

«El Museo es el primer destino de La Rioja»

Santiago Vivanco Director del Museo de la Cultura del Vino. El centro se ha convertido en un referente enoturístico, con 140.000 visitas anuales

BRIONES

■ C. GUARDAMINO

Entre los viñedos de Briones, en el corazón de La Rioja Alta, se alza majestuosa la obra que la familia Vivanco ha impulsado a través de su vocación coleccionista y su pasión por el mundo vitivinícola. Desde la inauguración en 2004, el Museo de la Cultura del Vino de Dinastía Vivanco se ha convertido en uno de los principales reclamos turísticos de la región. No obstante, de los 140.000 visitantes que pasan cada año por este enclave consagrado al vino, destaca la ausencia de aquellos que lo tienen más cerca, los propios riojanos, según el máximo responsable del museo, Santiago Vivanco.

—El Museo de la Cultura del Vino es un filón para el turismo.

—Es el primer centro turístico de La Rioja, por delante de otros lugares emblemáticos como los monasterios de San Millán. Para nosotros es una gran satisfacción. Cuando nos embarcamos en este proyecto no sabíamos si iba a gustar, pero durante el primer año nos dimos cuenta de que superamos nuestras expectativas de visitantes.

—¿Es cierto que los riojanos no conocemos las bodegas de nuestra tierra?

—La mayoría de los visitantes procede de otras comunidades como Cataluña, Madrid, País Vasco, Castilla y León... En muchos casos vienen exclusivamente a vivir la experiencia de la cultura del vino. Sin embargo, sólo un pequeño porcentaje corresponde a riojanos. Este hecho puede deberse a que lo tenemos cerca y sabemos que estará allí todos los días. Pero también considero que un buen número de riojanos piensa que el museo no les aportará nada nuevo. Desconocen que de los 4.000 metros cuadrados de exposición, sólo 25 pertenecen a La Rioja. El museo se llama así porque recorre más de ocho mil años de historia del vino. Se trata de un enfoque más amplio y universal, que va más allá del vino de Rioja y su proceso de elaboración. Además, cada vez contamos con una mayor presencia de turistas extranjeros que vienen a conocer los recursos enoturísticos de la zona, especialmente franceses, ingleses, estadounidenses y mexicanos, entre otros.

—Pero también es un proyecto costoso de mantener.

—A pesar de la gran afluencia de visitantes, el museo es un proyecto deficitario. Como centro íntegramente privado, se mantiene gracias a los beneficios de la bodega. Si bien nos ayuda a incrementar las ventas de vino, el museo no nació por una cuestión de marketing, sino por la ilusión y el amor al vino de mi padre.

—¿Cómo se materializa la idea de un museo dedicado al vino?

—Uno de nuestros lemas es que hay que devolver al vino lo que el vino nos ha dado, es decir, debemos devolver a la sociedad lo que nuestros caldos nos reportan. Y, bajo este principio, creamos la fundación y el museo. Concretamente,

El museo es un proyecto deficitario que se mantiene gracias a los beneficios de la bodega

Fue elegido mejor museo del vino en el 2004 y en el 2009, mejor centro documental 'on-line'

VIVANCO, MEJOR MUSEO DEL VINO

Concebido como un centro de divulgación de la historia y la cultura del vino, esta ambiciosa iniciativa, surgida de los muchos viajes de Pedro Vivanco, comienza su andadura con la pretensión de convertirse en un referente internacional de las manifestaciones artísticas relacionadas con el vino. Los premios recibidos desde que abrió sus puertas le avalan en dicho objetivo. En 2004 el cen-

tro obtuvo el galardón 'The Best of Wine Tourism' al mejor proyecto enoturístico mundial, un reconocimiento otorgado por la Red de Grandes Capitales y Viñedos del Mundo en Melbourne, Australia. Unos años después, en el 2009, recibió el premio al mejor centro documental del vino 'online', concedido en Ciudad del Cabo, Sudáfrica. «El museo es una apuesta por divulgar la extensa cultura del vino y también una defensa del vino en sí mismo, que a veces se ve atacado por parte de la Unión Europea u otros actores», reivindica Santiago Vivanco.

—Un proyecto, además, declarado como el mejor del mundo en su especie.

—Obtuvimos el reconocimiento al mejor museo del vino en el 2004. El vino tiene trascendencia en multitud de campos, desde la religión, donde se ve como algo sagrado, hasta la pintura, con su reflejo en obras de Picasso o Sorolla. A lo largo de los siglos se ha representado unido a la vida del hombre en sus diferentes ámbitos. No obstante, un museo debe estar vivo y es necesario dotarlo de más servicios y actividades, algo que supone un gran esfuerzo económico y humano.

Santiago Vivanco, director general del Museo de la Cultura del Vino. JUAN MARÍN

