

# Que sean otros

## los que trabajen y, disfrutemos

Por desgracia, para todos nosotros, es demasiado frecuente encontrar cómo el sector vitivinícola aborda los serios problemas que le son propios con una espeluznante falta de solidaridad, como si no fuera con ellos, o lo que todavía sería peor, como si tuvieran que ser otros los que nos los solucionasen. Y ante esta preocupante situación, cada día, el consumidor más desorientado y presionado, se enfrenta a la elección de un vino bajo la espada de Damocles del ridículo.



Salvador Manjón,  
Director de la Semana Vitivinícola

Cualquiera de nosotros ha asistido, en alguna ocasión, a una mesa redonda y escuchado de boca del último integrante –por turno se entiende– aquello de que: “Todo lo que tenía que decir ya lo han dicho mis compañeros y tan sólo me queda adherirme a lo expuesto”. De esta manera da la impresión de ser el que

con más cosas ha contribuido al debate y, en cambio, ha resultado ser el único incapaz de aportar nada original y que contribuya de forma positiva a entablar un diálogo enriquecedor.

Pero más lamentable resulta que esta especie de “escurrir el bulto” resulte ser una postura demasiado corriente entre las gentes que integran este sector, el que parece que sólo existe cuando el

problema adquiere una dimensión amenazadora para su propia supervivencia y en el que, sólo entonces, cada interlocutor está dispuesto a aportar lo que de positivo tenga.

Estoy por utilizar la fórmula anterior y no aburrirles con retóricas y narraciones de situaciones lamentables -qué es sino un artículo que la exposición de un problema de forma explícita, acaba generando cierta complicidad entre escritor y lector-, animándoles a que insistan en su empeño por profundizar en su cultura. Pero como esto del vino si algo tiene es que es un constante reto en el que unos y otros, bodegueros y consumidores, andamos buscando la cuadratura del círculo, afrontaré el reto con la valentía del ignorante y desafiare a todos los que me han precedido y los que, con mucho más éxito que yo, me sucederán y comenzaré por decirles que si algo no tiene el sector del vino: nuestros viticultores, bodegueros, administración, distribuidores y consumidores -también éstos son parte del sector-, son los deberes hechos. Un país en el que cada año se produce más, al que las ingentes cantidades de dinero que le llegan no sirven más que para aumentar producciones, mejorar instalaciones, reconvertir nuestros viñedos hacia variedades foráneas o retirar excedentes; pero que se muestra totalmente incapaz de sostener el consumo en unas tasas propias de un país tradicionalmente productor, el primero del mundo en extensión, casi en volumen de exportación y dentro de poco, como alguien no lo remedie, de producción. No es de recibo que en poco más de treinta años hayamos bajado nuestro consumo de setenta y cinco a menos de veintitrés litros por persona y año.

Ya sé que cada vez consumimos menos pero mejor, que el precio de nuestros vinos nada tiene que ver con el que pagaban nuestros padres, que la sociedad ha cambiado y modificado sustancialmente los hábitos de consumo, que las campañas de tráfico han señalado el vino como uno de los más directos responsables de los accidentes, o que es políticamente incorrecto recomendar el consumo de cualquier bebida alcohólica, aunque ésta sea el vino cuyo *bagaje* cultural lo sitúa en órbitas muy distintas a los problemas de nuestros jóvenes (mayores de 18 años) con el alcohol. Pero, ¿qué le vamos a hacer? El consumo baja, las administraciones no quieren saber nada de la situación y nuestras

bodegas deben encontrar la forma de ser ellas y no otras las que ocupen los escasos nichos que quedan libres en un mercado que está totalmente saturado. Formas de hacerlo, muy variadas y válidas todas ellas, desde los que apuestan por grandes producciones y bajos precios hasta los que lo hacen por pequeñísimas cantidades y desorbitados precios. Y entre ambos, bodegas que con producciones comercialmente suficientes como para abrir mercados y hacer sonar en el mundo entero su nombre, el de su denominación y el de España, han sabido elaborar vinos de una excelente relación calidad-precio.

Conjugar estos dos factores y ser capaz al mismo tiempo de fidelizar a tus consumidores, no es tarea fácil, y si no que se lo pregunten a bodegas con mucha más historia y de zonas geográficas de mayor renombre, cuyos vinos no han sabido evolucionar con el paso del tiempo. La sociedad es cambiante, lo son las tecnologías que nos hacen la vida más agradable, pero también lo son los gustos, las disponibilidades económicas, los mismos mercados; y en el saber adaptarse a los cambios se encuentra una gran parte de nuestras posibilidades de éxito.

No tengo intención de recomendarles el consumo de los vinos de ninguna bodega aludiendo a su calidad. No me parece necesario. Sí, en cambio, me van a permitir que les pida que se rebelen contra esa especie de ola de puritanismo y exquisitez que parece envolver a nuestra sociedad y se enfrenten al consumo de vino con decisión, valentía, una gran dosis de ignorancia y una amplia capa de indiferencia al ridículo.

El vino es muchas cosas: agua, alcohol, taninos, olores y sabores; pero especialmente es placer, es disfrute, y yo no acierto a encontrar dónde se encuentra el placer en enfrentarse a una copa con temor al ridículo o dónde está escrito que cada vez que pedimos un vino tengamos que dictar una docta charla sobre las razones que me han llevado a hacerlo. Veán, huelan, saboreen y paladeen el vino, pero por encima de todo, disfrútenlo, háganse cómplices de él, del bodeguero, del viticultor que ha trabajado las viñas. Indaguen en su historia, conozcan su viñedos y sus bodegas, pónganle cara a la etiqueta. Y dejen para otros, los que tiene la formación para hacerlo, la tarea de expresar con palabras sus sensaciones.

Háganlo. Me lo agradecerán, pero especialmente se lo agradecerán a ustedes mismos.