



Imagen de unos viñedos sobre una terraza al borde del río Ebro. :: JUSTO RODRÍGUEZ

«No podemos estar satisfechos mientras a los que trabajan la tierra no les salgan los números»

Los retos son tanto de índole económico, como medioambiental o cultural.

El cuestionamiento de la sostenibilidad por una población más sensibilizada ha propiciado el impulso de otros modos y maneras de producción de alimentos, alejados de aquellos cuya única mira era la de obtención de altos rendimientos y del máximo e inmediato beneficio. Se trata de sistemas agrícolas más racionales, como la producción integrada o la agricultura ecológica, más cerca de la sostenibilidad. Llevando este término a la bodega y al proceso de elaboración de vino, se tiende a reducir el consumo de agua y efluentes, a utilizar materiales reciclables en los envases y tecnologías más eficientes que reduzcan el consumo de energía, materias primas y todo tipo de recursos. La higiene y el cuidado de la salud del consumidor son también, dentro y fuera de la bodega, requisitos prioritarios, por lo que se busca la reducción de residuos y la eliminación de todo producto dañino o que pueda suponer algún riesgo para la salud y el medio ambiente.

Y como lo 'verde' tiene gancho comercial, los expertos en marketing no lo desdeñan cuando definen su perfil corporativo o las estrategias de venta. No tenemos más que mirar las páginas web, los catálogos y todo tipo de publicidad de las bodegas para darnos cuenta de su interés por exhibir etiquetas o mostrar una imagen de empresa sostenible durante todo el ciclo de vida del producto.

Ahora bien, no podemos estar satisfechos. No, mientras el paisaje no se valore sino por su componente estético, mientras se sigan arrancando los viñedos viejos, mientras a los que trabajan la tierra no le salgan los números, mientras pagar la calidad no sea la excepción, mientras plantar, dónde y qué, no esté plenamente justificado, mientras las singularidades no se contemplen....

Pero seamos optimistas, nos queda mucho trabajo por hacer pero estamos en el camino. Lo demuestran significativos productores de Rioja que tienen el desarrollo sostenible como divisa. La mayoría de ellos, y no es por casualidad, artífices de vinos muy bien ponderados. Porque cuando se actúa con sentido común y se cree en lo que se hace, el éxito es solo una consecuencia.

Lo verde vende

Antonio Remesal anima a propiciar una vitivinicultura sostenible y recuerda que el consumidor español también la demanda

El enólogo celebra la progresiva mentalización pero aclara que aún queda mucho por recorrer para valorar el paisaje y reconocer singularidades



ANTONIO REMESAL VILLAR
Ingeniero agrónomo y enólogo

bientales del consumidor que, a la hora de la compra, solo se inclinaba por lo 'ecológico' cuando no suponía un coste adicional.

Dentro de nuestras casas, si cuidábamos no dejar encendidas las luces o el grifo abierto era más por ahorrar que por otra cosa. Ante esta realidad, los productores y fabricantes no le prestaban a esta materia más atención que la necesaria para salvar los requerimientos legales (mucho menos restrictivos que ahora) o reducir costes. Hoy, la mayoría de nosotros cuando vemos un grifo abierto, un motor encendido de un coche parado, una botella fuera del contenedor... ya no lo pasamos por alto. El planeta en el que vivimos, con recursos limitados (no solo de naturaleza económica), y sufriendo ya las consecuencias de alteraciones del equilibrio natural tan palpables como el cambio climático, no puede permitirse agresiones superfluas.

Conforme se va instalando una

JORNADA SOBRE VITIVINICULTURA SOSTNIBLE

► **Día.** 20 de febrero de 2014

► **Lugar.** Centro temático del vino Villa Lucía. Laguardia (Álava)

► **Participantes.** Joaquín Araujo, escritor naturalista, y bodegueros que practican y abogan por la sostenibilidad: Abel Mendoza, Juan Luis Cañas, Miguel Ángel de Gregorio, Telmo Rodríguez, Julio César López de Heredia y Juan Carlos López de Lacalle.

► **Organiza.** Arprovi, Diputación Foral de Álava y Consejería de Agricultura y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja.

conciencia sensible al entorno natural, a la hora de elegir un producto u otro, prestamos atención a elementos que hasta hace poco nos pasaban desapercibidos. En la actualidad, también en España lo verde es un argumento de venta. Los fabricantes y empresas vitícolas lo saben, por lo que, además de cumplir con la legislación, tratan de dar una imagen más honesta, más comprometida con el medio ambiente. 'Be green' es un eslogan internacional con el que se propugna un planeta más verde, más ecológico, más respetuoso con la naturaleza, más socialmente comprometido, más sostenible.

Sostenible, aplicado a un proceso según el diccionario de la RAE, es aquel que puede mantenerse por sí mismo. Esto implica equilibrio y durabilidad. Una actividad, en este caso la producción de uva y vino, es sostenible cuando el uso de los recursos no pone en riesgo la capacidad del medio para recuperarse, cuando su explotación es respetuosa con el medio ambiente y cuando se garantiza la seguridad alimentaria y la competitividad a largo plazo.

Dicho de otro modo, el propósito de la vitivinicultura sostenible es satisfacer las necesidades básicas de los que crían la uva, hacen el vino y de los consumidores, garantizando la conservación de los recursos para las generaciones que siguen. Los recur-

LOGROÑO. De manera opuesta a otros países más desarrollados, hasta hace bien poco en España la producción ecológica, entendiendo como tal aquella que toma en especial consideración variables ambientales y sociales, no aportaba valor tangible al producto. Era un hecho la poca sensibilización en aspectos medioam-