia en varios países, reúne a mujeres líderes en la industria de

14. Creada en 2008 para transmitir y defender la tradición del patrimonio provenzal.

15. Se creó en 2004 y fue iniciativa de Anne Hugues del Domaine de La Royère y de Inter Rhône, que es la interprofesional del valle del Ródano.

16. Asociación no lucrativa creada en 2014 en Bergerac.

17. Asociación Vinifilles en Occitania para preservar sus *terroirs* y hacer fuerza.

18. Antes de establecer Women of the Vine & Spirits en 2015, Brenner trabajó en el mundo corporativo y en la industria del vino, donde se dio cuenta de la necesidad de crear una red de apoyo para mujeres.

19. Fundada en 2015, ofrecen programas de mentoría, conferencias y eventos que celebran el papel de las mujeres en la producción y comercialización de vinos y destilados.

20. Raw Wine es la mayor comunidad de viticultores y bodegueros de vinos naturales.

21. Fundada en 1976, LDEI se dedica a la educación y la promoción de la excelencia en la cocina y el vino, ofreciendo becas y oportunidades de *networking* para sus miembros.

la gastronomía y el vino. Women in Wine Expo (WIWE)²² reúne en Londres (el Reino Unido) a mujeres del mundo del vino y busca fomentar un ambiente inclusivo y colaborativo, donde todas ellas puedan compartir experiencias y conocimientos.

Cabe resaltar que fue MAVEX (Mujeres Amantes del Vino de Extremadura) quien organizó en Almendralejo el primer foro de mujeres en el mundo del vino, en noviembre de 2021, y «Mujeres del Vino» estuvimos allí para apoyarlas. Alguien que también me ha inspirado mucho, porque fue quien empezó con estos movimientos orgánicos feministas en Barcelona, fue la mediática cocinera Ada Parellada, reuniendo a las «Davantaleres»,²³ organización de mujeres de diferentes ámbitos que cocinan para compartir vivencias. «Mujeres del Vino» hemos inspirado a su vez a «Cava Woman» en el marco del CavaTast, un colectivo que revaloriza la figura femenina en el sector del cava. Me ceden estos datos: el 9 por ciento tiene menos de 30 años; el 28 por ciento cuenta entre 30 y 40; el 25 por ciento está entre los 40 y los 50, y el 38 por ciento, entre los 50 y los 60 años. También cuentan con grandes figuras históricas en las que inspirarse, como Ramona Roig Manobens,²⁴ Isabel Ordi Capdevila²⁵ y

22. WIWE nace como consecuencia de la brecha de género empresarial en la industria del vino. La exposición es la primera de su tipo y, en la actualidad, la única red global donde las mujeres en el sector del vino se reúnen para fomentar el crecimiento, la educación y la conexión de sus negocios en un entorno seguro y diverso.

23. «Davantaleres» («Delantareras», en castellano, de «delantal») se crea partir de las comidas que Ada Parellada hace con mujeres influyentes de la cultura, en su restaurante Semproniana.

24. Viuda de Salvador Santaca, que al morir después de la guerra asumió su papel.

25. Enviudó en 1937 cuando la empresa Rigol estaba colectivizada por sus trabajadores (1904-1990).

Montserrat Fatjó Tintorer.²⁶ Mujeres que en la España de las décadas de los setenta, ochenta y noventa tuvieron que tirar adelante las bodegas haciendo el degüelle, pegando etiquetas y cuidando a las familias.

Ellas sin Michelin (y no porque estén a régimen)

«Comprender es aliviar», dice la psiquiatra Marian Rojas. Un 34 por ciento de las mujeres del vino que han contestado la encuesta ha contado que les han asignado trabajo no relacionado con su responsabilidad profesional por ser mujer, como preparar cafés. «La única que limpia el stand soy yo, aunque haya hombres con un rango y una formación muy inferiores al mío.» «Por ser mujer se me asigna constantemente el rol de secretaria/*assistant*, sobre todo de los compañeros hombres, que por género tienen posiciones más relevantes, de más responsabilidad y no saben realizar algunas tareas administrativas básicas.» El 65 por ciento ha sentido el síndrome de la impostora, dudando de sus capacidades, a pesar de tener la experiencia necesaria. Con muchas compañeras del vino y de otros sectores comentamos que compartimos esa sensación que más de una vez nos ha paralizado. Somos sabedoras de que somos perfectamente imperfectas y sabemos maximizar nuestros defectos nosotras solitas. Nunca hemos contado que pecamos por querer complacer, porque nos cuesta poner límites. Algunos no estaban dispuestos a pensar que la gestión de su agenda era pan comido comparada con la nuestra. Pero no se trata de una competición, sino de hacer equipo. Nunca hemos contado la razón por la que hay tan pocas mujeres en los

26. Cuando su marido, Manuel Raventós Domènech, murió en 1930 lo substituyó como presidenta de Codorníu hasta que sus hijos se encargaron de la dirección.

congresos del vino y es que, mientras algunos calientan la hombría copa tras copa, «nosotras estamos poniendo lavadoras o yendo a buscar a los niños al cole». No solo lo afirmo yo, también lo dijo la chef María Nicolau en una entrevista concedida en el programa *Col·lapse* de 3Cat. Pues pasa en el vino y en los congresos gastronómicos. El mítico *selfie* de Quique Dacosta con los mejores chefs españoles hace daño a la vista, a pesar de que haya alguna mujer galardonada y alguna incluida en los equipos (no sea dicho). No es cuestión de poner una mujer para figurar, porque no se diga, si no de quien vale, vale. Por ello es tan importante hermanarnos también en la cocina, como lo hacemos en la sala del restaurante, con el movimiento Mujeres en Gastronomía.²⁷ Las estrellas Michelin no van al chef, sino a los restaurantes, con equipos de ambos sexos; en la sala, al o a la *maitre*, y al o a la sumiller que se ocupa del vino para que la experiencia sea 360 grados. Aunque en 2023, solo en un 7 por ciento de los restaurantes con una estrella Michelin las protagonistas eran mujeres. Estas críticas no son hacia una guía puesto que, al final, solo está reflejando la sociedad en la que vivimos (y nos comemos con patatas). Pero imagínate cómo deben estar las mujeres en este sector de horarios de difícilísima conciliación familiar y vital... María José San Román, la chef del restaurante Monastrell, presidenta de MEG (Mujeres en Gastronomía) declara que «las mujeres componen un 55 por ciento de la restauración, pero queremos estar en todas las capas, no solo en las de debajo». Entre las dos y tres estrellas Michelin, tenemos a Elena Arzak y el restaurante Les Cols, capitaneados por mujeres (hay que recordar que la familia Puigvert-Puigdevall está formada por un matrimonio con tres hijas, pero Martina i Fina son las más mediáticas). Maca

27. Mujeres en Gastronomía surge en el año 2018, en una reunión de amigas en el restaurante Monastrell de Alicante.

de Castro o Susi Díaz son también grandes nombres de la guía, en particular, y de las cocinas mediáticas, en general. La chef Vicky Sevilla, del Arrels de Sagunt, fue la mujer más joven en recibir una estrella Michelin. Begoña Rodrigo de Jorge, del restaurante La Salita, es una de las chefs preferidas de los *photocalls*, sobre todo porque en muchas entrevistas se ha abierto en canal —y no solo en la televisión— para demostrar el esfuerzo, el sacrificio, el talento y la valentía que hay que tener para llegar a sobresalir en este mundo *gastro* tan masculinizado. Cuando le pregunto cómo lo ha hecho para conciliar me explica: «Necesito un servicio y medio de plantilla con el encarecimiento de precio que ello conlleva». Otros nombres que suenan a nivel internacional por sus premios son la eslovena Ana Roš, quien fue reconocida por su restaurante Hisa Franko (cuenta con su propio capítulo en *Chefs Table*) y galardonada como mejor chef femenina del mundo en 2017, según la lista The World's 50 Best Restaurants. La misma prologuista de este libro, Carme Ruscalleda, renunció a dicho título y años después no se arrepiente: «¿Es que nuestro cliente nos disculpa nuestros errores? ¿No tenemos que pagar los mismos impuestos? Cuando se trata de la cocina no es como en el fútbol: tenemos que jugar en la misma liga. —Y añade—: Las mujeres del vino suman compitiendo por la calidad del vino y no por el hecho de ser mujeres». Anne Sophie Pic y su centenario restaurante familiar tiene tres estrellas desde 2007, y hace *match* con la gran sumiller argentina Paz Levinson.

Hace poco, un chef con dos estrellas Michelin me dijo que no había machismo en la cocina... lo que no había es ningún conocimiento ni curiosidad ni empatía por su parte. Le dije que era como negar que había hambre en el mundo desde su restaurante gastronómico. Ya sé qué *#notallmen* («no todos los hombres») pero quiero que los que no, den la cara y defiendan también la igualdad porque en un 98 por

ciento de las violencias de género, las víctimas son las mujeres. Que nos hagan sentir, por ejemplo, que el caso de Juana Rivas les indigna tanto como a nosotras y que luchen por una justicia donde todas y todos salgamos ganando. Igual que las plantas curan a otras plantas, las personas podemos curar a las otras personas conectando con nuestras raíces. Un 40 por ciento de mujeres considera que el hecho de ser mujer ha sido un freno profesional en el sector del vino, versus que un 85 por ciento de los hombres considera que han tenido las mismas oportunidades. «Salid conciliadas de casa», nos dijo Isabel Tocino en la cata que hicimos en Ànimes Barcelona, en La Llotja de Mar en octubre del año 2024. Y sus palabras tienen su peso, no tanto por exministra y consejera del Banco Santander, sino porque tiene siete hijos y veinticinco nietos, y el mayor de ellos con síndrome de Down.

Las mujeres ya no lloran, las mujeres facturan (también en el mundo del vino)

En nuestros eventos, las mujeres que trabajan en las bodegas (sea cual sea su cargo) son las protagonistas, un hecho que busca equilibrar un pasado en el que no se les otorgó el papel que merecían. Igual que a los jóvenes de toda índole les gusta que alguien de su edad les cuente el mundo del vino a su manera, a las mujeres también nos gusta comunicarnos con otras mujeres con las que nos sentimos identificadas por una de nuestras grandes pasiones. La feminización del mundo del vino ha empezado de verdad con nuestra profesionalización. Bodegas que pasan de padres a hijas, enólogas con formación internacional, periodistas con nombre propio y sumilleres que han hecho de la sala su feudo, gracias a su sensibilidad y capacidad comunicativa. El empoderamiento de la mujer no acaba comprando los vinos que antes compra-

ban ellos, sino que empieza cuando ya no tenemos complejos para hablar sobre el vino a nuestra manera, y emocionarnos y ser femeninas sin dejar de ser grandes profesionales. No queremos copiar los estándares patriarcales. Si necesito llorar por cuestiones profesionales o personales, no quiero tener que tomar antidepresivos para que no me vean como una histérica. Llorar es sano, y quien no sabe llorar tiene un problema porque las lágrimas, como los silencios, también son comunicación con los demás y con uno mismo. No puede ser que una mujer con carácter sea igual a mujer problemática o que una mujer sensible se vea como alguien débil.

En la primavera de 2024, la Generalitat de Catalunya otorgó el premio Mos a Mujeres del Vino cuando Alba Balcells era la primera directora general del INCAVI: «Un honor ser la primera y espero no ser la última». Las palabras de aceptación de Anne Cannan fueron toda una declaración de principios. «La visibilidad de las mujeres en el sector del vino es esencial para promover la igualdad de género y reconocer la significativa contribución que ellas hacen a esta industria.» Y es una verdad como un templo, porque tanto ellos como ellas, porque también las hay, incluso más negacionistas, no pueden negar la realidad. Ante el «cuñadismo» tenemos que hacer pedagogía. «Todas las veces que me han interrumpido en medio de una explicación, una respuesta o una frase... En cambio ellos podían hacer una exposición sin ninguna interrupción», declara Alba Balcells. Históricamente, el mundo del vino ha sido dominado por hombres, tanto en la producción como en la gestión y la cata. Sin embargo, las mujeres hemos desempeñado un papel crucial, a menudo escondido, en todos los aspectos del proceso vinícola. El primero que me viene a la cabeza es el de la comunicación o el enoturismo (con la gran María Baró en Perelada como referente), que es

el sector donde hay más equidad. «Las mujeres hemos aportado frescura, creatividad, belleza, sentido común, y hemos demostrado que en este sector, que tiene tanto de cultura y de relación humana, somos imprescindibles», exclama Mónica Muñoz, presidenta de Contenidos Económicos Verticales. Y ha sido allí donde nuestras *soft skills* se han vuelto *power skills*. ¿Que no entiendes qué diferencia hay entre estos dos vinos? Pues uno es un Ferrari y el otro es un Twingo. ¿Verdad que con esta metáfora se entiende mejor la situación que con aromas a pimienta verde, taninos y PH? Es un ejemplo perfecto para demostrar que no hemos tenido ningún problema en rebajar los tecnicismos del vino con metáforas que lleguen con más facilidad al receptor de distinto género y edad. La terminología técnica es solo para gente del sector. La comunicación vinícola en los medios ha sido posible gracias a las comparaciones repletas de emociones y sentimientos, que están relacionados con los problemas candentes de la sociedad. Y, en buena parte, es una de las medallas que nos podemos colgar del color del oro.