

Monforte se erige en capital de los museos del vino

05.05.2011

Medio centenar de museos del vino hacen que España esté muy por encima, en cuanto al volumen de este tipo de centros, de otros estados tradicionalmente productores. Además, nuestro país cuenta con la Asociación de Museos del Vino de España, pionera al crear una entidad que establece sinergias entre ellos.

Unas sinergias en las que trabajan desde ayer y hasta mañana los más de veinte museos del vino que han acudido al Centro do Viño de Ribeira Sacra de Monforte de Lemos para intercambiar experiencias y compartir nuevas estrategias para la promoción y la financiación de estos centros.

Los participantes en el encuentro buscan difundir el rico patrimonio del vino, crear conciencia de conservación, recuperación e investigación de una cultura de una enorme riqueza que habla muy bien de lo que son muchas regiones en España y, por supuesto, debatir temas de actualidad. Entre otros, la importancia de la publicidad, la comunicación, las redes sociales (que no se aprovechan en muchos museos), la colaboración con otras bodegas e, incluso, el protagonismo de los más pequeños en los museos y en la cultura, gracias a un bien heredado desde hace siglos.

La creación de museos del vino en España ha estado muy ligada al desarrollo que ha vivido el sector vitivinícola en los últimos 15-20 años tanto cuantitativa como cualitativamente. El proceso modernizador no sólo ha afectado a la producción, sino a las técnicas comerciales, al márketing, a la proliferación de "bodegas de autor" y a la estética en la imagen de marca. Todo ello ha provocado una revalorización de la cultura inherente al vino, a la que tradicionalmente no se le había dado la importancia que merecía. Surge el desarrollo del enoturismo y el interés del público general por el vino y su patrimonio, creándose la mayor parte de los museos en la última década.