vinetur

The Macallan convierte sus barricas de Jerez en el eje de un documental

La película recorre desde los bosques de roble hasta Speyside para mostrar cómo la marca supervisa cada fase

jueves 26 de noviembre de 2026



The Macallan ha presentado Mastery Beyond Reason, un documental de 30 minutos que sigue el recorrido de las barricas de jerez que usa la casa escocesa en parte de sus whiskies. La pieza, narrada por el fotógrafo Steve McCurry y dirigida por Denis Delestrac, recorre una ruta que va desde los bosques y aserraderos de roble en Ohio y el norte de España hasta las tonelerías, los viñedos y las bodegas de Jerez de la Frontera, antes de terminar en Speyside, en el norte de Escocia.

La empresa sitúa el foco en un elemento que considera central en su perfil de sabor. The Macallan sostiene que estas barricas aportan el 100% del color natural y cerca del 80% del sabor del whisky. A partir de esa idea, el documental muestra cómo se

selecciona la madera, cómo se prepara el roble, cómo se fabrica la barrica y cómo se envina con vino de Jerez antes de llegar a la destilería.

El filme reúne los testimonios de los equipos de Coopers Oak, en Ohio; Tevasa Forestal Group, en el norte de España; los responsables de viñedos y bodegas de Valdespino, en Jerez; y Kirsteen Campbell, master whisky maker de The Macallan. La compañía señala que el objetivo es enseñar, paso a paso, una cadena de trabajo que suele quedar fuera de la vista del consumidor y que implica a varios oficios transmitidos entre generaciones.

Uno de los mensajes centrales del proyecto es el grado de intervención de la empresa en la fabricación de sus barricas de jerez. The Macallan afirma que es propietaria de ese proceso y que supervisa cada fase, desde la madera hasta el envinado final. En el sector del whisky, las barricas suelen llegar a la destilería a través de redes externas de suministro, por lo que la firma presenta este modelo como una forma de ganar trazabilidad y mantener un control directo sobre el resultado.

Jane Graham, managing director de cask operations de The Macallan, sostiene que esa implicación en todas las fases permite aprender de los maestros toneleros y conservar las habilidades necesarias para fabricar barricas con las especificaciones de la casa. La directiva vincula esa política con la continuidad del estilo de la marca y con la preservación de conocimientos manuales que, a juicio de la empresa, son básicos para su identidad.

Steve McCurry, colaborador habitual de The Macallan, pone voz al documental y también ha fotografiado cada etapa de la ruta. En palabras del fotógrafo, el proyecto gira en torno a “la visión, el oficio, la pasión y la maestría” y a la idea de captar el momento exacto en el que cada decisión influye en el resultado final. Con esa mirada, la película alterna imágenes de bosques, aserraderos, tonelerías, viñas, bodegas y espacios de producción del whisky.

El lanzamiento incorpora además una parte gastronómica. El sumiller y copropietario de El Celler de Can Roca, Josep Roca, firma seis propuestas de cócteles vinculadas a las seis fases que la compañía identifica en la elaboración del whisky. The Macallan explica que esas recetas buscan trasladar a la copa los aromas y sabores asociados a cada

etapa del proceso mostrado en la pantalla.

La firma ha acompañado la presentación del documental con un encuentro en Madrid centrado en esa misma idea. Durante la cita, los asistentes recorrieron distintos espacios dedicados a los pilares de la casa y a los aromas y matices de sus whiskies. La proyección del filme sirvió también para explicar la relación de The Macallan con Valdespino y el papel que juega Jerez en la preparación de sus barricas.

The Macallan fue fundada en 1824 por Alexander Reid en Speyside, Escocia. La empresa atribuye una parte esencial del carácter de sus single malt al uso de barricas de roble europeo y americano envinadas con vino de Jerez. Ese vínculo con tonelerías y bodegas jerezanas forma parte de su discurso histórico y queda ahora convertido en el eje de una producción audiovisual con la que la marca busca acercar al público un proceso técnico que, según defiende, condiciona buena parte del color y del sabor de cada botella.