



MANUEL
GAMELLA

VINOS

MÁS VINOS EN LA RED

HACE YA tres años que publiqué en estas páginas un artículo sobre la incipiente presencia del tema vinícola en Internet. Por supuesto que este asunto no ha parado de engordar desde entonces, como no podía ser menos en un universo virtual que prácticamente ha venido doblando cada año el número de usuarios conectados. Si ya entonces era imposible hacer un resumen panorámico de las posibilidades de navegación por el mar de vino de la red de redes y me limité a plantear algunas sugerencias, ahora que ese mar es ya un océano casi cabe sólo animar a todos los internautas interesados para que se lancen a la exploración, sabiendo que van a encontrar verdaderos archipiélagos entre los que orientarse o perderse.

Y, cómo no, donde hay navegación hay comercio, y quizás también piratería (así es la vida). La oferta de vinos por Internet es un fenómeno en clara expansión y ofrece múltiples oportunidades teniendo en cuenta las decenas de miles de vinos distintos que circulan por el mundo, la mayor parte de los cuales (casi todos los extranjeros, pero también muchos españoles) es muy difícil que lleguemos a verlos nunca en los anaqueles de nuestros establecimientos habituales de compra. Normalmente comprar por Internet supone tener que pagar más por el transporte, además de tener que confiar en un proveedor separado por distancias que pueden hacer casi imposible la reacción del comprador ante cualquier inconveniente. Sin embargo no será yo quien se oponga al innegable progreso. Muy al contrario, espero que el propio avance por estas vías nos vaya ofreciendo soluciones en forma de mejores guías y de herramientas informáticas que nos faciliten el comparar ofertas y elegir las más adecuadas a nuestra curiosidad y a nuestros intereses.



Puestos a recomendar una dirección concreta por la que empezar la exploración, diré que lo mejor que conozco actualmente en español es www.elvino.com. Se trata de una página que no vende directamente, pero que ofrece mucha información, posibilidad de contactos y, lo que es quizás más importante, enlaces interesantes a otros lugares de la red por los que seguir navegando sobre vino (y de éstos a otros, y a otros...).

[elvino](http://www.elvino.com) está coordinado por un enólogo, Ignacio de Miguel, y se financia por publicidad de bodegas, publicaciones, comercios, etc. que exhiben sus anuncios, generalmente incluyendo enlaces a sus propias direcciones. La página conduce a secciones como un vino del mes comentada, una vinoteca de meses anteriores, agenda de eventos, noticias, participación en foros de debate, *chats*, pasatiempos y concursos, guías de tiendas, bares y publicaciones en toda España, y un boletín electrónico de suscripción gratuita. La información es en general abundante, interesante y bien actualizada, gracias a que el envío de referencias para su inclusión es gratis.

Los enlaces desde [elvino](http://www.elvino.com) a otros lugares de interés son 35, y cada uno

va acompañado de una pequeña ficha sobre el ámbito geográfico al que se refieren, idioma, y posibilidad o no de búsquedas y de compras. Los ámbitos geográficos incluyen EEUU y Canadá (por supuesto), pero también Francia, Italia, Alemania, Chile, Hungría, Australia, y hasta seis direcciones sobre España. De éstas una no funcionaba en mi última visita, pero sí las otras cinco, de las que cuatro ofrecían posibilidades de hacer pedidos.

No hay duda pues de que el futuro de este campo está garantizado, ya que tanto el interés publicitario como el más directamente comercial seguirán alimentando la aparición de iniciativas de estos tipos. Lo que resulta imposible es prever en detalle hasta donde llegarán a transformarse nuestras formas de adquisición de conocimientos, bienes y servicios, sobre vinos y sobre tantas otras cosas. Los cambios podrán ser verdaderamente decisivos cuando la penetración de Internet llegue a ser similar a la del teléfono o la televisión ahora, lo que puede no estar muy lejos si la tendencia actual se mantiene. Los que ya han abierto su chiringuito en la red son por ahora los pioneros, y sin duda algunos de ellos alcanzarán un día su premio, aunque otros caigan por el camino, víctimas de una verdadera selección darwiniana.

En cualquier caso, voy a acabar hoy más o menos como hace tres años. En lo que se refiere a los vinos hay un foso muy difícilmente franqueable entre los mundos virtual y real. Los sabores y los olores aún se resisten a la telemática, y el ambiente alrededor de mesas, copas y botellas aún parece lejos del alcance de la realidad virtual. Adelante pues, internautas, pero sigamos desembarcando en la realidad real para chatear de verdad como siempre, aunque sólo sea para poder decidir con conocimiento de causa antes de hacer nuestros pedidos electrónicos. ■