

REDES Y PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LAS COMARCAS VINÍCOLAS DE CASTILLA Y LEÓN: EL EJEMPLO DE LA D. O. BIERZO¹

José Luis Alonso Santos

Vettonia G.I. Equipo de Investigación en Geografía Industrial
Departamento de Geografía. Universidad de Salamanca

RESUMEN

El texto se centra en el análisis del proceso de modernización e innovación registrado en la industria vinícola de la Denominación de Origen «Bierzo» desde la perspectiva de las teorías del distrito industrial y el medio innovador. Ambos conceptos inciden en la cooperación entre los agentes implicados (bodegas, viticultores, centros tecnológicos, administración local y regional) como factor esencial para la constitución de una red productiva sólida, competitiva y orientada a la innovación de productos, procesos, mercados y gestión. Utilizando información cuantitativa y cualitativa, se identifican los agentes, redes y resultados más destacados del proceso innovador reciente, así como sus implicaciones más destacadas para el desarrollo territorial de la comarca del Bierzo. Se concluye con una valoración de la posición de esta Denominación de Origen en el complejo vitivinícola de Castilla y León.

Palabras clave: Denominación de Origen «Bierzo», complejo vitivinícola, redes de innovación, desarrollo local, Castilla y León.

Fecha de recepción: septiembre de 2003.

Fecha de admisión: octubre de 2003.

¹ El trabajo se encuadra en los proyectos de investigación «*Redes y procesos de innovación en las zonas de especialización vinícola de Castilla y León: hacia la formación de un entorno innovador*» (Ministerio de Ciencia y tecnología, Plan I+D+I 2000-2003, referencia BSO-2000-C09-01) y «*Desarrollo territorial e industrialización rural: los procesos de innovación en las comarcas vinícolas de Castilla y León*» (Junta de Castilla y León, referencia SA004/02).

ABSTRACT

This paper analyzes the modernization and innovation processes in the wine industry of the «Bierzo» Wine Quality Council from the focus of the industrial district and innovative milieu theories. Both concepts underpin cooperation among local agents (wineries, grape producers, technical centres, local and regional governments) as a key factor for the constitution of strong, competitive and innovative (in product, process, market and management) production networks. Drawing from quantitative and qualitative information, the paper identifies the most outstanding agents, networks and outcomes of the current innovative process, as well as its implications for the territorial development of the Bierzo region in the Spanish province of León. The paper concludes assessing the role of this district in the wine production complex of the Castilla y León region.

Key words: Bierzo, Wine Quality Council, wine production complex, innovation networks, Castilla y León.

I. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y FUENTES

La práctica reciente de la viticultura en la región de Castilla y León ha protagonizado cambios muy relevantes no sólo para el sector sino también para las comarcas o territorios de cultivo que apenas hace dos décadas veían con desesperanza el futuro de la vid. A continuación se analizan los procesos de innovación registrados en la industria vinícola acogida a la Denominación de Origen «Bierzo» (provincia de León) entendida como un sistema productivo local integrado por el cultivo de la uva, la elaboración de vinos y su distribución a los mercados. Además de este primer nivel *productivo*, el sistema está integrado por un segundo nivel *organizativo* encabezado por el Consejo Regulador de la Denominación, que suministra el marco regulatorio para el correcto funcionamiento de todo el sistema. Este nivel organizativo cumple además la función de conectar institucionalmente la Denominación Bierzo con el conjunto del complejo vitivinícola de Castilla y León, integrado por el resto de las Denominaciones de Origen (Rueda, Ribera del Duero, Toro y Cigales) y Asociaciones de Vino de la Tierra (6), los centros tecnológicos y formativos (Estación Enológica de Castilla y León, sita en Rueda; el Centro de Estudios Enológicos de la Universidad de Valladolid, localizado en Palencia); el Servicio de Investigación y Tecnología Agraria, vinculado a La Junta de Castilla y León; EXCAL, empresa pública especializada en la promoción internacional de los productos de calidad de la región; los sindicatos agrarios y la propia Junta de Castilla y León como máximo responsable de la regulación o nivel *normativo* del sector y agente propiciatorio de la constitución de un complejo vitivinícola regional sólido y dinámico. Todos estos organismos en sus diversas facetas de actuación contribuyen a la información y formación de los agentes empresariales locales y sus técnicos, a la promoción de la innovación y la calidad de procesos y productos, así como a su promoción y venta en los mercados internacionales. Y si bien las empresas particulares tienen libre acceso a sus servicios, siempre es el Consejo Regulador quien mantiene permanente atención respecto a los servicios que estos organismos pueden prestar a sus asociados.

Las innovaciones introducidas en el nivel productivo guardan una relación directa con la constitución de un entorno regional favorable a la modernización del sector vitivinícola. Es en el seno de ese *medio innovador regional* donde hay que situar las transformaciones operadas en el *sistema productivo local* del vino de El Bierzo, que alcanzan a las prácticas vitícolas, los tipos de vinos, las formas de elaboración, los mecanismos de distribución y la propia organización de las bodegas, mayoritariamente vinculadas a capitales locales pero recientemente algunas de ellas en manos de capitales foráneos atraídos por las potencialidades enológicas de la comarca.

El texto se articula en tres apartados: caracterización del proceso de desarrollo cuantitativo del sector en la D.O. «Bierzo», análisis de las innovaciones registradas y valoración de su posición dentro del complejo vitivinícola regional. Para captar las dimensiones cualitativas imbricadas en el sector ha sido preciso trascender la información cuantitativa recurriendo a fuentes de información capaces de medir las variables cualitativas (cuestionarios, encuestas, entrevistas). Técnicas cualitativas, por otra parte, ya experimentadas con buenos resultados (Alonso, Aparicio y Sánchez, 2001; Méndez, 2001) y recomendables para documentar el fenómeno de la innovación o de las relaciones en red debido a su naturaleza intangible y relacional. La información básica de tipo cualitativo para el desarrollo del esquema ha sido confeccionada a partir de distintas fuentes de información que se resumen en:

- Documentación facilitada por el Consejo Regulador y datos disponibles en su página Web (www.crdobierzo.es)
- Entrevistas semiestructuradas en profundidad con las instancias del nivel organizativo e informantes locales seleccionados por su conocimiento de la trayectoria del sector vinícola en la comarca o por su representatividad respecto de los distintos tipos de bodegas existentes.
- Cuestionarios remitidos a todas las bodegas, con el 43.90% de tasa de respuesta e inferior al 52% obtenido para el conjunto de la región.

Cierto que la innovación, aunque se plasme en resultados concretos y palpables, debe ser entendida hoy como fruto de un proceso continuo de adquisición de información útil por parte de los agentes económicos, que la transforman en ventajas competitivas merced a su inserción o arraigo en una red territorializada de interdependencias tanto mercantiles como extra-mercado (Storper, 1997). La estadística existente no proporciona datos sobre esta configuración reticular de las relaciones económicas, lo que limita al investigador a utilizarla como marco de referencia para identificar sectores de producción y territorios dinámicos o regresivos. A partir de ese soporte, las técnicas cualitativas y el trabajo de campo se convierten en herramientas imprescindibles para desentrañar los mecanismos que explican el tránsito desde las viejas prácticas seguidas por la mera reiteración de la tradición a la reinención de los recursos locales como piedra angular de una nueva trayectoria productiva² abierta a la competencia con los productos de otros territorios.

2 Los investigadores participantes en el proyecto coordinado «Cambios organizativos y tecnológicos en los sistemas productivos locales de España: análisis regional comparativo de los procesos de innovación en el territorio» (MCyT: BSO-2000-1422-C09; con equipos de las universidades de Alicante, Complutense, País Vasco, Salamanca —coordinadora— Santiago de Compostela, Sevilla, Valencia y Zaragoza), al que se adscribe el subproyecto que da origen a esta comunicación, vienen dedicando especial atención al desarrollo de metodologías cualitativas para el estudio de la innovación en los sistemas productivos locales.

II. EVOLUCIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN «BIERZO»

Se trata de la única Denominación de Origen de la región externa a la altiplanicie de la meseta que drena el río Duero. Esta singularidad geográfica introduce algunas diferencias bioclimáticas respecto a las dominantes en las riberas del Duero que ayudan a comprender que las variedades autóctonas difieran de las de la meseta. Estando documentada la presencia de la vid en la comarca de El Bierzo desde la época Romana, su cultivo se expande al favor de las influencias y concurrencias de la Ruta Jacobea y la Tebaida Medieval bajo el predominio de monasterios y señores. En el siglo XVI, Ponferrada no sólo era un gran centro productor sino también de trasiego y comercio de vino así como había otras localidades bercianas en que la autoridad local tenía en los impuestos sobre el vino la principal fuente de ingresos (Huetz de Lemps, 1967). Y en fechas más recientes, avanzado el siglo XVIII y en el XIX hasta la grave crisis de la filoxera, los vinos del Bierzo se comerciaban sin dificultad más allá de sus límites geográficos en las vecinas Galicia y Asturias.

El consumo de vino mantenía hondas raíces en la cultura alimentaria berciana cuando se produce la grave crisis de la filoxera. Dice el médico higienista ponferradino Julio Laredo, en 1898, que hasta los niños participan de su consumo así como la clase obrera lo tiene junto con el pan como soporte de su dieta diaria. Y el mismo autor adelanta la elevada cantidad de 257 litros de consumo *per cápita* y año en el municipio frente a la media nacional que sitúa en 57 litros. El consumo en esos años es en gran parte de importación, ya que la producción local ha pasado de 10.479 hectólitros en 1889 a sólo 1.290,6 en 1896 (citado por Alonso, 1984). La ruina de los viñedos del Bierzo, en efecto, supondrá una catástrofe social para los campesinos de los que muchos se ven abocados a la emigración exterior (Argentina, Uruguay). En 1897, y en colaboración con la Diputación de León, se instalaba un vivero de vides americanas en Ponferrada para iniciar la reconstrucción de los viñedos (Alonso, 1984). La larga presencia de la cultura del vino en la vida cotidiana de la sociedad berciana ayuda a comprender su arraigo en la comunidad rural prácticamente hasta la actualidad en que siguen siendo numerosos los elaboradores de su propio vino (y otros licores derivados) en su propia bodega y con las técnicas tradicionales «mamadas» desde la infancia de sus progenitores.

Frente al fuerte arraigo de la tradición, el sector vitícola berciano hace décadas que camina por la senda de la modernización, proceso en el que se deben distinguir dos fases distintas que miden el antes y después de la creación de la Denominación de Origen en 1989.

1. Antecedentes de la D. O. «Bierzo»

Tras la grave crisis de la filoxera se produce una lenta reconstrucción del cultivo fundamentalmente con injertos de vides americanas. Las más de 6.130 Has. existentes en 1889 (la filoxera se inicia en la comarca en 1887) se habían visto reducidas a unas 150 Has. al final de la crisis y ascienden a 1.115 Has. en 1912, según ha documentado Huetz de Lemps. La recuperación del cultivo va a ser notable desde entonces, correspondiendo a los años de autarquía su fase álgida, de modo que en los años sesenta la superficie cultivada era de unas 10.000 Has según datos del *II Pleno del Consejo Económico Social Sindical Comarcal de El Bierzo* (1975). La llegada del regadío a la Hoya berciana (canales Bajo y Alto del Bierzo) y los cambios en la cultura del consumo de vino en la sociedad (calidad frente a cantidad)

coinciden en restar superficie de cultivo y demanda de los vinos tradicionales a granel producidos en la comarca. Ello obligó en los primeros años sesenta a los viticultores bercianos más dinámicos a la promoción de un importante movimiento asociativo para luchar por la mejora de su renta final a través de la modernización del sector. Se crean 6 cooperativas (surgen en 1963 las primeras en Camponaraya y Cacabelos) con los fines de:

- luchar contra el minifundismo;
- solicitar la concentración parcelaria;
- elaborar y comercializar su propia producción;
- solicitar la creación de la Denominación de Origen Bierzo.

Esta última aspiración fue también formulada ante el Ministerio de Agricultura por las Hermandades Sindicales del Campo de los municipios más importantes del Bajo Bierzo. Precisamente, también es en esa década cuando los principales vinateros o almacenistas bercianos introducen las plantas embotelladoras en sus empresas. Es decir, el sector es consciente de los cambios de tendencia que se están operando en el consumo y en los gustos de la demanda e inician el proceso de adaptación. Hay acuerdo³ en considerar la iniciativa cooperativa como el factor más importante de modernización experimentado por el campo berciano. El grado de implantación alcanzado por las cooperativas en su fase inicial viene resumido en el cuadro I.

Cuadro 1
LAS COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS DEL BIERZO. 1975

	Vinos del Bierzo	San Fabián	Vinícola del Bierzo	Vinos del Bierzo	Cepas del Bierzo	Vinícola Villafranquina
	Cacabelos	Arganza	Cabañas Raras	Camponaraya	Ponferrada	Villafranca del Bierzo
Nº de socios	1.331	260	474	1.080	803	537
Hectáreas	1.096	189	346	n.d.	860	657
Kgs/uva 1972	3.877.702	1.115.835	2.687.441	n.d.	3.488.714	3.500.000
Litros 1972	2.732.434	745.570	1.888.889	n.d.	2.587.046	2.400.000

Fte: II Pleno... página 40.

Entre los bodegueros locales también por esos años asistimos no sólo a la unidad de acción con las cooperativas para lograr la D.O. o a la introducción de nuevas máquinas, sino que se genera un proceso de diferenciación en la técnicas de elaboración y en producto hacia vinos de más calidad con identificación de marca (Palacio de Arganza es un buen ejemplo). En el correr de los años, este proceso de adaptación a la realidad del mercado entraña efectos contradictorios como la pérdida de protagonismo de los meros almacenistas y, a la vez, la incorporación de nuevos bodegueros, siempre locales, abiertos a las innovaciones y búsqueda

³ Esta circunstancia ha sido destacada también por Mantero y García-Lorenzana, M^a del Carmen: *Análisis económico de la región del Bierzo*, Instituto Fray Bernardino de Sahagún, C.S.I.C., León, 1973.

de mejores productos, lo que suele llevar unido aportación de viñas propias experimentales o no; mientras, en paralelo, se materializa la reducción de la superficie cultivada debido el progresivo abandono (posteriormente arranque) de los viñedos menos productivos.

En esta etapa, la base productiva sobre la que descansa tanto el sector artesanal como el industrial está protagonizada por los vinos claretes y blancos en menor medida; y las variedades de vid básicas de los primeros son la Mencía, que da origen a los más afamados claretes de la zona, complementada por la Garnacha o Alicante y, en menor grado, la Prieto Picudo. Por su parte, los vinos blancos proceden mayoritariamente de las variedades Palomino y Valencia complementados por la Malvasía. Esta composición varietal de vides cultivadas, tras la creación del Consejo Regulador experimenta cambios relevantes, ya que el tipo de vinos a obtener cambia radicalmente. Los vinos tintos pasan a ser dominantes en base a la variedad autóctona Mencía que se convierte en la «joya» de la D.O., complementada únicamente por la Garnacha y, en vinos blancos, las variedades amparadas son Doña Blanca (Valencia) y Godello estando admitidas también Malvasía y Palomino. La variedad de vides cultivadas en la comarca es, lógicamente, más amplia que la estipulada por el Consejo de la D.O., e incluso muy recientemente, este organismo se ha visto en la necesidad de abrir sus caldos a la presencia controlada de nuevas variedades de vid.

2. La Denominación de Origen «Bierzo»

Sentadas las bases en los años anteriores para acogerse a los principios de la Ley de 1970 (*Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes*) sobre denominaciones de origen, ésta le era concedida en 1989, siendo la cuarta existente en la región (previamente se han creado las de Rueda: 1980; Ribera del Duero: 1982 y Toro: 1987). La protección de la D.O. se extiende a los viñedos ubicados en 22 municipios de la comarca leonesa del Bierzo coincidentes en general con las tierras del Bajo Bierzo. No obstante, ya desde sus orígenes serán los socios de las seis cooperativas (reducidas a cinco tras la venta a particulares de las instalaciones de la cooperativa de Villafranca del Bierzo) el soporte más numeroso de los integrantes de la D.O.

A) Características naturales del medio

Los terrenos de vocación vitícola en la zona no se corresponden con las tierras más bajas u Hoya del Bierzo, regable en gran medida, sino con terrenos casi siempre de secano, en terrazas y laderas, a veces con fuerte pendiente aunque no se ha practicado el abancalamiento, que bordean la Hoya en los cursos bajos de los ríos Boeza y Oza por la margen izquierda y Cúa y Burbia por la derecha del colector principal y único que drena las aguas del Bierzo, el río Sil. Las viñas prosperan entre los 450 y 750 metros de altitud aunque pueden verse plantaciones a niveles superiores. En las terrazas predominan los suelos arcilloso rojizos, de buena calidad, formados a base de margas arenosas y pizarras; aunque en las pendientes de ladera resultan suelos poco o nada aptos para otros cultivos dada su fuerte escorrentía. Otra de sus características es su pobreza en fósforo y calcio, (Ph en torno a 5,6) y en materia orgánica, resultando suelos ligeramente ácidos.

Los rasgos dominantes del clima berciano difieren tanto de los de la meseta como de los de Galicia, haciendo honor a las condiciones de transición entre ambas regiones que caracterizan la comarca. La pluviosidad media es relativamente alta (700/720 l/m²), con diferencias importantes intrazona, ya que el centro meteorológico de Ponferrada registra una precipitación media anual no superior a 570/580 l/m². Con una temperatura media anual próxima a los 13°, el clima resulta suave, benigno y templado, con cierta influencia marítima que atenúa su carácter continental a la vez que la insolación, con una media anual de 2.100 a 2.300 horas garantiza buenas condiciones para el adecuado desarrollo y maduración de la uva. No obstante, aunque con opciones más limitadas que en las D.O. del Duero, pervive el riesgo de los rigores climáticos a través de las heladas tardías de mediados de abril a principios de mayo, que al quemar las tiernas yemas limitan la cosecha; así como los años de excesiva nubosidad y precipitación se puede comprometer la adecuada insolación para que la maduración de la uva sea la ideal, o incluso la *botrytis* puede hacer acto de presencia si las lluvias se presentan en las fechas previas a la vendimia. Inconvenientes que no sólo reducen la cantidad sino que también pueden afectar la calidad o el logro de la adecuada difusión de color⁴ (Rivilla: 1994) en variedades como la mencía, base de los vinos tintos de calidad. Pero, en general, las condiciones climáticas de la comarca son benignas para la vid en la época de desarrollo de la planta entre marzo y octubre.

B) Regulación del cultivo y la producción

La D.O. Bierzo, al igual que el resto de las D.O. del país e incluso las asociaciones de vinos de la tierra, tienen en el horizonte de sus fines la oferta de un producto de calidad que «tenga cualidades y caracteres diferenciados debidos principalmente al medio natural y a su elaboración y crianza», en cumplimiento y desarrollo del artículo 79 del Estatuto del Vino, la Viña y los Alcoholes de 1970. Es decir, la revalorización de recursos considerados por la tradición como propios, si no específicos del lugar o comarca (identificación geográfica que se mantiene en la reciente Ley de la Viña y el Vino de 10 de julio de 2003). De ahí que entre las normas básicas del Reglamento de la D.O. aparezcan con claridad definidas qué variedades de vid son las que pueden ser amparadas o no por las ventajas del mismo, las cuales tendrán que ser elaboradas por bodegas localizadas en el ámbito geográfico de la D.O. En el caso concreto de la D.O. Bierzo, ello supondrá designar a la variedad Mencía como la única protegida para la elaboración de tintos y rosados, aunque también se permite como complemento la Garnacha. Los vinos resultantes no podrán tener menos del 85% de Mencía ni más del 15% de Garnacha. Respecto de los vinos blancos, son la variedad Doña Blanca y la Godello las protegidas, si bien las variedades de Malvasía y Palomino se permiten como complementarias. En suma, se opta por las variedades de más largo arraigo en la comarca aunque no siempre sean las más implantadas al constituirse la D.O.

Lógicamente, y en aras a la hipotética adaptación a los gustos y sabores de la demanda, el reglamento está abierto a la introducción de variedades foráneas, mejorantes de la calidad del producto, bajo condiciones de control muy estrictas por parte del Consejo. Precisamente,

4 Depende de la concentración de antocianos en el hollejo de la uva (Gallego y Lorenzo: 2002).

y en base a esta opción de introducir variedades nuevas surge una fuerte corriente de opinión en los años noventa partidaria de su puesta en práctica para, dicen en el Consejo, mejor adaptarse a los gustos de la demanda que busca *modelos de vinos afrutados, con estructura y diferenciados, que les aporten nuevas sensaciones*⁵. De ahí que en 2001 hayan abierto la opción de introducir tres nuevas variedades de uva como acompañantes de la variedad Mencía en tintos (Tempranillo y Cabernet) y la Chardonnay en blancos, únicamente para vinos con proceso de crianza y siempre con un porcentaje máximo del 15%.

La Geografía del cultivo de la vid es muy dispar entre los 22 municipios que integran la D.O. Como el propio Consejo Regulador señala⁶, los municipios de mayor concentración de cultivo son los de Cacabelos, Toral de los Vados, Villafranca del Bierzo y Ponferrada. Sumándoles los de Arganza y Cabañas Raras, ambos con cooperativa, tendremos identificados los espacios naturales de mayor vocación de cultivo porque son, en realidad, los que reúnen las tierras más aptas para los frutos de la vid. En efecto, la topografía y orientación de las tierras del Bajo Bierzo ofrecen dos áreas separadas de homogénea vocación vitícola. La más amplia localizada al norte de la Hoya, desde Camponaraya por el este hasta Villafranca por el oeste, de amplias y suaves laderas de orientación sur, soleadas y resguardadas de los vientos fríos del norte y noroeste por las elevaciones montañosas inmediatas. La presencia de cuatro de las cinco cooperativas atestigua su importancia. La segunda, de menor extensión, se localiza al sur de Ponferrada, en los mejores secanos de los pueblos de Salas de Los Barrios, Campo, San Lorenzo, Esteban de Valdeusa o Toral de Merayo. Aquí se encuentra la otra cooperativa de producción. El paisaje agrario del valle del Boeza hasta Bembibre presenta una regresión muy marcada del cultivo. Sin embargo, la presencia de la vid trepando por laderas hasta al menos los 900 metros, y hacia el interior de los estrechos valles excavados por los numerosos tributarios del río Sil que se adentran en la orla montañosa que rodea la Hoya del Bierzo, fue una constante en el pasado que aún muestra ejemplos vivos (en cultivo), aunque el abandono y arranque hayan sido la tónica. En estos pagos elevados la vid podía aparecer alternando con los castaños, dispersos, para facilitar la insolación necesaria a la maduración de la uva. Pero en otros casos, cuando la orientación era a la solana y la pendiente reducida, las viñas, en un mercado minifundio, podían coronar el chano.

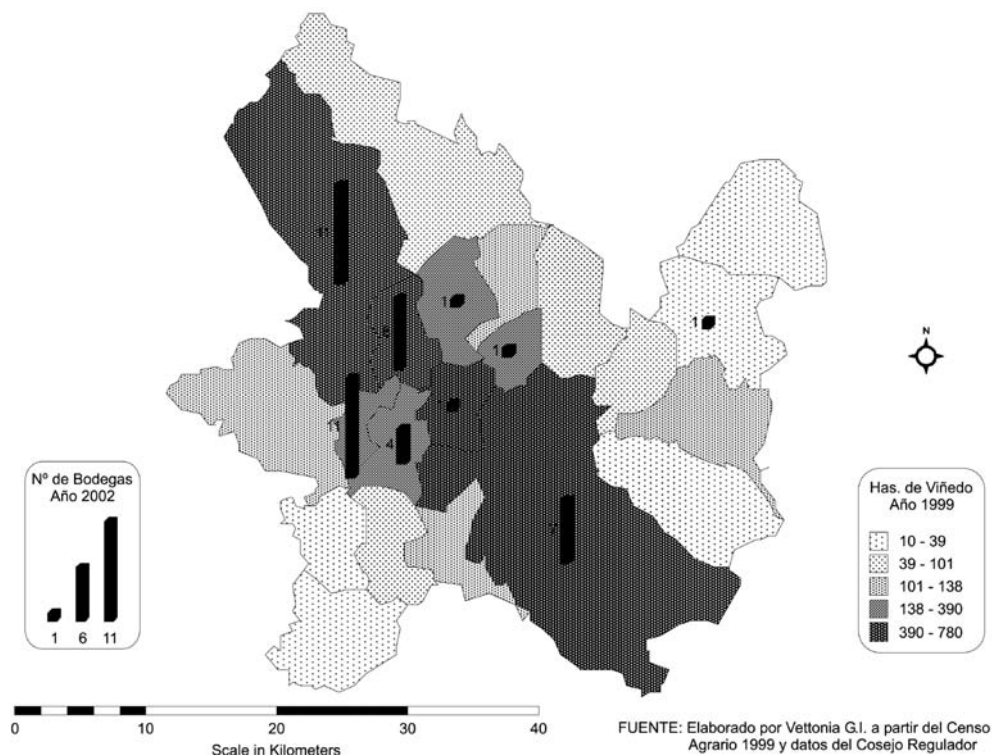
Lamentablemente, todavía hay que seguir lidiando con la falta de precisión al consultar las distintas fuentes estadísticas sobre superficie cultivada⁷ en la comarca. Con las reservas que ello suscita y tomada la superficie declarada de viñedo en los censos agrarios de 1982 y 1999 por los 22 municipios integrantes de la D.O., los seis municipios antedichos totalizan respectivamente el 69,7% y el 76,7% de la superficie cultivada. Como no todo el viñedo existente está en explotación o acogido a la denominación, la estadística del Consejo Regulador presenta cifras más limitadas para 2002 en manos de los 5.032 viticultores asociados (la gran mayoría —4.121— socios de cooperativas o SAT): 4.065 Has. Esta cifra

5 Del informe facilitado por los responsables del Consejo Regulador en julio de 2001.

6 De la entrevista mantenida con el presidente y un técnico del Consejo Regular el 19 de julio de 2001 en la sede del Consejo, en Cacabelos.

7 Los censos agrarios arrojan para el cultivo en la comarca los siguientes datos: Censo de 1982: 4.788 Has.; Censo de 1989: 3.458 Has. y Censo de 1999: 4.129 Has. Sin embargo, en los inicios de la D.O. a los 22 municipios integrantes se le atribuyen unas 7.500 Has. (Rivilla, 1994) y el *Anuario de Estadística Agraria de Castilla y León. 1999* refleja la cantidad de 6.857 Has.

Figura 1: Viñedo y bodegas en la D.O. Bierzo



es inferior a la que aglutinan las seis cooperativas vitivinícolas hacia 1970, lo que muestra la trayectoria regresiva del cultivo en años pasados pero además revela una estructura de la propiedad de la tierra sorprendente para quien no está familiarizado con el pasado agrario de la zona. El minifundismo de la propiedad (agravado por su desmembración casi siempre en varias microparcels) es abrumador y las resistencias a la concentración parcelaria todavía hoy siguen manifestándose con fuerza. Una media de 0,81 Has. por explotación es un triste record de la D.O. «Bierzo» entre las denominaciones de origen vitícolas de Castilla y León. Tratándose de un indicador contundente hemos de resaltar que la práctica de los bodegueros más dinámicos en los últimos años potenciando sus propias plantaciones ha elevado la media (son viñedos que no siempre están acogidos a la D.O.).

Si el cultivo presenta rasgos claros de concentración espacial, se pondrá de manifiesto de forma mucho más fuerte en cuanto a la ubicación de las bodegas⁸, como permite constatar el Mapa adjunto. Las 45 registradas en 2002 se ubicaban en 11 localidades distintas, pero 37 de ellas se agrupan en sólo cuatro municipios: Ponferrada (7), Cacabelos (8), Villafranca (11) y Toral de los Vados (11). Exceptuada Ponferrada por su tamaño y funcionalidad, el sector

8 Existen 12 marcas registradas sin bodega de elaboración según datos del Consejo Regulador en 2001.

vitivinícola se presenta en el medio rural del Bierzo Bajo como el más dinámico, innovador e inductor de rentas, aunque tiende a concentrarlas en los núcleos de población más importantes.

C) El cultivo y sus técnicas

El proceso de modernización del sector ha llegado también al cultivo de la vid. Ello entraña la introducción de prácticas no fácilmente aceptadas por los pequeños viticultores que por años han trabajado con la monótona práctica tradicional. Uno de los cambios más visibles es la introducción de la plantación en espaldera frente a la tradicional en vaso. Pero incluso las viñas plantadas en vaso han evolucionado hacia líneas más distanciadas y cepas más separadas para adaptarse a las exigencias de la mecanización de las labores y propiciar mayor calidad del producto. Las viñas más antiguas, que sobrevivieron a la cultura del arranque o descepe y hoy están bien cotizadas, son dominantes en el amplio minifundio existente, e incluso las plantaciones con más de 70 años de antigüedad representarían aún hasta el 80% de las acogidas según palabras de los responsables de la D.O. La gran mayoría inadecuadas para la mecanización de las labores por la escasa separación entre líneas. La vendimia en este tipo de fincas se hace más trabajosa, ya que los remolques han de quedar al borde de la viña y los vendimiadores han de desplazarse cargando con las cestas (o cajas) hasta ellos. Más lentitud de la tarea y encarecimiento es el resultado final.

Lógicamente, los bodegueros que realizan el control de todo el proceso productivo para el tipo de vino al que aspiran son quienes han desarrollado sus propios campos en las últimas décadas rompiendo el patrón tradicional de cultivo y, bien en vaso bien en espaldera, sus plantaciones se adaptan a las nuevas técnicas de cultivo.

Labores como la poda (determinante del número de yemas por cepa que no pueden superar las 18), los tratamientos fitosanitarios y la tarea final de vendimia son entendidas por el Consejo de la D.O. esenciales para el logro de un producto final de calidad. El dicho de que el buen vino se hace en la viña no es un simple eslogan como revela la estricta regulación que de tales tareas se establece en el Reglamento de la Denominación. Precisamente es en la vendimia cuando el Consejo Regulador pone al máximo su capacidad de control sobre el producto. En esas fechas sus técnicos se multiplican (hasta 25 veedores contratados en la campaña 2001) para llevar el control de la cantidad y calidad de la uva que entra en las bodegas. En el momento de la entrega la uva es analizada y calificada en función de su calidad, de modo que puede ir para vino de calidad, con etiqueta de la Denominación, o ha de destinarse a vino de mesa o graneles. De nuevo, mientras las bodegas particulares tienden a penalizar en precio e incluso a rechazar la uva de mala calidad, las cooperativas siguen muy limitadas en la aplicación de este tipo de medidas, lo que redundará en perjuicio de la imagen de sus marcas. Se trata de notables cambios siempre orientados o dirigidos por personal técnico con el objetivo de que los elementos organolépticos del producto final que dependen de la uva sean lo más equilibrados posible. Los cambios en las prácticas tradicionales y la cualificación de los viticultores es un reto que, sobre todo, las cooperativas de la zona vienen afrontando con serias resistencias pues en su mayoría los viticultores lo son a tiempo parcial, minifundistas que no tienen en la vid su renta principal. Ello está generando un nuevo problema que preocupa a los responsables del Consejo, y es el desinterés de los hijos de estos agricultores

por vincularse estrechamente a la cultura del vino y sus prácticas⁹. Junto al asesoramiento siempre que el viticultor lo solicite, el Consejo promueve cursos de formación dirigidos a los cultivadores con el fin de que sus prácticas se orienten al logro de mayor calidad frente a la mayor cantidad que siempre buscaron (poda en verde; tratamiento con fitosanitarios y su manipulación correcta; vendimia por variedades de uva).

Hemos adelantado que en los inicios del movimiento cooperativo del sector agrícola de la comarca, la petición de la concentración parcelaria aparece como una de las prioridades establecidas para la mejora de las estructuras productivas del campo. Sin embargo, todavía hoy quienes piensan en las mejoras a introducir en el sector vitícola tienen que lamentar la escasa eficacia manifestada hasta el presente en la materia. En efecto, los responsables tanto del Consejo Regular como de la gestión de la cooperativa San Fabián de Arganza¹⁰ coinciden en el arraigo de un apego ancestral al terruño heredado de sus antepasados en muchos de los cultivadores que les convierte en reacios cuando no en firmes opositores a la concentración parcelaria. Incluso los esfuerzos del Consejo en implicar a los alcaldes en el fomento de la concentración se encuentran con fuertes reticencias ante la agitación social que suele suscitar. Se trata de un serio obstáculo para la modernización del cultivo con repercusiones especialmente negativas para las empresas cooperativas.

D) Calidades de uva y tipos de vino

La calidad requerida por la uva para ser calificada para vinos con registro de la D.O. dista de ser común en el conjunto de las viñas del Bierzo, bien porque los viticultores siguen con sus prácticas tradicionales, bien porque hay bodegueros concretos que siguen apostando por vinos mezcla de variedades más amplias que las admitidas por la D.O. o, incluso, porque las inclemencias del tiempo han dañado la uva. Por unas u otras causas en cada cosecha la cantidad comercializada, la controlada por el Consejo y la realmente calificada de calidad acreditada para elaborar vinos con contraetiqueta del Consejo Regulador, difieren de forma notable. Por ejemplo, la cosecha del año 1998 arroja 17.137.158 kilos de uva controlados por el Consejo de los que 13.192.356 kilos fueron calificados para vinos de calidad. Paralelamente, según el *Semanario Bierzo-7* (22/10/1998) más de otros cuatro millones de kilos salían hacia Galicia y Castilla y León fundamentalmente. En la cosecha de 2001 fueron 13,5 los millones vendidos al exterior, 40,1 los controlados por el Consejo y, de ellos, 20 los calificados de calidad. Menor ha sido la cosecha de la última campaña 2003 marcada, en cambio, por la gran calidad del producto. Con apenas 21,3 millones de kilos controlados han sido calificados de calidad nada menos que el 87%¹¹.

En todo caso, de los datos anteriores se desprende que los vinos a granel y de mesa en la D. O. Bierzo siguen teniendo un peso considerable, si bien es cierto que entre ellos se pueden encontrar vinos de buena calidad, excelente incluso, elaborados por bodegueros con una estrategia comercial calculada de modo que tienen acogida a la D. O. sólo parte de su producción.

9 De la entrevista con el responsables del Consejo Regulador.

10 De la entrevista con el gestor de la cooperativa.

11 Información facilitada por Diario de León —17/10/2003— y el *Semanario Bierzo-7* del 23/10/2003.

Cambio notable impulsado por los responsables del sector desde la creación de la D.O. Bierzo en 1989, es la orientación de la gama de producción desde una posición dominante de los claretes a su regresión constante a favor de los vinos tintos que han pasado a ser el producto estrella en base a la variedad autóctona Mencía (complementada por Garnacha). Los blancos ocupan un lugar modesto en la producción final. Las producciones en la campaña 2000/2001 fueron: 8,15% blancos, 11,88% claretes y 79,98% tintos (MAPA: 2001). Si bien la producción está dominada por los *vinos jóvenes* en las tres gamas, cada día, básicamente en los vinos tintos, toman más importancia los *Crianzas* (dos años de maduración con seis meses en barrica de roble antes del embotellado); *Reserva* (tres años de maduración con 12 meses en barrica antes del embotellado) y *Gran Reserva* (cinco años de maduración con 24 meses en barrica antes del embotellado). En los últimos años, algunas empresas han experimentado con éxito la elaboración de vino joven con maceración carbónica así como se viene ampliando la elaboración de crianzas y reservas monovarietales sobre la Mencía.

La evolución reciente del sistema vitivinícola berciano está marcada por un notable dinamismo con la incorporación de nuevas plantaciones y empresas de transformación, algunas propiciadas por capitales foráneos (cinco en 2001). Y en paralelo se ha dibujado un marcado diferencial entre las empresas en función de sus estrategias comerciales: las que innovan buscando un producto de calidad a precios competitivos y las que carecen de esa capacidad de adaptación a la competitividad. Son las cooperativas, por su propia organización, las que tienen menor capacidad de toma de decisiones ágiles para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado¹², pero también entre las empresas privadas las estrategias comerciales tienden a diferenciarse. Hay cooperativas, como la de Arganza, muy pequeña y desfasada en tecnología, gestión y comercialización, con unos 360 socios que en palabras del Gerente de *VINI-MUSA*, empresa que gestiona la cooperativa, se sienten desamparados por la administración y desincentivados para iniciar nuevas inversiones. Muy distinta es la imagen de las cuatro cooperativas restantes y en concreto las de Camponaya y Cacabelos, con más de 4.200 socios en conjunto e importantes inversiones recientes y en condiciones de competir sin desmerecer en calidad con las mejores marcas de las empresas particulares de la D.O.

Entre las empresas no asociativas conviven dos lógicas de funcionamiento diferentes. La que siguen quienes buscan un «nombre de marca» para sus productos en los mercados —incluidos los exteriores— y aquellos que siguen apostando por una oferta amplia y variada de vinos tintos, blancos o claretes elaborados en base a variedades de uva incluso distintas a las autorizadas por la D.O. y, por tanto, ajenos a la misma. Es el caso de *Luna Beberide* que produce fuera de la D.O. con varietales como Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot o Gewurztraminer, lo que le permite realizar coupages y monovarietales¹³. Se trata de una estrategia empresarial compartida por otras empresas en la zona (*Perez Caramés, Castro Ventosa, Palacio de Arganza, Prada*) que apuesta por prácticas de cultivo abiertas a más variedades que las reconocidas por el Consejo Regulador, bien por estar previamente implantadas con buenos resultados, bien por haber experimentado recientemente con éxito. Son

12 El Semanario Bierzo-7, en su número de 27/2/2003, inserta un amplio reportaje con el expresivo título de «las vacas flacas del sector del vino sacuden la vida interna de las cooperativas».

13 De la información facilitada por la empresa. Sólo produce blancos bajo márchamo de la D.O. Bierzo pero si se ha integrado en la Asociación.

estrategias convergentes con las prácticas de la Asociación de Vinos de la Tierra de Castilla más que con las de la D.O. de la comarca. Entre las empresas que ven en la denominación Bierzo un nombre de marca, encontramos empresas pequeñas y, con frecuencia de reciente implantación, que anteponen la calidad a la cantidad del producto (*Pittacum*, *Dominio de Tares*, *Bodegas del Abad 2000*, *Bodegas y Viñedos Paixar*) en unos casos centrándose exclusivamente en tintos semicrianza y crianzas —*Pittacum*— o crianzas y reservas a partir de viñas viejas —*Dominio de Tares*— que incluso pueden estar localizadas en tierras altas y escarpadas forzando la capacidad de adaptación al medio de la variedad autóctona Mencía, como sucede con los viejos majuelos de *Bodegas y Viñedos Paixar*, en la localidad de Dragonte. Por último, hay empresas como el grupo de D. Vuelta (*Señorío del Peñalba* adscrito a la D.O. Bierzo y *Palacio de Arganza* adscrito a la asociación de vinos de la Tierra de Castilla y León) o *Prada a Tope*, con producciones importantes y marcas bien implantadas en los mercados, que mantienen una actitud ambivalente con la D.O., creando marcas fuera de su control. *Palacio de Arganza*, ubicada en Villafranca del Bierzo, es desde los años sesenta una marca de reconocido prestigio, y *Señorío de Peñalba*, sita en el polígono industrial de Toral de los Vados, tiene las más amplias y modernas instalaciones del Bierzo, con capacidad de almacenamiento de 13,8 millones de litros en depósitos de aluminio y otros 4,8 millones en barricas y embotellado.

E) Los mercados del vino

Si bien las cosechas muestran una marcada irregularidad según los años con máximo de 40.078.919 Kgs/uva en 2001 y apenas 7.588.105 Kgs/uva en 1995, el registro de las botellas que salen al mercado medido a través del control que ejerce el Consejo Regulador sobre la producción de la D.O., las etiquetas, muestra un sostenido cuando no espectacular ritmo de aumento, como recoge el cuadro 2. Los mercados locales (provincial) con el 60% de las ventas, siguen siendo los principales, seguidos del regional (20%) y el nacional (15%), con Galicia o Madrid como destinos más importantes. Hay un amplio sentir entre los industriales del Bierzo respecto a las limitaciones que sus vinos siguen encontrando para abrir nuevos mercados así como cuáles son los vinos más serios competidores para su producto. Tanto en la escala del mercado regional como del nacional, los vinos del Bierzo encuentran fuerte competencia en los originarios del resto de las D.O. de la región, en los Rioja y en los procedentes de Castilla-La Mancha.

En cambio, el mismo cuadro evidencia las limitaciones existentes aún en el acceso a los mercados exteriores, donde sólo en los últimos años parece dibujarse una tendencia progresiva frente a la irregularidad de años anteriores. Mercados como el alemán, Suiza y Reino Unido aparecen como los de más larga implantación, si bien otros más recientes como México o Suecia se revelan en los últimos años más dinámicos. No obstante, la penetración en los mercados internacionales de los vinos de la D.O. sigue siendo muy baja, apenas el 3% de las ventas en 2000 según datos del Mapa (5% en 2001 en datos del Consejo Regular). Lógicamente, estos indicadores generales varían enormemente cuando descendemos al análisis individual de las exportaciones de las empresas y sus marcas. Frente a buen número de empresas que no exportan, hay otras con clara vocación exterior donde colocan el 20/25% de la producción (*Pittacum*, *Luna Beberide*). El caso excepcional

lo ofrecen las empresas *Palacio de Arganza* y *Señorío de Peñalba*, con la mitad de sus ventas en el exterior.

Cuadro 2
DENOMINACIÓN ORIGEN BIERZO

BOTELLAS COMERCIALIZADAS		EXPORTACIONES	
Año	Etiquetas	Año	Botellas
1990	562.735		
1991	1.818.301	1991	33.480
1992	1.882.376	1992	165.261
1993	2.015.406	1993	109.079
1994	2.131.158	1994	75.939
1995	2.415.517	1995	38.668
1996	2.427.744	1996	28.917
1997	3.136.345	1997	94.574
1998	3.790.605	1998	106.984
1999	5.052.770	1999	125.778
2000	6.423.350	2000	166.001
2001	6.433.312	2001	99.594
2002	6.650.933	2002	201.464

Fte.: Consejo Regulador.

III. AGENTES, REDES Y PROCESOS DE INNOVACIÓN

Los cambios experimentados en la lógica de funcionamiento de los agentes —viticultores y vinicultores— del sector tienen en el Consejo Regulador de la D.O. su referente principal, aunque ya hemos visto que las cooperativas y la visión innovadora de algunos bodegueros abren el proceso años antes. Considerado el sistema productivo vitivinícola articulado en base a tres niveles de toma de decisiones, la creación de la D.O. representa el *nivel intermedio u organizativo* con la implantación de unas reglas de conducta precisas a seguir por todos los asociados, y es su Consejo Regulador quien vela por su cumplimiento. O sea, el marco institucional personificado en la Junta de Castilla y León como depositario de las reglas de observancia del Mercado Común del Vino de la Unión Europea tiene en el Consejo su eslabón local superior. El Consejo Regulador, de composición paritaria entre viticultores (a través de los cuales pueden estar representados los sindicatos agrarios) y bodegueros, además es transmisor de información e iniciativas entre las instancias superiores regionales y los agentes locales del sector y viceversa, por un lado, y, por otro lado, desarrolla acciones concretas a favor de la formación y la innovación entre los empresarios tanto agrícolas como industriales.

El Consejo de la D.O. desempeña así una función única de intermediación entre los agentes del sistema vinícola regional y los del subsistema local. Estos, a su vez, y en gran medida gracias a la estratégica función del Consejo Regulador se van integrando de forma creciente en un sistema de relaciones en red en la medida en que a través del Consejo fluyen informaciones y acciones compartidas, de interés común en unos casos para los bodegueros, en otros casos para los viticultores, o para unos y otros a la vez. En efecto, siendo el objetivo final del Consejo la búsqueda de un producto de calidad para todos y cada uno de los asociados, las empresas han debido realizar importantes innovaciones que afectan a su organización y división del trabajo. La puesta al día de las técnicas de elaboración tan sólo son punto de partida para la consecución de un buen vino siempre y cuando el buen hacer de los técnicos culmine el proceso. Hoy las principales empresas han incorporado a su nómina profesionales enólogos que, en algunos casos, han salido del seno de la propia familia del empresario. En ocasiones, pequeñas empresas comparten técnico o recurren a los del Consejo Regulador. Químicos, economistas, comerciales, administrativos, son otros profesionales cada día más frecuentes entre las empresas que van cediendo el protagonismo omnipresente del propietario en la toma de decisiones.

Y, a la vez, el objetivo de la obtención de un buen producto trasciende la fase de elaboración y retroalimenta el proceso de mejoras e innovación hacia atrás, hacia la producción de la uva. Toma sentido de esta manera el principio de que el buen vino se hace en la viña. Las mejoras en el cultivo comenzaron en décadas pasadas con la separación entre líneas para permitir la mecanización de las tareas y se extienden al control del número de cepas por Ha. y a su producción de uva que el reglamento establece en el máximo de 11.000 Kgs/Ha. o unos 3,5 Kgs. por cepa, con el fin de que sea la calidad más que la cantidad el referente de producción. Las labores de poda, abonado y fitosanitarios adecuados, así como cuándo y cómo se realiza la vendimia son trabajos muy controlados, bien por los técnicos del Consejo, bien por los de la bodega a la que irán destinadas las uvas. Ello supone la vigencia de una cultura de «fidelización» de los viticultores independientes por parte de las bodegas mientras que las cooperativas guían a sus socios. No obstante, perviven las ventas al mejor postor incluso con destino externo a la D.O. en campañas concretas, lo que ha derivado en expedientes de sanción cuando se trata de socios de cooperativa¹⁴. El viticultor, señalan en el Consejo, parece haber entrado con cierta facilidad en la cultura de la mejora del cultivo en la medida en que ello se traduzca en más altos precios para su uva en función de la calidad. La introducción de análisis físico-químicos en las tolvas de recepción de la uva permite la diferenciación del precio según calidad al menos para las empresas más exigentes, si bien la lógica de funcionamiento de las cooperativas ha frenado su aplicación en las mismas. No obstante, el exagerado minifundismo y el consiguiente papel de renta complementaria que tiene la viticultura para muchos de los cultivadores son obstáculos de importancia a superar para llegar a explotaciones más dimensionadas y cuidadas. La consecución de explotaciones vitícolas más racionales se hace apremiante para la buena evolución del sector, en especial, de las cooperativas de producción.

14 De las declaraciones del presidente del Consejo y el administrador de la cooperativa de Arganza.

Ya hemos adelantado los esfuerzos realizados por el organismo rector del sector en su empeño de perfeccionar las técnicas de cultivo y mejorar la calidad. Sus iniciativas orientadas a lograr la profesionalización y la formación de los viticultores, en especial los más jóvenes, se plasman en la realización de cursos sobre los sistemas de poda (con la poda en verde se pierde cantidad a favor de la calidad de la uva), el uso de abonos y fitosanitarios (suele hacerse uso abusivo de nitrógeno con lo que se facilita la aparición de la botritis), diferenciación de parajes de maduración ya que la diferente insolación y altitud de los terrenos marca grados de maduración distintos de la uva, lo que aconseja realizar la vendimia también en momentos distintos; y otras medidas como la formación de mesas de selección de la uva, recogida de la uva en cajas en lugar de los tradicionales cestos, etc...

Tan importante es cuidar la producción como la promoción y venta del producto y es aquí donde a pesar de los avances realizados, son numerosas las voces que piden mayor compromiso. En efecto, en los últimos años el Consejo viene promocionando la imagen Bierzo en las misiones comerciales y ferias del vino en el exterior en que el sector es invitado por EXCAL. Asimismo, participa en la promoción de los productos de calidad del Bierzo en asociación con el resto de las asociaciones locales de promoción tanto en ferias como en jornadas gastronómicas o en degustaciones con restauradores. La periódica organización de «catas» en las que profesionales de reconocido prestigio degustan los mejores vinos de la tierra dándoles una calificación es otra de las acciones que suele programar el Consejo con vistas a la promoción de los vinos. Esta labor de fomento de la imagen de calidad de los vinos acogidos a la D.O. Bierzo debe ser potenciada, pues todo parece indicar que las calidades y éxitos alcanzados por algunas de sus marcas en los últimos años siguen sin ser suficientemente reconocidos en los mercados no solo internacionales sino también en el nacional, incluso en el propio mercado de la comunidad. La imagen de los tintos de Ribera de Duero y Toro, los rosados de Cigales y los blancos de Rueda aparecen con valoraciones más altas.

Pero si el Consejo Regular es actor principal del éxito reciente de la marca Bierzo, también pesan sobre el mismo interrogantes de cara al futuro, ya que entre los empresarios encuestados hay opiniones divergentes respecto a temas de gran importancia para el devenir del sector. Hay empresarios que ven en la normativa del Consejo una rigidez excesiva, condicionante de la introducción de variedades de uva o prácticas de elaboración que consideran positivas para su negocio; también se va abriendo paso la idea de que la labor fundamental del Consejo Regulador una vez asentada la imagen de calidad de la identidad geográfica toca a su fin, y en adelante debe ser el mercado quien revalide día a día el mayor o menor éxito de los vinos locales; incluso las empresas que han apostado por vinos de calidad alta se imponen criterios de control más exhaustivos que los aplicados por el Consejo, de ahí que tiendan a desentenderse de su funcionamiento. De nuevo, el heterogéneo mundo de las sociedades cooperativas parece el más identificado con la función desempeñada por el Consejo Regulador de la D.O. Y es que la transmisión del conocimiento técnico entre las empresas del sistema productivo local y con las de otras D.O. de la región e incluso de otras regiones del país, no circula exclusivamente a través de los órganos institucionales o formales sino que se ha hecho muy flexible, abierto e informal gracias a los contactos regulares entre profesionales (empresarios o técnicos). Enólogos, ingenieros, economistas, ingenieros, catadores, comerciales, constituyen colectivos en interacción y en competencia entre empresas y territorios de producción que se intercambian información y conocimiento. Las nuevas bodegas surgidas

en el Bierzo en los últimos años son fruto casi en su totalidad de la convergencia de algunos de estos técnicos —locales o foráneos— y capitales externos en apostar por el buen futuro de los vinos del Bierzo.

IV. EL MODELO DE LA D. O. «BIERZO» EN EL COMPLEJO VITIVINÍCOLA DE CASTILLA Y LEÓN

Al valorar el grado de evolución y desarrollo de la D.O. en el marco del sistema vitivinícola de Castilla y León, se pueden señalar algunos rasgos diferenciales y específicos de la misma. Si bien el tema está abierto a interpretaciones y gustos sobre olores y sabores de los vinos, de los numerosos contactos mantenidos en las cinco D.O. de la región se desprenden valoraciones que, al menos, debemos tomar como indicativas del lugar que ocupan los vinos del Bierzo. Y en general, se les considera menos evolucionados e implantados en los mercados de calidad que los vinos de Ribera, Rueda o Toro. También el grado y la intensidad de las relaciones intra-red local de las empresas aparecen limitadas. Presenta en cambio una sólida y amplia implantación de las empresas locales en el conjunto, siendo reciente y limitada la aportación de empresas externas al Bierzo, hecho que puede ser interpretado como prueba de limitado atractivo de la marca Bierzo hasta fechas recientes. Presenta también una asimetría muy marcada en cuanto a la estructura intra-empresarial, pues conviven dentro de la D.O. empresas de tamaño pero, sobre todo, de grado de modernización, competitividad y calidad de sus vinos, muy diferentes.

Se trata de una D.O. dominada por empresas de capital familiar, con larga trayectoria en el sector y pequeña por el número de hectáreas controladas, sólo por delante de Cigales, aunque ocupa el segundo lugar, detrás de Ribera de Duero, por número de viticultores debido, como hemos adelantado, al fuerte minifundio existente.

Hay algunos otros hechos que singularizan al Bierzo en la comunidad vinícola de la región. La circunstancia de ser Ponferrada (más de 61.000 habitantes en 2001) uno de los centros de producción importante, le confiere el umbral de habitantes más alto de todas las D.O., con incremento de población desde 1981 al presente y en contradicción con la negativa evolución del resto de las denominaciones —excepto Cigales— (Alonso, Aparicio y Sánchez, 2003). Pero incluso haciendo abstracción del municipio de Ponferrada, la regresión humana de los municipios vitivinícolas de la Hoya del Bierzo o no se da o es muy limitada. Ello puede ser interpretado como un buen indicador del saludable efecto laboral y social que el sector desempeña en la sociedad rural. Por otro lado, de la información obtenida sobre el terreno, se desprende la sensación de que la relación de las empresas bercianas con las instancias oficiales del sector regional (Consejerías con competencias en el sector, Estación Enológica) están marcadas por la distancia física, manifestándose menos densas que en otras denominaciones estudiadas. De nuevo, El Bierzo se singulariza cuando se trata de promocionar conjuntamente los vinos de Castilla y León. Si bien valoran las iniciativas y campañas promovidas desde la Junta regional en el ámbito exterior para los vinos de la región, simultáneamente tienen en alta estima las promociones de los productos alimentarios de calidad de El Bierzo realizadas con otros sectores locales. Por último, parece dibujarse una creciente impronta sociocultural del sector en la vida social de la comarca en la medida en que la D.O. aparece con creciente intensidad como promotor de valores culturales tradicionales —fiesta

de la vendimia; ferias del vino en los municipios principales— y copatrocinador de actuaciones de recuperación de patrimonio histórico, aunque, paradójicamente, la construcción de su propia sede en un edificio emblemático, ubicado en un hermoso paraje rodeado por un viñedo experimental, en Cacabelos, sigue siendo proyecto.

BIBLIOGRAFÍA:

- ALONSO SANTOS, J.L. (1984): El proceso Urbano de Ponferrada. De centro industrial a capital económica del Bierzo. Gráficas Varona, Salamanca.
- ALONSO, J. L., APARICIO, L. J. Y SÁNCHEZ, J. L. (2001): «Nuevas perspectivas de las fuentes de información para la Geografía Industrial», *Geographicalia*, 40, págs. 5-46.
- (2003): «Los espacios vitivinícolas en Castilla y León: la evolución hacia un sistema productivo de calidad», *Boletín de la AGE*, 35, págs. 101-122.
- GALLEGO GUTIÉRREZ, C. y LORENZO LÓPEZ, S. (2002): «El color del vino se ha convertido en un condicionante para el precio de la uva», *Tierras de Castilla y León*, 87, pág. 71.
- ANUARIO DE ESTADÍSTICAS AGRARIAS DE CASTILLA Y LEÓN. 1999, Junta de Castilla y León.
- MAPA (2001): *Datos de las denominaciones de vinos. Campaña 2000/2001*. Dirección General de Alimentación, Madrid, 41 pp.
- MÉNDEZ, R. (2001): «El uso de entrevistas semiestructuradas en los estudios sobre sistemas productivos locales y medios innovadores». *VIII Jornadas de Geografía Industrial. Comunicaciones*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza y Grupo de Geografía Industrial (AGE), págs. 209-220.
- HUETZ DE LEMPS, H. (1967): *Viñedos y vinos del noroeste de España*, Burdeos.
- RIVILLA MARTÍN, M. (1994): «Viñas y vinos de Castilla y León», *El Campo*, 130, págs. 145-156.
- STORPER, M. (1997): *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*. Nueva York: Guilford Press.
- II Pleno del Consejo Económico Social Sindical Comarcal de El Bierzo*, Ponferrada, 1975, págs. 35-54.