

Clean Label: Transparencia o Espejismo Regulador

Por Óscar Acosta

Consultor en Regulaciones FDA | Especialista en 21 CFR 101

En la industria alimentaria, pocas expresiones han cobrado tanta fuerza en la última década como el **“etiquetado limpio”** o **clean label**. El término aparece en etiquetas, anuncios y redes sociales, pero ni en Estados Unidos ni en Europa existe una definición legal que lo respalde. Sin embargo, su popularidad no deja de crecer entre consumidores que buscan productos “naturales” y sin aditivos artificiales.

Este fenómeno no es trivial. La tendencia del clean label afecta directamente a la formulación de productos, al marketing y, sobre todo, a la percepción del consumidor sobre lo que es sano o natural. También genera interrogantes serios sobre los límites entre la transparencia y el espejismo.



Desde un punto de vista técnico y regulatorio, el tema es delicado. El **21 CFR Parte 101 de la FDA** y el **Reglamento (UE) 1169/2011** regulan el etiquetado de alimentos, pero el concepto “etiqueta limpia” no aparece en ninguno de ellos. ¿Qué significa entonces? ¿Hasta qué punto se puede jugar con esta narrativa sin caer en el engaño?

La construcción del concepto y su expansión global

El movimiento clean label nació en los años 2000, cuando los consumidores comenzaron a desconfiar de los ingredientes difíciles de pronunciar y de los aditivos con nombres químicos o códigos E. En respuesta, muchas empresas reformularon productos, eliminando ciertos aditivos y simplificando las listas de ingredientes. La industria lo convirtió en estrategia comercial: menos es más, aunque esa reducción no siempre signifique un beneficio real para la salud.



Europa adoptó la tendencia rápidamente, en parte porque sus consumidores suelen ser más exigentes con lo que aparece en las etiquetas. Pero el **clean label no surgió por razones científicas ni regulatorias**, sino por el marketing y la presión del mercado. Y ahí está la paradoja: al no tener definición legal, cada fabricante interpreta el concepto a su manera, lo que complica la comparación entre productos y puede inducir al error.

El dilema de la salud y la percepción

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la **simplificación engañosa**. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.

Algunos aditivos cumplen funciones fundamentales para la

seguridad alimentaria. Es el caso del **E250 (nitrito de sodio)** en embutidos, que previene enfermedades como el botulismo. Otros, como el **E300 (ácido ascórbico)** o el **E160a (betacaroteno)**, son nutrientes o derivados naturales. Sin embargo, la desinformación ha demonizado estos códigos, asociándolos erróneamente con lo artificial o perjudicial.

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la simplificación engañosa. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.



La llamada “**falacia de lo natural**” se impone: se tiende a rechazar lo desconocido, aunque sea seguro, y a aceptar sin cuestionamientos lo natural, aunque no siempre sea lo mejor. El resultado es una narrativa alimentaria que a veces prioriza el miedo al aditivo por encima de la ciencia y la seguridad.

¿Qué dice la normativa realmente?

En Estados Unidos, la **FDA regula las etiquetas bajo el 21 CFR Parte 101**, controlando ingredientes, alérgenos y declaraciones de salud. El término clean label no está reconocido y su uso puede ser considerado misbranding si induce a error o crea falsas expectativas.

En Europa, la legislación se rige por el **Reglamento (UE) 1169/2011**, junto al **1924/2006 sobre alegaciones nutricionales**. Tampoco aquí existe un marco específico para el etiquetado limpio, aunque se han desarrollado herramientas como **NutriScore** o **EcoScore**, aún en discusión. Las normativas actuales ponen el foco en evitar el fraude o la desinformación, pero dejan un espacio amplio al marketing emocional.

Canarias ante el clean label: un desafío de identidad

Para las Islas Canarias, este debate tiene una dimensión adicional. Productos tradicionales como el **gofio**, los **mojos**, el **queso curado** o el **plátano de Canarias** cumplen sin artificios las expectativas del etiquetado limpio. Son elaboraciones sencillas, con ingredientes reconocibles y procesos históricos que respetan la identidad local.

GOFIO DE 3 CEREALES Y G

ALÉRGENOS: Puede contener trazas de **HUEVO**, **LECHE** y sus derivados y **FRUTOS DE CÁSCARA**. **CONTIENE GLUTEN.**

Gofio de Mezcla 1 Kg

Información Nutricional	100 g.
Valor calórico	382 kcal
Valor energético	1614 kJ
Proteína bruta	11,9 g
Hidratos de carbono	71,1 g
Azúcares totales	2,4 g
Sodio	0,20 g
Ácidos grasos Saturados	0,61 g
Fibra alimentaria total	9,2 g

Sin embargo, existe un riesgo real de caer en la trampa de la simplificación superficial. No todo producto “corto en ingredientes” es necesariamente mejor. Canarias debe proteger sus productos tradicionales no sólo con sellos de origen, sino con **lenguaje regulado, riguroso y respaldado por la ciencia**. El reto es defender la autenticidad sin ceder al espejismo de las modas pasajeras.

¿Etiqueta honesta o estrategia de marketing?

El clean label puede ser una herramienta positiva si impulsa la **transparencia alimentaria**, pero también puede convertirse en un discurso vacío si se usa para disfrazar carencias o manipular emociones. El sector alimentario –desde los fabricantes hasta los chefs y tecnólogos– debe evitar caer en el marketing fácil y comprometerse con una comunicación honesta y basada en la evidencia.

La clave está en equilibrar la narrativa con la ciencia. Porque en un mercado saturado de mensajes, la veracidad sigue siendo el ingrediente más valioso.

Recomendaciones estratégicas para un sector alimentario transparente

Adoptar políticas de transparencia activa que expliquen claramente la función de cada ingrediente.

- **Invertir en educación del consumidor**, evitando el miedo a los aditivos seguros.
- **Valorar el origen y la identidad de los productos locales**, sin reducirlos a un eslogan.
- **Evitar frases ambiguas** o emocionalmente manipuladoras.

- **Fomentar la colaboración entre ciencia y cocina**, creando productos con propósito y rigor.
- **Consultar especialistas en regulación** para evitar errores que puedan derivar en sanciones.

Este camino no es sencillo, pero es el único sostenible a largo plazo. Porque el consumidor informado no sólo exige transparencia, sino que también la reconoce y la premia.

La Papa que Nos Une: El Rosario acoge el I Encuentro de Productores de Papas Antiguas de Canarias

Por Redacción Canariasgourmet.es

Del campo a la mesa, cargadas de historia, biodiversidad y sabor: las **Papas Antiguas de Canarias** alzan la voz en una cita única que ningún amante del producto local debería perderse. El próximo **jueves 24 de julio**, la Casa de la Cultura del municipio de **El Rosario** se convierte en punto neurálgico de la tradición agrícola canaria con la celebración del **I Encuentro de Productores de Papas Antiguas de Canarias**.

I Encuentro de productores de Papas Antiguas de Canarias



24 JULIO
jueves

De 10:00 a 21:00h
Casa de la Cultura Carlos Alonso

Encuentro de productores
10:00 > 14:00 horas

Tuberosum

Obra de teatro. Medio Almud Teatro
18:00 > 19:00 horas

Sabores con historia

Show cooking y Cata-Degustación
19:00 > 20:00 horas

Entrada libre hasta completar aforo

Para más información:
922 01 01 60 Ext.1112 · aedl@ayuntamientoelrosario.org
922 17 43 42 · mmarpere@gobiernodecanarias.org

Organiza:



Colabora:



El Rosario
TU AYUNTAMIENTO

El
Rosario
TU AYUNTAMIENTO



Organizado por el **Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)** en colaboración con el Ayuntamiento de El Rosario, este encuentro busca no solo poner en valor al más humilde –y a la vez ilustre– de nuestros cultivos, sino también crear un espacio para el debate, la formación y el impulso al sector.

¿Por qué no puedes faltar?

Porque pocas veces se reúnen en una sola jornada:

- Expertos como el catedrático **Domingo José Ríos Mesa**, que hablará sobre los agrosistemas y el alma volcánica de nuestras papas.
- Agricultores guardianes del saber popular y variedades con nombres que suenan a música: **“azucenas”, “borrallas”, “coloradas de бага”, “negra yolanda”**...
- Asociaciones que han hecho de la preservación su bandera, como los cosecheros de Icod el Alto y las medianías tinerfeñas.

Y por la tarde, cuando la teoría deja paso a la emoción, el encuentro se transforma en un **festival de sentidos**:

- Vive el espectáculo gastronómico-teatral **“Tuberósum”**, una deliciosa fusión de arte y tierra.
- Participa en la **degustación “Sabores con Historia”**, donde la papa se eleva con maridajes sorprendentes y relatos del pasado.

Este no es solo un evento, es un manifiesto comestible. Una llamada al orgullo rural, a la cocina con conciencia y a la protección de nuestro patrimonio agronómico.

☐ **Guárdate la fecha: 24 de julio**

☐ Desde las 9:00 h

☐ **Casa de la Cultura, El Rosario (Tenerife)**

☐☐ Entrada libre hasta completar aforo

Más que una papa, un legado vivo. Te esperamos.

Bodegas Insulares sin el Cabildo: ¿liberalización necesaria o abandono del pequeño viticultor?

El **vino canario**, especialmente el tinerfeño, vive estos días uno de los momentos más trascendentales de su historia reciente. El **Cabildo de Tenerife** ha iniciado los trámites para retirarse por completo de **Bodegas Insulares de Tenerife (BITSA)**, la empresa mixta que durante más de treinta años ha servido como apoyo clave para el sector vitivinícola, sobre todo para los pequeños agricultores de la comarca **Tacoronte-Acentejo**.

La decisión, forzada por la presión de **Bruselas** y la denuncia de **AVIBO** (Asociación de Viticultores y Bodegueros de Canarias), abre un debate necesario: ¿se trata de un paso lógico hacia la profesionalización del sector o de un abandono que puede poner en riesgo a los más pequeños?

Una de las incógnitas que más inquietud genera ante la salida del **Cabildo de Tenerife** de **Bodegas Insulares** tiene que ver con el futuro de los pequeños viticultores de medianías. Durante años, esta entidad pública ha operado como una auténtica **“bodega refugio”**, comprando la uva a quienes, de otro modo, podrían quedar fuera del circuito comercial. Garantizar precios y abrir un canal de venta para quienes cultivan en condiciones menos competitivas era una forma de sostener el paisaje agrícola y evitar el abandono del campo.

Ahora, con la gestión en manos privadas, surge una pregunta inevitable ¿quién protegerá al pequeño viticultor si **Bodegas**

Insulares deja de ser pública?

Lanzamos esta cuestión directamente a **Valentín González Évora**, **Consejero Insular de Sector Primario del Cabildo de Tenerife**.



Valentín González Évora, Consejero Insular del Sector Primario y Bienestar Animal

*Canariasgourmet!.- Consejero, usted afirma que el sector vitivinícola está consolidado y no necesita del **Cabildo**. ¿Cómo responderá si en dos años parte de los pequeños viticultores quedan fuera del mercado por falta de respaldo estructural?"*

Valentín González Évora.- Hoy por hoy, no tiene sentido que el Cabildo de Tenerife continúe elaborando, embotellando y vendiendo vino procedente de la comarca vitivinícola **Tacoronte-Acentejo**. Lo digo con claridad: los objetivos que motivaron en su momento esa participación pública ya están cumplidos. Hablamos de un sector vitivinícola consolidado, con un aumento significativo del número de bodegas y operadores privados registrados, con un tejido empresarial más profesionalizado y con una infraestructura comercial y de distribución sólida, respaldada por la **Denominación de Origen**

Tacoronte-Acentejo. A esto hay que sumar el reconocimiento que tienen hoy los 'Vinos de Tenerife', tanto a nivel nacional como internacional.

Quiero dejar claro algo importante: ningún viticultor se va a quedar fuera del mercado por esta decisión. La actividad de Bodegas Insulares va a continuar. Esto no es un cierre ni un abandono, es un proceso de evolución hacia un modelo más competitivo y neutral para todos los operadores del sector.

Entre la calidad y la identidad

El libre mercado promete mayor calidad a través de la competencia, y con la retirada del **Cabildo de Tenerife de Bodegas Insulares**, muchas bodegas privadas podrán ahora crecer, exportar y posicionarse sin competir con una entidad respaldada con fondos públicos. Sobre el papel, el cambio debería traducirse en vinos más competitivos y visibles en el mercado exterior.

Sin embargo, no todos los interrogantes se resuelven con teoría económica. ¿Mejorará realmente la calidad del vino tinerfeño o corremos el riesgo de perder parte de nuestra identidad en el proceso?

Quien lideró la denuncia ante **Bruselas** contra las ayudas públicas a **Bodegas Insulares** -alegando competencia desleal- fue **AVIBO**, bajo la presidencia de **Juan Jesús Méndez**. Hoy, con el nuevo escenario ya en marcha, le planteamos directamente la pregunta.

***Canariasgourmet!.-** Tras lograr que **Bruselas** obligara al **Cabildo** a retirarse de **BITSA**, ¿qué compromiso asume **AVIBO** para evitar que los viticultores que antes vendían a **Bodegas Insulares** queden ahora sin comprador?*

***Juan Jesús Méndez.-** Ese problema no existe. **Bodegas Insulares** sigue operativa y mantiene su capacidad para recoger la uva,*

*como lo ha hecho siempre. La presencia del **Cabildo** no era una garantía para los viticultores, era una alteración de la legalidad y eso había que corregirlo. Aquí no hay polémica posible: existía una situación ilegal y se ha solucionado. Los viticultores no tienen que preocuparse, porque no hay riesgo alguno de que se queden sin vender su producción.*



Juan Jesús Méndez presidente de la DOP Islas Canarias – Canary Wine y AVIBO

La respuesta de **AVIBO** es clara, **no existe riesgo alguno para los viticultores**, porque **Bodegas Insulares** continuará operando con normalidad, recogiendo la uva y manteniendo su actividad como hasta ahora. Desde la organización insisten en que la salida del **Cabildo** no significa un cierre ni un abandono, sino la corrección de una ilegalidad administrativa. **El sector no necesita crear nuevas estructuras ni buscar alternativas de urgencia, porque el sistema ya está funcionando y seguirá funcionando**, ahora dentro de un marco de legalidad y competencia libre.

¿Modernización o privatización? Tacoronte-Acentejo ante el giro más incierto del sector vitivinícola insular

En el debate sobre el futuro del vino tinerfeño, uno de los temas más sensibles es si la salida del **Cabildo** de **Bodegas Insulares** supone un avance hacia la modernización o, por el contrario, marca el inicio de una privatización encubierta de un patrimonio colectivo. La comarca **Tacoronte-Acentejo**, primera **Denominación de Origen** del archipiélago y principal área de influencia de **Bodegas Insulares**, se encuentra en el epicentro de este cambio estructural. Durante décadas, la bodega pública ha sido el principal comprador de uva en la

zona, garantizando no solo rentabilidad para los viticultores, sino también la preservación de un modelo basado en la identidad territorial y el producto local.

Desde **Canariasgourmet!** trasladamos también la pregunta al **Consejo Regulador** de la **DOP Tacoronte-Acentejo**, pieza clave en este proceso por ser la denominación más directamente vinculada a **Bodegas Insulares**. Sin embargo, no ha sido posible obtener respuesta al cierre de esta edición, ya que la entidad se encuentra en periodo vacacional y sus responsables no han podido atender a los medios.

La pregunta, no obstante, sigue sobre la mesa: **¿consideran que la salida del Cabildo de BITSA puede poner en riesgo la estabilidad del sector, o lo ven como una oportunidad para que los viticultores y bodegas ganen independencia y competitividad?** El debate sigue abierto.

¿Y ahora qué? El futuro del vino tinerfeño en juego

La retirada del **Cabildo de Tenerife de Bodegas Insulares** marca un antes y un después en la historia del vino tinerfeño. Se abre una etapa nueva, la de la gestión privada, la libre competencia y al mismo tiempo, la incertidumbre para muchos viticultores que ven tambalearse su estabilidad.

Los próximos meses serán clave. Habrá que observar cómo se organiza el sector, cómo responden los nuevos accionistas de **BITSA** y cómo se protege la biodiversidad vitícola y la identidad cultural de los vinos de Tenerife.

Seguiremos atentos a esta historia, escuchando a todos los actores implicados, con una única prioridad: defender la cultura del vino canario, su autenticidad, su territorio y a las personas que lo hacen posible.

Teguesteando con vino: cuando el brindis es también un acto de resistencia

Hay eventos que trascienden el puro ocio. Que, sin pretenderlo, se convierten en un pequeño acto de resistencia cultural, en un brindis a la esperanza frente a un panorama que no siempre acompaña. Anoche, la **Plaza de San Marcos de Tegueste** volvió a ser ese espacio simbólico donde la gastronomía, el vino, la moda y la música se unen para algo más que pasar una velada: **se unen para defender un modo de vida, una economía de cercanía y una identidad que no quiere desaparecer.**

La cita, bautizada como **“Teguesteando con Vino, edición verano”**, no es una novedad en el calendario, pero cada edición es un logro en sí misma. Anoche, 18 de julio, cientos de personas compartieron copa, tapa y conversación, en un evento organizado por el **Ayuntamiento de Tegueste**, con el apoyo del **Área de Industria, Comercio, Sector Primario y Bienestar Animal del Cabildo de Tenerife**. Y más allá de las cifras o las fotos para redes, quedó un mensaje claro: **seguir defendiendo el kilómetro cero no es una moda, es una necesidad.**

Un brindis que tiene mucho de homenaje

Las bodegas locales ofrecieron sus vinos en un entorno en el que cada sorbo es un recordatorio: detrás de cada etiqueta hay agricultores que madrugan, viñedos que luchan contra la falta de relevo generacional y un paisaje que está en riesgo si no se protege. Tegueste no es ajeno a esa realidad. Cada copa servida anoche fue, en el fondo, un homenaje al esfuerzo del

sector primario, a esas bodegas familiares que siguen creyendo en el valor de lo propio cuando muchos se rinden a lo fácil.



La gastronomía local acompañó como debe ser: con producto cercano, con manos que conocen el oficio y con esa mezcla de tradición y creatividad que se agradece cuando el plato no es solo alimento, sino relato. Los restaurantes del municipio aportaron sabor y contexto, reforzando el discurso de sostenibilidad con hechos, no con palabras vacías.

El desfile de moda con los comercios locales fue mucho más que un simple pase de modelos: fue un acto de identidad y pertenencia al municipio. En un tiempo en el que las grandes plataformas devoran al pequeño comercio y los escaparates de

barrio luchan por sobrevivir, visibilizar el trabajo de los creadores, diseñadores y tiendas de Tegueste se convierte en un gesto de dignidad empresarial.

Los aplausos del público no fueron solo para las prendas, sino para quienes, cada mañana, siguen apostando por levantar la persiana, manteniendo viva la economía de cercanía.



La música en directo cerró la velada con un tono festivo, creando esa atmósfera cálida y cercana que hace que un evento se convierta en encuentro, y un encuentro en comunidad.

Más que una fiesta, una necesidad

“Teguesteando con Vino” no es un evento más en la agenda estival. Es, cada año, un recordatorio de por qué es urgente cuidar lo que tenemos cerca. **El desarrollo económico no puede medirse solo en números, sino en calidad de vida, en paisaje protegido, en agricultores que siguen trabajando la tierra y**

en jóvenes que ven una oportunidad en quedarse y emprender en su pueblo.

La participación activa de bodegas, restaurantes y comercios locales genera algo más que economía: genera vínculo. Y eso, en un mundo cada vez más impersonal y globalizado, es un patrimonio que no se puede perder.

Celebramos este tipo de iniciativas, que no son solo un brindis al vino, sino un brindis al esfuerzo colectivo por mantener vivas las raíces.

93ª Visita de los Amigos Canarios del Buen Comer: Restaurante Zamorales Radazul

El pasado viernes 27 de junio, **21 Amigos Canarios del Buen Comer** celebramos nuestra **nonagésima tercera (93ª) visita gastronómica** a uno de esos restaurantes con encanto que enriquecen la oferta culinaria de Tenerife. Esta vez, la experiencia nos llevó al **Restaurante Zamorales-Radazul**, ubicado en el interior del **Club de Mar Radazul**, en la calle Juan Sebastián Elcano, Nº 27, Radazul Bajo.

Una de las claves del éxito de este establecimiento radica en **su cocina de producto y su servicio cercano y profesional**, dos elementos que consiguen fidelizar a una clientela que se siente como en casa desde el primer momento. Esta combinación de calidad y hospitalidad convierte al restaurante en un punto de referencia para quienes buscan comer bien en un ambiente relajado, con atención personalizada y detalles cuidados.



El **Restaurante Zamorales Radazul** es conocido por su cuidada selección de productos de alta gama, entre los que destaca el **jamón ibérico cortado a mano en el momento**, disponible tanto para disfrutar en mesa como envasado al vacío para llevar. Además, ofrecen otras delicadezas como la **cecina, quesos peninsulares y canarios, boquerones y anchoas en conserva**, junto a una amplia carta de vinos, con más de 100 referencias de distintas denominaciones de origen, incluyendo etiquetas exclusivas.

En cuanto a su carta, el protagonismo lo tienen las ensaladas frescas, las carnes seleccionadas y otras exquisiteces, siempre con un enfoque honesto y basado

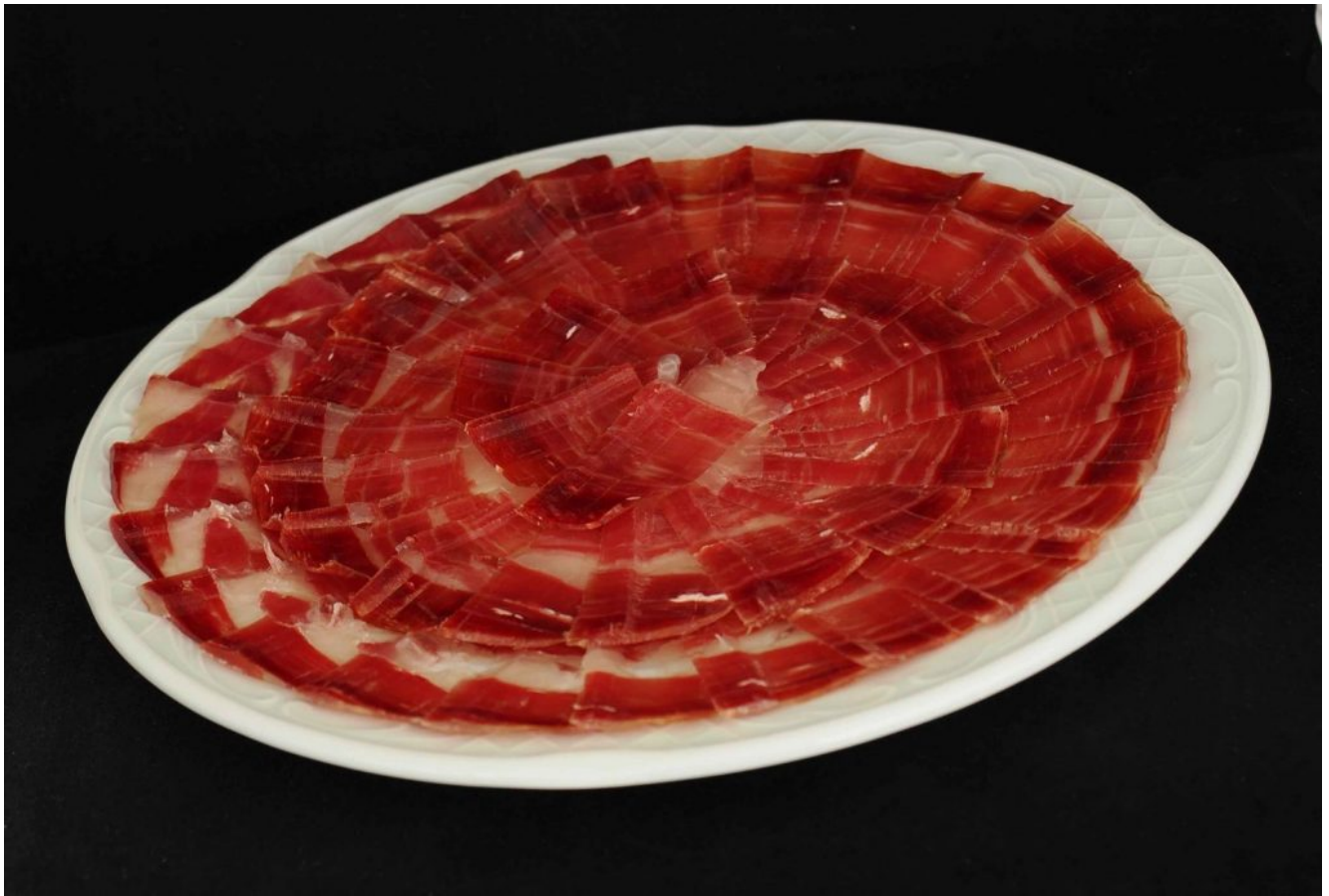
en la calidad del producto. Esta propuesta convierte al restaurante en una parada obligatoria para los amantes del buen comer en Tenerife.

El **precio medio es de 30 euros por persona**, lo que resulta una excelente relación calidad-precio teniendo en cuenta tanto la calidad de la materia prima como la atención recibida. Este equilibrio es uno de los aspectos más valorados por quienes repiten visita.

Cabe mencionar que el **Grupo Zamorales** es especialmente conocido por su restaurante-tienda gourmet en el **Camino San Bartolomé de Geneto, Nº 212, en San Cristóbal de La Laguna**, muy cerca del Centro Comercial Alcampo. Este espacio, abierto todos los días de 12:00 a 22:00 horas, cuenta además con un amplio aparcamiento, lo que facilita la visita tanto a locales como a turistas gastronómicos.

Para acceder al restaurante Zamorales-Radazul es imprescindible contactar previamente con Francisco Javier Moreno, propietario del grupo, ya que es necesaria una autorización expresa para poder entrar al interior del Club de Mar.

Durante la velada, los **21 Amigos Canarios del Buen Comer** degustamos el menú previamente seleccionado. Como es habitual en nuestras reuniones, cada uno de los asistentes fue expresando su valoración, asignando notas a los distintos platos y aspectos del servicio. Al final de la comida, se levantó el acta correspondiente, recogiendo la media de las puntuaciones para completar la calificación de cada punto incluido en el orden del día.













El menú degustado fue el siguiente:

- **Jamón puro Ibedul Córdoba (Los Predoches)**
- **Surtido de Quesos:** oveja con trufa, mezcla de Zamora y Benijo pimentón añejo.
- **Ensalada:** salmón de Uga, aguacate, ventresca de bonito y cebolla encurtida.
- **Bacalao al Ajopuerro**
- **Confit de pato con coulis de frambuesa**
- **Mousse de gofio**
- **Helado de vainilla con sirope de caramelo**

El maridaje se realizó con los siguientes vinos:

- **Vino blanco “Tres Lunas” Verdejo (Toro)**

- **Vino tinto “Batallador” D.O. Ribera del Duero**
- Además, se ofreció **cava de bienvenida, agua, caña, café o infusión.**

Los aspectos evaluados durante la comida fueron: **el menú seleccionado, las instalaciones y el servicio.**

El resultado de las votaciones arrojó una nota media de 9,59 sobre 10, lo que reafirma que **Zamorales Radazul** es un restaurante muy recomendable para quienes buscan disfrutar de la gastronomía en Tenerife con altos estándares de calidad.

A los postres, **Javier Moreno**, en presencia de **Antonio Pérez Viera** y **Jesús M. González**, ambos en representación de los Amigos Canarios del Buen Comer, nos dirigió unas palabras de bienvenida. Compartió con el grupo los pormenores del proyecto empresarial de **Zamorales** y expuso sus perspectivas de futuro, cargadas de optimismo y entusiasmo por seguir creciendo en el panorama gastronómico de la isla.

Premios Nacionales de Gastronomía de Diario de Avisos: 40 años de justicia, equilibrio y sabor

[@diariodeavisos](#)

En un panorama donde algunos premios gastronómicos tienden a desdibujarse entre intereses cruzados, patrocinios disfrazados y decisiones cuestionables, el **Diario de Avisos** ha vuelto a demostrar cómo se hacen las cosas con rigor. Los **Premios**

Nacionales de Gastronomía, entregados ayer en El Sauzal, cumplieron 40 años manteniendo un compromiso esencial: reconocer la excelencia real, sin interferencias comerciales, sin listas por conveniencia y sin convertir los galardones en moneda de cambio.



Es importante entender que cuando se otorga un premio gastronómico no solo se reconoce un trabajo, también se está enviando un mensaje al público. Se informa, se orienta y se señala un camino de referencia. Por eso, cuando un restaurante es nombrado el mejor, o cuando un cocinero, un repostero o un bodeguero reciben un galardón, **deben ser realmente los mejores**, no por intereses coyunturales, sino porque representan lo mejor del momento: trabajo serio, trayectoria sólida y aportación real al sector. El premio no es un adorno, es una guía para quienes quieren saber, conocer y disfrutar con criterio.

Desde **Canariasgourmet.es** celebramos y valoramos este tipo de premiaciones, donde el jurado mantiene independencia y los

galardonados son verdaderos protagonistas de la gastronomía, no nombres elegidos por simpatía o por estrategia. Aquí se premia con honestidad, y eso, en estos tiempos, es un acto de coherencia.

Los protagonistas de la noche

Miguel Navarro – Premio Manuel Iglesias

[@EsFum](#)

El chef gomero **Miguel Navarro** es uno de los cocineros canarios más respetados fuera y dentro de las islas. Su carrera es un ejemplo de constancia y disciplina. Formado en las mejores casas de Europa, ha trabajado con grandes maestros, entre ellos Xavier Pellicer o Dani García, y hoy lidera con éxito el restaurante **Es Fum**, en el hotel St. Regis Mardavall de Mallorca, donde mantiene una **estrella Michelin**. Su cocina es técnica, elegante y con sabor, siempre mirando al producto. Recibir el **Premio Manuel Iglesias** no solo es un reconocimiento a su trayectoria, sino un guiño a su tierra de origen.



Chef Miguel Navarro

Si en algún momento Canarias necesitara hacer un dreamteam de cocina seguro que Miguel Navarro sería el capitán del equipo, es un cocinero entregado en cuerpo y alma a su profesión con muchísima pasión, creatividad e ingenio.

María Ritter – Mejor Labor de Difusión Gastronómica

[@MaríaRitter](#)

Bajo la dirección de **María Ritter**, la **Guía Repsol** ha recuperado credibilidad y cercanía dando un giro de 180º. Ritter ha conseguido modernizar un medio histórico, alejándolo del simple listado de restaurantes para convertirlo en una plataforma viva de historias, producto, territorio y cultura gastronómica.



Maria Ritter

Directora Guía Repsol en Repsol

Ha apostado por el periodismo gastronómico riguroso, apoyando la sostenibilidad, la cocina de raíz y visibilizando a pequeños productores y cocineros que antes no tenían foco. Su trabajo es un ejemplo de cómo se puede contar la gastronomía sin caer en la frivolidad que en muchas ocasiones disfrazan a la gastronomía en general.

Kamezí (Lanzarote) – Mejor Restaurante Nacional

[@Kamezi](#)

El premio al **Mejor Restaurante Nacional** recayó en **Kamezí**, un espacio singular ubicado en Playa Blanca, Lanzarote, donde la gastronomía se convierte en un acto de responsabilidad con el entorno. Al frente de la cocina está **Rubén Cuesta Rodríguez**, un cocinero con una visión clara: trabajar el producto local con sensibilidad, técnica y máximo respeto al origen.

Kamezí no es un restaurante al uso; es un concepto gastronómico basado en el kilómetro cero radical. Disponen de un **huerto propio**, cultivan parte de sus ingredientes y trabajan con productores lanzaroteños y canarios, garantizando una experiencia en la que el territorio es el protagonista. Este enfoque no es una moda, es su filosofía: el sabor del entorno, directamente del campo o del mar al plato.



Chef Rubén Cuesta Rodríguez

El menú degustación de Kamezí cambia con las estaciones, adaptándose a la disponibilidad real del producto. Rubén Cuesta, formado en grandes cocinas nacionales, aplica técnicas contemporáneas sin caer en la complejidad innecesaria, dejando que el producto hable por sí mismo. Pescados locales,

vegetales de cercanía, quesos artesanos y vinos volcánicos son parte fundamental de una propuesta honesta, que respira territorio en cada pase.

La experiencia en sala es igualmente cuidada. La vajilla es artesana, elaborada por creadores locales, y el equipo ofrece un servicio cercano, donde el relato del plato y el origen del producto son parte de la experiencia. La carta de vinos prioriza referencias canarias, reforzando el compromiso con la sostenibilidad y la economía local.

Este premio reconoce no solo la cocina de autor, sino un modelo de gestión gastronómica sostenible, coherente y con identidad. **Kamezí es hoy un referente de cómo se puede hacer alta cocina en Canarias con producto propio, respeto al territorio y sin renunciar a la excelencia.**

Il Bocconcino by Royal Hideaway (Adeje) – Mejor Restaurante Internacional

[@IlBococcino](#)

El galardón al **Mejor Restaurante Internacional** fue para **Il Bocconcino by Royal Hideaway**, ubicado en el hotel Royal Hideaway Corales Beach, en Adeje, Tenerife. Al frente está el chef **Niki Pavanelli**, un cocinero italiano con una trayectoria consolidada en la alta cocina europea, que ha conseguido un reto delicado: trasladar la esencia de la gastronomía italiana al entorno canario sin imposturas, respetando la tradición y fusionándola con producto local de calidad.



Chef Niki Pavanelli

Il Bocconcino by Royal Hideaway no es un restaurante italiano al uso ni una carta repetida en otros hoteles. Aquí se trabaja desde la alta cocina con un menú donde las pastas frescas conviven con ingredientes canarios, logrando una sinergia que pone en valor ambos mundos gastronómicos. Las salsas, los fondos y las técnicas son netamente italianas, pero con toques atlánticos que sorprenden al comensal sin desvirtuar la raíz.

El chef Pavanelli ha apostado por una

cocina de identidad doble: homenaje a Italia y respeto por Canarias. En sus platos conviven el producto de cercanía—pescados del litoral, papas negras, quesos artesanos—con el recetario italiano más puro, logrando un mestizaje elegante, equilibrado y sin artificios.

La sala y el servicio en Il Bocconcino by Royal Hideaway están a la altura de su propuesta gastronómica. El comensal vive una experiencia completa, con un equipo de sala que acompaña cada plato con un relato coherente y un maridaje que combina vinos italianos de alto nivel con etiquetas canarias seleccionadas, generando un diálogo cultural desde la copa hasta el plato.

Este premio reconoce la cocina internacional bien ejecutada, aquella que se integra en el territorio, respeta las raíces del lugar donde se instala y suma valor sin perder su autenticidad. **Il Bocconcino by Royal Hideaway es hoy un referente en la cocina ítalo-canaria de alta gama** y para nosotros, ya tiene varios años siendo el mejor restaurante internacional de Tenerife.

Otros premiados y menciones destacadas

- **Premio #ConsumeCanario:** El Secreto de Chimiche (Abona, Tenerife)
- **Mejor Labor en Vinos:** Bodega Tierra Fundida (Loreto Pancorbo y Gabriel Morales)
- **Mejor Repostería:** Guirlache (Las Palmas, desde 1973)
- **Mejor Programa de Televisión Gastronómica:** *Comerse el Mundo* de Javier Peña
- **Embajador de la Gastronomía Canaria:** Juan Carlos ‘Caco’ Senante, quien además animó la gala con su conocido humor y guiños al mojo picón.

Una fiesta gastronómica sin imposturas

La gala, conducida por **Aarón Gómez**, combinó humor, emoción y un ambiente festivo donde la gastronomía fue protagonista sin caer en el exceso de pompa. La plaza del Príncipe de El Sauzal acogió un cierre al aire libre, con food trucks y catering, demostrando que la gastronomía es también un acto de encuentro, de calle y de comunidad.

Desde **Canariasgourmet.es** felicitamos al equipo del **Diario de Avisos** por mantener este modelo de premiación, donde la gastronomía se celebra con justicia, equilibrio y sin servidumbres. Eso, en estos tiempos, no es poca cosa.

Canarias eleva su voz vitivinícola en el corazón de Europa

Pedro Sánchez Rodríguez representa la singularidad del vino canario en el **4º Congreso Internacional Rencontres Ampélographiques** en Saint Mont

La viticultura canaria sigue ganando espacio en los principales foros internacionales de vino. En esta ocasión, el enólogo y viticultor **Pedro Nicolás Sánchez Rodríguez** fue invitado como ponente destacado en el **4º Rencontres Ampélographiques**, celebrado los pasados **30 de junio y 1 de julio de 2025** en Saint Mont, Francia.

Sánchez acudió como único representante español a este prestigioso encuentro internacional, compartiendo con la comunidad especializada el valor de las **variedades de uva autóctonas de las Islas Canarias** y su decisivo papel en la

expresión del terruño volcánico y atlántico insular.

El congreso reunió a expertos, investigadores y profesionales del vino de todo el mundo, en una cita centrada en el estudio de las variedades de vid minoritarias, la biodiversidad vitícola y la innovación enológica internacional. La participación del enólogo canario supuso una oportunidad clave para proyectar la riqueza y diversidad de la viticultura de Canarias en un escenario global estratégico para la promoción internacional de los vinos canarios.



Bajo el título “Variedades de uva endémicas de las Islas Canarias y experiencia al servicio de una identidad singular”, Pedro Sánchez Rodríguez expuso las particularidades de los viñedos canarios, su historia, su resistencia al cambio

climático y su enorme potencial enológico. Compartió cartel con personalidades de renombre como **Laurent Audeguin** (Instituto de la Vid y el Vino de Francia), **Stéphane Derenoncourt** (consultor enológico internacional) y **Olivier Yobregat** (agronomo y ampelógrafo), entre otros especialistas.

La jornada incluyó además una **mesa redonda internacional** con figuras del calibre de **Olivier Bourdet**, director de Plaimont y principal impulsor de la actividad, **Sarah Abbot, Master of Wine** y fundadora de Old Vine Conference, **Xavier Thuizat, Mejor Sumiller de Francia**, **Jeff Vejr**, enólogo y restaurador en Oregón (EE.UU.), y representantes de destacadas **bodegas europeas y estadounidenses**. Un foro dinámico que favoreció el intercambio de ideas sobre la **preservación de la biodiversidad vitícola mundial** y la defensa de las tradiciones vinícolas locales.

Gracias a la colaboración de GMR Canarias, a través de Volcanic Xperience, los vinos del archipiélago canario tuvieron una presencia destacada en Saint Mont. La promoción incluyó catas internacionales, networking con profesionales del sector y presentaciones conjuntas con productores de Francia, Estados Unidos, Turquía e Italia.

En este contexto, **Pedro Sánchez Rodríguez**, junto al francés **Miguel Aguirre** (director gerente de Château La Tour Blanche Grand Cru Classé de Burdeos), defendieron la **autenticidad de los vinos canarios**, resaltando su diferenciación frente a otras zonas vitivinícolas. Este enfoque despertó el interés de **sumilleres internacionales, periodistas especializados y distribuidores de vino de diversos países**.

La degustación conjunta de vinos volcánicos y atlánticos permitió mostrar las particularidades de las variedades locales de Canarias, consolidando el interés comercial por los vinos singulares del archipiélago en los mercados exteriores.

El impacto de esta participación se reflejó en el interés directo manifestado por expertos y referentes del sector como **Xavier Thuizat** y por medios de comunicación especializados de primer nivel, entre ellos **Jancis Robinson, La Revue du Vin de France, Terre de Vins y Le Figaro**. Una señal clara de que los **vinos canarios** deben seguir reforzando su posicionamiento internacional, apostando por la exportación y el prestigio en mercados estratégicos.

Más que un congreso: una plataforma de cooperación global

Además del componente promocional, este congreso internacional de vino fue una plataforma de cooperación para establecer contactos estratégicos. Muchos de los asistentes, además de investigadores, son profesionales activos del vino, lo que abre la puerta a futuras colaboraciones comerciales y científicas en defensa de la agricultura insular y la biodiversidad vitícola.

The Roots Tasca: donde la

carne se alza en cruz y el fuego escribe la historia

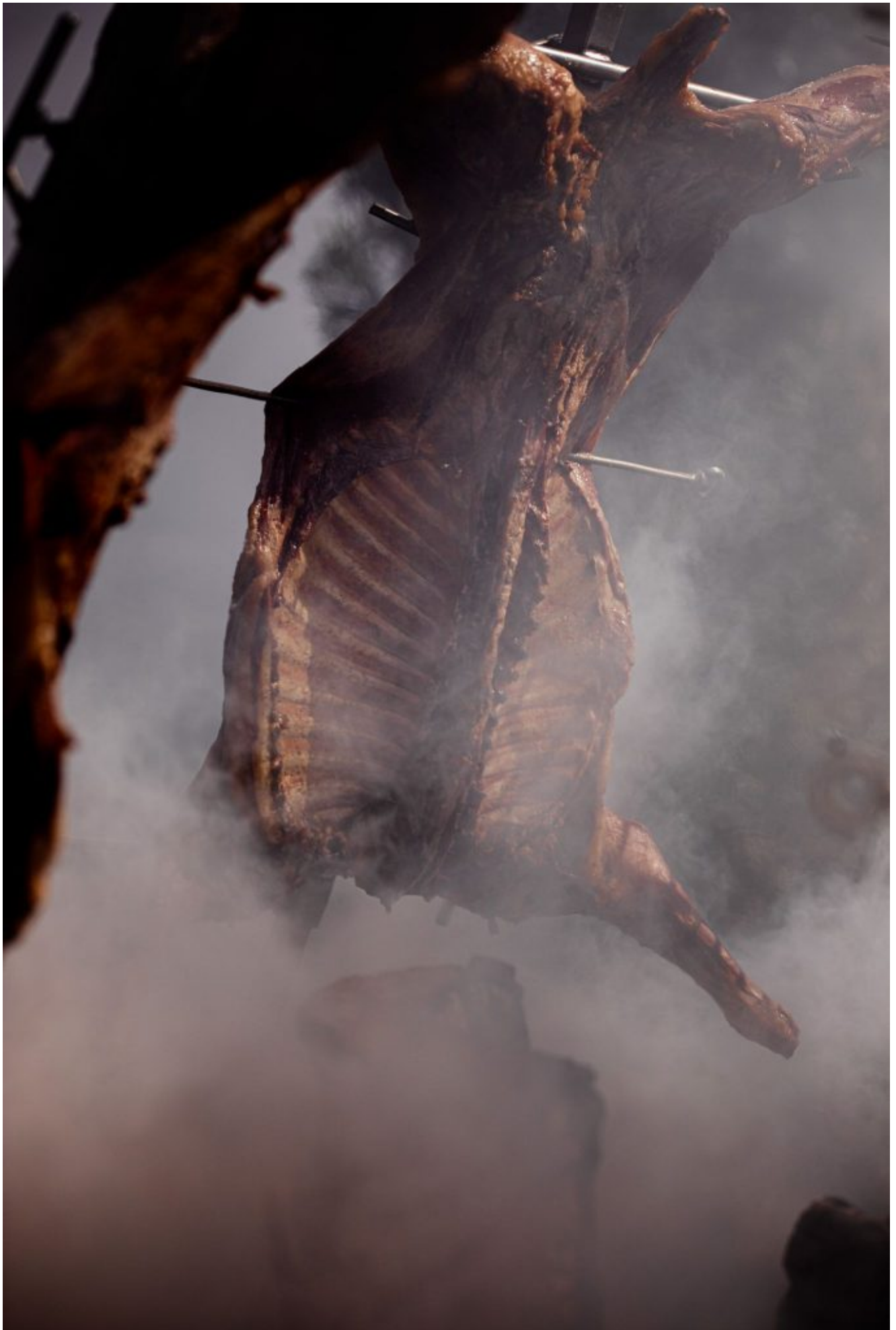
Fotografía: Edu Gorostiza

¿A quién no le gusta el olor de una buena barbacoa? Ese perfume inconfundible de leña viva, grasa noble y humo lento, que detiene el paso, activa los sentidos y despierta el apetito antes de ver la carta. En lo alto de La Esperanza, donde el monte se vuelve espeso y el aire tiene gusto a pino y humedad, hay un lugar donde ese olor no es [anécdota](#), es **promesa cumplida**. Hablamos de **The Roots**, una tasca de carne con palabra mayor y fuego argentino al mando.

Aquí, la carne no se esconde ni se disfraza. Se muestra en cruz. Se eleva. Se rinde al calor directo en un ritual que no es solo cocina: es espectáculo. Y no uno cualquiera. Es el tipo de espectáculo que te atrapa sin música, sin luces, solo con humo, técnica y el crepitar del fuego. **Las cruces metálicas sostienen las piezas abiertas, como estandartes sagrados del asado, frente a las brasas.** Un espectáculo hipnótico que recuerda que la cocina también puede ser ceremonia.

Un argentino al frente, el fuego como lengua materna

El asador, Sergio González Ríos –argentino de nacimiento y alma isleña por elección–, no busca llamar la atención. Deja que hablen el punto, la costra perfecta, el jugo que queda entre las fibras cuando el cuchillo hace lo suyo. **No hay bravuconadas, hay conocimiento. No hay exceso de discurso, hay precisión.** Cada vuelta a la cruz está medida, cada corte sale a tiempo. Y eso, se nota.



Pero **The Roots** no se queda solo en la parrilla. Antes del fuego, **las empanadas** argentinas hacen su entrada como debe ser: masa crujiente, repulgue de orgullo y relleno con sabor. Después, el queso fundido, servido en cazuela de barro, se estira con provocación y gusto, mientras la mesa empieza a callar. Porque en sitios así, **se habla menos y se mastica más.**

Carne con nombre y punto: picaña, costillar, entraña, vacío

La carta es sencilla, directa y sabrosa. **Picaña con su grasa justa, costillar con hueso largo, entraña para cortar con cuchara, vacío jugoso**, todo servido en bandejas de barro, acompañado de un chimichurri casero que no busca robar protagonismo, sino acompañar con garra. Cada corte llega con su propio relato, con su historia de fuego lento y punto exacto. Nada de carne tibia, nada de brasa apurada: aquí se cocina al ritmo que exige el producto.







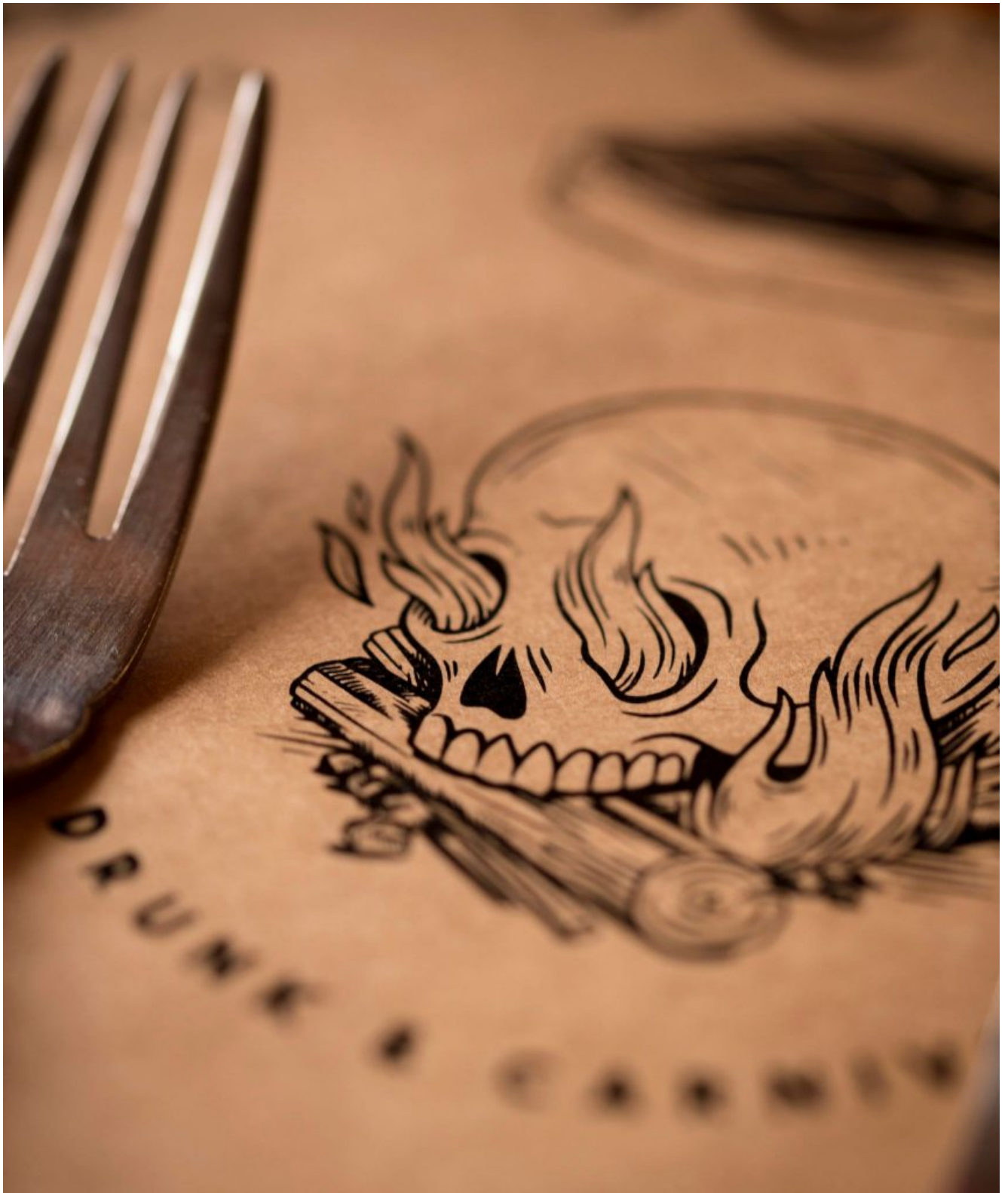
Las guarniciones también merecen mención. **Papas rústicas con guacamole fresco**, toque isleño que suma suavidad y color. Ensaladas simples pero sabrosas. Y, de postre, dulce de leche y plátano, en un cierre que fusiona afectos argentinos y canarios con un guiño dulce y cremoso.

Comer bien sin impostura

The Roots no pretende ser lo que no es. Y eso lo convierte en algo escaso: **un sitio donde se come bien sin impostura, sin decoración innecesaria, sin discursos vacíos**. Aquí no hay cocina de autor, pero hay un autor del fuego. Y eso, hoy, vale tanto o más.









La experiencia es completa: la vista de las cruces en asado, el olor que envuelve todo el local, el crujido de la corteza al partir un costillar, la calidez del barro, el vino tinto que corre sin prisas y la sonrisa cómplice del que está al frente. En las reseñas, los comensales no ahorran adjetivos: “inolvidable”, “auténtico”, “para repetir”. Y lo cierto es que todos coinciden en algo esencial: **aquí la carne se respeta. Y se nota.**

Un proyecto con raíces, fuego y carácter

The Roots es el reflejo de una visión clara. La de **Roberto Poleo Galván**, su propietario, que apostó por crear un lugar honesto, cálido y contundente en plena sierra tinerfeña. Y la de **Sergio González Ríos**, el cocinero que ejecuta esa visión con temple, fuego y cuchillo. Ambos han conseguido lo más difícil en un restaurante de carne: **convertir cada corte en una experiencia que se recuerda, no solo se mastica.**



Si estás en Tenerife y eres de los que aman la carne con devoción, sube a La Esperanza. Respira hondo, sigue el olor del humo y deja que te reciba **una cruz de hierro con fuego abajo y carne arriba**. Es una postal. Una declaración. Es una promesa cumplida.

Porque en The Roots no se viene a comer, se viene a vivir el fuego. Y cuando eso pasa, ya no hay vuelta atrás.

Web para reservas online: <https://the-roots.eatbu.com>

Horarios de apertura:

- Miércoles a sábado: 13:00 – 23:00
- Domingos y festivos: 13:00 – 19:00
- Lunes y martes: cerrado

Servicios:

- Reservas recomendadas
- Accesible para sillas de ruedas
- Acepta tarjetas
- Ambiente acogedor con posibilidad de música en vivo
- Aparcamiento en la zona
- Admite mascotas en zona exterior

Recomendamos reservar con antelación, especialmente fines de semana y festivos.

Puedes hacerlo por teléfono, email o directamente desde su web. Si se trata de un grupo, consulta disponibilidad para espacios exteriores o cabañas privadas.

Malvasía volcánica: el vino canario a 4 voces

Malvasías canarias: dos uvas, dos relatos, un mismo territorio

Hablar de Malvasía en Canarias es abrir dos libros distintos con el mismo apellido en la portada. Uno narra epopeyas de galeones y cortes europeas; el otro, la historia silenciosa de una vid que aprendió a sobrevivir en ceniza volcánica.

Por un lado está la **Malvasía Aromática**, también conocida como *Malvasía de Sitges*, una variedad de origen mediterráneo que llegó al archipiélago en los primeros siglos del periodo colonial. Con ella se elaboraba el legendario “**Canary wine**”, aquel vino dulce y embriagador que llegó a conquistar paladares tan exigentes como los de la realeza inglesa, la corte de los Habsburgo o el propio Shakespeare. Cultivada en islas como **La Palma, El Hierro y Tenerife**, su expresión es exuberante, floral, intensa. A día de hoy, sigue siendo una rareza exquisita y una pieza de colección enológica.

Y por otro lado, mucho más joven en términos históricos pero profundamente enraizada en la identidad moderna del vino insular, encontramos la **Malvasía Volcánica**. Según los estudios genéticos liderados por Bodegas Viñátigo, esta variedad nace del **cruce natural entre Malvasía Aromática y Bermejuela (Marmajuelo)**, una uva autóctona canaria.

Fue en **Lanzarote**, tras las brutales erupciones de Timanfaya en el siglo XVIII, donde esta cepa encontró su razón de ser. Su rusticidad, su capacidad de adaptación al suelo de lapilli y su resistencia a la sequía la convirtieron en una aliada perfecta para los viticultores conejeros, que la cultivaron en los hoyos emblemáticos de **La Geria**, creando un paisaje que hoy

es emblema mundial de viticultura heroica.



La Malvasía Volcánica es más contenida en nariz, más sobria, pero profundamente mineral, salina y honesta. Es un vino que no necesita levantar la voz para hacerse notar. En seco, en semidulce, e incluso en espumoso, tiene una estructura que la hace versátil y tremendamente gastronómica.

Confundirlas –como se hace a menudo– no es solo un error técnico. Es ignorar dos relatos que explican, desde ángulos distintos, la genialidad vinícola del archipiélago. Una es historia; la otra, supervivencia. Ambas son Canarias. re quienes la han cultivado, servido, defendido y amado. Cuatro voces expertas –una por cada rincón del archipiélago– que nos ayudan a entender por qué la **Malvasía** no es solo el vino del verano. Es el vino de nuestras vidas.

Este contenido ha sido elaborado con base en la información técnica proporcionada por Bodegas Viñátigo, cuya labor en la recuperación, estudio genético y valorización de las variedades canarias ha sido clave para entender el verdadero patrimonio vitícola del archipiélago. Desde Canariasgourmet.es agradecemos profundamente su colaboración y su compromiso con la memoria líquida de nuestras islas.

Lanzarote: La Geria y el alma del volcán

Fernando Núñez – Periodista enogastronómico



Canariasgourmet. – La Geria y la Malvasía forman un binomio casi simbólico. ¿Cómo explicarías esa conexión entre paisaje, técnica y vino a alguien que aún no ha pisado Lanzarote?

Fernando Núñez. – La Geria y la malvasía en Lanzarote representan una unión única entre el ingenio humano, la fuerza de la naturaleza y la excelencia del vino. Para quien aún no ha visitado la isla, imaginar este paisaje es como adentrarse en un cuadro surrealista: un mar de ceniza volcánica negra salpicado de pequeños cráteres (chabocos), perfectamente dispuestos, en cuyo centro crece, casi milagrosamente, una vid retorcida y resistente.

Esta técnica agrícola tradicional, nacida de la necesidad tras las erupciones del siglo XVIII, aprovecha la ceniza volcánica –el “picón o rofe”– para conservar la humedad y proteger las plantas del viento.

La malvasía, variedad reina en esta región, se cultiva en condiciones extremas, y el resultado es un vino blanco aromático, fresco y con una personalidad vibrante, como la propia isla.

Esta conexión entre paisaje, técnica y vino no solo habla de adaptación, sino también de belleza, identidad y sostenibilidad. En La Geria, cada sorbo de malvasía es una celebración del esfuerzo, la creatividad y la armonía con el entorno.

Canariasgourmet. -¿Has percibido una evolución en los vinos de Malvasía lanzaroteños hacia perfiles más frescos, más secos o con mayor expresión de terroir?

Fernando Nuñez. – Efectivamente, en los últimos años se percibe un giro hacia elaboraciones más frescas, con mayor expresión del terroir volcánico. La malvasía, una variedad histórica y noble, está encontrando nuevas formas de manifestarse gracias al trabajo de una nueva generación de viticultores y enólogos que no solo conservan la tradición, sino que la reinterpretan con valentía y creatividad.



La Geria. Lanzarote

La irrupción de vinos orgánicos, biodinámicos, ancestrales, parcelarios o naturales en La Geria no es una moda pasajera, sino una muestra de madurez del sector, que busca calidad, sostenibilidad y autenticidad. El hecho de que hoy existan 41 bodegas registradas en el Consejo Regulador –una cifra inédita– es un claro síntoma de vitalidad, dinamismo y compromiso con el futuro del vino lanzaroteño.

Un auténtico ejemplo de cómo una tierra extrema puede seguir ofreciendo belleza, cultura y grandes vinos cuando hay pasión y visión de futuro.

Canariasgourmet. –¿Qué bodegas consideras fundamentales hoy en Lanzarote para entender el presente (y futuro) de la Malvasía?

Fernando Nuñez. – Para comprender el presente vibrante y el prometedor futuro del vino en Lanzarote, es imprescindible mirar hacia atrás y reconocer a quienes sentaron las bases de esta identidad vitivinícola tan singular. La **Bodega El Grifo** es un auténtico emblema. Fundada en 1775, no solo es la más

antigua de Canarias, sino también una de las diez más longevas de toda España.

Su legado no se limita a su antigüedad, sino a su capacidad de adaptarse, de innovar sin perder de vista la tradición, y de seguir siendo un referente de calidad. La familia Otamendi, con Fermín y Juan José al frente, ha sabido mantener ese equilibrio entre historia y modernidad, entre respeto al terroir y apuesta por la excelencia.



Bodega Los Bermejo



Bodega Vega de Yuco

También es justo destacar a los pioneros del renacer contemporáneo de la viticultura lanzaroteña, como Ignacio Valdera y Rafael Espino, quienes en el año 2000 dieron un paso audaz y decidieron crear sus propias bodegas: **Los Bermejos** y **Vega de Yuco**, respectivamente. Ellos no solo trajeron una nueva visión, sino que también abrieron el camino para que otras bodegas pequeñas, personales y valientes se atrevieran a soñar con vinos distintos, con carácter y arraigo.

Canariasgourmet. -¿Qué peso tiene el relato sobre sostenibilidad, tradición y paisaje en la proyección exterior de los vinos de la isla?

Fernando Nuñez. – El relato de sostenibilidad, tradición y paisaje es clave en la proyección exterior de los vinos de Lanzarote. El paisaje volcánico único y la viticultura artesanal transmiten autenticidad y singularidad. La

tradición, con bodegas históricas y técnicas ancestrales, conecta con consumidores que valoran lo genuino. Y la apuesta por prácticas sostenibles refuerza la coherencia entre vino y territorio, alineándose con las demandas del mercado global actual. Este relato no solo distingue a los vinos lanzaroteños, sino que les da una identidad fuerte y competitiva.

Canariasgourmet. – Y como cierre, ¿qué dos Malvasías de Lanzarote recomendarías tú personalmente como vinos que emocionan o que te han marcado?

En mi opinión, hay dos vinos de Malvasía de Lanzarote que destacan por su relevancia, calidad y capacidad de emocionar al abrir la botella son:

Fernando Nuñez. – Los Bermejós Malvasía Seco Ecológico. Probablemente uno de los vinos más representativos y exportados de la isla. Fermentado en acero inoxidable con mínima intervención, destaca por su expresividad, frescura y mineralidad volcánica. Es limpio, vibrante, con una acidez que lo hace muy gastronómico.



Canari. Bodega El Grifo. Este vino es una verdadera joya enológica. Se elabora a partir de viejas soleras de malvasía volcánica, que, siglos atrás, se exportaban por toda Europa y

eran muy valorados por cortes reales y escritores como Shakespeare. Canari es un vino dulce oxidativo, complejo, profundo y con una carga histórica y sensorial impresionante.



Ambos vinos ofrecen una experiencia sensorial única y son magníficos embajadores de la Malvasía volcánica y del alma vitivinícola de Lanzarote.

Aromática y volcánica

Manuel Rodríguez – Enólogo DO Abona



Canariasgourmet. – ¿Qué aporta el cultivo en altura –tan característico de Abona– al perfil sensorial de la Malvasía? ¿Qué notas destacarías al catarla?

Manuel Rodríguez. – Precisamente la malvasía no es la variedad más cultivada en altura, no es su hábitat natural, por lo menos en lo que conocíamos, pero en Abona se ha venido ensayando desde hace más de 15 años el cultivo de este varietal en zonas altas en sus dos versiones: la aromática y la volcánica con resultados óptimos, sobre todo con la aromática.

El cultivo en altura le aporta las necesarias horas frío para que la planta tenga una adecuada parada invernal y una brotación óptima en primavera, además conserva una acidez alta lo que permite unos vinos más frescos y con más longevidad.



En cuestión de perfil sensorial, acentúa los cítricos, los mielados y las flores blancas, si bien es verdad que normalmente no alcanza la graduación necesaria para vinos de mayor contenido en azúcares, pero si, y con creces, la graduación alcohólica suficiente para vinos secos tranquilos.

Canariasgourmet. – ¿En qué dirección están evolucionando las elaboraciones en la zona? ¿Se está apostando más por blancos secos, sobre lías, mínima intervención?

Manuel Rodríguez. – En los comienzos, las elaboraciones de malvasía se orientaban a los dulces naturales, naturalmente dulces e incluso de vinos de licor, precisamente porque este tipo de elaboraciones proporcionaban al bodeguero un mayor valor añadido.

La evolución de los mercados y, sobretodo, los gustos del consumidor, han llevado a primar elaboraciones más tradicionales, más ancestrales, eso sí, bien elaborados, sin defectos, resaltando sus características varietales propias y alejándose de lo tecnológico.



Uva Malvasía

Prueba de ello es que con las malvasías se están elaborando vinos de guarda, en madera, sobre sus lías y, gracias a su perfil aromático y a su alta acidez, sirven de excelentes mejorantes para otras variedades muy personales, pero que, en determinadas ocasiones, carecen de potencia en nariz o en boca.

Canariasgourmet. – ¿Qué bodegas de la DO Abona destacarías actualmente por su labor continua con esta variedad?

Manuel Rodríguez. – La primera bodega que apostó firmemente por la malvasía fue **Cumbres de Abona** responsable de la mayor reestructuración del viñedo en Canarias, ha buscado y ha sabido elaborar nuevos vinos a partir de esta noble variedad. Después han seguido su estela otras bodegas que están convencidas de la bondad de la malvasía: Reverón, Contiendo, Altos de Trevejos.

Canariasgourmet. – ¿Qué desafíos específicos enfrenta Abona para ganar visibilidad como origen de Malvasías de calidad frente a otras comarcas?

Manuel Rodríguez. – Principalmente su clima, ese clima que puede ser tanto una bendición como una maldición, si los **viticultores y bodegueros** buscan recursos para adaptar el cultivo a los nuevos cambios que se avecinan mantendrán un verdadero tesoro vitícola y enológico.

Y por supuesto, no estamos exentos de los peligros y amenazas que se ciernen sobre el viñedo canario: agua, falta de relevo generacional, aumento de las temperaturas por el **cambio climático**, degradación y abandono de **zonas vitícolas**, etc.

Canariasgourmet. – Y por supuesto, ¿qué dos Malvasías de Abona recomendarías este verano para conocer bien lo que la zona puede ofrecer?



Por ser los pioneros en la comarca y en la isla, TESTAMENTO de Cumbres de Abona, es un fiel reflejo de lo que se puede hacer con la malvasía y MAVI de Reverón, esta premiada y prestigiosa bodega poco a poco se ha ido haciendo un nombre respetado en el panorama vinícola de la isla.

Etiqueta nos da ese punto de tranquilidad

Antonio Armas – CEO de El Gusto por el Vino (Tenerife)



Canariasgourmet. – Desde tu experiencia como distribuidor y prescriptor, ¿cómo ha cambiado la relación del consumidor tinerfeño con la Malvasía en la última

década? ¿Ha dejado de verse como vino “antiguo”?

Antonio Armas. – Creo que la relación está en su mejor momento, partimos de la base que hay una mejor interpretación de la variedad en cada uno de sus diferentes “terroir” tanto en la isla de Lanzarote con su Malvasía Volcánica o en islas occidentales con la Malvasía Aromática y por consiguiente una mejor elaboración en bodega haciendo vinos más sostenibles, limpios y francos, por ello son vinos que no faltan en ninguna carta de restaurantes u otros establecimientos que ofrezcan vinos de calidad ya que el consumidor final tiene claro lo que va a tomar independientemente del productor, estableciendo una relación positiva. En cuanto a vino antiguo depende mucho del tipo de elaboración, por ejemplo, las malvasías dulces cuanto más antiguas ganan matices muy especiales.

Canariasgourmet. – ¿Qué impacto tienen el origen, el método de elaboración y la etiqueta en la decisión de compra? ¿Importa más la historia o la técnica?

Antonio Armas. – Tanto el origen como la elaboración es importante para sacar la máxima expresividad de una variedad y por lo tanto reflejarlo en la botella, la etiqueta también nos da ese punto de tranquilidad en cuanto a su elección por el impacto de marca en el mercado.

Elaborado con LISTÁN BLANCO DE CANARIAS y MOSCATEL DE ALEJANDRIA. Fermentado en depósitos de acero inoxidable con control de temperatura, donde no se deja terminar totalmente de fermentar, quedando con restos de azúcares residuales. Buena combinación en nariz de los hinojos característicos de la Listán con las notas terpénicas de la Moscatel. Equilibrado y persistente en boca.



Islas Canarias

Denominación de Origen Protegida

VINO DE CALIDAD DE LAS ISLAS CANARIAS

Elaborado y embotellado por:

Bodegas Vinátigo C.B.

La Guancha - España

www.vinatigo.com

RE 039-TF/C

Product of Spain



12% Vol

75 cl

Contiene Sulfitos

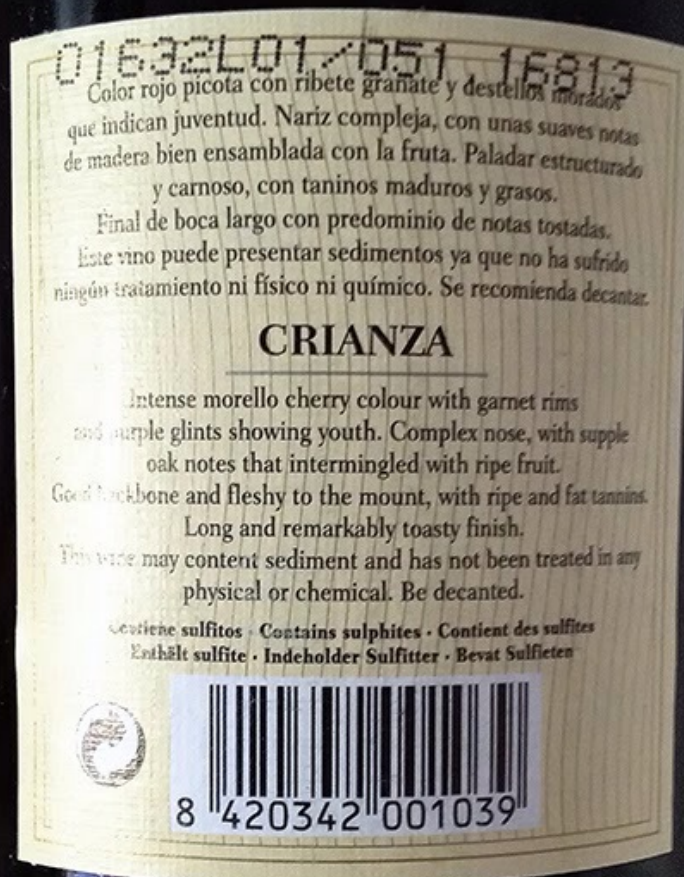


8 437005 748033



Islas Canarias
Denominación de Origen Protegida

COSECHA 2015 - 75 cl
062650



Historia y técnica van de la mano, una bodega que pueda contar su historia es un sentimiento de origen, autenticidad y valores culturales entorno a la viticultura, la técnica por su

parte hace resaltar todo lo anterior de una manera más óptima.

Canariasgourmet. – Desde tu óptica de empresario que ha probado casi todo, ¿la Malvasía es hoy un vino de verano o un vino con discurso para todo el año?

Antonio Armas. – Es una variedad muy versátil y con capacidad de guarda, la cual podemos disfrutarla durante todo el año tanto como vino joven o crianzas sobre sus lías así como otro tipo de elaboraciones, aunque ya no depende en si de este apartado para poder tomarla si no de su producción limitada.



Canariasgourmet. – Si tuvieras que poner una botella de Malvasía en una mesa frente a alguien que no conoce Canarias,

¿cuál pondrías y qué le dirías antes de que la pruebe?

Antonio Armas. – Pues creo que una botella se queda corta para descubrir cada uno de los matices que nos ofrecen estas variedades así que mejor te propongo un top tres (**Lanzarote – Bermejo Malvasía Volcánica**), (**Tenerife – Ferrera Momentos Malvasía Aromática** y **Linaje del Pago Malvasía Aromática**).



Canariasgourmet. – Genial! y gracias...

De Norte a Sur y de Este a Oeste...Malvasía

David Ghosn Sumiller – Escuela de Hostelería de Las Palmas



Canariasgourmet!. – . Como sumiller en Gran Canaria, donde conviven cocinas de hotelería de alto nivel con propuestas locales, ¿qué papel le das a la Malvasía cuando quieres elevar la experiencia sin caer en el vino previsible?

David Ghons. – La Malvasía canaria (subvariedades tales como la Rosada, Aromática y Volcánica) es una protagonista

aromática y de carácter, capaz de ofrecer una experiencia singular sin caer en lo obvio. Con su expresividad floral y frutal, y una acidez vibrante en tipologías secas, se aleja de los clichés del blanco comercial.

Su origen volcánico aporta una mineralidad única; su diversidad de estilos, de secos elegantes a dulces complejos que permiten jugar con registros inesperados, y su marcada identidad atlántica le da frescura y tensión. En definitiva, es un vino con alma, perfecto para quien busca autenticidad, emoción y una historia que contar en cada copa.

Canariasgourmet!. – ¿Qué tipo de Malvasía funciona mejor en sala durante el verano: la afilada, la golosa, la mineral, la que pasó por lías? ¿Hay un perfil que te emocione especialmente servir?

David Ghons. – En verano, la Malvasía que mejor se disfruta en sala es la versión “afilada” (por su acidez fresca) y mineral, con buen equilibrio y un perfil aromático contenido. Este estilo fresco, salino y elegante resulta perfecto para servir por copas, ya sea al inicio de una comida o en terraza, y destaca por su capacidad de refrescar sin ser cansino.



Además, su origen volcánico y su carácter atlántico despiertan curiosidad y conversación en sala, mientras que su versatilidad gastronómica la hace ideal para maridar con ciertos escabechados, ceviches, pescados grasos, quesos semicurados o cocina nikkei.

Otras versiones, como la golosa o la que ha pasado por lías, pueden funcionar en momentos concretos, aunque requieren más contexto o equilibrio. La Malvasía más mineral y austera, por su parte, puede emocionar a paladares entrenados, pero es menos adaptable.

La que realmente emociona servir es una Malvasía volcánica seca, con paso por lías finas y salinidad marcada: un vino que no se impone, pero que crece en copa, conversa con el plato y

expresa el paisaje más que la técnica. Idealmente, una buena botella de Lanzarote, La Palma o Gran Canaria, donde en las últimas añadas han surgido monovarietales que no solo expresan la uva, sino también el pulso volcánico de cada isla. Vinos que hablan con acento propio, capaces de llevarte copa a copa a un paisaje que no se parece a ningún otro.



Canariasgourmet!. – ¿Ha cambiado el discurso del sumiller respecto a este

vino? ¿Dejó de ser “el dulce tradicional” para ganar prestigio entre los blancos gastronómicos?

David Ghons. – El discurso del sumiller sobre la Malvasía canaria ha evolucionado profundamente en los últimos años. De ser vista casi exclusivamente como un vino dulce tradicional, ligado a la historia y el romanticismo cultural del Archipiélago, ha pasado a ocupar un lugar destacado como blanco gastronómico. Durante mucho tiempo, la Malvasía se asociaba a vinos licorosos o de postre, servidos en pequeños sorbos y más pensados para la contemplación que para el maridaje gastronómico.

Hoy, sin embargo, la Malvasía ha entrado con fuerza en el mundo de la gastronomía contemporánea. Productores y enólogos apuestan por versiones secas, con crianzas sobre lías, mínima intervención y una lectura precisa del terroir volcánico. Esto ha permitido a los sumilleres salirse de los blancos más previsibles y encontrar en la Malvasía un vino con identidad, frescura y versatilidad, ideal como inicio de menú, en catas o como alternativa a otras variedades atlánticas como el Albariño o el Godello.

En este nuevo contexto, la Malvasía se presenta como una declaración de intenciones: un vino con técnica, tensión y territorio, que emociona tanto por su expresividad como por su autenticidad. Ha dejado de ser solo “el dulce de las islas” para convertirse en un blanco de referencia, con sitio en los grandes menús y un relato que ya no se apoya solo en la nostalgia, sino en argumentos sólidos y contemporáneos.

Canariasgourmet!. – Desde tu experiencia con todo tipo de clientes, ¿cuál ha sido

el maridaje más memorable o inesperado que lograste con una Malvasía canaria?

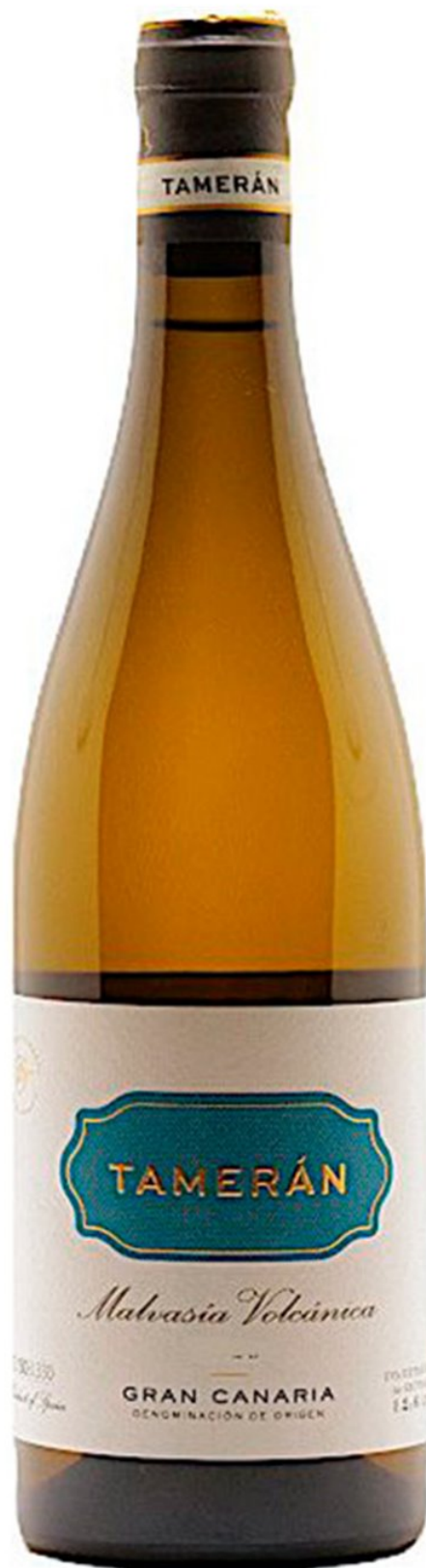
David Ghons. – Uno de los maridajes más memorables con Malvasía canaria fue con una caballa curada en ponzu y ajoblanco de coco, acompañado de una Malvasía volcánica seca de Lanzarote, fermentada en acero y con crianza sobre lías finas. La acidez vibrante y la mineralidad del vino limpiaban el graso del pescado, mientras que sus notas cítricas y florales armonizaban con el ponzu y el coco, creando una experiencia aromática y elegante. Fue un maridaje que no solo funcionó en boca, sino que cambió la percepción del vino para el cliente, que incluso pidió repetir el plato para seguir disfrutándolo con la misma copa.

Este tipo de combinaciones emociona porque rompen con el discurso tradicional que encasilla a la Malvasía como vino dulce o de postre, y la colocan en el centro de una propuesta salada, fresca y contemporánea. Permiten al sumiller ofrecer algo inesperado, con identidad, y al mismo tiempo abrir un diálogo nuevo con el comensal. Son estos momentos los que convierten a la Malvasía en una herramienta poderosa para sorprender en sala y revalorizarla desde lo gastronómico.

Canariasgourmet!. Si tuvieras que diseñar un momento perfecto para abrir una Malvasía este verano, sin ficha de cata, solo atmósfera: ¿dónde y cuál botella abrirías sin dudar?

David Ghons. – Una tarde de julio en Agaete, donde el valle huele a cafetales y buganvillas, y la brisa del norte baja desde Tamadaba hasta el mar. La mesa, bajo la sombra de una parra vieja, se llena de voces suaves, pausas cómplices y sabores de la tierra: queso flor de Guía, pan de leña, aceitunas aliñadas y vieja marinada en cítricos.





El momento pide una botella de Tamerán Malvasía Volcánica Seco (la primera añada, 2020 se elaboró en Agaete), de Gran Canaria. Un vino elegante, salino y con nervio, que no busca protagonismo, pero lo conquista. No hace falta decir mucho: se

sirve, se comparte y se queda contigo como lo hacen los lugares donde todo respira autenticidad.

Nota del Autor:

La Malvasía debería ser para Canarias lo que la paella es para España.

Un símbolo reconocible, deseado y defendido. Una bandera enológica que no solo hable de sabor, sino de identidad, de territorio y de orgullo. Mientras otros países construyen íconos con storytelling milimétrico y presupuestos millonarios, aquí tenemos una joya cultivada en ceniza volcánica, bañada por los alisios y acariciada por siglos de historia... y la dejamos pasar como si fuera solo “un vino más”.

Es difícil llegar a estas tierras, probar la Malvasía y no rendirse al hechizo. Para mí, es uno de los grandes vinos del mundo, con un carácter tan singular que resulta casi imposible de igualar.

La paella no es solo arroz: es Valencia, es domingo, es encuentro. Pues la Malvasía tampoco es solo vino. Es paisaje, es herencia, es memoria líquida. En cada botella hay una historia de resistencia, de ingenio, de viticultura extrema. Y sin embargo, seguimos tratándola como un secreto entre pocos, cuando debería estar en cada carta, en cada brindis y en cada escaparate que hable de Canarias al mundo.

Desde Canariasgourmet.es lo decimos alto y claro: es hora de hacer de la Malvasía nuestro emblema. No por moda. No por mercadeo. Por justicia y lo he dicho durante muchos años.

Porque cuando lo mejor que tienes se esconde, estás fallando como territorio. Y Canarias tiene en la Malvasía no solo un vino, sino un relato que merece contarse... y descorcharse.

Grandes bodegas, grandes lecciones: Lo que se puede aprender de los gigantes del vino

En un mundo donde el vino no solo se bebe, sino que se comunica, algunas bodegas han sabido construir marcas tan sólidas como sus mejores añadas. Analizar las estrategias de comunicación y marketing de referentes internacionales como Château Margaux, Penfolds, Marchesi Antinori y Robert Mondavi no es un ejercicio de imitación, sino de [inspiración](#). Y, sobre todo, una oportunidad para que las bodegas de Canarias –y de cualquier región– encuentren claves para mejorar su proyección sin perder su identidad.

Château Margaux: el lujo silencioso

[@ChateauMargaux](#)

En la región de Burdeos, el nombre Château Margaux resuena como sinónimo de perfección, elegancia y exclusividad. Fundada en el siglo XVII, esta bodega ha cultivado una imagen de refinamiento que trasciende el tiempo. Su estrategia de comunicación es deliberadamente minimalista: nada de campañas publicitarias agresivas ni redes sociales saturadas. Su presencia se concentra en contextos de prestigio, como subastas de vinos excepcionales, colaboraciones editoriales de alta gama o menciones en guías y revistas especializadas.



Claves del éxito:

- Posicionamiento como producto de culto.
- Reforzamiento del valor simbólico a través del silencio.
- Coherencia visual y narrativa impecable.

Lo que se puede aprender:

Bodegas pequeñas no pueden permitirse el lujo del silencio institucional. Pero sí pueden aprender de su sobriedad y coherencia. En lugar de aspirar al misterio, deben construir confianza: mostrar el trabajo en campo, explicar el origen, generar contenido que eduque y emocione. La narrativa debe ser constante y coherente para que el consumidor se identifique y sienta pertenencia.

**Penfolds: diseño, tecnología y
atrevimiento**

[@Penfolds](#)

Desde Australia, **Penfolds** ha revolucionado el concepto de vino

premium moderno. Con una historia que comienza en 1844, ha sido una bodega pionera en unir tradición enológica con herramientas de marketing de vanguardia. El vino Grange, creado por Max Schubert, es una leyenda que desafió las normas clásicas del vino australiano y demostró que la innovación bien fundamentada puede generar productos eternos.





Penfolds hoy integra blockchain para trazabilidad, incursiona en el universo de los NFTs (activos digitales únicos registrados en blockchain que garantizan autenticidad, exclusividad y trazabilidad de productos físicos como el vino), diseña etiquetas modernas, sobrias pero visualmente impactantes, y ha logrado trasladar su mensaje a un público más amplio sin perder valor percibido.

Claves del éxito:

- Branding sólido basado en diseño y prestigio.
- Innovación tecnológica aplicada a la confianza del consumidor.
- Capacidad de adaptarse sin perder esencia.

Lo que se puede aprender:

En Canarias y en otras regiones, muchas bodegas podrían mejorar su posicionamiento renovando su imagen. Una etiqueta anticuada o mal diseñada puede frenar una venta incluso si el vino es excelente. Invertir en diseño, storytelling visual y canales digitales es hoy más necesario que nunca. Además, adoptar tecnologías sencillas como QR codes en etiquetas que cuenten la historia del vino o del viticultor puede marcar una gran diferencia.

Marchesi Antinori: la historia que sigue viva

[@Antinori](#)

Los Antinori, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Los **Antinori**, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Su arquitectura vanguardista (la bodega en Bargino), diseñada por el arquitecto Marco Casamonti, es una obra que se integra con el paisaje toscano y simboliza el equilibrio entre innovación y respeto por la tierra. Esta bodega subterránea no solo es un referente arquitectónico, sino también una declaración de principios: sostenibilidad, belleza funcional y continuidad familiar. Convive con la narrativa emocional de generaciones que siguen cultivando las mismas tierras. Hablan de terroir, pero también de futuro, incorporando prácticas sostenibles, tecnología de precisión y programas de educación enológica. No se anclan en el pasado, lo transforman en valor presente, y lo proyectan hacia una visión moderna del vino como legado vivo.

Claves del éxito:

- Narrativa familiar profunda y emocional.
- Modernización sin ruptura.
- Estética cuidada en todos los formatos.

Lo que se puede aprender:

Bodegas familiares canarias y de otras regiones tienen un gran tesoro: su historia. Pero deben contarla bien. Mostrar al abuelo no es suficiente. Hay que construir un relato que conecte con el consumidor de hoy: ¿por qué esa familia hace vino?, ¿qué valores la sostienen?, ¿qué diferencia su paisaje? El componente humano debe ponerse en valor con sinceridad y belleza.

Robert Mondavi: estilo de vida y enoturismo

[@Mondavi](#)

En California, Robert Mondavi fue uno de los grandes visionarios del vino moderno. No solo introdujo prácticas enológicas de primer nivel en Napa Valley, sino que entendió antes que nadie que el vino debía integrarse a la cultura gastronómica y al estilo de vida americano.



ROBERT MONDAVI WINERY



Desde el diseño arquitectónico de su bodega hasta sus alianzas con chefs, su apuesta fue clara: el vino se vive, se disfruta, se comparte. Hoy la marca sigue transmitiendo esa idea de experiencia completa: arte, vino, cocina, naturaleza.

Claves del éxito:

- Integración del vino en el lifestyle.
- Fomento del enoturismo desde el minuto uno.
- Comunicación emocional y sensorial.

Lo que se puede aprender:

Muchas bodegas canarias tienen paisajes volcánicos, biodiversidad única, gastronomía autóctona... pero no lo cuentan. Incorporar experiencias sencillas (catas, visitas al viñedo, maridajes locales) y comunicarlas adecuadamente puede reforzar la marca de manera inmediata. Hoy, vender una experiencia vale más que solo mostrar una botella.

El consejo final: no se trata de copiar, sino de conectar de encontrar el camino a la proyección correcta.

Las bodegas pequeñas y medianas, tanto en Canarias como en cualquier parte del mundo, no necesitan presupuestos millonarios para comunicar bien. Necesitan coherencia, autenticidad y constancia. Contar bien la historia, cuidar la imagen, ofrecer una experiencia (aunque modesta) y saber a quién se dirigen es más efectivo que replicar o copiar campañas vacías de sentido. En el mundo del vino, la diferencia no está solo en la copa: está en cómo se cuenta lo que hay detrás de cada gota. Porque quien no se comunica, no existe. Y quien no emociona, no vende.