

PAISAJES DEL VINO Y DESARROLLO TURÍSTICO: LA COMARCA DE RUEDA¹

M. Alario, E. Morales e I. Molina

Universidad de Valladolid

Resumen

Según el Convenio Europeo de Paisaje (CEP, 2000), cuando hablamos de paisaje nos referimos a “toda la parte de un territorio que se percibe por la población y que resulta de la acción de factores naturales y humanos y sus interrelaciones resultado de la evolución y transformación de las áreas naturales”, lo que conlleva al mismo tiempo una trascendencia histórica y un aprovechamiento de los recursos del territorio, siendo la comarca de Rueda un claro ejemplo de ello.

Referirnos a Rueda es hablar de paisaje vitivinícola, un paisaje natural de suaves relieves y amplias terrazas en el sector central de la depresión que forma el río Duero, donde la influencia antrópica con el cultivo de la vid le otorga la singularidad propia de los paisajes vitivinícolas, resultado de la herencia histórica de la comarca, la cual se remonta a la Edad Media, siendo visible en el legado paisajístico y productivo el rico patrimonio natural, cultural y etnográfico vinculado a los paisajes vitivinícolas que en la actualidad está cobrando un importante protagonismo, no solo desde el punto de vista productivo, sino también como un recurso a través del cual se pueden aprovechar todas las sinergias del territorio. Desde el punto de vista de la producción con los afamados vinos blancos propios de esta zona, pero también desde el punto de vista del enoturismo que en las últimas décadas se ha convertido en un importante foco de atracción para los turistas, fundamentalmente a través de la Ruta del Vino de Rueda.

El paisaje del vino requiere una gestión sostenible del territorio, lo que permite del mismo modo la previsión de nuevos usos, transformaciones, conservación, incluyendo la combinación de usos tradicionales y nuevos usos, donde el turismo juega un papel fundamental. Un desarrollo turístico que no se limita a la visita de bodegas y el entorno, sino que cada vez son más las iniciativas que aglutinan la percepción del paisaje a través de los sentidos. Un desarrollo turístico que se ha visto incrementado en los últimos años con la apertura de nuevos negocios, bodegas y otros servicios complementarios a las visitas de la comarca de Rueda, donde no solo se disfruta de tradición y patrimonio a través de los paisajes del vino, sino también de naturaleza, sostenibilidad y compromiso social.

El presente trabajo pretende hacer un estudio de los cambios que han existido en el paisaje del vino de la comarca de Rueda, ver la evolución de la oferta turística de la zona y analizar los nuevos productos que se ofrecen como un nuevo modelo de desarrollo local y turístico.

Palabras clave: Rueda, paisaje rural, turismo.

1. EL PAISAJE COMO RECURSO EN EL DESARROLLO LOCAL¹

Un principio básico del modelo de Desarrollo Local aplicado en nuestro país desde los años noventa del pasado siglo se apoya en el aprovechamiento de los recursos endógenos de cada territorio. En esta línea se inicia el aprovechamiento de la riqueza social y los recursos productivos desaprovechados en los territorios, empezando por los personales (mujeres y jóvenes excluidos de los mercados laborales locales), materiales (recursos naturales, productos de la gastronomía local, patrimonio histórico-artístico) e inmateriales (fiestas, tradiciones, saberes locales...), para acabar convirtiendo el propio territorio en un producto.

En efecto, el espacio ha pasado de ser el lugar donde se desarrollan las actividades y donde la población gestiona su modelo de desarrollo a ser un elemento

que juega como factor diferencial en las posibilidades de desarrollo social y, finalmente, a conformarse como un producto que puede aportar claves fundamentales para el propio desarrollo. El territorio, como espacio construido, constituye un patrimonio histórico de raíz cultural que tiene un valor económico derivado de su carácter patrimonial y su conversión en objeto de consumo (Ortega, 1998).

La manifestación visible de la construcción social del territorio, que permite su conversión en producto, es el paisaje, resultado de la interacción a lo largo del tiempo entre la sociedad y un territorio con unas condiciones determinadas; es la manifestación visual de la arquitectura productiva y social de un espacio. Según el Convenio Europeo de Paisaje (CEP, 2000), cuando hablamos de paisaje nos referimos a “toda la parte de un territorio que se percibe por la población y que resulta de la acción de factores naturales y humanos y sus interrelaciones resultado de la evolución y transformación de las áreas naturales”, lo que conlleva al mismo tiempo una trascendencia histórica y un aprovechamiento de los recursos del territorio. Partiendo de la idea de que todo territorio es paisaje, su conversión en recurso requiere su valoración social, propia y ajena, como elemento de identidad local y con un ca-

¹ Esta aportación se inscribe en el Proyecto de Investigación I+D CSO2016-79756-P (AEI/FEDER, UE) *Paisajes Culturales de la Lista del Patrimonio Mundial...*, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia-Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, convocatoria 2016.

rácter diferenciador que lo convierta en algo atractivo de conocer (Mata Olmo, 2008).

En el caso de la comarca de Rueda, hablar de paisaje es hablar de paisaje vitivinícola, un paisaje natural de suaves relieves y amplias terrazas en el sector central de la depresión que forma el río Duero, donde la influencia antrópica que ha desarrollado una ocupación basada en el cultivo de la vid le otorga una singularidad propia, resultado de la herencia histórica de la comarca. Con antecedentes documentados desde la Edad Media, mantiene visible un legado paisajístico y productivo, un rico patrimonio natural, cultural y etnográfico vinculado a los paisajes vitivinícolas que, en la actualidad, está cobrando un importante protagonismo, no solo desde el punto de vista productivo, sino también como un recurso a través del cual se pueden aprovechar todas las sinergias del territorio. Desde el punto de vista de la producción destacan los afamados vinos blancos propios de esta zona, pero también desde el punto de vista del desarrollo turístico, en las últimas décadas, se ha convertido en un importante foco de atracción para los visitantes, con el desarrollo de un nuevo modelo: el enoturismo.

2. LA CONFORMACIÓN DEL PAISAJE DEL VINO EN LA COMARCA DE RUEDA

El territorio amparado actualmente por la Denominación de Origen Rueda en su sector vallisoletano coincide con la comarca histórica de las Tierras de Medina, un área afamada ya por sus vinos blancos de alta graduación que les permitía conservarse durante más tiempo y ser "añejos y trasañejos", una cualidad muy valorada que los encumbró como abastecedores de la corte ya en 1602. A pesar de la crisis derivada del traslado de la corte de Valladolid a Madrid en 1606, la pérdida de una parte del mercado se compensó con las ventas a Santander, Asturias y León, manteniendo un peso muy importante en los mercados nacionales hasta mediados del siglo XIX. La clara orientación al mercado de estas producciones generó un paisaje productivo muy especializado en el viñedo, con una extensión máxima a mediados del siglo XVIII por los términos de Medina del Campo, Serrada, La Seca, Rueda y Nava del Rey (Molinero, 1988).

La crisis de ventas por la competencia de los vinos riojanos y manchegos, primero, y la filoxera, después, redujeron la importancia del cultivo de la vid y el peso económico del mercado del vino en la comarca, que alcanzó sus mínimos en los años setenta del siglo pasado, coincidiendo con el éxodo rural y la falta de mano de obra, lo que redujo el cultivo a aquellas áreas de suelos guijarrosos y sueltos (terrazas) poco adecuados para otros cultivos. Se mantuvo, sin embargo, el saber hacer en bodegas cooperativas y privadas que mantuvieron las formas tradicionales de producción y los paisajes de viñedos de Verdejo, Jerez e, incluso, Tempranillo, plantados a marco real de 3 por 3 metros. En la actualidad perviven, aunque con un fuerte deterioro, elementos patrimoniales vinculados con la producción

histórica, como lagares y bodegas subterráneas, además de un patrimonio inmaterial vinculado con fiestas y tradiciones populares relacionadas con la vendimia y las labores del vino.

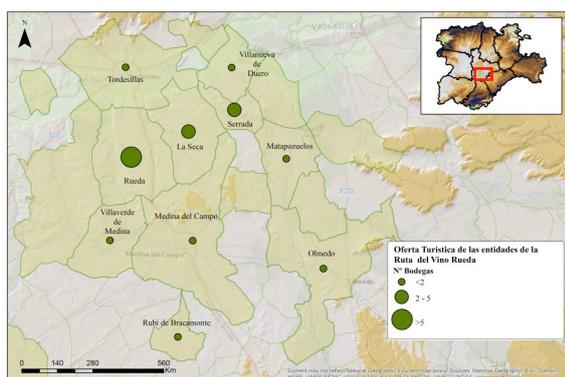
La puesta en marcha de la D.O. Rueda, la primera de Castilla y León, en 1980, provocó un vuelco absoluto, impulsando una expansión sin precedentes del viñedo prácticamente monoespecializado en el verdejo para elaboración de vinos blancos. El viñedo en el área vallisoletana de la D.O. Rueda ha triplicado su extensión, superándose las 12.000 ha, y su cultivo ha desbordado su ubicación en las terrazas, ocupando tierras de labor y generando un paisaje de grandes plantaciones en espaldera en su mayor parte salpicadas de las edificaciones de nuevas bodegas, que han abandonado su ubicación tradicional en los núcleos urbanos con bodegas subterráneas para localizarse bien junto a las plantaciones o bien en las vías de comunicación principales.

Los cambios en los comportamientos sociales, el desarrollo de una mentalidad clorófila que asocia lo rural con lo natural, y esto con valores positivos de calidad de vida, por un lado, y la valoración y auge de los productos de calidad y vinculados a territorios concretos, como el vino, han provocado que, al valor de estos espacios como productores de un vino de calidad se sume el valor de uso de su paisaje y patrimonio material e inmaterial como elemento fundamental para el desarrollo de una oferta turística emergente, marco de referencia para la Ruta del Vino de Rueda.

3. BODEGAS, VIÑEDOS Y OFERTA TURÍSTICA DE LA RUTA DEL VINO DE RUEDA

El potencial paisajístico de la comarca vitivinícola de Rueda se ha visto aprovechado con la Ruta del Vino de Rueda, constituida en el año 2013 ante el interés de los ayuntamientos de Medina del Campo y de Rueda, y de la Mancomunidad Tierras de Medina. Se trata de un proyecto financiado y promovido por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo, cuyo objetivo es dinamizar el ámbito geográfico de la Denominación de Origen Rueda impulsando a entidades públicas, privadas y a los interlocutores turísticos de los municipios y entidades, con el objetivo de promover iniciativas y programas turísticos que favorezcan el crecimiento de la oferta turística de la zona.

Un total de trece municipios, de los cuales la oferta turística se aglutina fundamentalmente en diez entidades de la comarca de Rueda, que se han asociado para explotar desde el punto de vista turístico los productos derivados del paisaje vitivinícola aprovechando todas las sinergias del territorio, paisaje, patrimonio, historia y enoturismo —creando diferentes paquetes turísticos en torno al vino—, centradas fundamentalmente en la oferta de las veinticinco bodegas que forman parte de la Ruta del Vino de Rueda, desde bodegas tradicionales a las más modernas, permitiendo hacer un recorrido por la cultura, la historia y el paisaje del vino desde el pasado hasta nuestros días.

Mapa 1. Municipios de la Ruta del Vino de Rueda con oferta turística. N.º de bodegas

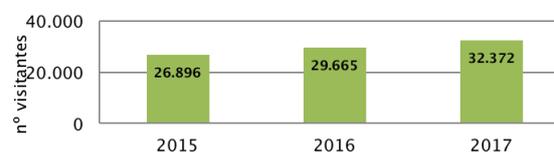
Fuente: www.rutadelvinoderueda.com; elaboración: E. Morales

Es el municipio de Rueda el que mayor número de bodegas concentra de todo el conjunto de municipios que forman parte de la Ruta del Vino, con 10, siguiéndole en número La Seca y Serrada, con 5 y 3 respectivamente, sobre el total de las 25 bodegas con una oferta turística ligada al vino, ofreciendo un producto turístico basado en la visita a los viñedos, visita a bodega y cata de la propia producción vitivinícola. Sin embargo, en los últimos años la oferta enoturística de la Ruta del Vino de Rueda se está diversificando y cada vez más son las bodegas que ofrecen nuevos productos vinculados al patrimonio cultural, histórico y tradicional de las bodegas y sus paisajes, incorporando visitas a las antiguas galerías subterráneas, datadas algunas de ellas de antes del siglo XVII, o visitas que posibilitan conocer la pervivencia de especies preflorísticas. Esta diversificación también va de la mano de la oferta de nuevos productos ligados al paisaje, su valor ambiental, rutas de senderismo por los viñedos, observación de aves, empresas que adquieren un compromiso social y medioambiental dentro de la Ruta del Vino de Rueda. Además, algunas bodegas apuestan por nuevos productos no habituales en la zona, como, por ejemplo, un producto turístico asociado a la producción de aceite, introduciéndose de esta manera nuevos paisajes de olivar y su producción en la almazara, combinando dicho producto con el de la visita a la bodega. Esta nueva oferta turística asociada al paisaje cultural, histórico, cultural, tradicional y paisajístico representa el 36% de toda la oferta turística de la Ruta del Vino de Rueda, respecto al 64% que ofrece el servicio tradicional de visita a la bodega y cata.

Si bien es cierto que la Ruta del Vino de Rueda se centra en el enoturismo, en los últimos años se apuesta por la combinación de estos productos con el potencial histórico, patrimonial y cultural de la comarca, brindando una oferta turística con actividades concretas de enoturismo combinada con visitas históricas, como, por ejemplo, durante la Semana Renacentista de Medina del Campo, que celebra en el mes de agosto la recreación de la llegada de la reina Isabel a la villa, pero también importantes fiestas locales, como puede ser la Fiesta del Verdejo, en el mes de abril, en el municipio de La Seca. Por no olvidarnos del patrimonio natural, realizándose con rutas guiadas ecoturísticas, de sen-

derismo y observación de aves, donde al mismo tiempo se observa el paisaje vitivinícola, finalizando dicha oferta turística con la visita a bodegas, una cata de los caldos de cada bodega, etc.

Toda esta oferta suma un total de 118 servicios enoturísticos en la ruta del Vino de Rueda, según el Informe de Visitantes a Bodegas y Museos del Vino asociados a las Rutas del Vino de España en 2017. Esta cifra ha provocado que en el último año el crecimiento de visitas a este ámbito geográfico se haya visto incrementado en un 10% respecto al año 2016, habiendo llegado a alcanzar en el año 2017 los 32.372 visitantes a las bodegas y museos de la Ruta del Vino de Rueda, correspondiéndose con 29.375 visitas a bodegas y 2.997 visitas a museos, según el Informe de Visitantes a Bodegas y Museos del Vino de las Rutas del Vino de España (2017) (ACEVIN. RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA).

Gráfico 1. Número de visitantes en la Ruta del Vino de Rueda (2015-2017)

Fuente: ACEVIN. RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA.

Elaboración: E. Morales

Esto se traduce en un afianzamiento de la actividad turística en la Ruta del Vino de Rueda, así como del total de servicios y establecimientos adheridos a la misma. Un crecimiento que ha favorecido la recuperación económica de la zona, la valorización paisajística y una evidente dinamización socioeconómica, ya que son cada vez más los turistas que deciden disfrutar de este entorno. Es un mercado fundamentalmente nacional, ya que del total de los 32.372 visitantes más del 92% es de origen nacional, fundamentalmente procedentes de Madrid, otras provincias de Castilla y León, País Vasco y Cantabria. Después, en menor medida, Asturias, Galicia y Comunidad Valenciana. Estos mercados se definen por la propia ubicación de la Ruta, al ser una zona de paso entre Madrid y Galicia, y por el propio mercado del vino. Esto se traduce en un aspecto positivo, pero al mismo tiempo hace pensar en las posibles medidas a tomar para poder llegar a este público, y es en este aspecto donde los agentes del territorio están empezando a trabajar creando productos turísticos concretos, como, por ejemplo, el Tren Turístico, cuyo punto de partida es la capital nacional, con parada en Medina del Campo, permitiendo descubrir bodegas, conocer el patrimonio histórico y cultural de la Villa de las Ferias y sus alrededores. Dicha repercusión va teniendo sus resultados en la Feria de Enoturismo de la Ruta del Vino de Rueda, un importante repertorio de actividades destinadas a todos los públicos; en 2018, en su cuarta edición, han participado más de cinco mil personas, según datos del ayuntamiento de Medina del Campo. A lo largo de diferentes jornadas se puede disfrutar de degustaciones, gastronomía, exposiciones de aperos vitivinícolas y diferentes activida-

des reflejo de los productos turísticos de la Ruta del Vino de Rueda.

4. CONCLUSIONES

El paisaje del vino requiere una gestión sostenible del territorio, que permita del mismo modo tanto la conservación como la previsión de nuevos usos y transformaciones, y que posibilite la combinación de usos tradicionales y nuevos usos, entre los que el turismo juega un papel fundamental. Este desarrollo turístico no puede limitarse a la visita a bodegas y su entorno, sino que cada vez son más las iniciativas que aglutinan la percepción del paisaje a través de los sentidos. Así, el desarrollo turístico se ha visto incrementado en los últimos años con la apertura de nuevos negocios, de bodegas y otros servicios complementarios a las visitas de la comarca de Rueda, donde no solo se disfruta de tradición y patrimonio a través de los paisajes del vino, sino también de la naturaleza y sostenibilidad de una denominación de origen que tiene siglos de antigüedad. El paisaje y los valores materiales e inmateriales asociados se convierten, así, en producto complementario de la oferta de enoturismo, que, a su vez, es un desarrollo complementario de la producción vitivinícola.

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

ACEVIN. RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA (2018): Informe de Visitantes a Bodegas y Museos del Vino de las Rutas del Vino de España. Año 2017. DINAMIZA Asesores, 40.

Mata Olmo, R. (2008). "El paisaje, patrimonio y recurso para el desarrollo territorial sostenible". *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXIV, 729: 154-172

Esteban de Íscar, M. (2015). *Evolución histórica y transformaciones recientes de la agricultura en Tierra de Medina. La especialización vitícola en la Denominación de Origen Rueda. Serrada como ejemplo*. Inédita. Dos tomos, 1128 pp.

Molinero Hernando, F. (1988). "Viñedos y vinos de Valladolid". *Cuadernos Vallisoletanos*, 41: 30.

Ortega Valcárcel, J. (1998). "El patrimonio territorial: el territorio como recurso cultural y económico". *Ciudades*, 4: 33-48

www.rutadelvinoderueda.com

www.wineroutesofspain.com