



# UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

## TRABAJO FIN DE GRADO

Título
<b>El vino de Rioja: historia y cultura</b>
Autor/es
<b>Miguel Ángel Ayala Mondragón</b>
Director/es
José Luis Gómez Urdáñez
Facultad
Facultad de Letras y de la Educación
Titulación
Grado en Geografía e Historia
Departamento
Curso Académico
2012-2013



**El vino de Rioja: historia y cultura**, trabajo fin de grado de Miguel Ángel Ayala Mondragón, dirigido por José Luis Gómez Urdáñez (publicado por la Universidad de La Rioja), se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.

© El autor  
© Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones, 2013  
publicaciones.unirioja.es  
E-mail: publicaciones@unirioja.es

**Trabajo Fin de Grado:**  
**“El vino de Rioja: Historia y Cultura”.**

**Autor:**  
**Miguel Ángel Ayala Mondragón.**

**Tutor:**  
**José Luis Gómez Urdáñez**

**Titulación:**  
**Grado en Geografía e Historia**

**Año académico:**  
**2012/2013**



**UNIVERSIDAD DE LA RIOJA**

## **Resumen**

El siguiente texto es un estudio que pretende resaltar los elementos más característicos de los vinos Riojanos en la actualidad; en ámbitos legales económicos y sociales. Realizando, primeramente, un repaso histórico por la evolución del vino; a nivel mundial, Ibérico y posteriormente Riojano. Para con ello entender la condición contemporánea de la llamada “cultura del vino”. Se resaltan además la visión que perciben los connacionales, así como los extranjeros acerca de la producción de dicha bebida.

## **Abstract**

The present paper is a study that pretends highlighting the main characteristics of the Rioja wine nowadays; legal, economical and social situation. The paper carries out an historical review of the wine's evolution worldwide, in the Iberian Peninsula, and locally (La Rioja). This is meant to lead to an understanding of the contemporary circumstances of the so called “wine culture”. The paper also highlights the vision that national and foreign citizens have on the production of this beverage.

## Índice

<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>Primera Parte</b>	<b>5</b>
<b>Segunda Parte</b>	<b>19</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>30</b>
<b>Fuentes</b>	<b>31</b>
<b>Anexos</b>	<b>33</b>

## **Introducción:**

La comunidad autónoma de La Rioja es mundialmente conocida por su producción vinícola, la cual se ha consolidado a través de los siglos. Desde los primeros plantíos de la Alta Edad Media, hasta las vanguardias tecnológicas del siglo XX, la producción ha tenido que enfrentar y superar diversos retos; los cuales, a su vez, han formado su carácter actual. La implantación de la Denominación de Origen Calificada ha posicionado al vino riojano como uno de los mejores del mundo.

De dicho proceso histórico han surgido diversos trabajos historiográficos, que abordan el tema desde enfoques económicos, políticos, culturales y sociales. Sin embargo poco se habla del sentir de los pobladores hacia el vino en los albores del siglo XXI. Sí bien el vino es de las cosas más famosas de La Rioja, existe un sabio dicho que reza: “Nadie es profeta en su tierra”. Resumiendo, lo que este texto pretende es desenmarañar el sentir de los Riojanos hacia el vino. En dos sentidos; el primero la producción, es decir, ¿El vino riojano es de los mejores del mundo?, ¿El mercado mundial es tan sólido como se creé?, ¿La producción de vino brinda una derrama económica a la comunidad autónoma?; el segundo tópico; el vino en la vida diaria, ¿Qué tanto conocen los ciudadanos de la viticultura?, ¿El vino tiene verdadera presencia en su vida cotidiana?

Este trabajo se encuentra enfocado de la siguiente manera; la primera parte se basa un repaso histórico del vino de Rioja, para poder entender, a través de los diferentes procesos y coyunturas la situación actual del misma; en tanto que la segunda parte del trabajo responde a la curiosidad de un extranjero que pretende descubrir los mitos y realidades del vino de Rioja; a través de datos de actualidad y encuestas realizadas.

## **Primera parte**

### **El desarrollo del vino de Rioja a lo largo del tiempo.**

Para poder entender la naturaleza actual del vino riojano es necesario remontarnos en el tiempo, y repasar brevemente los retos que tuvo que enfrentar en sus diferentes procesos históricos. Sin embargo no debemos olvidar que el vino de Rioja no tiene un origen fortuito. Con lo cual resulta necesario que analicemos la aparición del vino en la humanidad, para luego concatenarlo con la península ibérica y específicamente con La Rioja.

### **Los albores del Vino**

Resulta sumamente complicado datar con exactitud el inicio del cultivo de la vid, así como la primera producción vinícola. Los expertos en el tema no han podido brindar un dato exacto sobre el inicio de estos procesos. José Peñín nos dice que la cultura del vino debió de iniciarse cuando el hombre buscaba otra bebida más placentera que el beber agua para calmar la sed. Lo que si podemos afirmar es que el vino es una de las bebidas más antiguas de la humanidad; se han encontrado vestigios arqueológicos cerca del Cáucaso datados en más de 7, 000 años de antigüedad. La referencia escrita más antigua del cultivo de la vid parece ser la que se encuentra en el libro del Génesis.

El vino se fue entrelazando poco a poco en el seno de las antiguas sociedades, en gran medida debido a las condiciones adaptativas que posee el fruto. Durante la época del bronce el cultivo del vino se fue expandiendo en diversas direcciones desde Europa Occidental, y se consolidó debido a las nuevas rutas comerciales que procedían del oriente. Así en Egipto y Fenicia fue considerado artículo suntuario; en Grecia la adoración a la cultura del vino se popularizó, además se le asignó un Dios: Dionisio. Para después ser absorbido por el Imperio Romano.

## **El vino en Hispania**

Si bien es cierto que el Imperio Romano tuvo una presencia importante en la península Ibérica, los historiadores están de acuerdo en afirmar que los primeros vestigios de vid en la península son fruto de los asentamientos fenicios. Argumento que tiene sentido si analizamos las relaciones económicas, privilegiadas dentro de Fenicia como entidad política. Además al ser los grandes marinos y comerciantes de la antigüedad, fundaron diversas bases comerciales, para el intercambio de mercancías; por lo cual la península no fue la excepción. Sin embargo el vino que llegaba era principalmente para consumo de los propios fenicios. Posteriormente con la decadencia del poder fenicio, que llegaría a su fin con la caída de Tiró en el 573 a. C. a manos de los babilónicos; y la consecuente independencia de sus establecimientos, no sólo política, si no industrial y social de los grupos iberos, trajo como consecuencia el inicio de la producción de vino en la Península, actividad que es datada en el siglo VI.

Peñín nos dice que dos grandes yacimientos nos hablan de esta actividad vinícola; uno es el Cancho Roano, en el valle de Guadiana y el Alto de Benimaquia en Denia; pero ya no solo fenicia, sino también griega y etrusca. La primera presencia de agricultores del vino en el valle del Duero.

Sin embargo, la mayor producción se llevó a cabo en la joya romana de Tarraco la capital de Hispania. Los romanos la habilitaron como su centro político debido a sus condiciones geográficas. Los habitantes autóctonos no tardaron en aprender las artes de la vid. Eran tierras donde los cultivos mediterráneos podían florecer libremente de los vientos del norte. Cuando terminó la paz Romana y entraron los bárbaros, el declive agrícola fue enorme y en los tiempos de la Reconquista de España musulmana la zona se constituyó como frontera y tierra de nadie perdiéndole la raíz agrícola de la zona convirtiéndose en bosques y matorrales plagados de animales salvajes. Al término de la Reconquista, el campo de Tarragona volvió a roturarse y las propiedades eclesiásticas hicieron renacer el antiguo prestigio vinícola.



## **Edad Media: Surgimiento de la Rioja.**

Aún cuando ya señalamos los pininos del vino español, no podemos negar la gran acción del Medioevo en lo que hoy es conocido como La Rioja. Durante la Edad Media, tanto el trigo como el vino tuvieron un peso importante en la economía, y debido a la escasez de la moneda, no era raro que se pagaran los bienes con mediante el intercambio de estos productos.

El primer testimonio de viticultura riojana data del año 1065, en el cual el obispo de Nájera reconocía jurídicamente los vinos riojanos en la “Carta de población de Longares”. Una parte del vino que se producía tenía que destinarse al vino de obligación, es decir, para el culto. Años más tarde, en 1102, el Rey Sancho I reconocía jurídicamente los vinos riojanos, y otorgaba a los consejos la potestad de regular su producción y comercio.

Otro testimonio de la producción vinícola es el poema de Gonzalo de Berceo, un clérigo de San Millán de la Cogolla, que escribe en el siglo XIII:

*Quiero fer una prosa en román paladino,  
en el cual suele el pueblo fablar con su vezino  
ca non so tan letrado por fer otro latino  
bien valdrá. Como creo, un vaso de bon vino*

Si bien podemos hablar de una producción vinícola con propósitos específicos desde el Medioevo, no es sino hasta el siglo XVI cuando podemos hablar de una manera más tangible de ella. Durante dicho siglo los cosecheros logroñeses eligieron un símbolo significativo: un anagrama con las iniciales de los apellidos de un grupo de criadores-exportadores. Este, se grababa en los envases para garantizar el origen del contenido, se dejaba constancia de ello ante el escribano público de Logroño. Este anagrama puede considerarse un hecho clave, ya que nos habla indirectamente de la fama creciente de los vinos de Rioja. Este grabado trataba de evitar la falsificación; ya que su éxito había llegado a tal punto que incitaba al fraude.

Por otra parte, aparecen las primeras ordenanzas municipales referentes al vino en Logroño. Se promulgó una ordenanza por la cual quedaba prohibida la entrada de vino de cualquier otra ciudad, incluso ciudades vecinas, para proteger el comercio vitícola de la zona. La importación de uvas de otras ciudades estaba estrictamente regulada debiendo pasar un riguroso control administrativo en caso de querer realizar la importación.

Los siglos XVI, XVII y XVIII suponen la consolidación del Rioja a partir del incremento de su producción. En realidad, la producción del vino de Rioja no ha dejado de crecer desde que se tiene constancia, pero es hasta estas fechas en el que el crecimiento es realmente importante.

Se implantan las primeras medidas de control de calidad y de regulación en la elaboración del vino. Esto supone un gran avance, antiguamente no se cuidaban muchos aspectos en la elaboración del vino que hoy son considerados como esenciales. Para empezar, se mezclaba todo tipo de uvas: blancas con las tintas, garnacha, tempranillo, graciano, viura, entre otras; lo cual generaba malos vinos. Por otra parte la higiene se descuidaba tremendamente. Además, la uva se exprimía al máximo lo cual le otorgaba al vino unos sabores a leña muy desagradables. El mosto se dejaba fermentar durante dos o tres semanas, lo cual ocasionaba la pérdida de gran parte de sus partículas volátiles. El caldo finalmente era depositado en barricas en las que permanecía, con todo y sus heces, hasta el momento de su venta; el hecho de que fuera guardado junto con sus heces hasta el momento del consumo, resultaba en un vino excesivamente corpulento, esto le ganó a los vinos de rioja la fama de que “se podían masticar”. Además no era raro que a la barrica se le añadiera sangre, animales desollados, tocino y jamones bajo el precepto- evidentemente erróneo, de que el alcohol “lo cura todo”. Esto daba como resultado un vino áspero, grosero, basto, negro y desabrido que no aguantaba más de un año sin echarse a perder y que tampoco soportaba los viajes. Por lo tanto, las medidas de control de calidad y regulación adoptadas durante el siglo XVI ayudaron a mejorar la categoría de los vinos riojanos.

La consolidación requirió medidas de seguridad, por lo cual en el siglo XVII se decidió prohibir las nuevas plantaciones a causa del intenso aumento de viñedos que se había asentado. También se recoge en 1632 una normativa a petición de los cosecheros para que se prohibiera el paso de carruajes sobre las calles Rúa Vieja y alrededores ya que esa zona

está poblada, bajo tierra, de calados y bodegas y los cosecheros temían que tanta vibración echara a perder los vinos. Esta normativa fue vigente durante tres años, hasta que anuló por las incomodidades que causaba.

Sin embargo para 1676 tuvieron que volverse más severas las ordenanzas, ya que se estaba produciendo una cantidad excesiva de vino, sobre todo en Haro, por lo cual se decidió prohibir la vendimia al menos que hubiera una perfecta maduración de la uva; se prohibió también el tránsito de animales por los viñedos para evitar ensuciar la fruta; se vetó la entrada de vinos que no fueran de la localidad; se penalizó la mezcla de vinos de distintas calidades o el abrir una cuba sin haber terminado la anterior. Quien no cumpliera esta normativa estaba sujeto a fuertes multas: cumplir un tiempo en prisión e incluso se arriesgaba a la excomunión. De hecho, los miembros de los cabildos de las iglesias de Logroño casi fueron excomulgados al haberse atrevido a vender vino sin respetar el decreto.

Es evidente destacar que todas estas prohibiciones y leyes para regular la producción responden a una sola situación, la mala calidad de los productos. La producción no descendía, la calidad no aumentaba y las posibilidades de hacer negocio con estos vinos escaseaban, hubo una disminución de precios importante. La cosecha del año 1728 fue tan abundante y deficiente que el cabildo de Santa María del Palacio vendió el mosto por no tener vasijas dónde guardarlo. En Haro, se pasó de 8000 hectolitros a 25000. En La Rioja Baja, el vino sustituyó al agua en los trabajos de albañilería y construcción.

Además durante el siglo XVIII la región riojana carecía de las estructuras necesarias para poder desarrollar un verdadero comercio. Los caminos eran tan agrestes que eran intransitables de Octubre a Abril.

Se volvió necesidad dar una solución a estos problemas. Ya que nada hacían los cosecheros riojanos por salvaguardar sus vinos. Tan sólo la consecuencia de cantidades ingentes de vino les motivaba. Los mostos se fermentaban sin tener en cuenta la separación de las uvas, consiguiendo un clarete que no era tal, sino una simple mezcla de una blanca y negra sin mayor miramiento; la higiene era lamentable; además se dejaban fermentar un tiempo realmente excesivo.

La fama y la producción crecían, no así la calidad en el siglo XVIII, don Pedro de Atalay, un comerciante de La Habana, al recibir una partida de vino totalmente echada a perder, escribe un memorial como llamada de atención que fue especialmente reveladora para conocer la situación insostenible de la calidad de los vinos de Rioja:

*Los vinos de Rioja, según observaciones que con motivo de una crecida partida que me llegó enteramente perdida, se han hecho, son susceptibles de una calidad exquisita y se podrán comparar con los vinos de las tierras bajas de Burdeos, si se trabajasen con el cuidado que requieren. Según la experiencia que de ellos se han hecho aquí, se ve que no tienen el cocido suficiente, de cuya falta proviene que no tengan el cuerpo necesario para resistir el transporte a otros climas. Su conducción a las zonas de costa con pellejos bañados por entro con pez les da un gusto desagradable y tan firme que nada basta para quitarlo. Se embarrica con toda su liga y como abunda muchísimo de heces, cada vez que se mueve es para revolverse en ellas y resulta su corrupción, pudiéndose asegurar que mientras se siga este método serán perdidos todos a los más envíos que se hagan de las cosechas de Rioja a estas colonias.*

La carta de Don Atalay fue una llamada de atención sumamente importante, por lo cual no quedó en el olvido. Podríamos incluso decir que a raíz de ella se dieron los primeros intentos reformadores.

### **Las reformas riojanas**

Un factor que no podemos olvidar como mejora indiscutible de los vinos riojanos es la formación de la Muy Ilustre y Antigua Junta de Cosecheros de Vino de la Ciudad de Logroño, organismo gremial sumamente importante desde el punto de vista económico. Fue la primera organización que velaba por los intereses de los cosecheros. Estuvieron trabajando lado a lado con el ayuntamiento hasta mediados del siglo XIX. Sus reuniones periódicas eran celebradas en la Casa Consistorial y solía tener como secretario de la Sociedad al propio escribano del municipio.

Solían tratar temas como la introducción y exportación del vino, la aplicación de las cargas sobre el comercio y el precio del vino. Las remuneraciones que conseguía la junta solían ser de gran utilidad para la ciudad ya que se encargaban de las necesidades más urgentes como las reparaciones del puente del río Ebro; donaban dinero para aulas de gramática, también donaban dinero a la cárcel de Logroño para aliviar la nefasta situación de los reos, aproximadamente 200 maravedís anuales para mejorar su alimentación.

Sus decisiones y acuerdos se adoptaban por unanimidad y eran respaldadas por la autoridad municipal. De forma general, se puede decir que la colaboración de ambas entidades era armoniosa y muy práctica. Esta junta estaba formada por miembros del clero, que figuraban como una gran parte de los productores por razones de beneficios patrimoniales. También formaban parte de ella, los caballeros, los vecinos propietarios de la ciudad y demás gente distinguida. Los miembros más representativos solían ser el Corregidor, el vicario eclesiástico, los jueces de millones, el Prior general, dos representantes eclesiásticos y un número variable de representantes cosecheros.

Se reunían aproximadamente una vez al mes, a demás de una junta general anual. Es estas juntas se decidía por ejemplo la importancia de controlar con exactitud el número y la calidad de las cubas de vino que debería haber en la ciudad. Existía un sorteo que se realizaba para vender con total equidad el vino: Los productores entraban al sorteo con un número de cubas proporcional a la cantidad de cosecha que habían obtenido. Cuando se vendía el contenido de las cubas del primer sorteo, se procedía a un segundo sorteo y a veces se llegaba a realizar hasta un tercer sorteo. Esto refleja el carácter de cooperación y organización entre los interesados. No buscaban competir unos contra otros sino aliarse para prosperar lo máximo posible. Uno de sus mayores logros fue el conseguir pagar impuestos sobre el vino vendido en vez de tener que pagar impuestos sobre el vino cosechado o encubado.

El papel de la Junta de Cosecheros de Logroño fue eclipsado a partir de la creación de la Real Sociedad Económica de La Rioja Castellana en 1878. Su papel fue creciente dentro de la economía y sociedad riojana y su prestigio fue aumentando incluso en los pueblos de los alrededores que acudían a ella como una autoridad veladora de sus intereses.

El nacimiento de la Real Sociedad fue un elemento clave que dio origen a la conciencia provincialista riojana. Las decisiones que se tomaban en ella eran aprobadas en toda la región y respaldadas por las instancias superiores de gobierno. Se juntaron 52 pueblos de La Rioja con intenciones de formar una sociedad con fines económicos enfocados a mejorar las actividades de los viticultores. El rey incluso respaldó esta asociación. La Real Sociedad estaba compuesta por un comisionado de cada uno de los pueblos de su demarcación. Demuestra la gran dinámica de las poblaciones viticultoras riojanas. Intentaban alcanzar iniciativas conjuntas en la región. Fomentaban una integración de intereses gremiales vinícolas, pero además favorecían los comportamientos administrativos autónomos, plantando unos cimientos que pretendían elevar los objetivos y las intenciones de los vinicultores. De cierta forma presidieron la ideología que sería posteriormente el movimiento provincialista riojano.

La primera junta fue celebrada en Fuenmayor en el año 1790, y asistieron 52 de las 54 poblaciones riojanas administradas. Durante una semana estuvieron proponiendo, discutiendo, acordando y votando de manera autónoma, los problemas, sobre todo económicos que tenían en común. Se propusieron medidas que proporcionaran fondos para llevar a cabo un camino que conectara las ciudades de Logroño, Agoncillo, Fuenmayor, Cenicero, Montalvo, La Estrellas, Briones, Gimileo y Haro.

La Sociedad fue creciendo y mucho. A comienzos del siglo XIX ya no era una sociedad exclusiva de pueblos cosecheros sino de cualquier interesado. El crecimiento supuso por una parte un problema para la distribución de riquezas e inversiones, ya que las poblaciones cosecheras ponían como prioridad los gastos para la construcción del camino propuesto por Don Echanove, en tanto que los miembros no cosecheros expresaban su preferencia por arreglar los caminos en mal estado de cada pueblo.

La Real Sociedad Económica de La Rioja convocó un concurso de ideas para encontrar una solución a los excedentes de producción. Recibieron un trabajo de un señor que se definía sencillamente como un eclesiástico. Este se llamaba Manuel Quintano y era un canónigo de la Catedral de Bruselas. Cedió sus memorias de cuanto había aprendido en el Médoc acerca de la elaboración del vino. Quintano había adquirido sus conocimientos nada menos que en las bodegas de los Grands Crûs de Burdeos: Château Haut-Brion, Château Latour, Lafite-

Rothchild, Château Margaux, cuyos métodos se diferenciaban enormemente de las costumbres de elaboración y crianza riojanas. El plan de Quintano fue puesto a prueba durante un año especialmente difícil debido a las abundantes lluvias durante el crecimiento vegetativo. Lo que hizo fue: Limpiar las uvas antes de proceder al prensado; controlar el tiempo de fermentación; llevar a cabo varios trasiegos; y clarificar el vino con clara de huevo. El resultado fue ovacionado sobre todo por la Real Sociedad. Se llevaron muestras de aquel vino a Madrid, Bilbao y Vitoria. Londres y otros países del norte de Europa aplaudieron el logro. El rey otorgó una autorización a Quintano para exportar sus vinos a América, fueron considerados vinos de Castilla lo cual suponía la exención de impuestos y la supresión de un buen número de impedimentos para su traslado y comercialización. Sin embargo, los cosecheros riojanos se molestaron mucho por esta novedad ya que debían hacer frente a los costes de inversión y adaptación para acondicionar las bodegas al nuevo método.

Otro aspecto que es de relevancia es la vendimia que se realizaba generalmente durante la segunda quincena de octubre, dependiendo de las condiciones climatológicas y por lo tanto del grado de maduración de la uva. Algunos días antes se lavaban con agua los utensilios como las cubas, los lagares y las prensas. Como el agua en el siglo XIX no sobraba, se tenía que llevar a las bodegas con bestias de carga, generalmente mulas. Los lagares eran raspados con escobas de púas. Las cubas eran limpiadas con agua caliente, alcohol y en algunos casos, como el del pueblo de Ausejo, con sangre. La vendimia se realizaba durante todo el día, con apenas un descanso, que se empleaba para comer. A veces, se iniciaba la jornada dando un buen trago de aguardiente para dar fuerza a los trabajadores. Las cuadrillas estaban formadas por familias enteras y se ayudaban de córqueles, hoces pequeñas y tijeras. Los racimos eran depositados en serones que se depositaban posteriormente en carros en los cuales había un hombre que se encargaba de acomodarlos, evitando que se aplastara la uva. Después de cenar se procedía al pisado de la uva, tarea llevada a cabo por los hombres. La uva se iba colocando por capas para realizar el pisado de forma gradual y paulatina. El mosto resultante reposaba durante un par de días en el lagar para que fuera cogiendo color y consistencia. No era raro que se añadiera al mosto membrillos, ciruelas, yeso, trozos de carne y más cosas para purificarlo. Para controlar los gases de la fermentación, lo habitual era encender unas cerillas cuya combustión indicaba si

faltaba el aire. Era indispensable también que la bodega estuviera dotada de una *tufera*, chimenea por la cual se permitía la salida del carbónico. Tras la fermentación, el vino era trasladado a las cubas y luego a las prensas. Se realizaban varios trasiegos que facilitaban la eliminación de impurezas: el primero se realizaba en enero, el segundo en abril y el tercero en septiembre. Después de esto sólo quedaba madurarlo en barrica y posteriormente embotellarlo.

### **Inicia el prestigio del vino riojano.**

El escenario estaba puesto, sin embargo, fueron necesarios varios factores para la consolidación del inicio del prestigio vinícola de La Rioja. En primer lugar la intervención de diversos personajes de la época: Guillermo Hurtado de Amézaga, y su hijo Camilo, conocido como en Márquez de Riscal; Luciano de Murrieta y Jean Pineau.

Otro aspecto de suma relevancia es la fundación de la bodega de corte más antigua es la del Márquez de Riscal en 1860. El viñedo francés se vio afectado por el primer éxito de la exportación del vino del Marqués de Murrieta y con la Exposición Universal de París que había ensalzado los vinos del Médoc. Por otro lado el oidio (enfermedad del vino) aparecía como unas pequeñas manchas blancas polvorosas y supuso una disminución radical en la producción de los vinos de Burdeos. Por ende algunas bodegas francesas mandaron a sus representantes a Logroño, Haro, Vitoria, Tarragona y Alicante en búsqueda de bodegas en las que se pudiera intervenir. Éstos se encontraron con unos vinos sorprendentemente extraordinarios, sobre todo en La Rioja, lo cual llevó al establecimiento permanente de algunas casas francesas en esta región, pero sobre todo, en Haro.

Sin embargo, a medida que se va controlando el oidio en Francia gracias al *caldo bordelés*, una mezcla de sulfato de cobre con cal, decae el interés por La Rioja. Aún así, una nueva plaga hará que los franceses vuelvan pronto a La Rioja.

El esfuerzo titánico de creación, en un sentido más estricto, de un vino fue profundamente reconocido por las autoridades españolas. Durante el primer certamen agrícola que se celebró en España, la exposición de la agricultura de Madrid en 1857, el vino presentado



por el general Espartero, duque de Victoria, obtuvo el primer premio. Pero el espaldarazo para los nuevos riojanos llegó en 1866, cuando en la Exposición Vinícola de Burdeos se concedieron tres premios individuales a los vinos Riojanos.

La crisis en Francia coincidió con una fuerte crisis en algunos sectores agrícolas de La Rioja; la disminución del precio del cereal debido a la entrada de granos del extranjero, o la lana que resentía la competencia de los tejidos como el algodón. El viñedo riojano se convirtió en el verdadero sustento económico de la región, sobre todo gracias a la creciente demanda de vinos españoles que pasarían a sustituir los vinos franceses. Se exportaban a Francia unos 500 000 hectolitros mensuales, y la demanda iba en aumento. De 1880 a 1890, la superficie de los viñedos de La Rioja pasó de 34 000 a 52 000 hectáreas. Los riojanos se olvidaron de cultivar el cereal y el olivo, y se dedicaron en pleno a la viticultura. El salario de los jornaleros aumentó en un cincuenta por ciento y a demás el comercio se vio favorecido gracias a la inauguración de las vías del tren que conectaban Haro con Bilbao.

El 1882 se firmó un tratado con Francia en el cual se acordó que los vinos españoles se verían favorecidos por una llamativa reducción de impuestos de cinco francos por hectolitro. Ese año la producción de vino alcanzó los 129 millones de litros. Sin embargo, conforme Francia se fue recuperando de la crisis, la demanda del Rioja fue disminuyendo. A esta crisis se sumó otra: el vino fraudulento. Muchos comerciantes adulteraban el vino para aumentar su volumen. En un principio, le añadían aguardiente hasta conseguir los quince o dieciséis grados, más tarde utilizaron alcohol industrial alemán que resultaba mucho más barato, aproximadamente 70 pesetas por hectolitro. Para conseguir el color, empleaban colorantes, sin importar que algunos de ellos fueran tóxicos como la fucsina. Todo esto dio pie a un refrán popular de la época:

*“¡Ay! ¡Ay! El vino de Haro lo vamos a quemar, que muere mucha gente del vino artificial.”*

Fueron las grandes bodegas riojanas las que lograron sobrevivir a esta crisis. Sin embargo hubo un factor que vino a cambiar toda la estructura conocida de la cultura vinícola.

## **La filoxera**

La *Phyloxera vastatrix* llega a Francia importada desde Estados Unidos accidentalmente por dos viticultores. La filoxera en sí es un pulgón que se alimenta de las raíces de la vid. Se necesitaron más de 30 años para recuperarse de los daños que causó y para burlar esta plaga, gracias al pie americano, que consiste en injertar un tipo de *vitis vinifera* cualquiera en otra de origen americano, ya que ésta es naturalmente resistente a este pulgón. De hecho, hoy en día casi todos los viñedos del mundo, excepto los chilenos y los plantados en suelos arenosos, son injertos de tipo americano ya que aun no se ha logrado erradicar la plaga por completo. La contaminación de la vid por la filoxera supone la muerte de la planta en un periodo aproximado de tres años. La filoxera únicamente ataca a la vid. Es un insecto diminuto y difícil de ver a simple vista pero al formar grupos en las raíces tanto como en las hojas, su color amarillento los hace detectables. Se alimentan de las raíces tanto como del follaje. Reducen notablemente el crecimiento de los pámpanos y la producción de la uva. Marchitan la vid hasta matarla.

Al ser notable la expansión de la plaga por los terrenos franceses, no se dudó en formar en 1878 la Comisión Provincial de Defensa contra la Filoxera cuyo objetivo era crear un fondo económico que permitiera a los viticultores hacer frente a la plaga cuando esta supusiera una amenaza en La Rioja. Se repartieron circulares de la Diputación para evitar la entrada de plantas y productos agrícolas que no cumplieran con las medidas preventivas necesarias. También se recomendó destruir lo antes posible cualquier planta que diera señales tempranas de haber sido infectada al igual que una meticulosa vigilancia por parte de los propietarios en sus fincas.

La enfermedad atacó primero a los viñedos navarros. En 1898, el cerco se fue estrechando sobre La Rioja. Al año siguiente el riesgo era tan alto que se publicó otra circular en la cual se expresaba la absoluta prohibición de importar cualquier tipo de elemento natural relacionado con la vid: sarmientos, cepas y demás, así como cualquier tipo de planta o árbol. Sin embargo la lucha resultó ser inútil. En 1899 se detectan las primeras vides infectadas en un municipio de Sajazarra. Para 1902 todos los viñedos de La Rioja Alta habían sido infectados y para 1904 el resto de los viñedos de la región.

Según las estadísticas, fueron destruidas 36 602 hectáreas de viñedo y 15 900 invadidas por el pulgón. En el año 1909 comienza una larga y dura recuperación que consistió en repoblar la zona de vides, ahora injertadas en un pie americano para evitar una nueva plaga.

Pero, sin duda, la filoxera supuso para España un significativo cambio de mentalidad, y las publicaciones, informes y estudios científicos pusieron fin a principios de nuestro siglo a la obsoleta rusticidad de la viña.

### **La reconstrucción**

Los destrozos producidos por la filoxera poco a poco fueron saliendo a flote, la economía recibió un duro golpe. Tendrían que transcurrir largos años para lograr su recuperación. El cultivo del cereal permitió a muchos agricultores la obtención de algunos ingresos. A pesar del despliegue de este otro sector del campo, no se logró resolver el grave problema económico. No será sino hasta el año 1925 que podemos decir que se ha logrado la recuperación.

Las bodegas riojanas continuaron su crecimiento, y durante este mismo año se lograría el reconocimiento legal de las tierras riojanas. Una Real Orden, comunicada por el General Primo de Rivera, fechada en Madrid el día 6 de Junio abrirá la puerta a la Denominación de Origen del Vino de Rioja.

Alrededor de 1945 comienzan a producirse una serie de hechos sintomáticos. Varios países montan el negocio de falsificación de vinos de Rioja. También se habla de probables entradas de uvas y vinos foráneos de la Rioja. A nadie extraña, por tanto el establecimiento de unas zonas de producción. Ni el asentamiento legal de reglas y técnicas que permiten la elaboración de determinados tipos de vino de acuerdo con una serie de características tradicionales y esencias propias.

Los estatutos del Consejo Regulador, se irán reformado según las diversas necesidades de la época. Claro ejemplo de ello es la reforma de 1970 al aprobarse el “Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes”.

## **El Rioja del Siglo XXI**

En la actualidad, apenas un treinta por ciento del vino de Rioja se elabora de manera artesanal. Los vinicultores han sabido mantener las virtudes de sus métodos sin renunciar por ello a cuantas ventajas les han procurado los avances técnicos.

Aún cuando hay mucho que hacer; ya sea buscar la igualdad jurídica en ambos extremos del Ebro; o resaltar la campaña publicitaria de los vinos riojanos; además de revisar las normativas de la Unión Europea para beneficiar a los vinos de Rioja. La lucha se ha iniciado, y podemos hablar de una consolidación mayor día con día.

En el siguiente apartado se tratan específicamente los factores contemporáneos del vino de Rioja, además de la percepción del público en general hacia él.

## **Segunda Parte**

Una vez que hemos repasado la evolución histórica del vino de Rioja debemos hablar de su función actual, resaltando principalmente los criterios legales, sociales y económicos; para poder entender más a fondo esta denominada “cultura del vino”.

### **Protección Legal de los vinos Riojanos**

En primer lugar tenemos que hablar de los marcos legales por los cuales están amparados los vinos riojanos. Para ello existe la Denominación de Origen Rioja (en general las Denominaciones de Origen aseguran el riguroso control sobre la producción, además de aplicar las normativas en la fase de la comercialización); la cual es considerada la más antigua de España, aprobada en 1926. Un año atrás la palabra Rioja apareció por primera vez en las etiquetas de los vinos producidos en la región.

Además debemos hablar de la existencia del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja. Organismo jurídico encargado de la protección legal de los vinos riojanos, además del cumplimiento de la Ley de Denominación de Origen; es importante hacer un paréntesis importante, si bien la Comunidad Autónoma de La Rioja es la que concentra las instalaciones del Consejo, además de ser el área de acción más significativa. El Consejo Regulador no solo protege los vinos realizados en la delimitación geográfica de La Rioja, dicho de otro modo, la Denominación de Origen de La Rioja no se limita a la comunidad autónoma; sino también a la denominada Rioja Alavesa, perteneciente al País Vasco; y una parte importante de La Rioja Baja, perteneciente al Reino de Navarra. Todo ello a ambos márgenes del río Ebro; y fruto del proceso histórico aún, junto con las condiciones físicas propicias para la producción vinícola.

Son 63, 593 hectáreas; La Rioja (43,885 has.), Álava (12,934 has.), y Navarra (6,774 has.), divididas en 144 municipios (118 en La Rioja, 18 en Álava, 8 en Navarra); protegidas por un consejo integrado por 32 vocales que representan a seis asociaciones de bodegas. Podemos rescatar que las tres grandes divisiones (Rioja Alavesa, Rioja Alta y Rioja Baja); responden a características vinícolas diferenciadas, en La Rioja Alavesa predomina la

influencia del clima atlántico y de suelos de arcilla calcáreos; en La Rioja Alta también predomina también el clima atlántico, mientras que los suelos se reparten entre los arcillo-calcáreos, arcillo-ferrosos y aluviales; en tanto que la Rioja Baja posee un clima más seco y cálido debido a la influencia mediterránea, predominan en ella los suelos aluviales y arcillo-ferrosos.

En este tenor es relevante decir que los suelos de La Rioja resultan muy adecuados para una vinícola de calidad, ya que tiene una estructura equilibrada de arenas, limos, arcillas, además de ser ligeramente alcalino, pobre en materia orgánica y con moderada disponibilidad hídrica durante el verano.

Los tipos de vino que podemos encontrar en la protección de la denominación son Garantía de Origen, Crianza, Reserva y Gran Reserva.

El Consejo de Denominación de Origen, tiene orígenes desde el siglo XIX, sin embargo no sería hasta el año 1970 cuando podemos hablar de un órgano con los medios necesarios para cumplir con eficacia sus funciones.

El proceso de cambio profundo que generó la democratización del país con la Constitución de 1978 acabaría afectando también a la Denominación Riojana y al Consejo Regulador, particularmente al reconocer las Comunidades Autónomas, al quedar la zona amparada en cuatro de ellas (Navarra, País Vasco, Castilla y León y La Rioja). Por lo cual el integrar la administración resultó tarea complicada, ya que respondía a intereses de cuatro gobiernos distintos. Fruto de ello durante el año 1991 tuvo que reformarse el reglamento. Desde esta fecha hasta la actualidad el reglamento ha sufrido diversas modificaciones para garantizar resultados convenientes para las diversas partes que integran la Denominación; sin embargo podemos decir que esto no se ha logrado por completo.

### **Vinos Riojanos: Los preferidos**

Si bien es cierto que una de las producciones más importantes y famosas del territorio español es la producción vinícola, la cual se encuentra presente en las 17 comunidades autónomas en las que se divide la península; el vino riojano, según el estudio Nielsen,

mantiene una supremacía, con respecto a otros vinos connacionales, debido a sus tintos criados en barricas.

Además el estudio también nos dice que 7 de cada 10 vinos que se venden en la hostelería española son de Denominación Rioja. El prestigio que la Denominación tiene, ha permitido afrontar la caída en el consumo de vino que ha sufrido España en el último año; en gran medida gracias a sus exportaciones.

Siendo la tercera nación con más producción a nivel mundial, los vinos españoles pero en específico los riojanos han sabido consolidarse en el mercado mundial. En 2012 las exportaciones alcanzaron hasta dos millones de litros, recaudando más de dos mil quinientos millones de euros.

En últimas fechas la Denominación invirtió 9,5 millones de euros en una campaña publicitaria internacional, dirigida a los países con más consumo de vinos riojanos: España, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Suiza, Suecia, México y China.

Otro de los grandes aciertos que ha tenido la Denominación ha sido la consolidación del vino como bebida oficial de eventos como, los premios Nobel y la feria Interwine.

## **Los Consumidores**

Con anterioridad hemos hablado de lo que son, y han sido los vinos riojanos. Un factor que no puede negarse es la relación inquebrantable que los vinos riojanos tienen con su comunidad autónoma. Esta bebida que crea identidad, y que posiciona a las tierras riojanas en el mapa mundial, es uno de los rasgos que más se destacan a la hora de hablar de La Rioja. Sin embargo, en este tenor surgen nuevas interrogantes, sí bien se dice que nadie es profeta en su propia tierra, sería prudente analizar el comportamiento que tienen los propios riojanos a su vino.

Si bien en los últimos años el consumo de vino de mesa ha disminuido, y el vino de Denominación ha aumentado; de qué depende esta tendencia. El éxito del consumo de vino de Denominación no depende de la esperanza de aceptación absoluta, por parte del

consumidor, en la variación absoluta de precios o la introducción de nuevos productos. Por lo cual, la siguiente parte del trabajo pretende analizar el comportamiento de los riojanos hacía su vino y el consumo del mismo.

Debemos decir que en la actualidad se ha presentado un fenómeno interesante, un creciente interés del consumidor por el mundo del vino, que no necesariamente se traduce en un mayor consumo, si no que más bien se refleja en realizar una compra más mediática, accediendo a una mayor variedad de productos e incrementado en precio medio pagado por botella. En este sentido es necesario profundizar, y decir que los riojanos no solo tienen acceso a vinos de Denominación Rioja; ya que en cualquier lugar de autoservicios se puede encontrar más de 15 diferentes denominaciones de vinos nacionales. Teniendo en cuenta lo que se acaba de mencionar, la posibilidad que las grandes Denominaciones tienen de ofrecer diferentes productos, a diferentes precios, sería la razón principal para explicar las variantes en el mercado interno. Por lo cual, las grandes Denominaciones están reaccionando, y han aumentado sus esfuerzos para crear la imagen de la marca dentro de sus consumidores. Así por ejemplo, las secciones, en cualquier establecimiento, a vinos son más amplias; más diferenciadas del resto; además de proporcionar mayor información al consumidor. También podemos ver como las marcas están siendo respaldadas por grandes bodegas y distribuidores.

En esta situación cambiante y con tendencia a la saturación de los mercados, se considera necesaria incrementar el conocimiento del consumidor por parte de las Denominaciones. Ahora debemos saber, que no todos los consumidores son propiamente españoles, y no todos riojanos. Por lo cual, y con el fin de determinar la escala de actitudes sobre el vino en general y sobre el vino Denominación Rioja. Se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa sobre dos muestras distintas, compuesta por estudiantes de la Universidad de La Rioja: un muestra compuesta por estudiantes y de nacionalidad española, y otra muestra compuesta por estudiantes Erasmus (con nacionalidades distintas a la española).

El cuestionario pretende observar en que situaciones se consume el vino, cuánto dinero se está dispuesto a destinar al consumo de vino, así como el tipo de vino y cuáles son los factores que influyen en la decisión de compra.

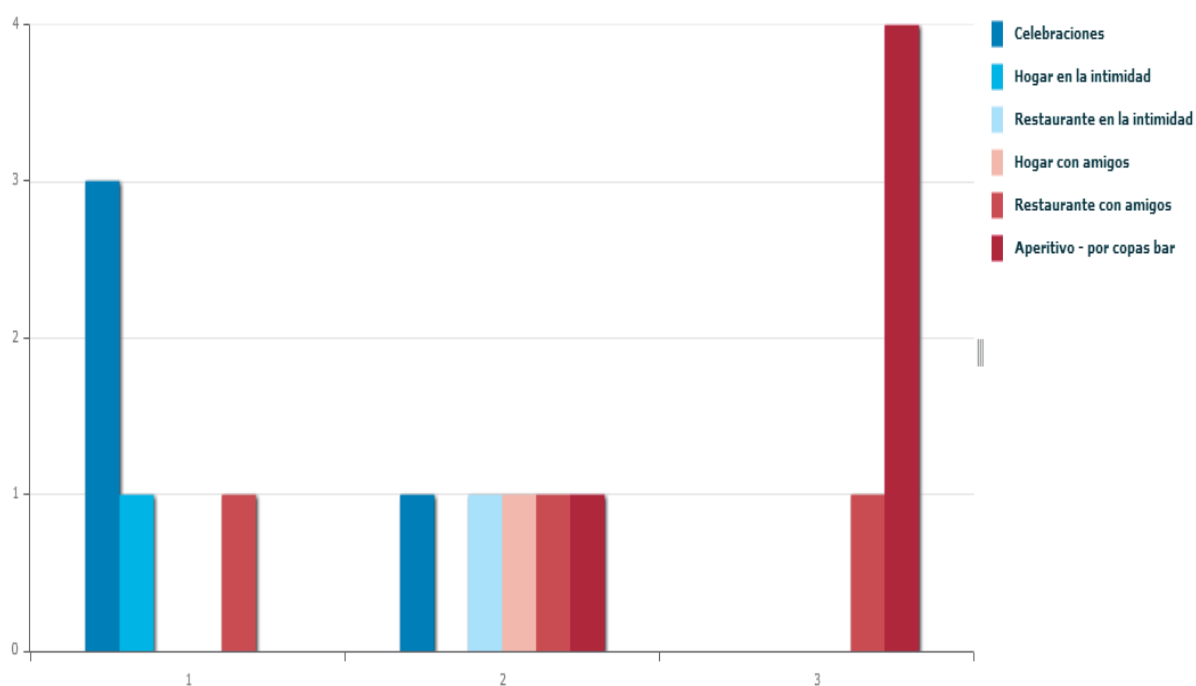


En cuanto al consumo de alcohol, la muestra compuesta por jóvenes españoles, nos enseña que un 50% consume alcohol esporádicamente, mientras que un 12,50 % lo consume diariamente. El resto de 37,50 % no consume alcohol. Dentro de los consumidores de alcohol un 80% afirma que consume vino de manera esporádica. De los consumidores de vino, un 40% prefiere el vino tinto, mientras que los otros tipos de vino contemplados, Blanco, Rosado y Espumoso, es preferido por el 20% para cada uno.

En cuanto a las ocasiones de consumo se les ha pedido a los encuestador una jerarquía de las ocasiones en las que consumen vino con más frecuencia (siendo 1 la más frecuente y 3 la menos frecuente) de entre varias categorías de ocasiones: Celebraciones, Hogar en la intimidad, Restaurante en la intimidad, Hogar con amigos, Restaurante con amigos y aperitivos por copas.

Observamos (Ver Figura 1) que el motivo por el que con más frecuencia se consume vino son las celebraciones mientras que 100 % ha afirmado consumir vino en Restaurantes con amigos y como Aperitivo – por copas, pero sin ser esta la ocasión de mayor frecuencia de consumo. A la vez el 80 % afirman que consumen alcohol en dos de las siguientes situaciones: Celebraciones y Hogar en la intimidad.

**Figura 1: Ocasiones de consumo más frecuente de vino**



**Fuente:** Elaboración propia

A los encuestados se les pidió escoger entre varios tipos de establecimientos a los que acudían a comprar vino embotellado. El 100% escogió los supermercados como lugar de compra más frecuente.

En cuanto a los motivadores de compra, se les pidió que ordenaran los motivadores de la compra en función del peso que tenían en su decisión. El 80% de los consumidores de vino han escogido el precio como elemento decisivo de su compra mientras que el 20 % considera la marca como factor más importante. El segundo factor con más peso en la decisión es la denominación de origen del vino, con un 60% de las elecciones. El tercer factor que más influye es el diseño del etiquetado/envoltorio con un 60% de respuestas a favor de esta posición, y el factor que menos incide en el precio es la marca con un 60% de las elecciones.

El rango de precio que estarían dispuestos a abonar por adquirir vino en el supermercado es el de entre 2,50 € y 3 € con un 60% de elecciones, mientras que 20% no estaría dispuesto a abonar más de 2€ y el resto estando dispuesto a abonar entre 3 € y 4 €.

En cuanto al consumo en restaurantes, el 80% de los consumidores de vino afirma estar dispuestos a pagar entre 6 y 10 € mientras que el resto de 20% estaría dispuesto a pagar entre 10 y 14 €.

Finalmente a los encuestados se les preguntó sobre su conocimiento sobre la Dominación Rioja y sobre cómo influye el poseerla en su comportamiento de compra y en el precio que estarían dispuestos a pagar por una botella.

El 80% afirma tener conocimientos sobre la Denominación Rioja. De esta muestra el 80% afirma tener conocimientos medios y miedo bajos sobre la denominación de origen, mientras que el resto afirman tener conocimientos mínimos.

De esta muestra el 60% considera que la calidad del vino Rioja es de nivel medio alto y alto, mientras que el 40% considera que la calidad del vino es de calidad media baja y baja.

En cuanto al precio dispuestos a abonar, observamos que aumenta el rango de aceptabilidad del precio, estando dispuestos el 80% a abonar entre 3 y 4,5 € en el supermercado y el 60% entre 10 y 16 € en un restaurante.

En cuanto al consumo de alcohol, en la muestra compuesta por jóvenes extranjeros, el 44% afirma que consume alcohol los fines de semana, mientras que un 33% consume alcohol varios días a la semana, el 11% lo consume de manera esporádica y el 11% no consume alcohol. De esta muestra, la mayoría afirman consumir vino de manera esporádica (56%), mientras que 22% lo consumen varios días a la semana y 11%. El 11% no consume vino a pesar de consumir alcohol.

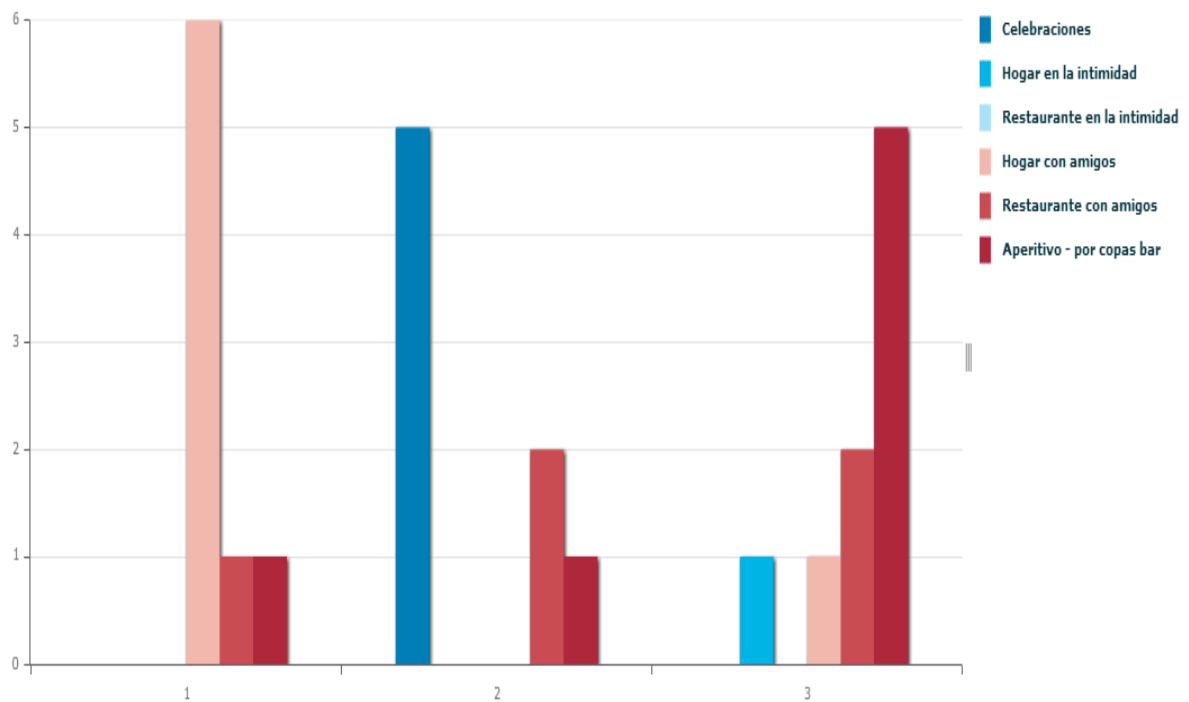
Entre los consumidores de vino, el 56% suele consumir vino tinto, mientras que el 22% prefieren el rosado y el blanco y el rosado con 11% cada uno.

A continuación, analizaremos la muestra de estudiantes extranjeros, aplicando la misma manera de análisis de las respuestas al cuestionario anterior. Para esta muestra se ha usado el mismo cuestionario que para la muestra anterior, con el fin de poder llevar a cabo comparaciones entre los dos grupos de individuos.

Los jóvenes extranjeros eligen como ocasión de consumo más frecuente el consumo en el hogar con los amigos (75%) mientras que el segundo motivo más frecuente de consumo son las celebraciones (62%). Como tercer motivo el 56% afirmó consumir vino como aperitivo por copas.

A la vez (ver Figura 2) el 77,78% afirma que por lo menos en dos de las siguientes ocasiones de consumo lo hacen con más frecuencia: Hogar con amigos, celebraciones y restaurantes con amigos.

**Figura 2. Ocasiones de Consumo Vino Jóvenes Extranjeros**



**Fuente:** Elaboración propia

A los encuestados se les pidió escoger entre varios tipos de establecimientos en el que acudían a comprar vino embotellado. El 89% escogió los supermercados como lugar de compra más frecuente mientras que el 11% afirma adquirir vino en una tienda especializada.

El precio fue elegido como el factor con más peso en la decisión de compra, por un 55,56% de los encuestados. El segundo factor que más influye en el precio ha sido la denominación de origen mientras que el tercer factor que influye en la decisión de compra es la marca siendo esta elegida por un 55,56% de los encuestados. El factor que menos influye en el proceso de compra, según el 44,44% de los encuestados es el etiquetado de la botella. Sin embargo cabe destacar que el 88,89 % de los encuestados han situado el precio, como el primer o segundo factor más importante que influye en la decisión de compra.

El rango de precio que estarían dispuestos a abonar por adquirir vino en el supermercado es el de entre 1,50 € y 2 € con un 44% de las respuestas, mientras que el 33% no estaría dispuesto a abonar más de 2,5 € y el resto estando dispuesto a abonar más de 4,5 €.

En cuanto al consumo en restaurantes, el 44% de los consumidores de vino afirma estar dispuestos a pagar entre 6 y 10 € mientras que del resto el 33% estaría dispuesto a pagar entre 10 y 14 €, 11% más de 18 € y el resto no más de 6 €.

Finalmente a los encuestados se les preguntó sobre su conocimiento sobre la Denominación Rioja y sobre cómo influye el poseerla en su comportamiento de compra y en el precio que estarían dispuestos a pagar por una botella de vino de 0,75 l.

El 67% afirma tener conocimientos sobre la Denominación Rioja, un porcentaje menor que el que se da entre los jóvenes españoles. El 37% afirma tener conocimientos medios y bajos sobre la denominación de origen, mientras que el 24% poseen conocimientos medio altos y altos sobre la Denominación. El 38% afirma poseer un conocimiento mínimo sobre este sistema de certificación y protección legal.

De esta muestra el 58% considera que la calidad del vino Rioja es de nivel medio alto y alto, mientras que el resto de 42 % considera que la calidad de este es de calidad media –baja y baja.

En cuanto al precio dispuestos a abonar, observamos que hay ligeros aumentos en el rango de aceptabilidad del precio, sin embargo se mantiene la tendencia de gasto sobre el vino: El 38% pagarían entre 1,5 y 2€ en el supermercado, mientras que 12 % pagaría menos de 1,5 €, 12% pagaría entre 2 y 2,5 €, 12 % pagaría entre 4 y 4.5 € y el resto pagaría más de 4,5 €.

En cuanto al consumo en restaurantes, aumenta la tendencia de aceptabilidad de los precios, con un 38% que estarían dispuestos a pagar entre 10 y 14 €, el 25% entre 6 y 10€. A la vez el 12 % no pagaría más de 6 € por una botella, y otro 12% pagaría más de 18 €.

A partir de los siguientes datos podemos destacar lo siguiente, en primer lugar, observamos que el consumo de alcohol aumenta entre los estudiantes extranjeros, pero observamos que entre los jóvenes españoles se da un porcentaje minoritario de individuos que lo consumen diariamente. En segundo lugar, Observamos que la actitud de los jóvenes españoles hacia el consumo del vino tiene la misma tendencia, aun cuando aumenta la frecuencia de consumo entre los jóvenes extranjeros. Además Observamos que entre los jóvenes españoles el motivo de consumo más frecuente suelen ser las celebraciones mientras que

para los estudiantes extranjeros lo son las reuniones con amigos, en varias formas; casa, restaurantes.

En tanto al conocimiento de la Denominación Rioja la actitud de los estudiantes españoles se traduce en una mayor predisposición a pagar más por el vino, mientras que para los estudiantes extranjeros tiene una menor importancia, influyendo en mejor medida en su percepción del precio.

Podemos observar claramente que los españoles riojanos brindan mayor relevancia a sus propios vinos a la hora del consumo. Por lo cual se clarifica la idea de que es una parte muy importante de su vida, y que está muy presente en su vida cotidiana.

### **Fiestas en honor del vino**

Como último apartado es relevante hacer hincapié en un elemento importante de la denominada cultura del vino. Esto es las fiestas del vino. Como bien sabemos en todas las sociedades humanas, la necesidad de tener elementos de identidad, así como ligarlo con una celebración de aquello que los hace únicos, ha generado grandes festejos, algunos incluso conocidos a nivel mundial. Es el caso de la Vendimia del Vino o San Mateo en la ciudad de Logroño, es claro ejemplo de ello. Esta fiesta, declarada de interés cultural, se celebra el 21 de Septiembre de cada año. Se desarrolla un acto tradicional en el paseo del Espolón, donde se ofrece a la Virgen de la Valvanera, patrona de la ciudad, el primer mosto de la vendimia. Este mosto se obtiene tras el pisado de la uva por parte de dos hombres vestidos con el traje regional. Dentro de un tinaco, unidos por los brazos, dan vueltas, donde se han depositado los racimos de uvas, hasta que logran llenar la primera jarra que será ofrecida a la Virgen.

Durante toda una semana se realizan muestras gastronómicas, por parte de las bodegas de las Peñas. Además se realizan actividades taurinas, entre otras actividades culturales.

Es relevante decir que esta fiesta tiene sus orígenes desde el siglo XII, ya que durante este siglo se obtiene la categoría de villa, por lo cual tienen derecho a una celebración patronal; poco a poco, y con el paso de los siglos la fiesta se fue consolidando.

Otro claro ejemplo de una fiesta dedicada, es la denominada “Batallas del Vino”, en el municipio de Haro. La cual es celebrada el 29 de Junio, fecha que coincide con la festividad de San Juan y San Pedro. El origen de esta festividad, y de tan original nombre, tiene como origen un conflicto territorial entre la localidad burgalesa de Miranda del Ebro, y la rioja de Haro. Para refrendar el dominio de la comunidad de Haro deben acudir a la peña donde se realizan las actividades, sino lo hicieren perdería la posesión territorial de ella. Las batallas del vino, consisten precisamente en eso, todos los asistentes recrean una lucha donde el arma es el vino, el cual es arrojado de unos a otros.

La última fiesta a la que haremos mención es a las Batallas de Clarete, en la localidad de San Asencio. Esta tiene lugar el 25 de Julio, en torno a la festividad de Santiago Apóstol. Al igual que las batallas de Haro, las batallas del Clarete son batallas de vino, pero con vino clarete, alrededor de 40 000 litros son arrojados durante ese día. Es relevante decir que esta festividad es la más joven de todas, ya que solo cuenta con 27 años de existencia, fruto de la iniciativa de los socios de la Bodega Peña Clarete.

Como podemos observar, el vino está tan arraigado a la vida cotidiana de los riojanos que han desarrollado sistemas festivos en torno a él.

## **Conclusiones**

Al finalizar este trabajo solo podemos afirmar que el vino de Rioja ha tenido un largo proceso histórico en el cual ha tenido que enfrentarse a serios problemas, pero que al mismo tiempo han ayudado a su consolidación, hasta convertirse en un producto con prestigio mundial. Es innegable el gran papel que la Denominación Calificada ha tenido en este proceso.

La protección legal que la Denominación ha brindado a los vinos, ha permitido el control de la producción y evitar la falsificación, que con anterioridad había sido un gran problema, y que mermaba las utilidades de las diferentes bodegas.

Otro factor que es de suma importancia destacar, es que a pesar de los esfuerzos de la denominación por consolidar su consumo entre los extranjeros; éstos brindan mayor peso a otros factores de consumo como el precio. En tanto que los connacionales asignan gran valor a sus propios vinos.

También podemos ver como para la vida de los riojanos, los vinos producidos en su región son los preferidos; además de asignarles un gran valor en su vida cotidiana, tanto que desarrollan actividades festivas en torno a ellos y su producción.

Como último argumento debemos reconocer que los objetivos al principio propuestos se han cumplido, las preguntas se han respondido, y a pesar de que los datos son muy relativos, los riojanos asignan un gran valor al vino, y se sienten orgullosos de que la producción se realice en sus tierras, es decir, entre ellos. Además de fomentar la “Cultura del Vino” entre los forasteros.



## Fuentes:

- Barco Royo, Emilio, *El Rioja en el mundo, Cuaderno de campo*, nº23, 2002.
- Gómez Urdáñez, José Luis, *El rioja histórico, la denominación de origen y su consejo regulador*, Universidad de la Rioja, 2001.
- *La Rioja, sus viñas y su vino*, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, 2009.
- Llano Gorostiza, M., *Los vinos de Rioja*, INDUBAN, 1973.
- Página Oficial de Denominación de Origen Calificada Rioja:  
<http://es.riojawine.com/es/home.html>  
13/Mayo/2012.
- Página Oficial de Turismo de La Rioja:  
<http://www.lariojaturismo.com/index.php>  
22/Mayo/2013.
- Página Oficial de Vinos de España:  
[http://www.winesfromspain.com/icex/cda/controller/pageGen/0,5120,1559872\\_6759258\\_6759254\\_0,00.html](http://www.winesfromspain.com/icex/cda/controller/pageGen/0,5120,1559872_6759258_6759254_0,00.html)  
14/Mayo/2012.
- Pino Tarragona, Glikeya, Público y privado en el modelo organizativo de la denominación de origen calificada “Rioja” Problemática Jurídica, en *Anuario Jurídico de La Rioja*, Universidad de La Rioja, Parlamento de La rioja, 2005.
- Pan-Montojo, Juan, *La Bodega del Mundo: la vid y el vino en España (1800-1936)*, Alianza editorial, 1994.

- Peñin, José, *Historia del vino*, Espasa Calpe, 2008.
- Quero, Serafín, *El vino: historia, arte, literatura*, Litoral, 2008.

**Anexo I: Cuestionario - Percepción sobre el Vino en La Rioja**

**1 - Sexo**

- Femenino  Masculino

**2. ¿Cuál es su edad? (seleccione un tramo)**

- 18 - 25 años  25 - 35 años  >35 años,1

**3. ¿Cuál es la frecuencia con la que consume alcohol?**

- Diariamente  Varios días a la semana  Fin de semana  
 Esporádicamente  Nunca

**3.1. Si ha elegido nunca ¿Cuál es el motivo?**

- No le gusta  No consume alcohol  
 Considera que da mala imagen beber alcohol  
 Recomendación médica  Otros

**4. ¿Cuál es la frecuencia con la que consume vino?**

- Diariamente  Varios días a la semana  Fin de semana  
 Esporádicamente  Nunca

**4.1. Si ha elegido nunca ¿Cuál es el motivo?**

- No le gusta  No consume alcohol  
 Considera que da mala imagen beber vino  Recomendación médica  
 Otros

**5. ¿Qué tipo de vino consumen con más frecuencia?**

- Blanco  Rosado  Tinto  Espumoso

**6. Ocasiones de consumo: ¿Cuáles son sus 3 ocasiones de consumo más frecuentes? Selecciona 3 respuestas y ponga 1 a la más frecuente y 3 a la menos**

	1	2	3
Celebraciones			
Hogar en la intimidad			
Restaurante en la intimidad			
Hogar con amigos			
Restaurante con amigos			
Aperitivo - por copas bar			

**6. Lugar de Compra**

- Bodega  Súper e Hipermercados  Tienda Especializada  
 Tienda Tradicional  Internet

**7. Motivadores de compra, ¿Cuáles son los aspectos que más valora a la hora de comprar un vino? Ejemplo: si lo que más valoro es el precio le pongo 1, lo segundo que más valoro es la Denominación de Origen le pongo 2 así sucesivamente hasta 4. Se trata de hacer una lista ordenada de lo que más valoro a lo que menos valoro a la hora de comprar un vino.**

	1	2	3	4
Precio				
Denominación de Origen				
Diseño etiqueta - botella				

Marca

--	--	--	--

**8. Rango de precios que pagaría por una botella de vino en un supermercado, para consumo frecuente. Precios en Euros.**

- menos de 1,5    1,5 - 2    2 - 2,5    2,5 - 3    3 - 4    4 - 4,5  
 más de 4,5

**9. Rango de precios que pagaría por una botella de vino en un restaurante. Precios en Euros**

- menos de 6    6 - 10    10 - 14    14 - 16    16 - 18    más de 18

**10. ¿Conoce los vinos con DO La Rioja?**

- No    Si

**11. ¿Qué grado de conocimiento tiene de los vinos DO La Rioja. Ejemplo 1 es un conocimiento excelente, 5 es un conocimiento mínimo?**

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Consume vino con DO La Rioja?**

- Diariamente    Varios días a la semana    Fin de semana  
 Esporádicamente    Nunca

**13. Puntúe la calidad de los vinos DO La Rioja. Por ejemplo, 1 es el valor de más calidad y 5 el de menos.**

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Rango de precios que pagaría por una botella de vino con DO La Rioja en un supermercado para consumo frecuente,**

- menos de 1,5    1,5 - 2    2 - 2,5    2,5 - 3    3 - 4    4 - 4,5  
 más de 4,5

**15. Rango de precios que pagaría por una botella de vino con DO La Rioja en un restaurante. Precio en Euros.**

- menos de 6    6 - 10    10 - 14    14 - 16    16 - 18    más de 18

¡Gracias por su colaboración!