

PEDRO AIBAR SÁNCHEZ

Hace poco más de 10 años tuve la oportunidad de escribir unas páginas sobre la viña, el vino y el Somontano para el nº 2 de la Revista del Centro de Estudios del Somontano. Resulta curioso releer aquellas líneas y ver todo lo que ha cambiado el Somontano. Intentaré en este breve artículo descifrar las claves de este cambio, así como hacer un rápido recorrido por la actual realidad del sector vitivinícola en la Comarca del Somontano de Barbastro. Quién sabe si, dentro de otros diez años, esta fotografía de la situación actual nos puede servir como punto de partida para volver a analizar una nueva evolución en el viñedo y vino del Somontano.

Ya en aquel artículo hacía una precisión que hoy sigue siendo necesaria. Cuando hablamos del Somontano en Barbastro debemos aclarar que realmente coexisten tres Somontanos con demarcaciones geográficas distintas:

- La Comarca del Somontano, con sus límites políticos y composición de municipios.
- La Denominación de Origen del Somontano, que según su Reglamento de 1984 tiene otras delimitaciones basadas en la expansión del cultivo del viñedo a lo largo de las últimas décadas.
- Somontano puramente geográfico, que aglutina a todos los términos municipales con la peculiaridad de servir de transición entre los terrenos esteparios de Monegros y las Sierras prepirenáicas.

Sirva la relación que acompaño como aclaración de los municipios que se encuentran en cada uno de los dos primeros «Somontanos».

Comarca del Somontano de Barbastro: Abiego, Adahuesca, Alquézar, Azara, Azlor, Barbastro, Barbuñales, Berbegal, Bierge, Castejón del Puente (no incluido

en la D.O.Somontano), Castillazuelo, Colungo, Estada, Estadilla, El Grado, Hoz y Costean, Ilche, Laluenga, La Perdiguera, Lascellas-Ponzano, Naval, Olvena, Peralta de Alcolea, Peraltilla, Pozán de Vero, Salas Altas, Salas Bajas, Santa María de Dulcis, Torres de Alcanadre.

Además de estos municipios pertenecen a la Denominación de Origen Somontano los siguientes municipios, englobados en otras comarcas vecinas: Graus, Seccastilla, Angüés, Alcalá del Obispo, Antillón, Argavieso, Blecua-Torres, Capella, Casbas de Huesca, Ibieca, Perarrúa, Pertusa, Puebla de Castro y Siétamo.

Independientemente de la diferencia de ámbito geográfico, sí que se puede decir que la mayor parte de la producción de uva y la ubicación de casi todas las industrias vinícolas del Somontano, menos una instalada en Antillón, están dentro de lo que hoy conocemos como Comarca de Somontano de Barbastró. Acompañamos los datos de viñedo por municipios de la Denominación de Origen Somontano que así lo atestiguan.

## Obligada reseña histórica

La vid en el Somontano, como en casi toda la cuenca Mediterránea, hunde sus raíces en las culturas y sociedades griegas, fenicias o romanas. Tras una edad antigua marcada por la ocupación musulmana de la comarca, es con la reconquista y resurgir de la religión cristiana cuando el cultivo de la vid vuelve a florecer y a tomar protagonismo, siempre al abrigo y expansión de monasterios y congregaciones religiosas. Medioevo, Edad Moderna y Contemporánea son un devenir de siglos en los que la importancia del viñedo en la comarca adquiere mayor o menor protagonismo, según las épocas y periodos de mayor o menor bonanza económica



Vendimia en el Somontano

Para todos los ávidos de reseñas históricas y documentales recomiendo la lectura detallada de los capítulos dedicados a esta parte de la historia en el libro, editado por la Denominación de Origen Somontano en el 2001, «*Vino de siglos en el Somontano de Barbastró*». De varios autores, y coordinado por Alberto Sabio Alcutén, constituye una adecuada fuente de información glosada de curiosidades que amenizan y facilitan su lectura.

Debido a la brevedad que me exige este artículo, me centraré

## Cuadro de distribución de viñedo por municipios

MUNICIPIO	Hectáreas		
	1991	1997	2003
ABIEGO	3	4	20
ADAHUESCA	0	5	45
ALCALA DEL OBISPO	0	4	4
ALQUEZAR	0	1	2
ANGÜES	10	7	8
ANTILLÓN	4	8	11
AZARA	3	6	10
AZLOR	8	21	33
BARBASTRO	240	444	1.234
BARBUÑALES	12	9	30
BERBEGAL	5	2	45
BESPEN	0	23	34
BIERGE	0	2	19
BLECUA Y TORRES	2	5	29
CAPELLA	2	0	0
CASBAS DE HUESCA	3	0	1
CASTILLAZUELO	73	53	89
COSCOJUELA DE FANTOVA	0	35	51
COSTEAN	0	1	3
EL GRADO/ENATE	10	142	156
ESTADA	1	14	17
ESTADILLA	23	25	70
FONZ	1	2	16
GRAUS	11	9	15
HOZ DE BARBASTRO	20	18	42
IBIECA	0	2	15
ILCHE	0	23	128
JUNZANO	0	6	11
LA PUEBLA DE CASTRO	0	1	6
LA PUEBLA DE FANTOVA	0	3	3
LALUENGA	0	1	49
LAPERDIGUERA	0	1	21
LASCELLAS	16	32	115
NAVAL	2	0	0
OLVENA	0	1	55
PERARRUA	0	0	4
PERTUSA	0	1	2
PONZANO	0	2	5
POZAN DE VERO	122	109	151
SALAS ALTAS	454	450	678
SALAS BAJAS	476	434	538
SECASTILLA	0	9	28
STA. MARIA DE DUCIS	51	54	72
<b>Total general</b>	<b>1.552</b>	<b>1.967</b>	<b>3.865</b>



Antigua prensa de vino en Barbuñales

sejo Regulador en un almacén, al lado del muelle de carga, detrás del Nuevo Mercado en Barbastro—.

En 1986 *desembarca* en Barbastro Viñas del Vero, en aquel momento Compañía Vitivinícola del Somontano. Voluntad política y empresarial confluyen para que la misma DGA, junto con CAI, Ibercaja y Ángel Luengo, apuesten por Barbastro como el lugar elegido para desarrollar un proyecto vitivinícola. Se crea una empresa de capital enteramente aragonés. Pensada para hacer de punta de lanza del relanzamiento de un sector en recesión como era el vitivinícola en la Región Aragonesa, se decide que es el Somontano la mejor ubicación para acometer este proyecto.

Algunas de las decisiones que más han influido posteriormente en la configuración del Somontano se adoptaron entre 1986 y 1989. Baste recordar como ejemplo que, contra viento y marea, en aquel momento se autorizó y plantaron en Barbastro las primeras cepas de Gewürztraminer o de Merlot. ¿Quién lo diría?

Fue también entonces cuando se realizaron las primeras plantaciones utilizando los sistemas actuales de emparrados. No tan evolucionados ni tecnológicos como los que se realizan en la actualidad, pero que supusieron un avance vertiginoso en aquel momento para el sistema de cultivo de la vid en la zona.

Es ya en 1991 cuando aparece en el escenario del Somontano la familia Nozale da y en 1992 cuando se realiza la primera vendimia en la nueva bodega de Viñedos y Crianzas del Alto Aragón (ENATE). Esta nueva inversión supuso un espaldarazo para el sector vitivinícola que tuvo su punto más relevante en la unión

en la parte de esta historia que, por más familiar y bajo mi punto de vista más relevante para entender la situación actual, ha acontecido en esta comarca desde los años 80 hasta el presente.

A partir de la iniciativa de un grupo de viticultores, principalmente aglutinados en torno a la Cooperativa Comarcal del Somontano de Sobrarbe, en 1980 se consigue el reconocimiento de la Denominación de Origen para vinos en el Somontano. Debemos recordar que es en esta década en la que se reconocen la mayor parte de las DDOO para vinos en España, de las 56 que en este momento existen, para entender mejor alguno de los argumentos expuestos poco más adelante en este texto. El primer Reglamento de la DO se aprueba en 1984 —nunca olvidaré las primeras reuniones del Consejo

de las dos sociedades anteriores, junto con la Cooperativa del Somontano del Sobrarbe en 1993, para el reflatamiento de esta última y la constitución de Bodegas Pirineos.

Baste decir que entre estas tres sociedades han comercializado más del 90% del vino del Somontano entre 1990 y 2002, para entender la importancia que han tenido en la evolución del Somontano. Su fundación, sus formas de trabajar y comercializar, el prestigio y reconocimiento de sus vinos dentro y fuera de las fronteras de España, han creado la imagen del Somontano, enológico hablando.

## El presente

En 1991 solo existían seis bodegas en el Somontano, que ordenadas según su antigüedad eran: Bodegas Lalanne, Bodegas Fábregas, Bodega Cooperativa del Somontano del Sobrarbe (término que se acuñó por no existir todavía el de Somontano de Barbastro), Bodegas Monclús, Bodegas Borruel y Compañía Viti-vinícola del Somontano (Viñas del Vero).

Entre 1991 y 1993 se crearon Viñedos y Crianzas del Alto Aragón (Enate) y Bodegas Pirineos.

Desde entonces y hasta 1998 no aparecieron nuevas inversiones en Somontano. Durante estos últimos años, se han desarrollado nuevos proyectos: Bodegas Valdovinos, Dalcamp y Bodegas Blecua. Más recientemente Otto-Bestué e incluso en estos momentos se encuentran en construcción otros proyectos que configuran ya un tejido agrícola e industrial de mayor dimensión y cuyos efectos sobre la economía de la comarca todavía están por llegar, pero que sin duda nos hacen albergar unas más que fundadas expectativas.

A inicios de los noventa no llegaban a las dos mil las hectáreas dedicadas al cultivo del viñedo. Hoy son más del doble las que adornan los paisajes del Somontano.

Viñedos y bodegas han generado en este breve espacio de tiempo una inversión que supera los 100 millones de euros y han creado alrededor de 500 puestos de trabajo directos.



Paisaje de viñedos



Bodegas Blecua

Además de este empleo directo, según estudios realizados en la Rioja (Denominación y Comunidad con experiencia de años en el sector vitivinícola), cada uno de estos puestos de trabajo acabarán generando entre tres y cinco puestos de trabajo más en la zona debido sobre todo a la especial influencia que el sector del vino con D.O. tiene en el asentamiento de población e industria. Hoy por hoy, las viñas

no se mueven, y la legislación europea obliga a que la transformación de los vinos con Denominación de Origen se realice en la misma zona geográfica en la que se encuentra el viñedo y que da nombre al vino en cuestión. Este requisito administrativo garantiza el asentamiento de la industria de transformación en la misma zona de producción y la generación de riqueza en ese mismo ámbito geográfico.

## Algunas claves para entender el presente del vino en el Somontano de Barbastró

Para cualquier recién llegado a Barbastró en el último lustro, la vinculación del vino con la ciudad y comarca puede parecerle una realidad de siglos. En parte no le falta razón. Sin embargo, lo que hoy conocemos como la Denominación de Origen de los Vinos del Somontano, tal como ya hemos defendido en este texto, es un fenómeno mucho más reciente. Incluso aunque dentro de los foros enológicos de este país se hable del vino del Somontano como una realidad ya consolidada, no son pocos los que hablan del Somontano como uno de los fenómenos económicos que, dentro del mundo del vino en España, más ha asombrado a expertos y profanos.

Tal vez, y siempre en función de los autores, Somontano sea en este momento una de las tres o cuatro comarcas vitivinícolas más importantes de España. Es más que probable que preguntado cualquier avezado enófilo por los vinos españoles de más renombre y calidad, tras los históricos vinos de Rioja y de Jerez, los más coloquen los vinos de la Ribera del Duero y Somontano como los más significativos.

Sin profundizar en exceso y sólo porque las comparaciones siempre son odiosas, Somontano es de lejos la comarca vitícola más joven y pequeña de las enunciadas por cualquier experto y sobre todo, frente a otras zonas en las que las empresas y viticultores se cuentan por cientos y miles. Lo curioso, lo especial del Somontano, es que todo esto ha ocurrido en una década y soportado en el trabajo de un grupo muy reducido en emprendedores convencidos de un proyecto. ¿Cuál es pues el secreto del Somontano?:

• **Su historia.** A riesgo de ser injusto con ella, no creo que sea muy distinta de la de comarcas muy próximas a la nuestra y desde luego mucho menos prolífica en hitos véricos que la de otras de las Denominaciones de Origen Vitivinícolas dispersas por la Piel de Toro de nuestra geografía y que no han alcanzado el prestigio de Somontano.

• **Su clima, orografía y suelos.** No hay buen vino si no hay buena viña. No hay buena calidad en la cepa si el clima y el suelo no colaboran en ello. Por lo tanto, sin lugar a dudas, han debido tener mucho que ver con la actual realidad. No obstante, este clima y este terreno tan apropiados para el cultivo de las vides han estado aquí por siglos y parece que solo ha sido en la última década cuando se han dado a conocer su bonanza y posibilidades.

• **Sus gentes.** No hay progreso sin tomar riesgos, ni éxito sin trabajo. El principal activo de la zona lo ha compuesto el grupo de visionarios que, desde la necesidad o desde el convencimiento, han apostado por el viñedo y el vino como la alternativa; como la opción de futuro que ha pasado a ser de presente. Sin la irrupción en la historia de este grupo de personas, de sus proyectos empresariales y su visión a largo plazo, el vino en el Somontano no tendría más interés económico que el que puede tener ahora el almendro o el olivar. Sin valorar en su justa medida este factor, no se puede entender lo ocurrido en el Somontano en los últimos 10 años.

## Efectos del vino en el reconocimiento nacional e internacional de la Comarca del Somontano

Creo que hoy nadie pone en duda que vino y turismo son los principales argumentos para visitar la Comarca del Somontano.

El espectacular desarrollo de la cultura del vino en este país ha permitido crear además un concepto intermedio: «el turismo enológico y gastronómico». En nuestro caso arrastra ya miles de visitantes cada año. Las bodegas son un polo turístico más, con gran capacidad de atraer visitantes de un nivel económico y cultural elevado.

Es también destacable la capacidad de generación de marca que tiene el vino frente a otros productos y servicios. Los millones de botellas de nuestros vinos que se venden no solo dentro de España si no en casi todo el mundo, son una tarjeta de presentación del Somontano.

No sé si puede resultarle curioso al lector saber que las etiquetas de vino del Somontano, con nombre de localismos como El Ariño, Las Almunietas, Salas o Secastilla, están siendo traducidas no solo al inglés o al alemán si no que se pueden leer en ruso, japonés o hebreo.



El vino y el arte: etiqueta de Pepe Cerdá para una bodega de la D.O. Somontano

No olvidemos tampoco que además estos vinos del Somontano se han labrado un prestigio dentro del difícil mercado de los vinos de calidad y de precio. Esta imagen salpica a todo lo que como Somontano se comercializa y conoce, añadiendo valor al término geográfico de Somontano.

Pero este fenómeno sinérgico también puede tener el efecto contrario. Si el nivel de todo lo que el consumidor entiende se le vende como Somontano no esta a la altura esperada, redundará en un empobrecimiento de la marca colectiva. Así pues, es una gran responsabilidad de todos trabajar por el sostenimiento y mejora de esta marca paraguas. Sirvan estas líneas como llamada de atención y de concienciación general sobre lo importante que es el apoyo colectivo de las iniciativas públicas o privadas, que con ese fin, se lleven a cabo en la comarca.

## Bibliografía

AIBAR, Pedro, «El Viñedo en el Somontano», *Somontano* Nº2 (1992), pp.25-36.

REGLAMENTO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN DEL SOMONTANO BASE DE DATOS DEL CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

SABIO ALCUTÉN, Alberto, y otros, *Vino de Siglos en el Somontano de Barbastró*, Denominación de Origen del Somontano de Barbastró, Barbastró, 2001.





## El turismo, un aval de futuro para Barbastro y el Somontano

FRANCISCO LACAU PASCAU

Barbastro, por su situación geográfica, ha sido desde hace tiempo referencia de paso para viajeros, estudiosos, militares y comerciantes que, en su recorrido hacia las tierras pirenaicas, tenían en esta ciudad su punto de apoyo.

La facilidad de comunicaciones que durante el siglo pasado permitía la llegada de visitantes de las regiones próximas y prósperas, adelantadas en el mundo del viaje, del ocio, de las vacaciones, del deporte y del turismo, convirtieron a Barbastro en lugar de referencia obligada en ensayos, escritos y publicaciones relativas a las montañas pirenaicas y, en especial, a los altos valles de los cuales esta ciudad era puerta de obligado paso.

La tradición comercial y de hospitalidad que Barbastro ha ofrecido desde hace más de cien años brindaba lugares de acogida e información que permitían a los viajeros tener un punto de apoyo, una atención exquisita y una información de primera mano sobre todas las cuestiones relativas a climatología, comunicaciones y cualquier otra característica de los lugares que deseaban visitar.

El impulso turístico de Barbastro se consolida a partir de los años cincuenta, con apuestas esenciales, tanto desde la iniciativa pública, como privada. Entre ellas, la construcción de la estación de autobuses y el establecimiento de líneas regulares hacia los valles de Benasque, Bielsa y Broto, las nuevas líneas de ferrocarril directas Barcelona-Barbastro y la decidida vocación hostelera con nombres tan paradigmáticos como Hotel San Ramón y Hostal Pirineos. Habría que añadir el esfuerzo institucional y la creación del Centro de Iniciativas Turísticas de Barbastro que, como primer trabajo desarrolló el eslogan «...Y de Barbastro al Pirineo». Todo ello muestra la vocación de cabecera del turismo pirenaico que, junto a valores patrimoniales tan esenciales como Alquézar y su colegiata, fueron siempre enseña de esa voluntad barbastrense de promoción de las bellezas que nos rodeaban y nos rodean.

Desde los años 90, ciudad y comarca se refuerzan como cabecera turística. Aunando voluntades entre la ciudad de Barbastro y la Mancomunidad de municipios del Somontano, se ha realizado un espectacular despegue, tanto en la creación de infraestructuras turísticas, como en la promoción y



Primera edición en español de *Los cañones de la Sierra de Guara*, de Pierre Minvielle (Madrid, 1976)

comercialización del turismo en esta zona. Ciudad y comarca poseen realmente posibilidades de cara al futuro desarrollo turístico, porque disponen de elementos diferenciales de gran valor añadido que permiten un posicionamiento del destino «Barbastro y Somontano» dentro del cada vez más voluminoso y globalizado mercado nacional e internacional de la oferta turística. Tres elementos troncales, ensamblados de forma adecuada, permitirán aumentar la competitividad de este territorio. En primer lugar, la naturaleza, con un distintivo: el Parque de la Sierra de los Cañones de Guara y, dentro de este espacio, el deporte de aventura y en especial el descenso de cañones y barrancos, actividad en la que el nombre «Sierra de Guara» tiene ya de por sí un reconocimiento internacional, considerándose dentro de Europa el marco más privilegiado para su desarrollo. Miles son en estos momentos los turistas que con la referencia «Cañones de Guara» nos visitan, y considerables los numerosos puestos de trabajo que induce este sector.

Un segundo pilar del desarrollo turístico sería el patrimonio cultural y religioso. Y como los dos elementos más significados, Alquézar y su colegiata, referencia inexcusable en el turismo español cuando se habla de patrimonio cultural-rural, y Torreciudad, con su doble valor como hito en los circuitos de peregrinación y como elemento del patrimonio, herencia del reciente siglo XX. Además de la aportación fundamental que durante los últimos años se ha desarrollado con el descubrimiento, publicitación y conversión en producto turístico del Arte Rupestre prehistórico —declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad— y encontrados en toda la geografía del Somontano (Río Vero, Estadilla, Olvena y Rodellar). Impulso vital fue la apuesta por la creación del Parque Cultural del Río Vero, que contribuyó al desarrollo de un turismo cultural de gran nivel en un entorno en el que la naturaleza y el acervo patrimonial se funden de forma excepcional. Como nota añadida, la recuperación que de elementos patrimoniales característicos y singulares se está realizando para obtener un conjunto de oferta completo y atractivo que de por sí pueda convertirse en un producto turístico. Los pozos fuentes, las fuentes, las ermitas románicas, los puentes medievales, los restos de muralla... son elementos que pueden complementar la oferta en el turismo cultural.

Un tercer pilar de desarrollo del turismo sería el relacionado con los vinos de Denominación de Origen Somontano. Las rutas del vino, las jornadas gastronómicas, las jornadas de estudio y las propias bodegas son productos turísticos que complementan la oferta específica vinícola y promocionan el Somontano. Algunas de las bodegas de la Denominación de Origen están uniendo ya conceptos como enología, arte, cultura y turismo, configurando un producto que, con una adecuada promoción, puede tener interesantes perfiles de clientes.

Quedan todavía otros elementos sin explotar dentro de la Comarca del Somontano y que - unido a la vocación capitalina de Barbastro como puerta de entrada al Pirineo que sigue siendo y de puntos de referencia tan importantes como el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, los valles de Benasque y Chistau, la estación de esquí de Cerler y el acceso al túnel trans-



Portada de folleto turístico (año 1951)

fronterizo Bielsa-Aragnouet, permiten que con un trabajo de promoción y comercialización adecuada, las perspectivas del futuro turístico de Barbastro y la Comarca del Somontano sean en estos momentos las más esperanzadoras dentro de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Entre los recursos todavía sin explotar en esta comarca cabría destacar la explotación turística del embalse de El Grado que, por su ubicación, tiene asegurada una lámina de agua que permite la programación de interesantes paquetes turísticos en aguas interiores. El Congosto de Olvena en el río Ésera y su posible conversión en un Parque Temático de Aventura con su grandiosa espectacularidad permitiría así mismo la creación de productos turísticos desestacionalizados, cuya consecuencia directa sería un alargamiento de la temporada y, por lo tanto, una consolidación del destino turístico Barbastro-Somontano. Un tercer acontecimiento que ratificaría el interés turístico de Barbastro sería la posible ubicación de un Centro de Interpretación de la Vida y Obra de José María Escrivá de Balaguer, lo que invitaría a una gran parte de los peregrinos que acuden a Torreciudad a entrar en esta ciudad de difícil circulación que es Barbastro.

Así pues y apoyándose en una marca de referencia tanto en España, como en Europa, que son los Pirineos, la marca Somontano-Barbastro tiene unas enormes posibilidades de promoción y comercialización turística y con productos diferenciados según el perfil objetivo de los clientes a los que vaya dirigido (aventura, observación ornitológica, gastronomía y enología, turismo cultural, etc.)

Para conseguir esos objetivos, además de la potenciación de la marca, será necesario el desarrollo de receptivos que configuren los diferentes paquetes turísticos y los introduzcan en las redes comerciales de España y de mercados próximos de Europa, consolidando en primer lugar en los mercados emisores tradicionales en España (Cataluña, Madrid, País Vasco), como en Francia (gran Sudoeste, Burdeos-Toulouse) y realizando esfuerzos promocionales en otros mercados próximos y en mercados emergentes como pueden ser el Levante español, Reino Unido, Bélgica y Holanda, en emisores de media distancia.

Últimamente dos nuevas noticias han abierto posibilidades de desarrollo no esperadas: la instalación en Zaragoza de líneas aéreas de bajo coste a países que son consolidados emisores turísticos y el inicio de las obras del aeropuerto Huesca-Monflorite que, de cara a la Expo 2008, debería convertirse en un elemento dinamizador y, con los Pirineos como imagen de marca, en un elemento de desarrollo turístico de primer nivel para todo el Alto Aragón y para Barbastro y el Somontano de forma especial.



Salón de Turismo Pirenaico