Ribeira Sacra, un salto sin Red

La proyección internacional de los vinos contrasta con el escaso interés de numerosas bodegas por cuidar sus webs o asomarse a las redes sociales

LUIS DÍAZ
MONFORTE / LA VOZ

En los comienzos de la denominación de origen, no hace tanto tiempo de ello, era noticia que algún restaurante de postín de Madrid o Barcelona incorporase a su oferta marcas de Ribeira Sacra. Hoy se han hecho un hueco en las cartas de locales de referencia de Londres, Sídney o Nueva York. La proyección internacional de los vinos crece, gracias al interés de los prescriptores más influyentes. Pero la presencia de las bodegas en la Red, el escaparate para abrirse a esos nuevos mercados, todavía es discreta o incluso inexistente en la mayoría de los casos. Salvo los principales elaboradores —y no todos—, Ribeira Sacra vive de espaldas a Internet y a la efervescencia de las redes sociales.

«Hay una dejadez enorme. La mayoría de los bodegueros son muy reacios a todo lo que tiene que ver con Internet. La clave está en tratar de convencer a las generaciones que toman el relevo, porque colocar las cosas con calzador no funciona», dice Alfonso Herrero, técnico del programa Innov@te2. A través de esta iniciativa de la Diputación de Lugo, el Centro do Viño da Ribeira Sacra será escenario próximamente de una jornada sobre nuevas tecnologías dedicada expresamente al sector vitivinícola. «Los bodegueros de más edad difícilmente se van a poner al día, pero los que vienen detrás deben tomar conciencia de la importancia de la venta *online* para ir más allá de los mercados habituales», dice Herrero.

La venta «online»

Pocas bodegas de Ribeira Sacra comercializan sus vinos a través de páginas en Internet. Entre ellas destacan Algueira, Ponte da Boga, Regina Viarum y Vía Romana, que son a su vez las que tienen una presencia más notoria en las redes sociales. Sus webs están entre las más cuidadas, con datos actualizados de vinos y viñedos e información de carácter general sobre la viticultura de esta denominación de origen. Plataformas de venta como *vinosacra.es* dan cabida, por otro lado, a pequeños elaboradores que por falta de medios o de interés carecen de presencia en la Red. Algunos, paradójicamente, recibieron puntuaciones muy altas de críticos de gran influencia en el mercado anglosajón,

«Los bodegueros tienen que ser conscientes de que en el siglo XXI cualquier persona del mundo puede visitar su bodega a través de una web», destaca el organizador de la jornada informativa. Internet no solo permite saber algo más de los vinos y las técnicas de elaboración. También es una ventana abierta a los viñedos, que en el caso de Ribeira Sacra configuran un paisaje vitícola de enorme singularidad. «La imagen vende mucho y la del viñedo en bancales más», apunta Herrero. En la práctica, sin embargo, muchas bodegas dan prioridad en las galerías de imágenes de sus webs a fotografías de parques de barricas o modernos depósitos troncocónicos.

Sumilleres y periodistas japoneses en una visita al Centro do Viño da Ribeira Sacra. ALBERTO LÓPEZ

> Muchas galerías de imágenes priorizan las barricas frente a los viñedos

Información desfasada

La actualización de los contenidos es otra asignatura pendiente en las páginas en Internet de buen número de bodegas de Ribeira Sacra. Las noticias y premios que se reseñan son de varios años atrás y en algunos catálogos aparecen marcas de vinos que ya se dejaron de elaborar hace mucho tiempo. «Se piensa que con abrir una página web ya está, y no es cierto. A veces es mejor no tenerla a que esté sin poner al día», advierte el técnico del programa Innov@ate2. Con los foros, un instrumento de promoción muy valorado por los expertos, sucede otro tanto. «Si no los van atender, mejor no abrirlos», aconseja Herrero.

BRUNO LOVELLE PROMOTOR DE UN PORTAL DE VENTA

«Las redes funcionan muy bien, sobre todo para darte a conocer»

L.D MONFORTE / LA VOZ

Bruno Lovelle puso en marcha en febrero del pasado año la plataforma de venta de vinos por Internet *vinosacra.es*, que comercializa exclusivamente vinos de bodegas de Ribeira Sacra. También ofrece información sobre la zona y aspectos relativos al servicio y la cata del vino. Será uno de los ponentes en la jornada que organizará en el Centro do Viño el programa Innov@te2 el próximo 29 de enero.

—¿De qué hablará a los bodegueros?

—Voy a hablar de cómo surgió la idea de nuestra plataforma de venta y divulgación, del proyecto inicial. Igual que le pasa a muchos bodegueros, yo no disponía de muchos conocimientos de las posibilidades de Internet a nivel de negocio. Tuve la suerte de conocer a gente que trabajaba en el márketing virtual, que fue fundamental para sacar adelante esta idea.

—¿Cómo valora la presencia en Internet de esta denominación de origen?

—Hay muchas bodegas de Ribeira Sacra que están obsoletas, porque no saben o porque no quieren moverse en la Red.

—¿Por qué cree que no quieren hacerlo?

—En las páginas web, me da la impresión de que es fundamentalmente un problema de voluntad y de conocimiento. Hay muchas bodegas pequeñas, pero no creo que se trate de un problema económico. Abrir una web y mantenerla actualizada tampoco es tan costoso. Una tienda *online* ya es otra historia.

Bruno Lovelle. ROI FERNÁNDEZ

—Ustedes tienen una presencia activa en las redes sociales. ¿Que papel pueden jugar en la comercialización?

—Las redes funcionan muy bien, sobre todo para darte a conocer. Pero necesitas a alguien que trabaje con asiduidad, con algo de tesón. La actualización de contenidos es importante en una página web, pero en las redes sociales todavía lo es más. Tienes que escribir regularmente, para que la gente te siga hay que estar dando información.

El PP dice que el alcalde solo respondió con vaguedades sobre la piscina

MONFORTE / LA VOZ

A la portavoz del PP en la corporación de Monforte no le valen los argumentos del alcalde para no convocar una junta de portavoces sobre el conflicto de la piscina municipal. Julia Rodríguez considera que los grupos de la oposición, y la ciudadanía en general, tienen derecho a saber en qué situación se encuentran las gestiones con la administración concursal.

«No sabemos si las empresas interesadas fueron definitivamente descartadas, ni los motivos por los que no pueden hacerse con el servicio», señala Julia Rodríguez. Tampoco esta claro, prosigue la concejala, «si los trabajadores van a cobrar las nóminas que se les adeudan o si el Ayuntamiento tendrá que abonar alguna cantidad si decide resolver el contrato con el Grupo Pazos».

La portavoz del PP sostiene que la negativa del alcalde está fuera de lugar porque hasta la fecha solo respondió con «vaguedades» a la preocupación de la ciudadanía por el futuro de la piscina y a la consiguiente inquietud de los grupos políticos. «No sabemos si el Ayuntamiento tiene algún plan o si simplemente va a esperar a que el problema se resuelva por sí solo», señala.

Una «irresponsabilidad»

Julia Rodríguez hace hincapié en que, después de dos meses de gestiones para buscar una salida, todo volvió «al punto de partida». En este contexto, considera que no convocar la junta de portavoces que reclama el PP constituye «un gesto de irresponsabilidad política con todos»

FORMACIÓN

UGT organiza cursos para desempleados y trabajadores en activo

La unión comarcal de UGT abrirá el próximo lunes el plazo de presentación de solicitudes para participar en dos nuevos cursos de formación. Estarán dedicados, respectivamente, al diseño de páginas web y al aprendizaje de la lengua inglesa a nivel de iniciación. En cada uno de los cursos se admitirán un máximo de quince alumnos, que se seleccionarán entre los solicitantes. La duración, en ambos casos, es de cincuenta horas.