



Recogida de espárragos en una finca de Mendavia. :: JUSTO RODRÍGUEZ

Torres más altas han caído...

Rioja debe diferenciar los modelos de producción y explicar sus diferencias



ANTONIO REMESAL VILLAR
Ingeniero agrónomo y enólogo

La viticultura actual muestra ya algunas peligrosas similitudes con tristes ejemplos vividos en el sector agrario como el caso del espárrago

LOGROÑO. Al poco tiempo de llegar a La Rioja, en 1985, aprendí a distinguir la diferencia entre un buen y un espárrago regular. Enseguida me di cuenta de la importancia de este producto para la economía del valle del Ebro: de Navarra, de La Rioja y de parte de Aragón, donde se extiende la Denominación de Origen Protegida (DOP) 'Espárrago de Navarra'.

A finales de los 80, España era la tercera potencia productora de espárragos, solo superada por Estados Unidos y Taiwán. Entonces, en Navarra había unas 9.000 hectáreas dedicadas a este cultivo y actualmente no

llega en toda la denominación a 1.000. En La Rioja, las esparragueras prácticamente han desaparecido cuando llegaron a ocupar casi las 3.000 hectáreas. Era la época en que al espárrago lo llamaban 'oro blanco', por la riqueza y mano de obra que generaba.

El principio del fin del espárrago comenzó cuando los grandes productores y conserveras navarras empezaron a cultivar en Andalucía y Extremadura, con mano de obra más barata y calidad muy competitiva. El remate llegó con los espárragos de países sudamericanos y más tarde de Asia. El consumidor acabó sucumbiendo ante el precio y las carencias de una denominación que no supo defenderse ante un espárrago producido no se sabe dónde y bajo qué condiciones laborales y de seguridad alimentaria. De nada han servido las campañas institucionales para defender el producto local, la obligatoriedad de indicar en el envase la procedencia del producto, la que ofrece un producto de la CEE o el aval suplementario de su DOP.

La industria conservera ha sufrido por el retroceso del espárrago, pero quien ha pagado de verdad los platos rotos ha sido el productor. Hoy que-

dan apenas 350 agricultores de los de 6.000 de los años ochenta. Antes se podía vivir del espárrago con poco más de una hectárea, ahora, sencillamente, no se puede vivir. Los agricultores abandonan el cultivo y, mientras tanto, el negocio paralelo de espárragos procedentes de China o Perú envasados en Navarra, en este caso sin la protección de la DOP, continúa para muchas conserveras. Con todo ello, el espárrago ha perdido crédito para el consumidor, aun cuando el producido bajo el amparo de la DOP siga siendo el que siempre fue.

¿Y el vino de Rioja?

Otras producciones agrarias típicas de estos lares han seguido caminos similares, como el pimiento del piquillo. ¿Estamos ante algo parecido con el vino? La respuesta está en el título de este artículo: torres más altas han caído. Si hay algo que daña la imagen de un producto o servicio es la falta de transparencia. El consumidor debe estar informado de lo que compra porque es su derecho, pero, además, porque si no goza de la suficiente información o sospecha de que ésta es engañosa rehuye la compra. Dudo que la gran mayoría de

compradores puedan entender por qué en una botella de Rioja -lleve contraetiqueta de color verde (joven), rojo (crianza), granate (reserva) o azul (gran reserva)- existen diferencias tan grandes entre unas marcas y otras, cuando todas tienen la misma protección, garantía de calidad y proceden incluso de las mismas localidades.

Algunos recordamos cuando poner un Rioja en la mesa era un símbolo de acontecimiento especial, de celebración. Ni que decir tiene si hablamos de un reserva o un gran reserva. Desde el momento en que podemos ver en cualquier supermercado vinos criados por debajo de los tres euros, el vino de Rioja ha dejado de ser un producto exclusivo o destinado a especiales ocasiones. El prestigio, el glamour, la fascinación que sobre nosotros ejercen los productos de consumo, está ligado a un precio

El Consejo debe facilitar la coexistencia de modelos distintos en Rioja y explicarlos al consumidor

alto, al cual se llega porque el consumidor lo compra o porque el sistema productivo no permite vender más barato. Habida cuenta que las prácticas concertadas para establecer precios son contrarias a las leyes de libre competencia, nos toca convivir con precios muy dispares, que cada productor-proveedor fija (o le fijan) en función de las circunstancias.

Todos los que están en el negocio del comercio se quejan de que las dificultades pare vender son cada vez mayores, ante una oferta amplísima y con el acceso universal a la última tecnología y a la información sobre sistemas de producción ('know-how'), que permite conseguir productos parecidos en ubicaciones a veces muy lejanas.

Con la amplia oferta se aumenta el abanico de opciones del consumidor, lo cual es bueno, pero también se desorienta, más cuando la calidad en un vino es un concepto tan subjetivo y se tiene solo la referencia del precio de la botella como elemento de juicio. Esto pone cada vez más difícil la elección para el consumidor, en cuya mente siempre están la calidad, el precio y, sobre todo, y aquí quería yo llegar, la confianza. Es labor del Consejo Regulador facilitar la coexistencia de modelos distintos en Rioja y la explicación al consumidor de las diferencias entre ellos y no el empecinamiento en su discurso de que 'Rioja solo hay una'.

Síntomas

Algunas alarmas se están encendiendo: disminución del número de pequeños elaboradores cosecheros, la concentración de la producción en cada vez menos operadores, el mayor número de hectáreas de viña que un viticultor necesita para subsistir o la plantación indiscriminada sin criterios de vocación vitícola.

Todas ellas, cuestiones que unos ignoran amparándose en el volumen creciente de ventas, mientras otros se frotan las manos ante campañas como ésta, con rendimientos elevados y precios de uva, por fin, rentables. El espárrago es un ejemplo muy cercano como para no estar atentos a la rápida transformación que vivir en un mundo globalizado conlleva.

La evolución de este cultivo demuestra lo rápido que puede cambiar un escenario en pocos años: ¿el sector del vino está preparado para esos cambios?, ¿se está trabajando en la línea de la diferenciación y de la calidad, única con futuro a largo plazo?, ¿es el sector consciente de la situación o se pierde el tiempo en zarrandajas que no van a llevar más que a la división de fuerzas?

VI LIGA DE GOLF Y VINO

lomejordelvinoderioja.com

TORNEO BODEGAS ALTANZA

Sábado 22 de octubre, Campo de Golf de Logroño

-Modalidad: Stableford Individual
-Premios para los tres primeros de cada categoría (3 categorías):
Premio Scratch, Bola más cercana y Drive más largo

¡INSCRÍBETE!

www.lomejordelvinoderioja.com

