

PRIMERO: El vino forma parte de la cultura tradicional de los países mediterráneos.

El vino es un alimento que forma parte de la cultura tradicional de los países mediterráneos. Los clásicos griegos ya presentan la cultura del vino como característica de pueblos agricultores civilizados.

En el caso particular de Galicia, la vid y el vino tienen de siempre un gran valor simbólico, sobre todo en el marco de nuestra historia y cultura. A ellas fueron íntimamente ligados, tanto la divulgación del cultivo de la vid como el comercio de vino entre los pueblos.

El legado artístico y cultural gallego vinculado al vino es muy rico y esto se refleja en multitud de restos arqueológicos, de obras de arte en sus diversas manifestaciones (pintura, escultura, literatura) y de los intercambios comerciales y culturales (la tradición del vino de Amandi en la Roma de los Césares, la difusión del viñedo a través del Camino de Santiago).

El resultado de todo esto constituye para Galicia una amplia tradición histórica y cultural difícil de igualar.

SEGUNDO: El viñedo configura nuestro paisaje y está perfectamente integrado en el medio natural.

En Galicia, el viñedo configura nuestro paisaje y está perfectamente integrado en el medio natural (el emparrado, la viticultura de montaña en terrazas o subcalcos, etc.) y tiene una importancia capital en el mantenimiento del medio ambiente, en especial, en la protección de suelos frente a los procesos erosivos, suelos que generalmente son pobres y que, de no ser por el viñedo, estarían abandonados, al no ser susceptibles de cultivos alternativos.

Además, en Galicia, la extensión de viñedo existente nos ofrece un triple beneficio medioambiental en la lucha contra el cambio climático: por una banda, como fuente de oxígeno; por otra, como gran absorbente de gases de “efecto invernadero” y, finalmente, en

la prevención de incendios forestales, actuando como cortafuegos naturales.

TERCERO: El cultivo de la viña y la elaboración del vino contribuyen a generar un tejido social sostenible en el rural.

En Galicia, El cultivo de la viña y la elaboración do vino están íntimamente ligados al mundo rural. En muchos territorios del interior de Galicia, dada su orografía, la distribución de la tierra y la dispersión de la población, el viñedo de calidad es la única herramienta disponible para generar riqueza y, consecuentemente, desenvolver el medio rural y fijar la población.

La industria vitivinícola de calidad está favoreciendo de manera absoluta al reemplazo generacional de la población del rural, contribuyendo decisivamente a generación de un tejido social sostenible en el interior de Galicia, el cual sería impensable sin ella.

CUARTO: El cultivo de la viña y la elaboración de vino generaron una arquitectura singular en el rural.

El cultivo de la viña y la elaboración de vino generaron en Galicia, igual que en otros territorios de la geografía española y mediterránea, una arquitectura que configuró un paisaje singular en el rural.

QUINTO: Numerosos estudios médico - científicos tienen demostrado los beneficios para la salud del consumo moderado e regular de vino.

En la última década do siglo XX, numerosos estudios médico - científicos tienen demostrado los beneficios para la salud del consumo moderado e regular de vino.

Consumir vino de forma regular y moderada tiene efectos saludables en adultos sanos, lo que debe divulgarse con mensajes fiables, correctos y rigurosos, avalados por estudios científicos.

A la margen de lo expuesto anteriormente, desde el sector del vino se recomienda practicar a total abstención en el caso de enfermedad, embarazo u otros trastorno psíquico, y en el supuesto de tomar fármacos o sedantes.

SEXTO: El sector vitivinícola de Galicia mantiene, desde siempre, un comportamiento comedido en materia de comunicación, publicidad y promoción.

El sector vitivinícola de Galicia mantiene, desde siempre, un comportamiento comedido en materia de comunicación, publicidad y promoción. Sus contenidos, sus mensajes y las acciones llevadas a cabo únicamente buscan contribuir a nuestra identidad cultural y gastronómica, y van siempre orientadas a un mejor conocimiento del producto.

Desde el sector gallego siempre se promovió la publicidad del vino dentro de un modelo de consumo ordenado y tranquilo, no multitudinario, y nunca dirigido a menores.

En cualquier de las acciones publicitarias llevadas a cabo únicamente se pretendió poner en valor las características do producto.

SÉPTIMO: La familia es el marco idóneo para la transmisión del conocimiento del vino desde la adolescencia.

La familia es el marco idóneo para la transmisión del conocimiento del vino desde la adolescencia.

En el seno familiar y en la sociedad resulta indispensable la formación de nuestros jóvenes sobre patrones de consumo responsable e moderado como una fórmula legítima, eficaz y decisiva para contribuir a la prevención de daños causados por un consumo abusivo o insensato de bebidas alcohólicas.

OCTAVO: La cultura del vino es contraria al “botellón”.

Los encantos del vino se encuentran en los matices cromáticos, en las características organolépticas y en los aromas. Beber mucho o beber deprisa disminuye el placer de degustarlo. Tomarlo despacio permite saborearlo con los cinco sentidos.

La cultura del vino es contraria o *binge drinking* (consumo excesivo de alcohol de forma puntual), en España llamado *botellón*, fenómeno juvenil propio de los países del norte de Europa. Los jóvenes que lo practican van a la procura de efectos psicoactivos rápidos, buscan un llenado de alcohol, acudiendo para esto a bebidas de alta graduación (vodka, ron, whisky).

NOVENO: El vino es uno de los alimentos tradicionales más importantes de las equilibradas dietas mediterránea y atlántica.

El vino es perfecto para acompañar cualquier comida, y una buena comida es una buena manera de acompañar a un buen vino.

De hecho, un vino es uno de los alimentos tradicionales más importantes de la equilibrada dieta mediterránea y atlántica, tan valorada y reconocida por sus calidades nutritivas y saludables. La riqueza y diversidad de los vinos gallegos contribuyen a dar un valor especial a nuestras dietas (vinos blancos con pescado, marisco, arroces y quesos; vinos tintos con carne, cocido, lamprea).

Además de los aspectos culturales, en Galicia, el consumo de vino es también un acto social, vinculado de siempre a la gastronomía. Por este motivo hace falta compartirlo para poder gozar de todo su complejidad.

DÉCIMO: El concepto y la definición de vino como *alimento natural* fue recogido en la Ley 24/2003, de la Viña y del Vino.

Armonizar vino con alimentos, así como vino con oportunidades, es un arte.

El concepto y la definición de vino como **alimento natural** fue aprobado y referenciada por el Parlamento Español y recogido en la Ley 24/2003, de la Viña y del Vino, por lo que resulta un argumento suficiente para otorgar a dicho producto un tratamiento diferenciado de las restantes bebidas alcohólicas.

De hecho, en el Capítulo IV esta misma Ley 24/2003, de la Viña y el Vino se autoriza la difusión de los efectos saludables de un consumo moderado de vino entre la población “*con el apoyo de las administraciones públicas*”.