
NOTAS

DESARROLLO DE ALGUNAS COMARCAS DE CATALUÑA GRACIAS AL POTENCIAL ENDÓGENO EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

Gemma Molleví Bortoló*

Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional.
Universidad de Barcelona

RESUMEN

En este estudio se explica como el proceso de desarrollo de unas comarcas de Cataluña ha tenido lugar gracias a un subsector tradicional de la agricultura, la vitivinicultura. Y como esta vitivinicultura ha sido ahora el factor de desarrollo gracias al potencial endógeno, a los habitantes de esas comarcas que han creído en una producción de vino de calidad.

Palabras clave: potencial endógeno, vitivinicultura, desarrollo de un territorio.

ABSTRACT

In this study it is explained as the process of development of some *comarcas* of Catalonia has taken place thanks to a traditional subsector of the agriculture, the vitiviniculture. And as this vitiviniculture has only now been the development factor thanks to the endogenous potential, to the inhabitants of these districts that have believed in a production of wine of quality.

Words key: endogenous potential, vitiviniculture, development of a territory.

Fecha de recepción: octubre 2003

Fecha de admisión: julio 2004

* Esta comunicación ha sido realizada en el marco de una investigación más amplia sobre *Desequilibrios territoriales, mercados de trabajo y áreas marginales en Cataluña*, dirigido por la Dra. Roser Majoral, financiado con el proyecto BSO2001-3095, de la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CYCIT), y con el *Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional*, dirigido por la Dra. Roser Majoral, financiado con el proyecto 2001SGR-00016, del Ajut de Suport a la Recerca dels Grups Consolidats del III Pla de Recerca 2001/2004 de la Generalitat de Catalunya.

I. INTRODUCCIÓN

Hay algunos recursos físicos y humanos que pueden potenciar un territorio, consiguiendo desarrollarlo, es decir, mejorando tanto los aspectos económicos como de bienestar y calidad de vida de la población que vive en ese territorio. Además, a veces, se producen «efectos dominó», y el desarrollo de un sector concreto de la economía genera el despertar de otras pequeñas economías. Esto ha sucedido en la comarca del Priorat en Cataluña, convirtiéndose en un ejemplo seguido por otras comarcas catalanas que se encontraban en una situación similar. En el Priorat, el factor decisivo fue el recurso humano, los agentes locales, la imaginación y la innovación de unos enólogos que se instalaron en esta comarca e invirtieron con sus conocimientos en el sector vitícola y en la producción de un vino de calidad. La vitivinicultura, que se había realizado siempre en esta comarca, a su vez, actuó de revulsivo en otros sectores económicos y tuvo unos efectos sociales y medioambientales muy positivos. Los enólogos, con la práctica de su vitivinicultura, han sido el revulsivo que ha modernizado, actualizado y mejorado no sólo la economía de un territorio sino también la calidad de vida de la población.

II. DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN TERRITORIOS RURALES

El desarrollo rural (Bes, J., 2000, 95) pretende conseguir el equilibrio y crecimiento tanto en los aspectos económicos como en el bienestar social de la población de las zonas rurales, manteniendo los recursos naturales y preservando el medio ambiente. Un territorio puede desarrollarse a partir de sus recursos físicos o de sus recursos humanos o de la conjunción de ambos. El sistema tradicional de planificación estratégica se divide en cinco fases, a saber: análisis de la situación de ese territorio, formulación de estrategias y definición de los objetivos, elaboración del plan estratégico, implantación de la estrategia, y seguimiento y control del plan desarrollado (Colom, A., 2000, 50). El análisis de la situación del territorio estudiado puede hacerse mediante el *Sistema DAFO* (Colom, A., 2000, 50), sistema que evalúa los puntos débiles y fuertes de ese territorio y de la economía desarrollada en él y de sus amenazas y oportunidades.

En la Figura 1 se pueden valorar algunos de los recursos físicos y humanos de los cuales puede disponer un territorio. Entre los factores humanos destacan los agentes locales, la educación, la administración y las actividades culturales. Entre los recursos físicos son relevantes el uso óptimo y racional de los recursos endógenos, la singularidad o la diversificación. Podría suceder que si se usara alguno de estos recursos o más de uno habría unos efectos óptimos en las vertientes económicas, sociales y medioambientales, que permitirían el equilibrio territorial y el aumento de la calidad de vida de la población rural, sin omitir la posibilidad de que todo este proceso se hiciera con un gran respeto por el medio ambiente y la conservación del paisaje.

En la actualidad, son los recursos endógenos los que están destacando por encima de los demás. Estos recursos, que pueden ser tanto los que hacen referencia a la población como a los productos locales, están ganando importancia por su singularidad. En un mundo cada vez más globalizado, la especificidad de unos productos gana valor en el mercado mundial. Sin embargo, los recursos físicos endógenos han existido siempre. Por lo tanto, la novedad está

en los recursos humanos endógenos, es decir, los agentes locales que usando unos recursos físicos que sólo se dan en ese territorio o produciendo un producto que sólo se realiza en ese lugar, son capaces de que ese territorio aparezca en el mercado mundial y sea conocido. Los agentes locales pueden ser empresarios, distintas escalas administrativas o la población civil, pero lo importante es que alguno de ellos tenga una idea y la realice.

<p>RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agentes locales, recursos endógenos • Educación • Administración - Leyes - Creación de Denominaciones de Origen que protejan un producto específico y singular de ese territorio - Implicación de las entidades supranacionales, como la Unión Europea, que ha incidido mucho en el sector agrario • Culturales - Gastronomía - Arquitectura y arte - Fiestas populares - Turismo cultural 	<p style="text-align: center;">AL POTENCIAR UNOS RECURSOS, SE GENERAN ALGUNOS EFECTOS, QUE SUMADOS, PUEDEN DESARROLLAR ALGUNAS COMARCAS CATALANAS</p>	<p>EFECTOS ECONÓMICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar nuevas innovaciones en la agricultura • Fomentar el cooperativismo, especialmente para que el agricultor pueda desarrollar todas las fases del proceso, lo que puede hacer aumentar su renta personal • Rentabilizar el producto, buscando la calidad, más que su producción en masa, generando un valor añadido del producto • Fomentar el <i>efecto dominó</i>, como por ejemplo industrias complementarias o rutas turísticas singulares
<p>RECURSOS FÍSICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso óptimo de los recursos endógenos • Aprovechar la singularidad de algún recurso físico como el suelo, el clima o el paisaje • Aprovecharse de la diversificación de un producto o de la posibilidad de realizar varios productos propios 		<p>EFECTOS SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equilibrio territorial y social, ofreciendo estímulos a los jóvenes para que se establezcan en el campo • Bienestar social y mejor calidad de vida al aumentar las rentas • Fiestas culturales que arraiguen en la sociedad estableciendo vínculos de identidad, hoy más necesarios con el proceso de globalización
		<p>EFECTOS MEDIOAMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservación del medio y del paisaje, pues no se abandona ni los campos ni los pueblos • Producciones ecológicas y respetuosas con el medio ambiente

Figura 1. Recursos humanos y físicos que si se potencian pueden originar unos efectos de desarrollo económicos, sociales o medioambientales en un territorio rural.

III. EJEMPLO DE DESARROLLO TERRITORIAL A PARTIR DE UN PRODUCTO TRADICIONAL, EL VINO, CON UNA NUEVA VARIANTE, LA CALIDAD

El Priorat es una comarca catalana que había sido adscrita como una de las regiones más marginales de Cataluña. La Terra Alta, el Alt Empordà, la Conca de Barberà, han sido otras comarcas marginales. Todas ellas, además, se caracterizaban de tener un alto grado de ruralidad. Son comarcas situadas en su mayoría en el interior de Cataluña, con muy malas comunicaciones y con muy pocas posibilidades de desarrollo, pues su población ha ido decreciendo y envejeciendo en las últimas décadas. Pero algo ha cambiado. Y empezó en la comarca del Priorat, precisamente. Y más concretamente, en el sector vitivinícola. Y este cambio no ha venido dado por sus recursos físicos, pues estos han existido siempre, sino porque su población ha innovado en el campo de la agricultura de la vid y en la producción del vino de calidad. El desarrollo ha venido al usar un recurso de siempre pero que ha sido vendido de forma diferente, en el cual el papel del potencial endógeno ha sido fundamental.

En 1980, Jaume Ciurana describía en su obra *Los vinos de Catalunya* un panorama poco agradable para los vinos de algunas comarcas catalanas históricas¹. De hecho, no era el único que pensaba de esta forma². Sin embargo, Jaume Ciurana ponía énfasis en que si los vinos del Priorat, por ejemplo, se modernizaban, o encontraban nuevos mercados o se invertía en ellos en capital y recursos humanos podían tener un futuro prometedor. Además el autor afirmaba que si la producción de vino en la comarca del Priorat se desarrollaba no sólo se beneficiaría esta comarca, sino que sería un ejemplo a seguir por las otras comarcas vitícolas catalanas³. Actualmente se puede afirmar que esta situación ha tenido lugar, pues nuevos enólogos llegaron a la comarca, invirtieron en capital y conocimientos, aprovechando especialmente un recurso físico singular de la comarca como es la *llicorella*⁴, abrieron nuevos mercados y modernizaron el sector vitivinícola. Así pues no ha sido un proceso sorprendente, en cuanto Jaume Ciurana lo avanzaba en 1980. Lo sorprendente es que finalmente unos agentes locales hicieron esta «revolución» que Jaume Ciurana había propuesto, seguramente sin conocer su existencia, sólo por un motivo: creyeron en algo.

1 «El panorama actual de la vinya a Catalunya és divers. L'activitat vitivinícola està en un punt que, segons quina sigui la direcció de les accions col·lectives, pot degradar-se totalment, pot continuar fent la viu-viu com fins ara, o pot desenvolupar-se en un sentit creador de riquesa i de benestar per a la nostra població agrícola» (Ciurana, J., 1980, 92).

2 «L'anàlisi de la realitat comarcal (del Priorat) difícilment pot fer que siguem optimistes sobre la situació econòmica, i fins i tot sobre les possibilitats futures» (Margalef, J.; Tasia, J.; 2000).

3 «Una comarca pobra i decadent, pot esdevenir una font de riquesa i un exemple de desenvolupament per a tota Catalunya» (Ciurana, J., 1980, 140). Esta cita se refiere a la comarca del Priorat, que podía convertirse en un ejemplo de desarrollo para las otras comarcas si lograba mejorar su situación, algo posible según el autor, porque la comarca tenía suficientes recursos para ello.

4 El suelo de la comarca del Priorat histórico es rico en minerales y está formado por *llicorella*, de tipo pizarroso. La *llicorella* se caracteriza porque se encuentra por encima de los estratos del suelo, con lo cual protege las raíces de las plantas de la influencia directa de los rayos del sol, conserva el calor diurno y refleja la luz hacia los racimos de uva. Además, la *llicorella* repela el agua de lluvia. Por todo ello, los contenidos de azúcar son elevados (Rexach, A., 2000, 202). Por todo ello, aunque la producción no es muy alta, esto se compensa con unos vinos muy intensos y concentrados.

3.1. Los agentes locales vitivinícolas como impulsores del desarrollo económico y social de algunas comarcas catalanas

El desarrollo de la vitivinicultura en la comarca del Priorat se ha debido a los recursos humanos, al potencial endógeno⁵. Esto está claro, porque el recurso singular que tienen los vinos del Priorat que es el substrato conocido con el nombre de *llicorella* ha existido siempre. Esos creadores foráneos fueron primero René Barbier y después Álvaro Palacios. Posteriormente, las antiguas Bodegas Scala Dei y las cooperativas de las poblaciones de Gratallops y Porrera, siguieron su ejemplo y empezaron a embotellar el vino que hasta entonces sólo lo vendían a granel y tras diversas campañas de marketing se hicieron un hueco en el mercado internacional.

En otra comarca catalana parecida⁶, el Alt Empordà, estudiaron el caso de la comarca del Priorat y siguieron el ejemplo. Otras veces se habían encontrado en situación parecida, con crisis fuertes en la viticultura, como cuando llegó la filoxera a Cataluña (y fue precisamente aquí donde entró la filoxera en primer lugar). Pero entonces afrontaron esa crisis con las cooperativas y la creación de la Denominación de Origen que daba un valor a los vinos producidos en la comarca. A finales de la última década del siglo XX, el impulso definitivo en el sector llegó desde los propietarios de bodegas y viñedos, los cuales apostaron por la creación de los llamados *vinos de autor*. Estos *vinos de autor* se realizaron en cuatro bodegas de la comarca: Masía Serra de Cantallops, Mas Estela de Selva de Mar, Oliver Conti de Campmany y Peralada Gran Claustre del Castillo de Peralada (García, 2000, 371; Pablo, 2001, 24-28; Rexach, 2002, 60).

La calificación de *vinos de autor* proviene de la comarca del Priorat y se diferencia del vino comercializado hasta entonces en que se vende embotellado y no en granel, en que lo importante del vino es que sea de gran calidad pero que sea presentado con un gran diseño, y en que todo el proceso de elaboración, desde la vid hasta el servicio del vino en la copa esté calculado, organizado, mercantilizado y documentado. Es importante la uva, es importante el *terroir*, pero es igual de importante el toque de distinción del enólogo que ha calibrado todas las fases del proceso para crear su vino, con su seña personal de identidad. A diferencia del vino hecho en un lugar y que sólo en ese lugar se puede hacer, aparece el vino hecho por una persona y que sólo ésta puede hacer.

2. Factores de desarrollo en comarcas vitícolas y productoras de vino

La vitivinicultura ha desarrollado las comarcas del Priorat y del Alt Empordà siguiendo el modelo reflejado en la Figura 2. La viticultura del Priorat basándose en sus recursos físicos y

5 «Tenir unes bones vinyes, ben equilibrades amb la terra, és el pas imprescindible per tenir bons vins. Els viticultors saben que de la interacció entre el cel i la terra, entre el clima i la vinya, depèn en bona part el resultat de la seva feina i dels seus esforços. Reinaxements espectaculars com el del Priorat no haurien estat possibles sense que homes experts, com René Barbier o Álvaro Palacios, entre d'altres, no haguessin redreçat els camins torçats que s'havien pres quan a la vinya catalana només importava la càrrega i el grau alcohòlic, perquè aquestes eren les dues variables que intervenien en els preus de venda del raïm» (Rexach, A., 2000, 52).

6 Ambas comarcas, Priorat y Alt Empordà fueron de las primeras Denominaciones de Origen reconocidas en España en 1975, después de que en 1970 se publicara la Ley 25/1970 de la Ley del Vino y de los Alcoholes, y en 1972 su Reglamento de ejecución.



Figura 2. La vitivinicultura, basándose en los recursos de un territorio, puede generar unos efectos positivos en la economía, en la sociedad y en el medioambiente de un territorio.

humanos ha generado unos efectos potenciales y de desarrollo en los ámbitos económicos, sociales y medioambientales.

Las características de los recursos físicos como de los recursos humanos aparecen desarrollados en la Figura 3, al igual que los efectos económicos, sociales y medioambientales que generan.

El punto de mayor interés es que habría de haber más demanda que oferta. El objetivo es producir poco vino pero de calidad y bueno. Un buen vino es aquel que tiene unas cualidades óptimas de consumo, de buen paladar y excelente digestión. Un buen vino tiene un mayor valor en el mercado, es más fácil de colocar en el mercado internacional, no se producen *stocks* y se consume por un público educado. Cada vez más, la población está más interesada por la «cultura del vino», aquélla en que lo importante es degustar el vino y no tanto beberlo sin entenderlo. Un buen vino habla de la tierra de la cual ha surgido y de las personas que lo han producido.

Para cualquier vinicultor, la vid es lo primero. De una buena vid, el vinicultor puede extraer un buen vino, incluso un excelente vino, pero de una mala vid, no se puede obtener nada por muchos conocimientos enológicos que existan⁷. Sin embargo, se han producido algunas transformaciones en las variedades de la *vitis vinifera*. Por ejemplo, se han plantado nuevas variedades de vides que al mezclarlas con las tradicionales de ese territorio han funcionado óptimamente. Los nuevos conocimientos enológicos permiten precisamente conocer que tipo de variedad de vid funciona mejor en cada tipo de suelo y qué distintas variedades combinadas producen un vino especial. En el Alt Empordà, continuaron trabajando con variedades de uva tradicionales, como la garnacha, la cariñena y el moscatel, pero no renunciaron a la modernidad, e introdujeron los vinos producidos a partir de variedades cabernet sauvignon, merlot, y chardonnay (Rexach, 2002, 63).

La creación y la determinación de las Denominaciones de Origen vitivinícolas han sido determinantes para el desarrollo de algunas comarcas agrícolas catalanas. Las Denominaciones de Origen defienden y dan valor al vino producido en esas regiones concretas. El objetivo

⁷ «Para elaborar un buen vino se necesitan buenas uvas» (Dominé, A., 2001, 114).

<p>RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el Priorat y en el Alt Empordà llegaron unos enólogos capaces de creer en su trabajo y en la tierra que los acogía, invirtieron y hoy el vino de estas comarcas es conocido mundialmente • Existen cursos y estudios de enología para los jóvenes agricultores y bodegueros • Administración - Aprobación de la Ley catalana de la vid y el vino, que llena un vacío existente hasta ahora - Denominaciones de Origen Vitivinícolas - La Unión Europea ha incidido mucho en el sector vitivinícola • Culturales - Gastronomía - Arquitectura y arte - Fiestas populares, como las celebradas durante la vendimia 	<p style="text-align: center;">AL POTENCIAR UNOS RECURSOS, LA VITICULTURA Y LA VINICULTURA GENERAN ALGUNOS EFECTOS, QUE SUMADOS, PUEDEN DESARROLLAR ALGUNAS COMARCAS CATALANAS</p>	<p>EFECTOS ECONÓMICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se aplican nuevas innovaciones en el viñedo y en la enología que pueden trasladarse a otros cultivos agrícolas • Se fomenta el cooperativismo, pues el agricultor desarrolla todas las fases del proceso y aumenta su renta personal • Se rentabiliza el producto, pues se busca más la calidad del vino que su producción en masa • Se produce el <i>efecto dominó</i>, como por ejemplo el turismo del vino, y se establecen nuevas rutas turísticas, como las existentes sobre Bodegas Modernistas en la comarca de la Conca de Barberà, la ruta del vino del Penedès o visitas organizadas a viñas y bodegas en toda Catalunya
<p>RECURSOS FÍSICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos específicos de la región, como en el Priorat la existencia de la <i>llicorella</i> • Producción de todo tipo de vinos, incluso <i>cava</i> 		<p>EFECTOS SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equilibrio territorial y social, ofreciendo estímulos a los jóvenes para que se establezcan en el campo • Bienestar social y calidad de vida de los agricultores
		<p>EFECTOS MEDIOAMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservación del medio y del paisaje, pues no se abandona ni los campos ni los pueblos • Producciones ecológicas y respetuosas con el medio ambiente

Figura 3. Los recursos humanos y físicos en el ámbito vitivinícola pueden originar unos efectos positivos en la situación socioeconómica de la población de ese territorio.

es destacar el concepto de *terroir*, de singularidad del vino; ese vino de calidad se ha producido en esa región concreta y han de ser valorados tanto los recursos físicos en los cuales se sustenta la planta como los recursos humanos que hacen del fruto de esa planta un vino de calidad singular y único de esa región. Además, la existencia de las Denominaciones de Origen vitivinícolas ha sido muy relevante para promocionar un consumo racional del vino entre los consumidores.

Los agricultores habrían de poder realizar todo el proceso, no sólo el vitícola sino también el vinícola, el embotellado y la venta. Una buena manera sería mediante el establecimiento, desarrollo y fomento de las cooperativas. En Cataluña, en épocas anteriores, éstas han jugado

un papel importantísimo en la agricultura en Cataluña y sería bueno que se rescatara esta figura económica. No por ello, el vino producido en cooperativas habría de ser peor, pues en realidad, las cooperativas facilitan el trabajo a los agricultores compartiendo gastos y permitiendo procesos de producción más difíciles para un solo campesino, como el embotellado del vino o la venta.

La educación es muy importante, sobretodo para los futuros agricultores y vitivinicultores. Y no sólo son importantes los conocimientos agronómicos y enológicos, sino que también deberían establecerse estudios de marketing, venta y comercialización del producto viníco, aparte de todos los temas legislativos que regulan estrictamente todo lo concerniente a la producción y elaboración de vino.

Se deberían aprovechar los beneficios ocasionados por la venta de un vino de calidad para fomentar otros sectores económicos que permitan garantizar la diversidad de ingresos a la población, por ejemplo creando nuevas industrias agroalimentarias.

El turismo es un sector a desarrollar entorno a la vitivinicultura. El turismo debería basarse bajo las premisas de la calidad y de la cultura. Podría tratarse de un turismo cultural, en torno a la vitivinicultura, creando museos en los cuales se explicara cómo se hacía el vino y cómo se hace en la actualidad. Podría ser un turismo arquitectónico, basándose en los edificios singulares, como la ruta turística existente en la comarca de la Conca de Barberà sobre Bodegas Modernistas. Podrían crearse nuevas rutas turísticas basadas en la gastronomía y en el paisaje, prestando interés al turismo rural y familiar, no de masas y que aportaran un mayor valor económico. También podrían establecerse rutas medioambientales entorno al paisaje vitícola, un paisaje humano pero hermoso y adaptable a todo tipo de deportes, como las bicicletas o el paseo en caballo.

Es cierto que es importante la venta del producto en otros países europeos y en el mercado internacional. Pero también debería insistirse en el consumo interno de la propia población. Ha de ser la misma población catalana la primera en consumir vinos catalanes y atendiendo a la gran variedad de vinos que se producen en esta tierra no ha de ser difícil que haya un vino para cada persona. Sin embargo, este consumo debería educarse para que se tratara de un consumo moderado, sano y cultural. El vino es bueno si se toma adecuadamente y produce grandes beneficios en la salud de las personas.

También es importante para el buen vino la existencia de una correcta legislación y de una buen equilibrio en la actuación de las distintas escalas administrativas. Así, por ejemplo, la vitivinicultura se ha tenido muy en cuenta en la Unión Europea (UE)⁸, y dentro de la Política Agraria Comunitaria (PAC) se han realizado distintas normativas para regular específicamente este sector, como la reciente Agenda 2000. La intervención de la UE ha comportado la reducción de la superficie vitícola europea y especialmente española, con el objetivo de pro-

8 Ello se debe a que la UE es el primer productor y consumidor de vino a escala mundial. Para la UE, el viñedo no es sólo un atractivo turístico, ya que preserva el paisaje y el medio ambiente, pues la viña protege el suelo contra la erosión y mantiene la presencia humana en territorios que de otra manera se despoblarían. La vitivinicultura desempeña un papel esencial en el desarrollo socioeconómico de las regiones europeas (Comisión Europea, 2001) y por ello se busca la calidad, fomentando la creación de Denominaciones de Origen (D.O.), y se persigue la cantidad, promoviendo el arranque de vides poco productivas y rentables y reduciendo la superficie vitícola comunitaria.

mocionar la calidad por encima de la cantidad. También es muy importante la elaboración de la *Ley española 24/2003 de 10 de julio, de la Viña y del Vino*, adoptada este mismo año, y que llenaba el vacío de la ley de 1970 que se había quedado obsoleta con el traspaso de las competencias en materia de agricultura a las distintas comunidades autonómicas españolas. Finalmente, el tercer grado, el más cercano al agricultor, la nueva ley catalana de la Generalitat de Cataluña, elaborada por el *Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca*, la ley 15/2002, de 27 de junio de 2002 de la Presidencia de la Generalitat, de la *ordenación vitivinícola*, que contempla, por otro lado, la normativa comunitaria europea. De esta forma, en materia legislativa, se ha completado el establecimiento de una normativa moderna y actual para un sector muy importante del sector agrario catalán.

Finalmente, en la vitivinicultura hay dos vías. Por un lado se puede buscar un producto específico, por ejemplo, un buen vino tinto. Pero por otro lado se puede diversificar el producto sin perder calidad. En el caso de Cataluña, su interés como región vitivinícola radica en que se producen todo tipo de vinos, desde vinos dulces, hasta tintos, rosados y blancos y el cava. En un mundo cada vez más globalizado, la producción de un producto de calidad en una región concreta esta ganando importancia en el mercado internacional, y provoca un aumento del valor del producto y por tanto de los ingresos del productor (Tort, J., 2002). Una comarca puede desarrollarse a partir de un producto que viene realizando desde hace siglos precisamente por el carácter específico y singular de ese producto.

Porque el riesgo ante el cual se puede encontrar el sector vitivinícola catalán es el de la globalización mal entendida⁹. Aquella que empezó a producirse en los años 50 del siglo pasado y que consistía en modernizar y aplicar las nuevas tecnologías al vino con la intención de producir gran cantidad de vino en vez de producir poco vino pero especial y con carácter¹⁰. El vino catalán puede tener un buen futuro, pero para ello es necesario el desarrollo de un potencial endógeno que crea en su vino.

«El vino debe tener unas cualidades básicas para ser comercializado, pero también debe mostrar la región, el tipo de cepa y el carácter correspondiente a su cosecha. En aquellos años en que las circunstancias climatológicas son favorables, en lugar de vino bueno puede salir

9 «Si es visiten els millors cellers de Catalunya es veu de seguida que el seu equipament humà i material és de primera qualitat i d'una altíssima exigència científica. Això no significa en absolut que estiguem bevent vins "industrials", com podria semblar. El millor vi surt de la vinya millor planificada i millor cuidada i del raïm de millor qualitat, i això només es pot tenir amb procediments moderns i sofisticats. El gran canvi de industrial i tècnic iniciat a final dels anys cinquanta, impulsat per la introducció de maquinària moderna i nous sistemes de treball, va ser un revulsiu i va posar en marxa una segona revolució que ha modificat el panorama de les vinyes catalanes. Les varietats noves i la recuperació de varietats tradicionals, però poc considerades perquè es vificaven inadequadament estan canviant en profunditat el món del vi a Catalunya», (Rexach, A., 2000, 60).

10 «Las nuevas técnicas en el cultivo de la vid y el empleo de medios químicos (levaduras de cultivo, control de la temperatura, tanques para las distintas fases de la fermentación, prensas modernas, placas de cerámica) provenientes en el Nuevo Mundo pero que llegaron también al Viejo Mundo, con sus técnicas de marketing y el efecto de la globalización, comportaron una uniformidad de los vinos, un producir mucho pero todo lo mismo. Sólo durante los últimos años se ha empezado a romper esta manía uniformizadora. Y se ha producido, en el Viejo Mundo, cuna del cultivo tradicional de la vid y de los vinos con más solera, con su enorme cantidad de variedades y recursos genéticos, donde ha aumentado de forma considerable el interés por los vinos peculiares y característicos, con un marcado acento regional y un sabor inconfundible. Y en el Nuevo Mundo, se ha generado una apuesta por los vinos con carácter, típicos de su *terroir*. Todo ello tendría como consecuencia una oferta en el mercado más diversificada y rica en variedades, sabores y matices» (Dominé, A., 2001, 27).

uno extraordinario. El objetivo de todo viticultor o bodeguero es aprovechar todas las ventajas de la uva y, al mismo tiempo, exprimir de ésta todo su potencial. Uno de los peligros de la enología moderna consiste en la estandarización del vino a través de métodos de tratamiento y de operaciones sistemáticas. Podría suceder que se reconociera más fácilmente la técnica de la vinificación, al enólogo o al viticultor, que el *terroir* en sí mismo» (Dominé, A., 2001, 115).

IV. CONCLUSIÓN

Este artículo presenta como los agentes locales son claves para el desarrollo de un territorio. Y tomando como ejemplo el sector vitivinícola se aprecian las posibilidades de los recursos humanos endógenos.

BIBLIOGRAFÍA

- BES, E. (2000): «El desarrollo rural como elemento impulsor de las economías agrarias y rurales. La formación en desarrollo rural integrado: sistemas formativos y asesoramientos empresariales». *Jornades Internacionals de Desenvolupament Rural/ Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Solsona, Centre Tecnològic Forestal de Catalunya, pp. 91-100.
- CIURANA, J. (1980): «La Denominació d'Origen Priorat». *Els vins de Catalunya*. Barcelona, Servei Central de Publicacions de la Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència, pp. 138-145.
- COLOM, A. (2000): «Enfoque estratégico del desarrollo rural integrado». *Jornades Internacionals de Desenvolupament Rural/ Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Solsona, Centre Tecnològic Forestal de Catalunya, pp. 31-87.
- COMISIÓ EUROPEA (2001): *Reforma de la PAC: Sector vitivinícola*. http://europa.eu.int/comm/agriculture/publi/pac2000/wine/index_es.htm
- DOMINÉ, A. (2001): *El Vino*. Madrid, Könemann, pp. 8-140.
- GARCIA ARBÓS, S. (2000): «La cuina. De les receptes familiars a la gastronomia creativa». *Revista de Girona. Balanç del segle XX*, nº 200, pp. 363-374.
- MARGALEG, J.; TASIAS, J. (1986): *El Priorat. Anàlisi d'una crisi productiva*. Barcelona, Caixa de Catalunya, págs. 141-240, 340-341.
- MOLLEVÍ BORTOLÓ, G. (2002): «Paisaje vitivinícola del Alt Empordà». *Los espacios rurales entre el hoy y el mañana. Actas del XI Coloquio de Geografía Rural de España*. Santander, Grupo de Trabajo de Geografía Rural de la A. G. E.; Departamento de Geografía, Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Universidad de Cantabria, pp. 171-179.
- NADAL, M. (2002): *Els vins del Priorat*. Valls (Catalunya), Cossetània Edicions, 110 pp.
- PABLO, M. de (2001): «Vinyes verdes vora el mar: canvis al sector del vi». *Revista de Girona*, nº 207, pp. 22-29.
- REXACH, A. (2000): *Vins i caves de Catalunya*. Barcelona, Edicions L'isard, S.L., 304 pp.
- REXACH, A. (2002): «Forjats per la tramuntana. El renaixement dels vins de l'Empordà». *Descobrir cuina*, nº 12, pp. 59-63.

- RUIZ, M. (2000): «Desenvolupament estratègic empresarial en els entorns rurals: coordinació universitària i desenvolupament empresarial. Grups d'acció local». *Jornades Internacionals de Desenvolupament Rural/ Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Solsona, Centre Tecnològic Forestal de Catalunya, pp. 31-87.
- TORO, L. (2000): «Vides transformades a l'ombra del vi». *Descobrir Catalunya*, nº 30, pp. 66-73.
- TORT, J. (2000): «L'essència de la terra». *Descobrir Catalunya*, nº 30, pp. 94-95.
- TORT, J. (2002): «Highly specialized production as an alternative in eco-nomically depressed areas. The wines of Priorat (Tarragona, Spain)». *Sustainable Development and Geographical Space*. Aldershot (England), Ashgate Publishing Limited, pp. 261-269.

Legislación

- Europa. Reglamento (CE) 1493/1999 del Consejo, de 17 de mayo de 1999, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, *Diario Oficial de la Comunidad Europea*, 14 julio 1999, número L179, páginas 0001-0084.
- España, Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, *Boletín Oficial del Estado*, 11 julio 2003, número 165, páginas 27.165-27.179.
- Catalunya, Llei 15/2002, de 27 de juny, de la Presidencia de la Generalitat, de l'ordenació vitivinícola, *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 9 juliol 2002, número 3673, pàgina 12.343.

