

La interpretación del patrimonio vitivinícola de Mendoza, Argentina¹

Lorena Manzini, Doctora en Arquitectura²
lorena.manzini@gmail.com

"The best and most beautiful things in the world cannot be seen or even touched. They must be felt with the heart."

Helen Keller

La vitivinicultura en la provincia de Mendoza requirió, con el transcurso del tiempo, de diversas prácticas enológicas y de edificios tanto para la elaboración del vino como para que propietarios y trabajadores pudiesen efectuar la vida en los establecimientos vitivinícolas. Estos edificios y el paisaje en el que se integran en la actualidad son considerados patrimonio cultura y valorados tanto por los especialistas como por la comunidad local.

En la actualidad, Mendoza está viviendo un particular momento de reconocimiento y revaloración de la cultura del vino, lo que conduce a los propietarios de los establecimientos vitivinícolas a incorporar y concebir estos bienes como partícipes en el desarrollo económico de sus emprendimientos.

Las bodegas y casonas tienden a ser restauradas y reutilizadas con diversos usos. Pueden incorporarse a las funciones actuales vitivinícolas o bien se les otorgan nuevas funciones complementarias vinculadas a las actividades requeridas por el turismo provincial e internacional. Las características materiales y paisajísticas, así como la representatividad simbólica del patrimonio vitivinícola local, convierten a este en unos de los principales atractivos de la provincia para el turismo enológico.

¹ El presente trabajo fue debatido en las *Jornadas ICOMOS 2011. El patrimonio Urbano y Arquitectónico. La gestión para su conservación*, efectuado en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Nacional de Tucumán. Argentina, en 2011. El trabajo se tituló *"El significado cultural y la interpretación del patrimonio vitivinícola de Mendoza, Argentina"*.

² Instituto de Ciencias Humanas Sociales y Ambientales del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (INCIHUSA - CONICET), Argentina. Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño (FAUD) de la Universidad de Mendoza (UM) en Argentina.



Trabajo en la viña de Bodega Norton, Mendoza, Argentina
(Foto del sitio web de la bodega, consultado el 5/5/2011)

Los turistas conocen las zonas vitivinícolas a través del recorrido por las rutas del vino y, ya en la bodega, por medio de actividades de degustación y visitas guiadas tanto por el interior de estas como por los viñedos, en donde el discurso histórico posee un rol protagónico. No obstante, en la actualidad se han incorporado nuevas actividades interpretativas que permiten una comprensión más profunda del significado de la cultura del vino que es pertinente analizar.

Jorge Morales (2010) define la interpretación del patrimonio como: *"...un proceso de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que disfrute y lo aprecie"*. Es importante destacar que el significado del patrimonio es acumulativo en relación con la vida histórica de los bienes y vincula las distintas dimensiones del contexto en el que se inserta.

El patrimonio, en su origen, posee un significado vinculado principalmente a su función, pero este puede ir cambiando, ser enriquecido y construido con el cruce de diversas miradas. Estas particularidades son las que transforman el significado inicial en significado cultural, que definimos como una construcción conceptual compleja que vincula las etapas de la vida histórica de un bien patrimonial y que permite comprender su razón de ser en el tiempo, así como detectar lo que es importante en la vida del mismo y explicarlo como producto cultural. Es por ello que el significado cultural provee de contenido al programa de interpretación del bien patrimonial partícipe de la actividad turística (Manzini, 2009).

En los programas de interpretación se deben aplicar estrategias de comunicación vivenciales, atractivas, claras y directas, que permitan sensibilizar e introducir al visitante, a través de los sentidos, en el significado de la cultura del vino y en nuestra identidad local.

A su vez, es importante observar que el marketing efectuado, tanto por las empresas vitivinícolas como por las instituciones gubernamentales, se basa en argumentos focalizados en la historia, cultura, placer, y máxima calidad de productos. Este tipo de actividades es promocionado por diversos medios de comunicación (televisión, radio, diarios, páginas oficiales en la Web, redes sociales en Internet, etc.), que influyen y contribuyen a la conformación de la identidad social y a las representaciones mentales del paisaje local en torno de la cultura del vino.

A raíz de la reflexión sobre la compleja red de relaciones que se vinculan en torno a la interpretación del patrimonio vitivinícola nos preguntamos ¿Cómo se transmite actualmente, a los visitantes y la sociedad, el significado en bodegas y casonas patronales vitivinícolas, en Mendoza?³

Las propuestas de interpretación aplicadas en bodegas y casonas patronales vitivinícolas

Las actividades, en general, consisten en efectuar un recorrido guiado. Una vez efectuada la recepción, que puede o no incluir un brindis de bienvenida, se inicia el recorrido por los viñedos, donde se explica el tipo de variedades de vid y se aportan algunos datos técnicos. El siguiente paso consiste en visitar la bodega, donde el guía muestra las diversas zonas de elaboración del vino, da una explicación del proceso de vinificación, intercalando este discurso con datos históricos de la bodega, la familia fundadora, etc. El recorrido finaliza con la degustación de vinos de la casa. Esta actividad es fundamental ya que permite experimentar y disfrutar a través de los sentidos el producto final, el vino.

Este tipo de visita es la más difundida y utilizada y se focaliza en la elaboración del vino y en los lugares donde se materializa: la bodega. A su vez, es frecuente que los establecimientos posean antiguas casonas donde vivieron los propietarios que fundaron el lugar. Se pueden encontrar casonas transformadas en oficinas de administración, restaurante, galerías de arte, locales comerciales, museos, hostel, etc., o bien llevan a cabo una combinación de diversas actividades.⁴ Pero estas casonas en su mayoría no

³ Para ello consultamos autores de referencia en torno a la disciplina de la interpretación, como Morales Miranda (2010; 1998), Larsen (2003), Fernández Balboa (2007). Sobre la temática del significado cultural y el patrimonio vitivinícola: Cirvini, Gómez (2006); Manzini (2009); Waisman (1993), entre otros.

⁴ Recomendamos efectuar el recorrido virtual que ofrece una bodega en el sitio Web oficial, cuyo link es el siguiente (fecha de consulta, 05/05/2011): <http://www.bodegalostoneles.com/TourVirtual/>

participan activamente en el recorrido de los turistas; en general se menciona que fueron las casas patronales, pero no se transmiten al visitante los significados que poseen.

Si analizamos este tipo de visita podríamos decir que las técnicas de interpretación empleadas son deficientes. El visitante adquiere conocimiento de la historia del conjunto, del proceso de elaboración del vino actual, y efectúa un recorrido de reconocimiento por el establecimiento, pero la transmisión del significado es parcial, meramente informativa y no vivencial. No experimenta ningún tipo de experiencia profunda que comprometa, interese e incite a la comprensión de los significados del tema de una manera participativa, como recomienda la disciplina de la interpretación.

No obstante, actualmente algunos establecimientos están introduciendo nuevas actividades y técnicas más efectivas y atractivas para transmitir el significado que posee ese patrimonio.

La actividad en algunas bodegas trasciende a la mera degustación: se enseña al visitante a catar, es decir, se le introduce en el mundo de los aromas, colores y sabores, a través del entrenamiento de los sentidos. Este tipo de actividad es vivencial, clara, atractiva, y permite comprender y percibir profundamente algunos de los conceptos de la cultura del vino.

Otras experiencias interpretan este patrimonio de una forma más profunda, como la propuesta que ofrece la Bodega Norton. Esta bodega efectúa actividades en el viñedo durante todo el año, el festejo de la semana de la primavera en septiembre, y la semana del Malbec en abril, entre otras. La actividad en el viñedo es una experiencia donde el visitante comparte y descubre de cerca el cuidado de la vid, desde la poda en invierno, el desbrote de primavera, el deshoje y el raleo estival, hasta llegar a la cosecha.

La experiencia *enólogo por un día* brinda la posibilidad de que el visitante pueda vivenciar la labor del enólogo. Junto a expertos, el turista puede participar en la elaboración de un *blend* (resultado de una mezcla de una o varias bases de uvas) y, además, diseñar una etiqueta dándole identidad a un vino con estilo propio. Un jurado de enólogos y *sommeliers* de la bodega elegirán al mejor exponente. La experiencia *creciendo junto al vino* es la actividad que propone acompañar el desarrollo del vino, degustando los mostos de la variedad Malbec desde los tanques de fermentación con una posterior cata del vino en la etapa de su añejamiento en barricas para, finalmente, descorchar vinos reservas en reposo de la cava.

La propuesta que brinda esta bodega sienta las bases de una nueva forma de transmitir el significado acorde a las recomendaciones de la interpretación. El

conjunto de experiencias que promueve trascienden la comprensión del significado material del patrimonio vitivinícola haciendo posible vivir y comprender el significado del patrimonio inmaterial, la cultura del vino, que acompaña inseparablemente la materialidad de la bodega.

Conclusión

La actividad turística en torno al vino se encuentra en continua evolución. En la actualidad se está iniciando un profundo cambio de concepción a nivel local. Se está pasando de un tipo de actividad informativa y poco participativa, donde la degustación era el icono de mayor relevancia, a nuevas actividades concebidas como *experiencias* vivenciales, que permiten comprender en profundidad la cultura del vino junto a los edificios que la albergan. Los visitantes de las bodegas antes concebidos como “espectadores”, ahora tienen la posibilidad de transformarse en “actores”, partícipes en la comprensión de elaboración del vino. Esta característica, creemos, es un modelo a seguir para los establecimientos vitivinícolas locales.

No obstante, aún no se encuentra explorado y suficientemente explotado el recurso turístico que brindan las casonas patronales, las formas de vida de diversas épocas en estrecha relación con la historia de la familia fundadora del establecimiento y el paisaje vitivinícola en sus diversas etapas históricas.

A su vez, es importante considerar que la difusión y el marketing que se llevan a cabo a través de los medios de comunicación, influyen y transmiten a la sociedad un conocimiento general sobre la temática vitivinícola, sobre las actividades que la integran, y sobre la historia que le dio origen y la sustenta. Por consiguiente, esto influye en la conformación de la identidad de la sociedad local en paralelo a la promoción internacional y nacional que se le pretende dar a la bodega y sus productos.

Finalmente, creemos que mientras el visitante siente con el corazón al patrimonio vitivinícola, indirectamente la sociedad a la que pertenecen estos bienes fortalece su identidad nutriéndose de historia y de progreso.

Bibliografía

CIRVINI, Silvia y GOMEZ VOLTAN, José. “Los valores y significados del patrimonio vernáculo en tierra. Su relación con la conservación y con la construcción de nuevas obras en la región de Cuyo - Argentina”, En Construir con tierra Ayer y Hoy. Mendoza Argentina. INCIHUSA - CRICYT. 2006.

LARSEN, DAVID L. (Ed). Meaningful Interpretation: How to Connect Hearts and Minds to Places, Objects, and Other Resources. Fort Washington, PA: Eastern National. 2003.

MANZINI, Lorena. Claves de lectura histórico - arquitectónica para la determinación del significado cultural de los bienes patrimoniales. El caso del patrimonio agroindustrial vitivinícola del Área Metropolitana de Mendoza. 2 Tomos. Tesis Doctoral. Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño. Universidad de Mendoza. Inédito. Mendoza, Argentina. 2009.

MORALES MIRANDA, Jorge. Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura: Empresa pública de Gestión y Programas Culturales, D. L. 1998.

MORALES MIRANDA, Jorge. Claves para la interpretación del patrimonio natural (y cultural). En Revista Tecnic Revista de gestión cultural. N° 8. 2010. Link: <http://revistatecnic.net/articulos/2010/05/claves-para-la-interpretacion-del-patrimonio-natural-y-cultural/>

MORALES MIRANDA, Jorge. [et al.]; compilado por Carlos FERNÁNDEZ BALBOA. La interpretación del patrimonio en la Argentina: estrategias para conservar y comunicar. Buenos Aires: Administración de Parques Nacionales. 2007 Versión digital: <http://es.scribd.com/doc/3076498/La-interpretacion-del-patrimonio-en-la-Argentina-estrategias-para-conservar-y-comunicar-nuestros-bienes-naturales-y-culturales->

WAISMAN, Marina. El interior de la historia, Bogotá, Escala. 1993.