



Fernando Martínez-Bujanda

HUMANISTA DE RIOJA ALAVESA, GRAN CONOCEDOR DE LA COMARCA

“Es importante lograr la categoría de Patrimonio de la Humanidad de Unesco para el viñedo de Rioja Alavesa”

El enólogo y experto en el aceite de la Rioja Alavesa se muestra partidario de una denominación de Origen Rioja alavesa, incorporada en la D.O.Ca Rioja, “para mejorar las cosas”

Asegura que la agricultura y la cooperación han sido para él vocacio-

nales y haber dedicado 40 años de su vida profesionalmente, desde la Diputación foral de Álava, a ellas y a Rioja Alavesa le llenan de orgullo. De Oion, estudioso del viñedo, del vino, del olivo y el aceite y, por encima de todo, de Rioja Alavesa, Fernando Martínez-Bujanda conoce su singularidad, sus puntos fuertes y tiene claro el camino que debe trazar la comarca para revertir la situación actual y crecer.

No corren buenos tiempos tampoco en Rioja Alavesa por la pandemia... ¿Le ha dado tiempo a rescatar alguna lección ya?

La comarca tiene la suficiente productividad como para que todos sus integrantes puedan vivir. La administración en la materia, Gobierno Vasco, Diputación Foral de Álava y todo el sector del vino de la zona tienen que llegar a acuerdos amplios para regular y tutelar este potencial

y distribuirlo bien entre todos.

¿Por dónde hay que ponerse a trabajar desde ya mismo?

La digitalización de nuestras bodegas me parece de capital importancia. Se ha demostrado en este periodo de pandemia la falta de formación digital, especialmente en las bodegas de tamaño medio y pequeño. Y estas bodegas son la base social de nuestra población de Rioja Alavesa. La administración y el sector deben afrontar el reto de la transformación digital.

Junto con el sacerdote de Laguardia, Antonio Mijangos y el doctor en ciencias, Miguel Larreina, escribió una carta al lehendakari, Iñigo Urkullu, donde decían que estaba en juego “la única Cuadrilla alavesa monodependiente (viña, vino y enoturismo)”

Apostamos por el “Plan Rioja Alavesa” y aportamos varias actuaciones, como, por ejemplo, conseguir un precio mínimo consensuado del kilo de uva, poner a los viticultores por delante de la cuenta de resultados de las grandes bodegas y poner en valor el vino de Rioja Alavesa como un producto nuestro, de kilómetro 0.

Hablaban también de una estrategia de “Marca Territorio”.

La orografía, la tierra, el clima y la profesionalidad de nuestras y nuestros viticultores han hecho y hacen de Rioja Alavesa una zona vitivinícola puntera entre las grandes cunas europeas del vino, pero es algo más. Es cultura, historia, gastronomía, paisaje, sostenibilidad, respeto al entorno y el patrimonio... Todo eso tiene mucho potencial.

Señalaban un punto por encima de otros: conseguir que el paisaje cultural de Rioja Alavesa-Sonsierra sea considerado Patrimonio Mundial de la Unesco

Sería muy importante conseguirlo porque, además de un viñedo excepcional, tenemos una alta concentración de elementos patrimoniales vinculados al vino que son importantes para lograrlo. Nos reportaría promoción internacional, aumento del enoturismo, unos turistas más entendidos en el mundo enológico y de mayor capacidad económica, potenciación de la zona rural, incrementos de venta de vino en bodega, creación de puestos de trabajo...

Y a ese escenario cómo se concurre, ¿como una denominación de Origen Rioja o cómo hasta ahora?

Creo que la Denominación de Origen Rioja nos ha fortalecido y ayudado en nuestra historia vitivinícola. Sin embargo, debemos evolucionar, mejorar, buscar la identidad y,

El oro líquido de la comarca

El olivo de Rioja Alavesa es otra de las pasiones de Fernando Martínez-Bujanda. Escribió el libro *El olivo de Rioja Alavesa: un compañero centenario*, en el que ponía en valor la tradición de este producto y los saberes que encerraba su cuidado y producción. Además, llegó a ser presidente de la Mesa del Aceite y el Olivo de Rioja Alavesa (MAORA) y se le atribuye el impulso de la profesionalización del cultivo y el adelanto de la fecha de la cosecha, que ha permitido que la calidad del aceite haya mejorado. “Hicimos una estrategia para recuperar e impulsar nuestros olivos arróniz, en un momento en el que había mucho olivo que se habían abandonado”, explica. Aquel trabajo dio sus frutos y hoy en día son unas 15 marcas que venden aceite de la comarca. “La mayoría de la producción es para autoconsumo y hay muy poca cantidad para comercializar”, señala mientras destaca que ese es su punto de diferenciación. “El nuestro es un aceite de calidad, de una zona determinada, con unas propiedades determinadas y con un valor histórico, cultural y muy arraigado”, sentencia.

Además, a través del aceite, Fernando lleva a cabo una acción solidaria cada año. Junto con la Asociación para la Promoción del Aceite y el Olivo de Rioja Alavesa (APRORA), el trujal Erroiz de Mikel Izagirre y Dounia El Kouissi, en Lantziago, producirán 350 botellas de medio litro que venderán a 10€. La recaudación irá al Programa de Atención a los Mayores del Mundo Rural de Cáritas. El aceite se puede adquirir en Slow Food de Álava o escribiendo a fmbujanda@gmail.com.

sobre todo, vender al exterior un producto cercano, con personalidad, auténtico, diferente y bien administrado, donde sus componentes se sientan cercanos a sus administradores. Esto solo lo veo posible con la creación de denominaciones, integradas en la D.O. Rioja, para dar valor y conocimiento a cada una de ellas, en este mar de viñedos de más de 63.000 hectáreas que es la actual denominación. ●