

Alberto Ramos Santana *

La imagen del vino: vicio y virtud

El vino, o mejor dicho, el consumo de vino, ha tenido desde siempre detractores y defensores, se han escrito sobre el vino grandes alabanzas y ha sido objeto de formidables ataques, sobre todo en forma de campañas dirigidas hacia la erradicación de su consumo.

Durante la segunda mitad del siglo XIX y primeros decenios del XX, los defensores del consumo de vino, siempre con moderación, y los enemigos de su uso aunque sea mínimo, se enfrascaron en una batalla dialéctica de gran interés, aunque a decir verdad de distinto nivel de beligerancia, de intensidad en las diversas posiciones y argumentos. Mientras que los partidarios del consumo dan muestras de un talante abierto, condescendiente – beben y son partidarios de un consumo moderado, pero no exigen a todos que beban, creen en la libertad de consumir o no –, da la impresión de que los detractores del consumo son mucho menos concesivos, pues su postura es más radical y pretenden eliminar el consumo y el vino de la sociedad.

Por ello los ataques al consumo de vino, que han sido constantes, se caracterizan por la agresividad de sus contenidos, por la violencia que se observa en sus partidarios a la hora de calificar exageradamente el producto y a sus consumidores.

Uno de los recursos más frecuentes era el que utilizó en 1898 el catedrático de Medicina Ramón Cañadas cuando afirmaba que «*el vino roba la voluntad del hombre*»¹; este argumento de la inutilización del sentido y la inteligencia humana es, como decimos, recurso frecuentísimo, junto al del deterioro de la salud. Pero en este caso podemos encontrar algunas matizaciones, como hizo el célebre higienista Pedro Felipe Monlau quien afirmaba que el consumo de

* Unidad de Estudios Históricos del Vino. Universidad de Cádiz.

¹ *Diario de Cádiz*, 2 y 4 de mayo de 1898. Cfr. Fernández Miranda, Sara – *La Comisión de Reformas Sociales en el municipio gaditano y la cuestión del alcoholismo obrero*. Memoria de Licenciatura leída en la Universidad de Cádiz en Diciembre de 1999, pp. 77 y ss.

vino era «*un feo vicio*», pero era mucho más tajante con el consumo de aguardientes al indicar que los aguardientes eran «*un veneno que mina la salud*»², opinión que compartía otro popular médico e higienista, Joaquín Salarich cuando escribía que su consumo provoca inflamaciones en el estómago y daños cerebrales³.

Algún consejo sanitario condescendía con el consumo de un poco de vino, al menos durante las comidas: en 1854 un médico afirmaba que beber vino, sobre todo fuera de las comidas, provocaba males de estómago, embrutecimiento, ofuscación de los sentidos, temblores, parálisis, inflamaciones crónicas, hidropesía, catarros del asma, etc.; y mucho más en las mujeres que en los hombres⁴.

Lo que hay que destacar es que el consumidor vicioso de vinos y aguardientes se identifica, casi siempre, con personas de bajo nivel intelectual y de instrucción, y con sectores sociales económicamente deprimidos; el alcoholismo es una enfermedad de ignorantes, incultos y analfabetos, se llegará a decir. Y en la misma línea, el alcoholismo es una enfermedad de las clases menestrosas y de la clase obrera, a la que por otra parte también se considera poco instruida.

Ramón Cañadas impartió en 1898 un ciclo de conferencias sobre los *Estragos del alcoholismo ocasionados en la clase obrera*, estragos entre los que destacaba como más importantes la degeneración intelectual y la anulación de la razón que demostraba citando los múltiples crímenes que, a su juicio, se

² *Higiene industrial. ¿Qué medidas higiénicas puede dictar el gobierno a favor de las clases obreras? Memoria para optar al premio ofrecido acerca de esta cuestión por la Academia de Medicina y cirugía de Barcelona, en su programa de 24 de Enero de 1855; distinguida por dicha corporación con el premio de la Medalla de Oro y con varias otras declaraciones honoríficas.* Su autor el Dr. D. Pedro Felipe Monlau, consejero de Sanidad, segundo jefe del cuerpo de Administración Civil, condecorado con la Cruz de Epidemias, comendador de la real y distinguida Orden Española de Carlos III, caballero de la Legión de Honor de Francia, etc. Madrid, imprenta y estenotipia de M. Rivadeneyra, Salón del Prado, núm. 8, 1856.

Utilizamos una edición de Antoni Jutglar: *P. F. Monlau y J. Salarich. Condiciones de vida y trabajo obrero en España a mediados del siglo XIX.* Estudio preliminar y notas críticas a cargo de Antoni Jutglar, Barcelona: Anthropos, 1984.

³ *Higiene del tejedor, o sean medios físicos y morales para evitar las enfermedades y procurar el bienestar de los obreros ocupados en hilar y tejer el algodón. Memoria premiada con una medalla de oro y el título de socio corresponsal por la M. I. Academia de Medicina y Cirugía de Barcelona, en el concurso de 1857.* Su autor D. Joaquín Salarich. Socio de mérito de la Sociedad económica barcelonesa de Amigos del País; honorario del Instituto agrícola catalán de San Isidro; corresponsal de la de Buenas Letras de Barcelona, y de la Arqueológica de Montpellier. Vich: Imprenta y librería de Solre hermanos, 1858.

Utilizamos la edición de Antoni Jutglar: *P. F. Monlau y J. Salarich. Condiciones de vida y trabajo obrero en España a mediados del siglo XIX*, antes citada.

⁴ Rodríguez Guerra, Antonio – *Manual de higiene pública y privada.* Cádiz, 1854, p. 134.



cometían en estado de embriaguez⁵, opinión que ya aparece a mediados del siglo XIX expresada en las estadísticas criminales que se realizaban en España, donde se indicaba como una causa fundamental de la criminalidad el consumo de alcohol⁶.

Los ataques contra el consumo de alcohol – vinos y aguardientes – derivaron, lógicamente, en campañas contra los centros de consumo, especialmente las tabernas, lugares de encuentro preferente de las clases populares, que son descritas como lugares peligrosos y generadores de conflictos y escándalos, por los que en muchas ocasiones se reclama su clausura. Una petición que, aunque no se diga expresamente, tenía connotaciones ideológicas y políticas pues a la burguesía dominante y al poder constituido no se les ocultaba que las tabernas eran también lugares de sociabilidad y encuentro de los trabajadores que se convertían en centros de difusión de ideas y generadores de opinión y protesta social y política.

En 1898 el Centro Obrero Católico de Cádiz un lugar que, como todos los de sus características estaban auspiciados por la Iglesia y sustentaban una doctrina acorde a los poderes dominantes, calificaba a las tabernas como centros de corrupción e inmoralidad, donde no sólo se bebía alcohol, sino que se escuchaban discursos subversivos y se entonaban coplas que atentaban contra la moral, entre las que se incluían los cantes flamencos⁷. Años antes, en 1884 se conoció un informe elaborado por el colectivo de los farmacéuticos gaditanos – es decir un sector económico y social integrado en el grupo burgués hegemónico –, que denunciaba la plaga del alcoholismo fomentada por el alarmante aumento del número de tabernas que se estaba produciendo⁸.

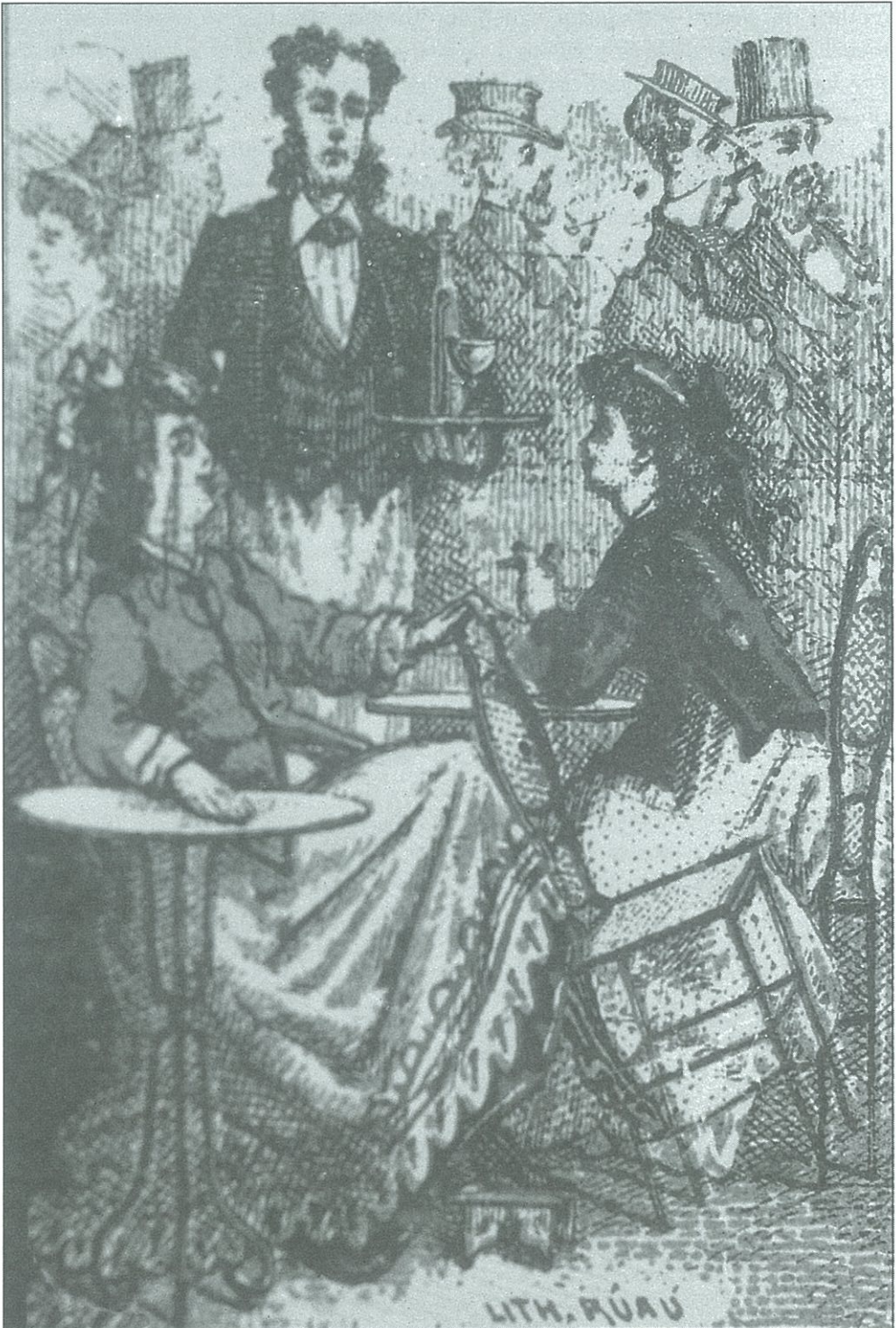
Los argumentos de los defensores de la producción y consumo de vinos, como antes indicábamos, tienden a ser más moderados, más comedidos y en cierta manera elegantes; y como en el caso de los ataques, la salud corporal y espiritual se convierten en el centro de la argumentación. El médico portuense Federico Rubio y Gali, buen conocedor de los vinos de la zona jerezana, como natural que era de ella, defendía la bondad de los vinos generosos al considerar que *«dan energía, dan calor; esta energía, este calor, se transforma en el hombre en su trabajo, y al terminar resulta que no ha salido nada de sí y que su organización se encuentra tan fuerte y tan robusta como antes»*. En la misma línea los argu-

⁵ Véase nota 1.

⁶ Por ejemplo en la obra dirigida por Pascual Madoz, *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de Ultramar*, en el apartado que dedica a la provincia, se incluye un epígrafe sobre «Estadística criminal» en el que se indica como una de las causas habituales «la embriaguez».

⁷ *La Cruzada*, 10 de abril de 1885. Cfr. Fernández Miranda, Sara, o. c., p. 69.

⁸ Fernández Miranda, Sara, o. c., p. 71.



mentos del doctor Aleixandre, quien consideraba que el vino «*Actúa favorablemente sobre la nutrición y ejerce un suave estímulo sobre el sistema nervioso*». Y el famoso doctor Decreff concluía que los vinos «*usados con moderación producen innumerables beneficios al organismo humano*»⁹.

Los efectos beneficiosos del vino, y más en concreto de los vinos generosos, se vuelven a resaltar con motivo de la enfermedad y de modo especial durante las guerras, pues es frecuente que en la dieta de los enfermos y heridos aparezca reflejado una ración de vino como reconstituyente. Como ejemplo podemos recordar que durante la Guerra de Cuba la Cruz Roja española solicitó en muchas ocasiones donaciones a los bodegueros, tal y como hizo en 1895, año en el que podemos leer en el órgano oficial de la Asamblea Española un artículo titulado *La Cruz Roja y la guerra separatista de Cuba. Circulares de la Asamblea*, texto firmado el 10 de Septiembre de 1895 por el Presidente de la Asamblea, en ese momento el Teniente General Camilo García de Polavieja, Marqués de Polavieja, y el Secretario, Juan P. Criado y Domínguez, en el que se comenta el proyecto de la creación de un sanatorio en Cuba para atender a los soldados españoles, para lo cual piden, mediante varias circulares diversas donaciones; y entre ellas destaca una dirigida *A los cosecheros y almacenistas de vinos* en la que piden *vinos generosos* que ayuden al restablecimiento de los heridos¹⁰.

La opinión de Julio Caro Baroja podría servir de resumen, en buena medida, a estas ideas cuando afirmaba que el vino «*es la substancia que, por excelencia, hace que el alma cambie, en un momento, de manera más perceptible y visible... El labrador se conforta, después del esfuerzo diario, con buenos tragos, el negociante termina sus tratos con unas copas, el poeta busca inspiración...*»¹¹.

En efecto, como indica Caro Baroja, acudir a una taberna a beber un vaso de vino tiene una importante significación social, es decir, es más un hecho público que privado, que facilita la comunicación, el intercambio de saludos, ideas, preocupaciones o alegrías, por lo que, a la postre, supone introducirse, y

⁹ Tomamos las tres citas del folleto *Jerez-Xeres-Sherry. Osborne, casa fundada en 1772*. Puerto de Santa María, Andalucía (España). [S.l.]: Osborne, 1946 (detrás, en la contraportada, parece añadido, Imp. Afrodio Aguado – Madrid), p. 30.

¹⁰ *La caridad. Revista ilustrada*, Órgano oficial de la Cruz Roja Española. 2ª Época, año XXII, nº XXX y XXXI, (1895), p. 215 y ss. En la circular informan que han recibido las siguientes donaciones: (p. 219) 1.200 botellas de González Byass y Cía; 24 de Joaquín Febrés de, El Puerto de Santa María; 600 de Hijos de Bartolomé Vergara; 600 de Luis Chorro, de Cádiz; 1/2 bota de Sres. Garvey; 24 botellas de Rafael Serrano Lora, de Córdoba. En números posteriores saldrán breves sueltos que recogen nuevas donaciones; por ejemplo, en las págs. 236 y 237 podemos leer: «Donaciones»: – Sres. Díez Hnos., de Jerez de la Frontera, 300 botellas de vino de Jerez Añejo Oro; D. C. de Otaolaurruchi, de Sanlúcar de Barrameda, 2 botas de manzanilla (1.200 kilos de peso).

¹¹ Caro Baroja, Julio – *El vino y la civilización mediterránea (meditación andaluza)*. Jerez de la Frontera, 1957, p. 29.



mantenerse, en un entramado de relaciones sociales, es decir, facilita la participación en la comunidad¹².

Por eso no puede extrañar que, en las motivaciones de los que pretenden prohibir las tabernas, se perciban claramente matices que diferencian lo que es una persecución con evidentes caracteres morales – en tanto que se define a la taberna como lugar peligroso y generador de conflictos y escándalos públicos –, de los intentos de prohibición por ser lugar de encuentro de los trabajadores y, en este sentido, lugares que sirven como centros que facilitan el intercambio de opiniones, la generación y difusión de ideologías subversivas y el fomento de la protesta social y política¹³.

En cualquier caso, sea para difundir argumentos favorables al consumo, sea para propagar las ideas contrarias, lo cierto es que, en una sociedad donde los niveles de lectura no eran en absoluto considerables, se recurrió a todo tipo de instrumentos para hacer proselitismo en uno y otro sentido, destacando como importante medio de difusión desde mediados del siglo XIX las imágenes. Y entre ellas cabe destacar el recurso a un medio que se hizo pronto muy popular como fue la ilustración de las cajitas de cerillas, un vehículo de transmisión de ideas en imágenes, sencillo, barato y, como dijimos, popular, pues los fósforos se convirtieron muy pronto en un instrumento de uso cotidiano, un uso que además era imprescindible entre los fumadores, consumidores de tabaco que habitualmente eran también potenciales consumidores de vinos y aguardientes.

Es conocido que las primeras cerillas se utilizaron a partir de 1809, y su difusión fue bastante rápida, pues ya en 1832 se comercializaban en notable cantidad los fósforos de fricción.

Las primeras referencias a cajas de cerillas las tenemos en 1830, gracias a su fabricación por John Walker, en unos pequeños envases sin ilustraciones. Desde mediados de la centuria decimonónica comienzan a venderse estuches decorados para transportar y guardar las cerillas, una decoración que pronto recurre a dibujos y grabados que plasman la vida cotidiana del momento, los usos y costumbres de la época en la que se imprimen las cajillas de fósforos.

Es en este contexto donde surgen artistas que, atendiendo los intereses de reclamos comerciales, comienzan a proyectar y realizar una serie de ilustraciones que tienen finalidad didáctica, que reflejan hechos históricos, acontecimientos

¹² En esta idea insiste, entre otros Fournier: «Beber en Villamanrique significa mantener una relación social y cultural con la comunidad de hombres del lugar». Dominique Fournier: «Del mosto al cuba-libre, la evolución de la cultura del bar en la Baja Andalucía». En: *El Folklore Andaluz. Revista de cultura tradicional*. Sevilla. n.º 9 (1992), p. 88.

¹³ No vamos a entrar aquí en el tema de la taberna como lugar de subversión ideológica y política, fundamentalmente como punto de encuentro, generador y aglutinador de la protesta laboral y social.



sociales y culturales, mensajes ideológicos, comentarios críticos sobre la política del momento o plasman con humor y una gran carga satírica la vida cotidiana.

Por otra parte surgen las series temáticas, que aprovechan y fomentan como actividad de ocio el coleccionismo: colecciones de reyes y reinas, dinastías europeas y extraeuropeas, escritores, actores y actrices de teatro, políticos, toreros y picadores, etc., toda una serie de personajes más o menos populares que despertaban expectación e interés en el público en general y que se convirtieron en objeto de colección, con lo que la finalidad didáctica y publicística cobraba mayor interés, por lo que se convertían en una importante expresión de esa amplia gama de finalidades que tienen los mensajes formales.

Como no podía ser menos, también los vinos y aguardientes, su fama, variedad y consumo, son temas recurrentes en las cajas de cerillas. Y la imagen que podemos encontrar reflejada en las cajas de cerillas es similar a la que anteriormente reflejábamos; es decir, encontramos cajillas en las que el vino y su consumo se representan como un verdadero problema de salud y también como una preocupante cuestión social, con dibujos en los que el consumidor o la consumidora pierden la dignidad y la compostura, cometiendo un atentado contra la moral y las buenas costumbres, además de reflejar una degeneración moral evidente; e imágenes en las que el vino y su consumo se representan como algo positivo, amable, cuando no distinguido y señorial, incluso podemos encontrar una cierta estratificación social reflejada en la tipología de los vinos consumidos.

De todo ello hemos encontrado ejemplos en las carátulas de cajas de cerillas de una colección particular con la que hemos estado trabajando desde cierto tiempo atrás. Se trata de una colección realizada durante bastantes años, y que, desde 1877, año en que se fecha el comienzo del álbum que manejamos, se guardan perfectamente clasificadas por su primitivo propietario.

Sin entrar en otro tipo de consideraciones, que dejamos para otro lugar¹⁴, sobre temas dedicados a la vitivinicultura hemos analizado más de medio centenar de cajas de cerillas fabricadas en varios países de Europa, cajas en cuyas ilustraciones se reflejan opiniones que siguen los criterios antes expuestos, es decir, la representación del vino y otras bebidas alcohólicas como algo perjudicial, o como algo benéfico, tal y como pudimos mostrar en nuestra intervención durante el Congreso¹⁵.

¹⁴ Estamos preparando una edición de la colección, si no completa, pues superan el millar las carátulas que hemos manejado, al menos una selección importante en número y variedad de los temas tratados en las cajas de cerillas. Sí queremos advertir que la colección reúne cajas de cerillas fabricadas en varios países de Europa, aunque predominen las de fabricación española y francesa.

¹⁵ Queremos señalar que durante nuestra exposición no proyectamos todos los ejemplos que hemos estudiado, reduciendo la proyección a poco más de dos docenas de imágenes; en la publicación, las naturales limitaciones de edición aconsejan la reducción a sólo cinco ilustraciones, aunque muy sucintamente apuntamos algún comentario más.



Entre las imágenes más críticas, aquellas que representan a los bebedores y a sus excesos con imágenes infantiles, queriendo mostrar así la pérdida de responsabilidad, de consciencia por parte del bebedor; junto a ellas, imágenes de los efectos del exceso de alcohol, reflejados en vidrios rotos, muebles caídos o pérdida de la compostura, como espejo de la falta de comportamiento adecuado, incluso de moral. En más de una ocasión la actitud indecorosa se refleja con la imagen de un animal, frecuentemente un chimpancé, que se comporta como tal – salta, gesticula, etc. – mientras mantiene en sus manos una botella o una copa. También los efectos del alcohol, se representan con borrachos caídos o que pierden el equilibrio, con gestos desencajados, a veces violentos, como de personas enajenadas.

En muchas ocasiones, aunque las imágenes reflejen una idea común de los efectos del vino – ya sean negativos o positivos –, parece indudable que los ilustradores siguieron ejemplos de artistas pintores e ilustradores contemporáneos.

Es lo que se podría pensar de la ilustración nº 1, titulada «Libertad de cultos»; esta imagen, de las más interesantes que hemos localizado, tiene un doble mensaje pues su título se refiere, sin dudas, a la libertad de cultos religiosos legislada tras la revolución española de 1868, con lo que parece se pretende identificar una determinada política con un comportamiento poco adecuado socialmente. Pero además la imagen del borracho, con el cuerpo en un escorzo que describe perfectamente la pérdida de equilibrio del bebedor, recuerda una pintura del sevillano José García Ramos¹⁶ titulada «Así estaré yo el domingo», cuadro costumbrista andaluz donde un zapatero, con su pequeño taller instalado en la calle – incluyendo, como es costumbre en las zapaterías, al menos en las andaluzas, un pájaro en su jaula –, señala con el brazo a un borracho que, medio caído, se apoya en la pared, su gorro ya en el suelo, mientras le dice a un contertulio la frase que da título a la escena, indicando que el domingo, día de descanso, también él dedicaría su ocio a la taberna. En la caja de cerillas un personaje representativo de las clases medias, al que se pretende mostrar como prototipo de la revolución septembrina, abandona la taberna, su lugar «de culto», mientras pierde la chistera y el bastón, signos de distinción del burgués urbano de mediados del siglo XIX.

Un tratamiento similar a la imagen de la ilustración nº 2, aunque en este caso con el «agravante» de que las protagonistas son dos mujeres. Una escena sin título que representa a un café donde un estirado camarero atiende los requerimientos vinateros de dos señoras, que, como efecto del consumo, parecen perder la compostura adecuada y se las representa de manera poco elegante para mujeres de la época, sobre todo en público: una de ellas fuma y la otra incluso apoya un pie en una silla inclinada, en postura poco educada y nada conveniente para su sexo; de fondo, personajes que pasan sin querer prestar atención a las bebedoras.

Diferentes son las dos ilustraciones siguientes, cuyo mensaje parece favorable al consumo de vinos. La ilustración nº 3 presenta lo que podríamos considerar un verdadero homenaje a la vid y el vino: un personaje, con vestimenta rústica, levanta alegremente y con cierta elegancia una copa de vino con la mano derecha, mientras sostiene una botella con la izquierda, en un escenario donde destacan una parra repleta de uvas y un barril; la escena, como decíamos, parece la celebración de la salida del primer mosto tras la vendimia, un mensaje optimista, positivo, sobre los beneficios de la crianza de los vinos, una invitación a degustar el vino con el que el joven parece ofrecer un brindis. La imagen vuelve a

¹⁶ José García Ramos (Sevilla, 1852-1912) está considerado como uno de los grandes maestros del cuadro de costumbres andaluzas. La obra que comentamos pertenece a una colección particular. Cfr. Quesada, Luis – *La vida cotidiana en la pintura andaluza*. Sevilla, 1992, pp. 194 y ss.

recordarnos a una pintura conocida, en este caso a una obra conceptuada como «copia» de Bartolomé Esteban Murillo, «El vinatero»¹⁷, un magnífico retrato de un hombre joven cubierto con un gorro adornado con limones, que, sonriente y feliz, mantiene con la mano y brazo izquierdo una copa y una botella de vino, mientras parece dirigirse a los que le observan.

También una imagen amable, casi una escena galante, es la que podemos ver en la ilustración nº 4, una carátula de una cajilla francesa en la que un soldado invita a beber a una mujer vestida con atuendo revolucionario; al pie del dibujo una frase atribuida al soldado que se convierte en un claro mensaje ideológico y político: «*Le champagne est du vin de feignant, a nous autres, il faut du raide*».

Muy interesantes son, en este tipo de colecciones con ilustraciones del siglo XIX, y por supuesto en las de las cajas de cerillas, las series de «tipos», es decir, aquellas series que representan escenas de costumbres o tipos de la época, ya sean dinastías reales, artistas o símbolos, como pueden ser la tipología de gorros y otros atuendos con los que cubrirse, o los tipos de lazos de corbatas según la profesión o el estrato social de sus usuarios.

En lo que se refiere a los vinos y otros tipos de bebidas de uso frecuente en la época, destacamos una serie que hemos localizado de dieciséis carátulas en las que los tipos de vinos u otras bebidas, o las medidas de consumo, tienen una representación social y costumbrista muy simbólica. En la ilustración nº 5 encontramos identificados, por ejemplo, el ron con un marino, el vino chacolí con un carlista, el champagne con una elegante mujer con atuendo de la época imperial, el peñascaró con una partidaria del partido federal, la cerveza con un rubicundo alemán, el Málaga con un castizo andaluz, la sidra con un labriego asturiano o el jerez con un escocés.

¹⁷ Se puede ver en el Museo de Bellas Artes de Córdoba. Cfr. Quesada, Luis – o. c., pp. 52 y 57.