

Entrevista a Xavier Figuerola, enólogo de Cap de Barbaria.

“El vino es la esencia de una cultura, una prolongación de su gente... Hay que apostar por el carácter propio de cada zona y de cada terruño, por la diversidad y la expresión de los vinos.”

Cap de Barbaria es una bodega pequeña y familiar con la idiosincrasia de una tierra única cuya tradición y cultura ha preservado el Mediterráneo por sus cuatro costados a lo largo de los siglos.

En el año 1999 nace una bodega que, única y al más puro estilo Formentera, ensambla las variedades más tradicionales de las Baleares, Monastrell y Fogoneu, con las clásicamente atlánticas, Cabernet Sauvignon y Merlot, para conseguir vinos que, de verdad, son únicos.

Xavier Figuerola, director enológico de la bodega, nos abre las puertas de esta bodega cuyos caldos tienen la magia de hacernos sentir el mar y sumergirnos en lo profundo, y el misterio de lo sensorial para trasladarnos a uno de los lugares más bellos, Formentera.

¿Qué significa para Usted el vino?

El vino es el alma y el corazón de donde se elabora, de su paisaje, su cultura... Es una prolongación de su gente.

¿Cómo describiría sus vinos?

Son vinos que precisamente intentar reflejar el paisaje y el carácter de la pequeña isla de Formentera.

¿Y la filosofía de su bodega?

Adoración por las vides y la uva como base de nuestros vinos. A partir de ahí intentar acompañar en la elaboración para que puedan reflejar su propio carácter.



Cap de Barbaria y Ophiusa son los dos vinos que elabora su bodega actualmente.

¿Cómo describiría cada uno de ellos?

Cap de Barbaria es nuestro primer vino. El 2003 fue la primera añada del mismo y partiamos de la base de intentar integrar dos variedades francesas también de origen marino, en este caso atlántico, como la Cabernet Sauvignon y la Merlot con dos variedades propias de la isla de Formentera como son la Monastrell y la Fogoneu. Mestizar el Atlántico y el Mediterráneo en forma de vino y en una pequeña isla. El fruto de la combinación es un vino complejo y potente a la vez que sutil. Gran potencial aromático y gustativo propios de una zona mediterránea y meridional y sutilidad y finura característica de los buenos caldos franceses. Cuando nos preguntan como lo describiríamos en una palabra nos sale “diferente”.

Ese potencial y complejidad del Cap de Barbaria es a la vez un hándicap para que el público entre en nuestros vinos. Por esa razón hace unos pocos años empezamos a elaborar el vino Ophiusa. Este vino mantiene muchas de las características del primero pero con matices que lo hacen un poco más próximo al consumidor final. Quizás esté más cerca aún de Formentera.

¿Qué tienen sus vinos que en su opinión los hace diferentes a los demás?

Lo inesperados que resultan para el consumidor.

Para este próximo año 2015, ¿cuáles son los objetivos de trabajo de la bodega?

Estamos madurando en bodega un nuevo pequeño vino de muy corta tirada para celebrar la décima añada que sale de la bodega al mercado en base a una selección de las tres mejores barricas con una crianza muy especial.

La última vez que tuvimos ocasión de hablar con Usted, celebraban la alta puntuación de la Guía Peñín obtenida por Cap de Barbaria.

¿Qué piensa de los premios y las puntuaciones otorgadas por grandes conocedores del vino (Peñín, Parker, etc)? ¿Cree que son una herramienta útil y positiva para acercar el mundo del vino al público general o que, por el contrario, se están convirtiendo en una estrategia de marketing?

Pienso que son positivas en el aspecto de conducir un poco a la gente por un mundo inmenso donde muchas veces se entra a ciegas o con poco conocimiento.

A partir de aquí, se tiene que discernir qué parte puede ayudar al consumidor y qué parte intenta inducir al consumo de un cierto perfil de vinos.

Quizá durante los últimos años se ha tendido a elaborar en función del gusto de ciertos prescriptores de vino en detrimento del carácter propio de cada zona y de cada terruño. Eso nos hace perder diversidad y carácter en los vinos. Es una lástima.

Estamos seguros que cata multitud de vinos durante el año pero, imagínese en una cena un sábado cualquiera rodeado de buenos amigos ¿Qué vino tomaría que no fuera uno de los elaborados por Usted? ¿Alguna denominación de Origen que le guste especialmente o en la que haya percibido más evolución en los últimos tiempos o algún indicio de cambio?

Aconsejaría acompañar una cena con un Foraster Trepát de la D.O. Conca de Barberà, en Tarragona. Más que nada porque está elaborado con una variedad autóctona -Trepát- que prácticamente estaba camino de la extinción hasta que se dieron cuenta que era ideal para elaborar espumosos rosados. Una vez renacida ha sido utilizada para tintos. Podríamos decir que es nuestra Pinot Noir y la bodega Foraster es de las pioneras en su utilización.

España está en pleno auge de zonas nuevas o clásicas dónde cada día nuevas bodegas dan una vuelta más de tuerca en la elaboración o en la reimplantación de variedades que prácticamente eran extintas. Es difícil destacar pero sin ir más lejos, las Islas Baleares se han colocado en el mapa de los grandes vinos españoles a la sombra del omnipresente turismo. El vino es paisaje y se empieza a valorar que los dos sectores pueden complementarse a la perfección.

¿Con qué personaje público le gustaría compartir una copa de alguno de sus vinos?

Con Ramoncín, no pregunte el porqué...

¿Qué opinión tiene sobre la evolución del consumo del vino en España?

Es un tema complicado y la caída del consumo parece no haber tocado fondo. El vino ha pasado de ser un producto de primera necesidad como era antaño a un lujo solo para celebraciones. Es una pena.

¿Qué cree que debe mejorar o cambiar en la enología actual para acercar el mundo del vino al público general?

Lo que comentaba anteriormente con el vino Ophiusa: facilitar el inicio al mundo de los grandes vinos a partir de pequeños vinos. España, actualmente tiene de las mejores relaciones calidad/precio del Mundo.

¿Qué opinión tiene sobre la venta de vino on-line? ¿Alguna sugerencia para mejorar?

Digamos que está en fase de crecimiento pero es aún muy incipiente. A la gente también le gusta tocar, leer y ver la botella en los casos que se haga una compra especial para una ocasión señalada.

Como todos los sectores cada vez será más competitiva y en un futuro próximo será básica en el comercio del vino.

Quizás la calidad y el coste del transporte puede ser mejorada.