

Reseñas de publicaciones

Turismo del vino: análisis de casos internacionales

F. Xavier Medina, Damià Serrano y Jordi Tresserras (eds.) Barcelona, Editorial UOC, 2011.

ISBN: 978-84-9788-386-3

David Fornons Fontdevila

david.fornons@hotmail.com

Podemos estar de acuerdo o no con Víctor Hugo cuando afirmaba que Dios no hizo más que el agua, pero el hombre hizo el vino. Lo cierto es que este libro que se presenta nos lleva al multiverso del vino: un universo de conocimientos, saberes, sensaciones en el que la dicotomía natural-cultural se funde en un líquido preciado procedente de la tierra y elaborado por nosotros, los humanos.

De la misma forma que la alimentación es uno de los aspectos más ricos de la cultura y de la sociedad, en esta sociedad siempre turista, el turismo ya no es tan solo visual, un estar en. El turismo se ha abierto al mundo de lo sentidos en los que sensaciones auditivas, olfativas, gustativas toman relevancia como descripción, y oferta, de un lugar, de una tierra. Esto implica querer el conocimiento de otros lugares, de otras gentes. Más allá de lo económico, de lo comercial, y dentro del ámbito de lo cultural, en el turismo gastronómico (y, dentro de éste, en el del turismo del vino), la promoción regional de un lugar se simbiotiza hasta el punto de saber si es el vino lo que describe y atrae al turista a una tierra, o esa tierra atrae al turista hacia su vino, su forma de concebirlo, de hacerlo, de poseerlo.

Nos encontramos ante un libro necesario y esperado. Una de las fórmulas más exitosas para poder exponer las nuevas tendencias en turismo es, sin duda, la de relatar experiencias y casos reales que ayuden a conocer los aspectos más importantes de la introducción de nuevas tendencias en productos y destinos. En el

caso del Turismo del Vino como producto de tendencia, no existía hasta el momento –y hasta donde yo conozco– en el mercado editorial de habla hispana ningún manual que aporte esta visión ejemplificadora de buenas prácticas en este sector emergente. El objetivo de este libro es, como los editores del libro comentan en la introducción del mismo, el de dar a conocer, a partir de un eje argumental definido, algunas experiencias enoturísticas destacadas que se están desarrollando hoy en día en diferentes regiones vitivinícolas del mundo.

Ya los autores del libro nos avisan diciéndonos que el turismo enogastronómico es altamente experiencial; un producto de tendencia. Sin embargo, es preciso destacar la particularidad de observar la práctica del turismo del vino desde una componente social y cultural, con todo lo que ello implica. A través de la lectura del libro, la visión poliédrica que ofrece –rica en matices y aportes desde diversas disciplinas sociales– nos habla de identidades, de paisajes, de creaciones, de arte, de tradiciones, de innovaciones.... Sí como anteriormente se ha dicho es un viaje al universo del mundo del vino, este es un viaje actual pero marcadamente intemporal puesto que pasado, presente y futuro emergen en un fenómeno social vigente como es el turismo enogastronómico, buscando respuestas que la sociedad propone al individuo-turista desde los ámbitos de la sociedad y de la cultura.

Cabe considerar un tercer ámbito de relevancia ya insinuado en el segundo: la riqueza en el tema estudiado por los saberes poliédricos de sus autores; desde geógrafos,

arquitectos, sumilleres, arqueólogos, economistas, historiadores y antropólogos, el viaje del vino va desde una primera parte más holística, vino, turismo y paisajes, a una segunda parte más experiencial y concreta: análisis de casos internacionales de diferentes partes mundo; y hasta una tercera parte donde las experiencias más vividas y sentidas nos llevan al Nuevo Mundo americano a través de un par de carnets de viaje.

En este sentido, las tres partes del libro son ampliamente diferentes. Desde una primera parte más introductoria, en la cual podemos encontrar dos buenos artículos que nos explican en función de temas generales, por un lado, los principales agentes participantes en el turismo del vino; y, por otro lado, un excelente artículo sobre la arquitectura del vino de la mano de dos profesionales portugueses (internacionales) que nos sitúa sobre el terreno con maestría.

En el primero de ellos, y para dimensionar la actividad en el ámbito internacional, Damià Serrano nos muestra las principales líneas del turismo del vino en el mundo, hablando de la demanda enoturística, pero también de la estructuración de la oferta en el viejo y el nuevo mundo vitivinícolas; es decir, en Europa y en el resto del mundo.

En el interesantísimo artículo de los dos arquitectos portugueses (Duarte Santo y Gonçalo Sousa Pinto) se lleva a cabo un repaso a la evolución de la arquitectura de bodegas que se ha instalado y puesto en el mapa muchos paisajes vitivinícolas actuales, unos proyectos arquitectónicos que, en ocasiones y sin duda, han resultado y resultan más atractivos que el propio viñedo o que la propia elaboración del vino. Es este un artículo que recomiendo muy especialmente, tanto por lo ameno como por la claridad en la explicación.

La segunda parte del libro entra ya en materia concreta y nos lleva sobre el análisis directo de casos. Sin ambages; viajes sobre el terreno que nos llevan por diversos países explicando experiencias. Especialmente relevantes los de Tokaj, en Hungría, a cargo de uno de los editores del libro (F. Xavier Medina) y de un especial interés por muchos motivos, pero especialmente debido a su relación social directa con el desarrollo local y con el papel del vino en esta integración con el territorio. Destacable también el caso del vino de Arena de las Landas francesas (del francés Frédéric Duhart) debido a su visión de la implicación turística sobre la producción de vino en perspectiva histórica en un territorio vitivinícola que dejó de serlo a causa del turismo, y que gracias al turismo ha vuelto a la producción de vino. Y el caso de Montilla-Moriles, analizado por dos economistas (Genoveva Millán y Eva M^a Agudo) con una aproximación socioeconómica interesante al caso de esta deno-

minación de origen andaluza que hoy en día puede ser considerada como mucho más que emergente. Completa el apartado un artículo de la autora británico-libanesa Elizabeth Saleh explicando una experiencia reflexiva sobre el vino libanés en Londres que, a pesar de ser interesante, es mucho más reflexiva que concreta.

La tercera parte del libro es muy distinta al resto. Bajo el título de “Carnets de viaje”, esta parte recoge dos experiencias latinoamericanas emergentes, breves y descriptivas, pero que dan un a visión fresca y directa del territorio. Su aportación es menos científica y analítica, pero resultan interesantes como contrapunto. El riojano Luis V. Elías nos lleva de viaje a Uruguay, un destino vinícola emergente, poco conocido, y que el autor describe con fruición. El otro, debido al historiador mexicano Sergio Corona –muy reputado en México por sus historias del vino en ese país-, es principalmente histórico, aunque también descriptivo y fresco en algunos de sus pasajes.

Finalmente, un último ámbito de interés a destacar (y que se infiere en parte a través de lo mencionado hasta ahora): los editores del volumen han optado principalmente por analizar casos poco comunes; poco conocidos. Se trata de experiencias en ocasiones próximas territorialmente, aunque lejanas en volumen, de aquellos territorios más establecidos en relación con el turismo del vino. Así, lejos de encontrar los casos de Burdeos, Rioja, Chianti, Chile o Sudáfrica, nos enfrentamos a casos sorprendentes como los de las Landas aquitanas y su vino de arena, Montilla-Moriles, la región húngara de Tokaj, el Líbano, Uruguay o el estado de Coahuila, en el norte de México (conocido en estos días, no precisamente por su vino, sino por sus problemas de violencia que, sin duda, estarán afectando al turismo)... Una perspectiva novedosa e interesante, ya que se aleja de lo más “típico” y conocido, llevándonos por territorios aún hoy en día sorprendentes.

En definitiva este libro lleva al lector interesado a un análisis del turismo del vino en tanto que fenómeno social y cultural en crecimiento, y siempre desde una perspectiva cultural, plural y abierta. Esta es la intención manifiesta de sus autores y les aconsejo este libro re-pensando la frase inicial: Dios no hizo más que el agua, pero el hombre (la humanidad) hizo el vino.

<i>Recibido:</i>	08/07/11
<i>Reenviado:</i>	18/07/11
<i>Aceptado:</i>	19/07/11
<i>Sometido a evaluación por pares anónimos</i>	