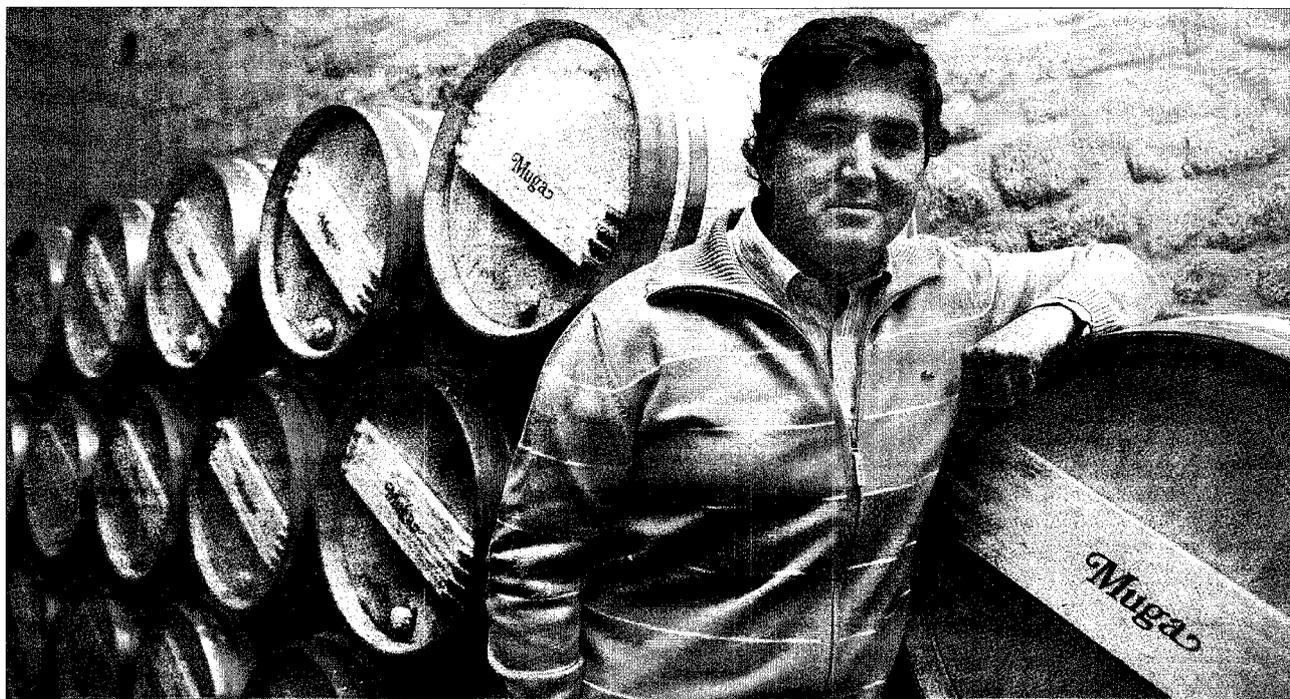




Jorge Muga: “La proliferación de bodegas vulgariza nuestro oficio”

PÁGINAS 4 Y 5





“No se puede cerrar empresas a la ligera”

JORGE MUGA

DIRECTOR GENERAL DE BODEGAS MUGA

TEXTO PAZ ÁLVAREZ

FOTOS MANUEL CASAMAYÓN

Pertenece a la tercera generación de una saga bodeguera que se remonta en el sector viticultor a 1877, en la época en que se fundó Rioja Alta. Jorge Muga, nacido en Haro hace 38 años, cree en los distintos golpes de suerte que han llevado a su familia y al vino que producen a tener reconocimiento en 40 países.

PREGUNTA. Muga lleva desde 1932 haciendo vino en madera, un procedimiento que muy pocas bodegas emplean en la actualidad.

RESPUESTA. Cuando una familia lleva cien años haciendo las cosas de una determinada manera, será por algo. Mis antepasados, que no comercializaban el vino como marca, ya lo hacían de esta forma. Nos lleva años a las nuevas generaciones entender por qué se hacen las cosas así, pero al final descubrimos que todo tiene un razonamiento. Mi abuelo no sabía geología, pero tenía una gran sabiduría. El objetivo es que nuestros vinos den la talla, hay años en los que no sacamos al mercado producto porque no se adecúa a nuestros estándares de calidad. Cuando ocurre esto, lo que hacemos es bajar la producción. Por ejemplo, el vino de 2001 lo estamos lanzando poco a poco, porque no tenemos mucho y que te saquen de una carta de un restaurante es tremendo. De la cosecha de 2002-2003 no va a haber vino, de las restantes hasta 2006 sí, y de 2007 y 2008 no habrá vino. Tenemos nuestro secreto.

Su destino profesional estaba marcado desde pequeño, cuando salía del colegio y jugaba entre barricas. De forma natural se interesó por la cultura del vino. Su empeño es mantener la calidad y no decepcionar

P. ¿Podemos conocerlo?

R. Dominar la uva y el roble. Nosotros para la madera tenemos nuestra propia tonelería, porque después de la uva, éste es el gran truco para producir buen vino, ya que contribuye a estabilizar y a que el aroma sea más complejo y que mejore en boca y en color. Nosotros fabricamos más de 2.000 barricas al año, lo que supone un 15% del parque total. Contamos con 14.000 ba-

“Detrás de un gran vino también hay mucha penuria”

rricas y siempre tenemos a un profesional con mucha experiencia trabajando y formando a uno más joven. Es importante la transmisión de conocimiento y de saber hacer.

P. Forma parte de la tercera generación, ¿qué aportan los más jóvenes a la empresa familiar?

R. Mi generación lo que hace es buscar el máximo potencial a cada uva, ahora vamos planta por planta, tenemos que cuidarlo todo. La nueva generación apuesta por el conocimiento y por los profesionales con formación. Yo no pongo los pies en el despacho porque me pagan por pasear por los viñedos; por ejemplo, por catar la piel de la uva, ya que es ahí donde te haces una idea de la calidad del vino. El trabajo en bodega es rutinario. No es un negocio especulativo, es de largo plazo. Nosotros somos ecológicos, dejamos crecer la hierba de forma natural y tardamos diez años en tener listo un Prado Enea. Sólo en tener preparada la madera empleamos dos años. Y ahora también estamos condicionados por el cambio climático, porque tenemos plagas que antes eran mediterráneas y ahora se sienten cómodas en La Rioja.

P. ¿Su destino profesional estaba claro desde el principio?

R. Creo que sí; todos los días, cuando salía del colegio en Haro, venía a la bodega a hacer trastadas y, ya de mayor, a trabajar. Siempre he visto a mis padres felices con lo que hacían y eso al

final te engancha. Estudié una ingeniería técnica por curiosidad, por saber por qué eran diferentes las tierras. También realicé un posgrado sobre química del suelo, aunque el proceso de bodega se hereda. Y tengo que confesar que suspendí la asignatura de enología.

P. ¿Quién se atrevió a ello?

R. Me suspendieron en la Universidad de La Rioja por contar cómo hacíamos las cosas en la bodega, y nadie se lo creía. Hacemos el trasiego del vino cada cuatro meses, con el fin de que se oxigene ligeramente y conseguir que se eliminen las pequeñas materias sólidas que se hayan depositado en el fondo. Empleamos métodos de bombeo tradicionales y nada agresivos. El clarificado lo hacemos utilizando claras frescas de huevos. Para 15.000 litros se necesitan 400 claras.

P. ¿Ahí residen vuestros elementos de diferenciación?

R. Respetamos el curso de la naturaleza, no intervenimos. Tenemos una base científica para saber qué ocurre, tenemos un gran conocimiento de la uva y, a partir de ahí, tenemos mucho cariño al proceso de elaboración, que es muy simple, catamos mucho y prestamos mucha atención, sobre todo, a la calidad de la materia prima. No creo en los enólogos que hacen grandes vinos con uvas malas. Confío más en las uvas que en los enólogos, que deben saber interpretarlas, porque se trata de tener conocimientos de bio-



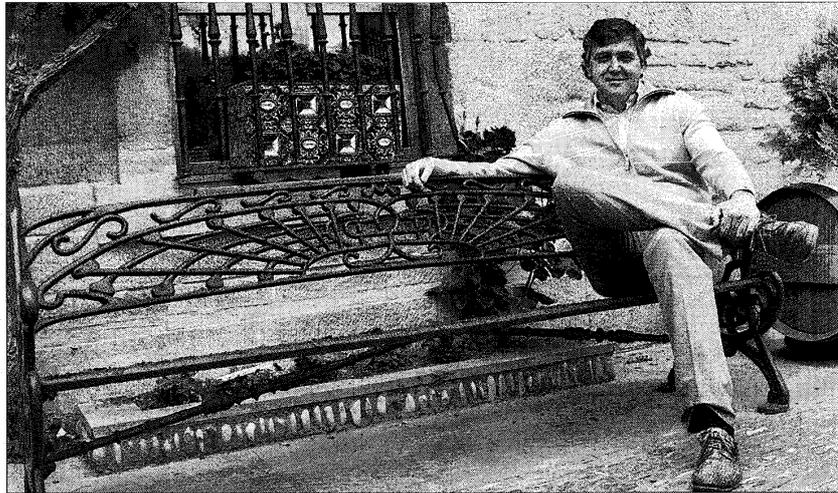
logía, química y, además, tener sensibilidad. Para nosotros es importante la humildad y, si te equivocas, aprender de los errores.

P. En los últimos tiempos ha habido una proliferación de bodegas.

R. Supone la vulgarización de un oficio milenario. Se han planteado bodegas a corto plazo y eso deteriora el mercado. Las dos últimas cosechas han sido pésimas y hay que tener una estructura ya para poder soportarlo, porque hay vino que no lo puedes sacar al mercado. ¿Qué haces, sacrificas imagen, calidad o rentabilidad? Mis abuelos vivieron la filoxera [plaga producida por un insecto, parásito de la vid, que arrasó cosechas a finales del siglo XIX y principios del XX]. Detrás de un gran vino hay historias de penuria. En nuestro sector puede haber glamour, pero también hay mucho sacrificio. Si mi abuela, que fue quien fundó la bodega vendiendo vino a nivel local y sin medios, viera cómo hemos evolucionado se sorprendería, pero también lo haría al ver que seguimos respetando la tradición de nuestros antepasados. No me sorprende cuando a la mínima se cierran los negocios, es porque sólo se busca rentabilidad, no hay cariño. No se puede cerrar empresas a la ligera.

P. Eso parece que no sucede en Haro, donde hay una buena muestra de bodegas centenarias.

R. Es una zona donde el vino es negocio, pero también es algo más. Mis padres siempre han llevado una vida no de grandes lujos; la gente aquí es humilde, hay mucha clase media y la riqueza está muy repartida. Hay más



“La proliferación de bodegas supone la vulgarización de un oficio milenario. Se han planteado bodegas a corto plazo y eso deteriora el mercado”

de 20.000 viticultores que viven de este negocio y pasa, por ejemplo, que el gerente y el obrero viven en el mismo edificio.

P. Antes hablaba de humildad, ¿podrían pecar de lo contrario?

R. No está en nuestro ADN. No nos creemos nada de lo que hacemos, todos los años nos ponemos como meta que tenemos que mejorar todo lo que realizamos. Sólo producimos en Rioja, a pesar de que hemos tenido ofertas para hacer vino en otras zonas y ganar más dinero. Hay mucho por hacer aún en esta región. Rioja es la tierra de los mil vinos, dice el enólogo Miguel Ángel de

Gregorio. Todavía podemos dar muchas sorpresas. Por ejemplo, nunca se ha dado el máximo potencial a la uva mazuelo, así que nos quedan muchas cosas por aprender y por descubrir.

P. ¿Innovar consiste en eso?

R. No sé si se puede llamar así, se trata de mejorar el proceso y el conocimiento que ya tenemos, es ir más allá. Hacemos ensayos, todo lo probamos. Por ejemplo, todos los viernes hacemos catas anónimas mezclando vinos de otras zonas. Nos ponemos a prueba constantemente e intentamos tener nuestro producto muy controlado. No queremos perder calidad.

“La crisis va a poner orden en el sector”

Las bodegas de Muga en Haro se asientan sobre una antigua fábrica de jabones, propiedad de la familia López de Heredia. Suscimientos sostienen más de 200 años de historia empresarial y de batallas libradas. Y ahora, como a la mayoría de los sectores empresariales, les está salpicando la crisis económica, aunque Jorge Muga reconoce que todavía tienen una válvula de escape en las exportaciones. “Cuanto más caro es un vino, más aceptación tiene en el exterior, sobre todo en tintos. Es más fácil competir en el mercado extranjero en gamas altas que en bajas”.

Es optimista en cuanto al momento económico, “porque va a poner orden, va a eliminar del mercado a quien no tiene pasión por el vino, a quien sólo busca rentabilidades elevadas en poco tiempo”. Y cree que va a favorecer a quienes hayan invertido en su marca y no defrauden al consumidor.