

HISTORIA DEL GIN & TONIC

EL ORIGEN DE LA GINEBRA

La ginebra tiene su origen en el siglo XVII en Holanda. Al contrario de lo que ocurre con la mayoría de las bebidas espirituosas, la autoría de la ginebra tal y como la conocemos hoy en día se puede atribuir a una persona concreta, a Franciscus Sylvius, profesor de Medicina de la ciudad de Leyden. Otras fuentes consultadas señalan a distintos inventores, pero en lo que sí hay unanimidad es en el comienzo medicinal de esta bebida espirituosa, conocida en sus orígenes por sus cualidades diuréticas.

Parece ser que la primera vez que fue embotellada fue a manos de Ervin Lucas Bols (sí, el de la marca que existe aún hoy en día), quien la vendía como *aqua juniperi*.

La bebida se popularizó inicialmente en Holanda, desde donde viajó a Inglaterra donde también se utilizó inicialmente como medicina.



EL CORAJE HOLANDÉS

Como fruto de las alianzas entre las tropas inglesas y holandesas durante la Guerra de los Treinta Años (1618-1648) los Británicos se percataron de que los Holandeses tomaban una suerte de poción mágica que les daba bravura y coraje para la batalla. Esta poción mágica no era otra cosa que un destilado a base de enebro. Los ingleses rápidamente le cogieron el gusto al invento y comenzaron a llamarlo el Coraje Holandés (según alguna fuente, este nombre también se debía a que los ingleses eran incapaces de pronunciar la palabra genever... Ahí queda eso).

En Inglaterra el espirituoso por excelencia era por aquel entonces el cognac francés y la ginebra era bastante poco consumida. Fueron las medidas proteccionistas del rey Guillermo III a finales del s. XVII, y posteriormente de Ana Estuardo a principios del s. XVIII, las que popularizaron la ginebra como bebida alcohólica y marcaron los desarrollos en su elaboración. La producción casera y el consumo de ginebra se generalizaron en Inglaterra.

La ginebra en Inglaterra era barata y de escasa calidad. Conocida como "Old Tom", era extremadamente popular entre las clases bajas, siendo muy frecuente su destilación y venta caseras. No obstante, desde un sabor áspero y azucarado fue lentamente evolucionando hasta lo que hoy conocemos como *dry gin*, más concretamente como *London dry gin*, nombre que se le dio por su gran arraigo en esta ciudad.

THE GIN ACT (LA LEY DE LA GINEBRA)

En 1736, en un intento por controlar la producción y venta de la ginebra tanto en cantidad como en calidad, el parlamento de Inglaterra promulgó la Gin Act, la ley de la ginebra. De forma similar a lo ocurrido con la Ley Seca norteamericana, la Gin Act fue un fracaso, dando lugar al incremento de la producción clandestina de un producto de muy baja calidad.

EL ORIGEN DE LA TÓNICA

El agua tónica (*tonic water* en inglés), o tónica es un refresco carbonatado aromatizado con quinina. La quinina es un alcaloide que se extrae de la corteza del árbol de la quina, también llamado "Árbol de la Fiebre" (*fever tree* en inglés), que tiene propiedades tónicas digestivas y nerviosas (de ahí el nombre de la bebida), antipiréticas y analgésicas, pero sobre utilizada para combatir la malaria.

Si bien las cualidades de la quinina eran bien conocidas desde antiguo en las regiones donde se encontraba el árbol, la tónica que conocemos hoy fue creación de la compañía J. Schweppes & Co. en la segunda mitad del siglo XIX.

En el año 1783 el relojero alemán Jacob Schweppes crea el primer proceso industrial para producir agua mineral carbonatada artificialmente, antecesora de la soda, y pone la primera piedra de la industria moderna de bebidas refrescantes. Es el creador de la burbuja, que proporciona efervescencia, potencia los aromas y los sabores, y aporta una agradable acidez.



Al cabo de pocos años la compañía se estableció en Londres, donde en 1834 lanzó el primer refresco carbonatado de limón. Es por fin en el 1870 cuando lanzan la Tónica y el Ginger Ale. La tónica pronto se hace muy popular entre los británicos de la India por su contenido de quinina, utilizada para combatir la malaria.

Con el tiempo la dosis de quinina se ha ido reduciendo a cantidades totalmente insignificantes desde el punto de vista médico, con el fin de evitar los efectos secundarios que altas dosis de esta sustancia pueden tener. Ahora, bajo el indicativo de "contiene extracto de quinina", se usa sólo en cantidades equivalentes a cinco milésimas partes de la dosis terapéutica original y únicamente por su sabor.

EL ORIGEN DEL GIN&Tonic

Como tantas otras cosas, la creación del Gin&Tonic fue fruto de la casualidad.

Pese a que gracias al agua, las burbujas y los aromatizantes de la tónica se había logrado mejorar en gran medida el sabor de la quinina, el resultado todavía seguía siendo bastante amargo. Se dice que fue un oficial inglés a quien se le ocurrió mezclar la tónica con ginebra, para que la bebida pasara mejor. Del gran resultado obtenido nació la popularidad por este gran combinado. Ahí queda eso.

EL GIN&Tonic HOY - EL BOOM DEL GIN&Tonic

No cabe duda de que el combinado de moda en España es el Gin&Tonic. Cierto es que siempre hay un combinado que destaca sobre el resto, y que se trata de algo pasajero. No obstante, el Gin&Tonic ha desencadenado un fenómeno sin precedentes en nuestro país.

El boom del Gin Tonic ha hecho que España se convierta en el segundo país del mundo en consumo de ginebra (según FEBE), con más de 22 millones de litros, y una cuota de mercado del 11% del volumen total de bebidas alcohólicas en España y un 12,8% del valor.

A raíz de este fenómeno han surgido bares especializados, talleres, catas de Gin&Tonic por todos lados. La carta de ginebras de bares y coctelerías ha ido creciendo de forma espectacular; la barras de Gin&Tonic en fiestas y bodas es algo totalmente normal. Este desarrollo ha ido de la mano de la creciente sofisticación y conocimiento del consumidor español.

Esta moda del Gin Tonic ha traído la comercialización en España de alrededor de 240 referencias de ginebra (muchas de las cuales son premium) y de 30 referencias de tónica. España es el mayor consumidor per cápita del mundo y de los países con una mayor oferta disponible. Se han sembrado las bases para la aparición de modas similares, como la tan comentada irrupción del Vodka&Tonic.

En España se producen y comercializan al menos 49 ginebras *premium* y súper *premium*, algunas de ellas premiadas recientemente en prestigiosos concursos internacionales como el San Francisco World Spirits Competition. Muchas ginebras *premium* nacionales de gran calidad pero que, salvo alguna excepción, son grandes desconocidas para el consumidor español. Catabox te presenta y ofrece algunas de ellas.

Pero, ¿a qué se debe este boom? A nuestro entender...

CLAVES DEL ÉXITO DEL GIN TONIC:

- *Refrescante.* Calidad muy apreciada en un país como España.
- *Se puede tomar a cualquier hora del día.* Échale un vistazo a nuestras recomendaciones sobre qué Gin&Tonic y cuándo.
- *El Perfect Serve.* Gran parte del éxito se debe al ritual de la elaboración del cóctel, con una cuidada selección de los ingredientes y una atractiva presentación en copa. La búsqueda del gin tonic perfecto es un tema recurrente en degustaciones y portales online. Visita nuestro artículo sobre la preparación de un Gin&Tonic perfecto.
- *Gran Variedad.* Multitud de aromas y botánicos en las ginebras, con recetas muy estudiadas, así como múltiples variedades de tónica. Todo esto permite una alta personalización y lleva aparejada una sofisticación propia del mundo del vino.
- *Alta calidad,* con una amplia variedad de ginebras y tónicas premium.
- *Moda* mantenida por un mayor conocimiento del producto y sus posibilidades por parte del consumidor (catas, artículos, consejos del barman, etc.). Yo que tú navegaría un poco por el increíble contenido didáctico en catabox.es