

TERRA. Revista de Desarrollo Local

e-ISSN: 2386-9968

Número 5 (2019), 126-147

DOI 10.7203/terra.5.14818

IIDL – Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

La multifuncionalidad del espacio rural: la potencialidad de los recursos vinícolas para el desarrollo local en el interior norte valenciano

Juan Bautista Ferreres Bonfill

Universitat Jaume I (Castellón, España)

ferreres@uji.es

<https://orcid.org/0000-0002-6299-5029>

Vicente A. Querol Vicente

Universitat Jaume I (Castellón, España)

vquerol@uji.es

<https://orcid.org/0000-0003-1051-6433>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

SECCIÓN ARTÍCULOS

La multifuncionalidad del espacio rural: la potencialidad de los recursos vinícolas para el desarrollo local en el interior norte valenciano

Resumen: los espacios rurales adquieren una multifuncionalidad territorial y socioeconómica, con una constante aparición de prácticas productivas singulares que forman parte de su resistencia al vaciamiento demográfico. Considerando estas premisas, la investigación pretende, a partir del análisis territorial y social, y aplicando fuentes de información primarias y secundarias, determinar si la puesta en valor de los recursos vinícolas del interior norte valenciano, integrados en las comarcas vitícolas de Les Useres-Vilafamés y Sant Mateu, generan dinámicas de desarrollo local. En la investigación se estudiará de manera particular un recurso de carácter supramunicipal, que se concreta en una bodega ubicada en el municipio de Sant Mateu. Esta bodega es el principal referente histórico vinícola del interior-norte valenciano y su reciente rehabilitación, es un ejemplo de gobernanza al implicar al sector público, privado y a la sociedad civil.

Palabras clave: nueva ruralidad, dinamización, recurso vinícola, desarrollo local.

The multifunctionality of the rural area: the potential of wine resources for local development in the northern interior of Valencia

Abstract: the rural areas purchase a multifunctionality territorial and socioeconomic, with a constant apparition of singular productive practices that form part of his resistance to the depopulation. Considering these premises, the investigation will develop, from the territorial and social analysis, applying sources of primary and secondary information , in determining if the put in value of the wine resources of the inner Valencian north, integrated in the viticultural regions, Les Useres-Vilafamés, and Sant Mateu, generate at present dynamic of local development. In the investigation will study of particular way a supramunicipal resource that concrete in a winery situated in the municipality of Sant Mateu. This winery is the main wine old referent of the interior-north Comunitat Valenciana and its recent rehabilitation in one of the examples of governance when involving to the public sector, private and to the civil society.

Key words: new rurality, revitalize, wine resource, local development.

Recibido: 22 de abril de 2019

Devuelto para revisión: 16 de mayo de 2019

Aceptado: 15 de junio de 2019

Referencia / Citation:

Ferreres, J. B. y Querol, V. A. (2019). La multifuncionalidad del espacio rural: la potencialidad de los recursos vinícolas para el desarrollo local en el interior norte valenciano. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, 5, 126-147. DOI 10.7203/terra.5.14818

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El interés por llevar a cabo esta investigación se justifica en el hecho de que los espacios rurales vienen constituyéndose desde la complejidad de formas de habitarlos o producir en ellos. En este contexto, el sector vitivinícola resulta significativo por sus múltiples ejemplos que aúnan un proceso productivo tecnificado y profesional; la búsqueda de identidad frecuentemente ligada a las Indicaciones Geográficas Protegidas y a las Denominaciones de Origen que, además, suelen generar oferta turística o, entre otras, una tendencia hacia la recuperación de variedades autóctonas, procesos tradicionales renovados, en los cuales la unidad territorial juega un papel clave. Todo ello, en un escenario de constante aparición de prácticas productivas singulares que forman parte de una resistencia de estos espacios sociales al vaciamiento demográfico replicado mediáticamente (Molino, 2016), y cuya reacción colectiva con la manifestación de “La España Vacía”, constata la reciente fijación en la agenda política y mediática del fenómeno de la despoblación. La diversidad de ruralidades y las iniciativas productivas que en cada espacio se adaptan, mantienen, en contra de muchos tópicos, una población intensamente móvil y heterogénea (Oliva, 2006; Camarero y Oliva, 2018). Respondiendo a esta heterogeneidad, las formas de trabajo y producción en los espacios rurales se resuelven más allá del anclaje exclusivo a la agricultura o al turismo (Aparici, Querol y Ginés, 2018). En este sentido, a pesar de las continuas imágenes que muestran de forma exclusiva pueblos vacíos y falta de iniciativa, también se observan formas singulares de creación en un amplio abanico de áreas de producción y servicios. Aun así, las últimas décadas han seguido dejando una construcción del espacio rural como agrícola, ganadero o natural, y el aprovechamiento de sus paisajes y espacios para el ocio por parte de una creciente variedad de flujos de demanda urbanos (Martínez y Escribano, 2019). Si bien la construcción de ciertos idilios sobre el espacio rural conducen a ideas de simplicidad, tradición, etc., su fragmentación (Short, 2006) ha ido abriendo a múltiples variaciones, hibridaciones o reconstrucciones que se ven también reflejadas en el ámbito de las iniciativas empresariales.

Al hilo de este proceso social y económico, el desanclaje entre lo agrícola y lo rural (Camarero, 2017) y la llegada del turismo como un sector importante (Querol, Ginés, Aparici y Lloria, 2016) han generado un intenso debate teórico sobre la ruptura hacia una ruralidad distinta. Si bien el concepto de multifuncionalidad de la agricultura nos resulta más cercano en el espacio dado que se produce en el seno de la Unión Europea, la amplitud y riqueza de la idea de la nueva ruralidad surgida desde Latinoamérica (Bonnal, Bosc, Díaz y Losch, 2003) nos permite una visión más acorde al desanclaje que mencionábamos. Tal como se describirá en el estudio de caso que aquí observamos, las nuevas iniciativas y formas de elaborar productos buscan hibridaciones entre lo tradicional y lo nuevo, entre lo auténtico y sus versiones actuales. Además, la falta de continuidad en la producción de uno de los casos que nos ocupa se abre a reinterpretaciones diversas de lo auténtico (MacCannell, 2003) o lo genuino del territorio, de su producto que se pretende proyectar turísticamente.

Si la idea de homogeneidad era un tópico adscrito a lo rural, la inmovilidad de lo que allí acontece sería otro. Sin embargo, los espacios rurales forman parte de un mundo globalizado entre cuyas características, tal como apuntábamos anteriormente, está la circulación de mercancías o ideas (Lash y Urry, 1998; Castells, 2004) y la intensa movilidad de personas (Oliva, 2018). Así, podemos hallar que la transmisión del saber combina herencias de interés con sus formas de hacer tradicionales, el contagio de modelos que pueden estar más o menos cerca en el espacio, con técnicas y conceptos

fruto de la era de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). De resultas de una combinatoria compleja de flujos de ideas, personas y mercancías, cristalizan iniciativas productivas singulares en los espacios rurales que siguen rompiendo con las concepciones de simplicidad, inmovilismo o retraso.

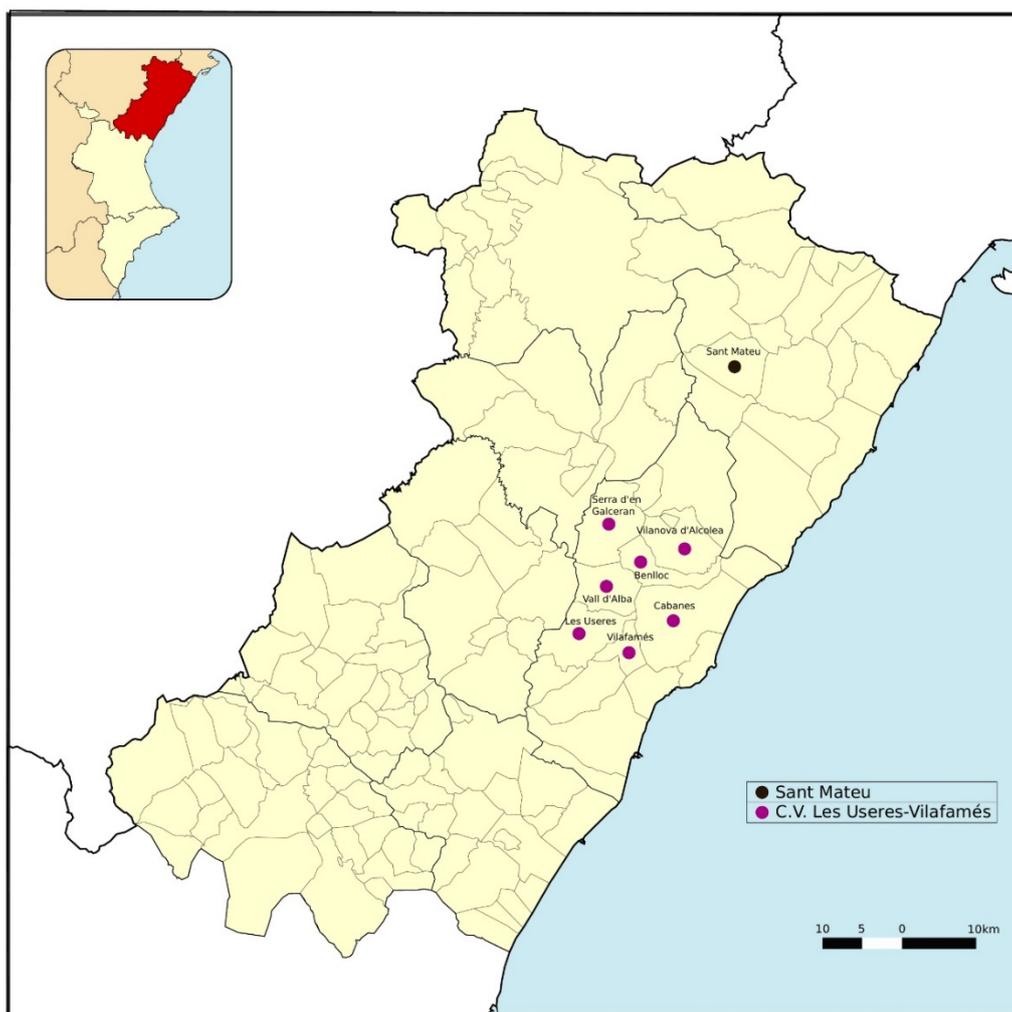
Tal como se exponía más arriba, el fenómeno de la despoblación ha creado un interés mediático inexistente anteriormente. Es así que su inclusión en la agenda política también ha resonado en los momentos de campaña electoral y en las propuestas que, en muchos casos, recogen con claridad un desequilibrio territorial que debe ser reconducido. No obstante, las políticas aplicadas hasta la fecha no han conseguido revertir un éxodo de población que, si bien no resulta tan masivo como en décadas anteriores, sigue goteando en los inicios de este siglo XXI (Camarero, 2009). Durante las últimas décadas, los compromisos adoptados, más retóricos que reales (Esparcia, Escribano y Serrano, 2016a), reflejan una incertidumbre sobre las políticas de desarrollo rural que evidencian la sensación de desamparo mostrada en los discursos de manifestaciones como la de “La España Vacía”. Junto a la movilización y formas de manifestación de un malestar que ahora ha eclosionado, los actores de los espacios rurales siguen habitando y produciendo en sus territorios, generando formas de desarrollo bajo un modelo en el que prima la concentración urbana.

Los modelos territoriales de concentración de recursos, servicios e infraestructuras se han tratado de compensar políticamente, al menos de forma más explícita, y con éxito desigual en Europa, desde los proyectos Leader. La evaluación de estas iniciativas en el plano de la innovación social muestra logros muy desiguales. En este sentido, un desarrollo endógeno, exclusivo desde el territorio, complica su éxito cuando se deben romper inercias y políticas que han debilitado los espacios rurales. Por otro lado, las fórmulas intervencionistas de desarrollo exógeno, con escasa participación democrática de la población local, tampoco han supuesto la reversión hacia un espacio rural vivo. En esta disyuntiva sobre el desarrollo del territorio, Bock propone un desarrollo nexógeno (Bock 2016) que, bajo múltiples iniciativas de éxito observadas, articula algunas en las que colaboran actores y/o instituciones desde dentro y desde fuera. La capacidad de generar innovación social, según Bock (2016), se hace más plausible cuando las iniciativas confluyen en este modo nexógeno de desarrollo. No obstante, la delimitación de qué es endógeno y su mayor o menor restricción a un ámbito municipal o comarcal, también nos conduce a pensar en la potencial circulación de ideas en el seno de un territorio. Surgen entonces preguntas como las vías en que se produce el contagio o la adopción de formas de hacer del municipio vecino o de un territorio más o menos cercano. En cualquier caso, las condiciones para iniciar proyectos empresariales en la zona débil –la rural– del territorio resultan más duras y precisan de una mayor articulación de factores positivos para su consecución.

Con lo que antecede partimos de la hipótesis de que la puesta en valor de los recursos vinícolas desde una perspectiva de desarrollo exógeno en el espacio rural se conforma en un factor de desarrollo local, y de que la actividad turística desarrollada desde un planteamiento integral, favorece la gobernanza a través de la resiliencia territorial.

A partir de la hipótesis planteada se han establecido como objetivos de la investigación, en primer lugar, determinar la repercusión sobre el desarrollo local de los principales recursos vinícolas pertenecientes a dos de las tres comarcas vitivinícolas de la provincia de Castellón, y vinculadas en el territorio, siendo la comarca de Les Useres-Vilafamés y la comarca de Sant Mateu; y en segundo lugar, averiguar el grado de gobernanza que se desprende de la puesta en valor de los recursos vinícolas en las dos áreas objeto de estudio, lo que incidirá sobre el desarrollo local.

Figura 1. Localización de los municipios que conforman el área de estudio



Fuente: EspañaLoc y elaboración propia.

Para verificar la hipótesis, como se acaba de apuntar, se han escogido dos ámbitos de estudio del espacio rural castellonense que comparten una misma unidad estructural, la fosa Vilafamés-Sant Mateu-Tortosa, conformándose esta en el principal corredor prelitoral que articula el norte valenciano. El primero de ellos se integra en la comarca vitivinícola de Les Useres-Vilafamés, conformada por los municipios de Benlloc, Cabanes, Les Useres, Serra d'en Galceran, Vall d'Alba, Vilafamés, Vilanova d'Alcolea (Figura 1). Estos municipios, excepto Les Useres y la Serra d'en Galceran, han sido estudiados en el proyecto del entorno del aeropuerto de Castelló durante 2016. Este proyecto se desarrolló a través de un convenio de colaboración entre la Universitat Jaume I y la Agència Valenciana del Turisme en el marco del fomento de la investigación e innovación el sector turístico valenciano. El área de estudio la conformaron los municipios que se encuentran en el entorno del aeropuerto de Castelló, y en el desarrollo del proyecto se acometió un análisis interno y externo de los municipios; un diagnóstico aplicado al territorio y a los elementos del sistema turístico; y una fase final de pronóstico que cristalizó en una propuesta de estrategias de mejora del posicionamiento turístico.

El segundo caso corresponde a la comarca vitivinícola de Sant Mateu, escogiéndose este municipio, que ha sido estudiado en el proyecto de desarrollo de producto turístico en la zona del Maestrazgo desde mayo a diciembre de 2018. Este proyecto se enmarca en el ámbito de actuación “valoración de recursos y cualificación de los profesionales del sector” perteneciente al convenio de colaboración entre la Agència Valenciana del Turisme y la Universitat Jaume I para el fomento de la investigación, la formación y la innovación en el sector turístico valenciano, y fue desarrollado, al igual que el anterior, por el Gabinete de Estudios Turísticos (GETUR) de dicha universidad.

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Con la finalidad de alcanzar los objetivos fijados y atendiendo a la multifuncionalidad del espacio rural, en el que la puesta en valor de los recursos vinícolas ostenta potencialidad para incidir sobre el desarrollo local, la metodología de trabajo se articula sobre el sistema rural integral. Ello se fundamenta en que los espacios rurales no tienen un carácter cerrado, sino que participan de un sistema abierto, lo que les expone a influencias externas, haciéndolos estar en constante evolución y reajuste, y por lo tanto en relación directa con el desarrollo exógeno. De ahí, que esta multifuncionalidad exige de una perspectiva integral en los procesos de desarrollo local en el espacio rural, frente a políticas sectoriales que desafortunadamente adolecen de coordinación (Cunha, 1988; López, 2005; Ivars, 2008; Esparcia, Escribano y Serrano, 2016b; Huerta-Barrientos, 2017).

La aplicación de esta metodología, que a continuación se va a desarrollar, nos permitirá determinar si los recursos vinícolas expresados básicamente en las bodegas vinícolas indican favorablemente en la dinamización de la estructura territorial y socioeconómica del área de estudio, actuando como verdaderos factores de desarrollo rural, o son elementos aún potenciales dado que no se han integrado en una dinámica estructurada de producto vinculado al vino, el patrimonio cultural y las actividades recreativas, planteándose estas últimas como una vía más de diversificación de la estructura económica local.

Para ello, una vez establecido el planteamiento de la investigación, se dedica un apartado al desarrollo del estudio que precisamente se centra en el sistema rural integral, y el cual se halla conformado por dos planos (López, 2005). El primero aborda las temáticas básicas que representan el soporte, es decir, la base territorial, sobre la que se sustentan los recursos. En este plano se contempla, a través de la aplicación de fuentes de información secundarias o indirectas, el estudio del medio físico, de las dinámicas demográficas y socioeconómicas. El segundo plano actúa sobre la base territorial, siendo el más dinámico ya que integra los recursos, las empresas y organizaciones, la demanda y las instituciones como facilitadoras del desarrollo local en el espacio rural. Para el estudio de ambos planos se emplearán fuentes de información primarias o directas y secundarias.

En relación a las fuentes de información de carácter primario, se optó en el caso de los municipios del área de Les Useres-Vilafamés por la aplicación de un cuestionario a informantes clave, entre los que se encontraban representantes del sector vitivinícola del área de estudio, y de la realización de jornadas de sensibilización, en las que se presentaron los objetivos y resultados de la investigación a las partes interesadas. También se empleó la entrevista semi-estructurada en el caso de estudio de Sant Mateu,

al tratarse de un único recurso pero con entidad propia. En cuanto a las fuentes de información secundarias se emplearon series estadísticas, informes, entre otros, elaborados por organismos oficiales.

Además, se considera conveniente exponer con mayor detalle la estructura de las fuentes de información primarias que se han utilizado en los dos ámbitos territoriales de la investigación, así como el método de análisis y la evaluación de los recursos. En los municipios del área de Les Useres-Vilafamés se aplicó un cuestionario, entre los meses de septiembre y octubre de 2016, de manera presencial sobre una muestra de 36 informantes clave, número similar al utilizado en otros estudios similares (Correia, Passos y Charters, 2004; Getz y Brown, 2006).

El cuestionario contempló la transversalidad de la actividad turística sobre el territorio, y se construyó, atendiendo a esa perspectiva integral, en dos grandes bloques. El primero, conformado por siete preguntas divididas en subpreguntas, abordaba aspectos relacionados con el sistema turístico contemplando en la primera pregunta, la valoración de los recursos turísticos como los naturales-paisajísticos, los histórico-monumentales, los recursos enológicos, la artesanía o los acontecimientos programados, entre otros. La segunda pregunta se dirigía a valorar los factores socioeconómicos y medioambientales, al objeto de conocer por una parte si el turismo era considerado como una actividad dinamizadora, y por otra, su repercusión en el medio ambiente. A continuación se planteaba una tercera pregunta encaminada a valorar la oferta turística, tanto la vinculada con el alojamiento hotelero y extrahotelero como la oferta complementaria de restauración, turismo activo, etc., y su gestión. La cuarta pregunta iba dirigida a valorar la demanda turística desde la perspectiva de la persona entrevistada, en el sentido de reflejar si el área de estudio dispone de una oferta turística acorde a las motivaciones y expectativas de la demanda. La valoración de las infraestructuras y los servicios se integraba en la quinta pregunta, en la cual se consideraba la movilidad, a través de la valoración de la accesibilidad al área de estudio y la conectividad interna, además de incidir en la vinculación de la infraestructura aeroportuaria en el desarrollo de la actividad turística; en ella se incidía además, en valorar las infraestructuras urbanas y los servicios básicos. La sexta pregunta valoraba la política de promoción y comercialización de la oferta turística, y la financiación y gestión pública del turismo desde diversas escalas administrativas, desde la Unión Europea, a la administración regional y provincial, atendiendo a los fondos públicos para facilitar el desarrollo de la actividad turística, y su repercusión en la gestión turística local. La última pregunta de este bloque se encaminaba a conocer la importancia que se asigna a las TIC en la gestión de la información, y valorar su grado de conocimiento y aplicación.

El segundo bloque, se orientaba a la prospectiva del desarrollo turístico, y en él se presentaron tres preguntas. La primera cuestión estaba relacionada con los factores que pudieran representar una amenaza para la construcción de un marco favorable para el desarrollo turístico, incidiendo tanto sobre los aspectos básicos, caso de los demográficos, territoriales y socioeconómicos, como en los propios del sistema turístico, representados en la falta de producto turístico, de marca-destino o en la estacionalidad. En la segunda pregunta se incidía acerca de acciones que se consideraban necesarias para activar el desarrollo turístico, partiendo de las inversiones, la cooperación y el asociacionismo para impulsar la gobernanza o en potenciar los recursos, caso de los vinícolas. La tercera pregunta valoraba cómo los actores locales entendían el hecho que el desarrollo turístico pudiera fomentar la sostenibilidad, integrándose en las estructuras socioeconómicas y medioambientales.

Cada una de las 10 preguntas de las que constaba el cuestionario se dividió en subpreguntas de escala, que fueron de 8 a 22, constituyendo un total de 102 preguntas respondidas por cada encuestado, con valores de acuerdo a la escala Likert de 1 a 5, siendo 5 el valor que representa el máximo acuerdo con el enunciado de la pregunta y 1 el total de desacuerdo: 1) Total desacuerdo; 2) Bastante desacuerdo; 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4) Bastante de acuerdo; 5) Totalmente de acuerdo.

Además, se formularon cinco preguntas abiertas en relación a las nuevas tendencias y hábitos de la demanda; los obstáculos y medidas para el desarrollo turístico; la identificación de los problemas de planificación turística y si existen vacíos legales; cómo consideraban los entrevistados el grado de competitividad turística frente a sus competidores próximos, y una pregunta semiestructurada relacionada con el futuro desarrollo turístico. El análisis global de resultados por preguntas se obtuvo a partir de la media de las medias de cada subpregunta y la media del total de las 10 preguntas de escala que contenía el cuestionario.

Además del cuestionario a agentes clave, se aplicaron otras técnicas cualitativas como fue el trabajo de participación social, a través de dos jornadas de sensibilización, la primera celebrada el 22 de julio de 2016 en Benlloc y la segunda, el 11 de noviembre de 2016 en Cabanes. En ambas participaron agentes públicos y privados.

En el caso de Sant Mateu, con el fin de entender los discursos sobre la puesta en marcha de un proyecto como el de la Bodega Besalduch, Valls & Bellmunt (BVB) se usó la metodología cualitativa y la técnica de entrevista. Se realizó una entrevista semiestructurada a la persona que ejerce de enólogo y que sustenta el rol de ideólogo de la iniciativa. Se pretendía con ello captar las representaciones desde su rol en el fenómeno analizado (Ortí, 1994) sobre el contexto territorial y sus potencialidades para comenzar un proyecto de estas características, las relaciones institucionales con otros actores y/o agentes del territorio, la demanda existente a día de hoy, sus perfiles y expectativas, así como las proyecciones de futuro para el proyecto de Bodegas BVB. La elaboración de un guion temático previo a la entrevista permitió recorrer los diversos temas previstos y mantenernos abiertos a temas emergentes de importancia para la persona entrevistada.

En relación a la evaluación de los recursos, a partir del análisis territorial del medio físico natural materializado en el relieve y el clima, se identificaron los principales recursos vinícolas del área de estudio expresados fundamentalmente en las bodegas, y se aplicó un método de análisis y evaluación para determinar la potencialidad turística, al conformarse junto con la elaboración y comercialización del vino en elementos que inciden en el desarrollo local, exponiéndose a continuación (Escribano y Valero, 2016).

Así, una vez identificados los recursos, el primer paso en la aplicación metodológica fue la realización de un inventario, sobre la base de los realizados en áreas europeas y americanas (Bote, 1990; Leno, 1993; López, 1998 y 2014). El inventario constaba de dos fases fundamentales, la primera se correspondía con la elección de las fuentes de información. En primer lugar se aplicaron las fuentes primarias, es decir la realización del trabajo de campo. Asimismo se consultaron fuentes de información secundarias que facilitaron información sobre los recursos, siendo estas la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural; la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport; y Turisme Comunitat Valenciana. La segunda fase se conformó en la elaboración del propio inventario, destacando los aspectos de cuantificación de los recursos en categorías, tipos y subtipos. A este análisis cuantitativo, por medio de la realización del inventario y la distribución por categorías, le siguió el análisis cualitativo a través de la evaluación analítica e integrada a los recursos para

alcanzar su jerarquía. Así, a través de esta evaluación estructurada en una serie de factores, variables e indicadores permitió conocer la potenciabilidad de los recursos (López, 2014).

3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Como se ha indicado en el apartado introductorio, la investigación se aplica a dos ámbitos de estudio ubicados en el espacio rural castellonense, cuya delimitación responde a criterios funcionales vitivinícolas, y que evidencian dos realidades distintas atendiendo a la organización espacial de los recursos vinícolas expresados en las bodegas. El primero de estos ámbitos es el constituido por la comarca vitivinícola de Les Useres-Vilafamés, conformada por los municipios de Benlloc, Cabanes, Les Useres, Serra d'en Galgarceran, Vall d'Alba, Vilafamés, Vilanova d'Alcolea. Estos municipios, excepto Les Useres y la Serra d'en Galceran, han sido estudiados, como se ha mencionado en el apartado anterior, en el proyecto del entorno del aeropuerto de Castelló durante 2016 y atendiendo al objeto de la investigación se caracterizan por el hecho que prácticamente todos los municipios disponían de una bodega que atendía a la producción local, la cual se comercializaba a granel. El segundo ámbito de estudio corresponde a la comarca vitivinícola de Sant Mateu, que a diferencia de la anterior se caracteriza por el reducido número de bodegas; además, éstas adquieren un carácter supramunicipal, como es el caso de estudio de la bodega Besalduch, Valls y Bellmunt (BVB) de Sant Mateu, la cual elabora, embotella y comercializa el vino producido, aparte de contar, en la misma bodega, con un centro de interpretación-museo del vino.

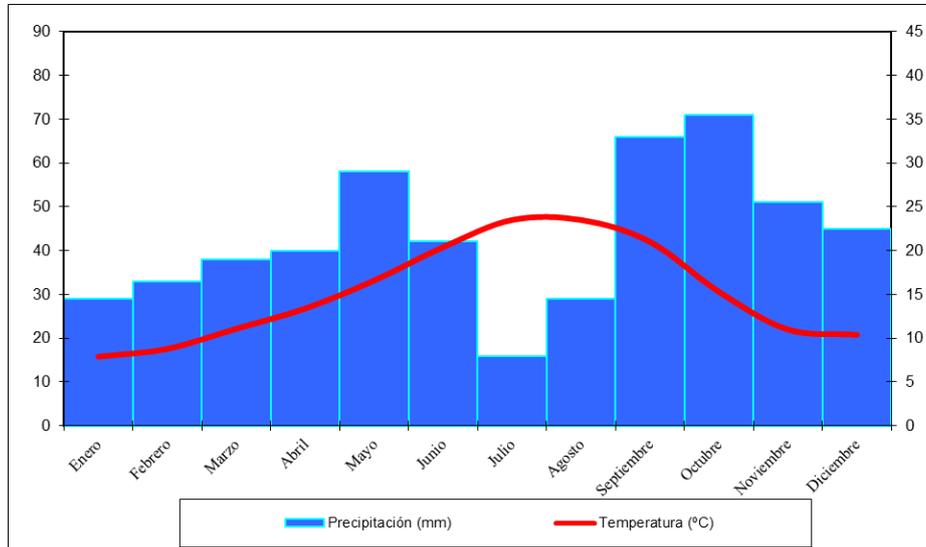
3.1. El medio físico como factor de localización de los recursos vinícolas

Desde criterios litológicos y tectónicos, el área de estudio se inserta en la vertiente mediterránea de la Cordillera Ibérica. Presenta un soporte estructural ibérico, pero según cómo nos adentramos en los corredores prelitorales, el relieve estructural pierde vigor para conformarse en un predominio de litologías mesozoicas de orientación NE-SW y en acumulaciones de relleno. A su vez, y atendiendo a criterios estructurales, se integra en un sector fallado caracterizado por una sucesión de estructuras anticlinales y sinclinales que se traducen en una serie de corredores y resaltes montañosos prelitorales, que si bien tienen un origen ibérico, adoptan una dirección catalánide, es decir, paralelos a la costa y con una orientación NE-SW (Mateu, 1982). De todos ellos, el de mayor repercusión espacial es el que se corresponde con la Fosa de Vifamés-Sant Mateu-Tortosa. Se conforma como el principal corredor del norte valenciano y en el principal eje de articulación territorial del área de estudio, a través de diversas infraestructuras de comunicación (como por ejemplo, la CV-10), y enmarcado por dispositivos estructurales, que favorecen desde Cabanes a Sant Mateu las inversiones térmicas, conformándose en un glacis de acumulación, muy transformado por la acción humana y aprovechado para el cultivo de la vid.

El segundo de los elementos del medio físico se corresponde al clima. En primer lugar, es necesario matizar que el clima se considera un factor esencial en el desarrollo de la vid, y a su vez de localización y atracción de la actividad turística, condicionando el aprovechamiento de los recursos y la práctica de actividades vinculadas al turismo, el ocio y la recreación. Al objeto de analizar los elementos más definitorios del clima, se han escogido los municipios de Sant Mateu y Vilafamés, al ocupar los dos extremos del

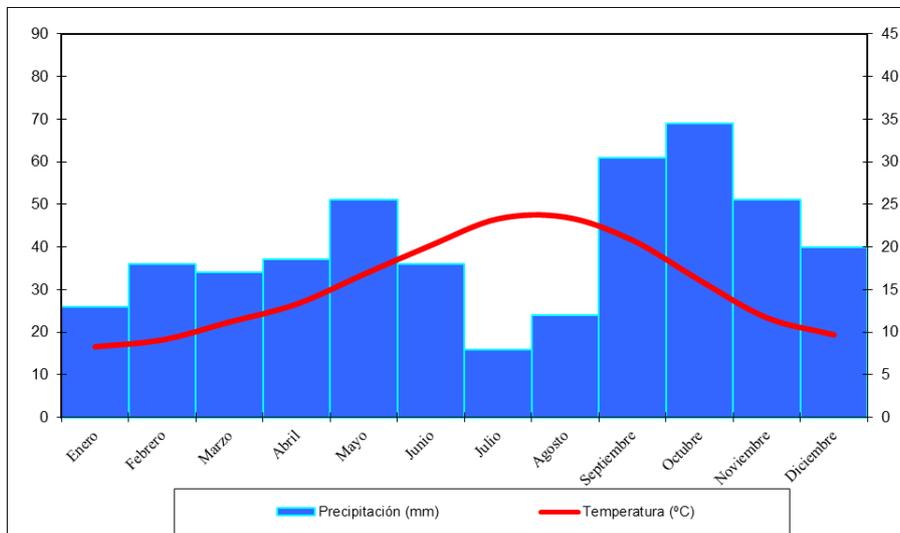
principal eje de articulación del área de estudio, que se corresponde a la Fosa de Vilafamés-Sant Mateu-Tortosa. Así, se considerarán los valores de las temperaturas medias y las precipitaciones en el periodo comprendido entre 1982 y 2012.

Figura 2. Climograma de Sant Mateu (1982-2012)



Fuente: climate-data.org y elaboración propia.

Figura 3: Climograma de Vilafamés (1982-2012)



Fuente: climate-data.org y elaboración propia.

En cuanto al comportamiento del régimen anual de las temperaturas medias, son de destacar los valores máximos que ofrecen los meses estivales de julio y agosto, y su vez los valores mínimos de la estación invernal que se corresponde a enero y febrero. En este comportamiento incide el posicionamiento geográfico en los corredores prelitorales, en los que dominan las condiciones continentales, muy marcadas por la configuración estructural del relieve con el predominio de la dirección paralela a la costa. Así sucede en San Mateu, ubicado a 325 m. de altitud y ocupa una posición central en el corredor

prelitoral, lo cual condiciona que julio con 23,5°C coincida con el mes de agosto 23,5°C (Figura 2); el mismo comportamiento experimenta Vilafamés con temperaturas medias que oscilan entre 23,3°C en julio y los 23,5°C en agosto (Figura 3). Este comportamiento es favorable para la vegetación, al disponer de una temperatura apropiada durante todo el año para mantener la actividad, al no descender de los 7,5°C los valores medios, situándose el valor de enero, el mes más frío, en 7,9°C.

Cabe destacar el período comprendido entre los meses de mayo y septiembre, ya que según se aprecia en las Figuras 2 y 3, ofrecen la mayor aptitud respecto a este parámetro para la prolongación de la temporada veraniega, situándose entre los 16° y 18°C el umbral inferior del confort térmico para la práctica de actividades al aire libre, según Besancenot (1991).

En relación al comportamiento anual de las precipitaciones, este se caracteriza por la variabilidad y la escasez. Ello lo atestiguan los ritmos mensuales del año, muy ligados a la acción de los factores atmosféricos, que presentan un mínimo estival, siendo los valores máximos los que alcanza la estación otoñal, tal como lo reflejan las Figuras 2 y 3. Así, en cuanto al análisis de las medias mensuales sobresale el mínimo anual de verano, cuyo ápice es julio (16 mm.) en ambos municipios, seguido por agosto y junio; esta escasez de aportes da lugar a que sea el período más seco y deficitario. El segundo mínimo aparece en la estación invernal siendo enero con un registro de 29 mm en Sant Mateu y 26 mm en Vilafamés. Ya a partir de septiembre los registros aumentan hasta alcanzar el máximo en octubre, conformándose el otoño como la estación más húmeda.

3.2. Demografía y socioeconomía

Al objeto de estudiar la situación demográfica del área de estudio se ha escogido un periodo de quince años comprendido desde 2003 a 2018, coincidiendo el primero con la creación de la Indicación Geográfica Protegida “Vins de la terra de Castelló”. Se ha analizado a través de los principales parámetros poblacionales, conformándose en una pieza imprescindible en cualquier análisis socioeconómico, ya que la demografía constituye un elemento central cuando se observan procesos de marcado envejecimiento poblacional o bien, de forma contraria, cuando se detectan cambios significativos en la base de la estructura de la población. En ambos casos se trata de una advertencia sobre nuevas necesidades en el ámbito social o sobre una futura potencialidad económica, y que inciden en el desarrollo local.

La principal observación sobre la situación demográfica del conjunto de municipios del área de estudio es la diferencia de tamaño entre unos y otros, como se observa en la Tabla 1. Este aspecto es fundamental para el desarrollo a nivel local asociado a la necesidad de una determinada masa crítica de población que puede condicionar algunas de las inversiones necesarias desde criterios socioeconómicos.

La situación demográfica nos indica que el conjunto de municipios que comprenden el área de estudio ha ganado un 12,7% de población, pero con un comportamiento diferencial, destacando el dinamismo de Vall d’Alba y de Vilafamés frente al retroceso de la Sierra Engarcerán y de Vilanova d’Alcolea. Junto a esta evolución en el número de habitantes, es importante destacar el envejecimiento general de la población en todo el territorio, con índices superiores al 20%, muy por encima, en buena parte de los municipios, de la media provincial y estatal, que en el año 2003 se situó en el 16,8% y 17% respectivamente, y en el año 2018 en el 19% y el 19,1%, respectivamente. Pese a que en 2018 se ha amortiguado, el área de estudio precisa con urgencia medidas de

revitalización económica que contribuyan a crear oportunidades laborales que neutralicen esta tendencia demográfica y, en particular, el vaciamiento demográfico de algunos municipios.

La estructura productiva mantiene un eje agrícola que se consolida con productos como el aceite, los frutos secos y el vino, que actúan como referente de conjunto, y una actividad fabril con un comportamiento diferenciado. Así, mientras cobra dinamismo en el área de Vilafamés y Vall d'Alba, se ha visto reducida su importancia relativa en el área de Sant Mateu desde hace tres décadas, con el cierre de empresas que se agudizó durante la crisis económica de 2008. De ahí, que la situación actual exija oportunidades vinculadas a nuevas empresas para las que resulte atractivo el territorio, o bien la especialización productiva a partir de los recursos propios; y es aquí donde interviene el turismo como actividad transversal con capacidad para dinamizar el conjunto de actividades y recursos territoriales, agrícolas y patrimoniales.

Sin embargo, el turismo como sector estratégico y transversal debe ser compatible con la particular especialización por sectores de actividad del área de estudio, atendiendo a la multifuncionalidad del espacio rural, y donde destaca con fuerza el sector agrícola como seña de identidad de la actividad y el empleo. En este sentido, cualquier cambio en el modelo económico del territorio debe considerar la compatibilidad con las actividades existentes, así como los requisitos de adaptación entre la actividad agrícola y el turismo, e incidir positivamente en el desarrollo local.

Tabla 1. Características de la población

Municipios	Población 2003	Población 2018	Incremento	Índice envejecimiento 2003	Índice envejecimiento 2018
Benlloc	883	1036	17,3%	33,5%	22,7%
Cabanes	2574	2889	12,2%	27,6%	22,7%
Sant Mateu	1930	1974	2,3%	25,6%	23,0%
Sierra Engarcerán	1079	1023	-5,2%	34,6%	30,4%
Les Useres	982	966	-1,6%	31,3%	29,6%
Vall d'Alba	2027	2817	38,9%	24,8%	20,3%
Vilafamés	1532	1833	19,6%	24,3%	20,2%
Vilanova d'Alcolea	627	575	-8,3%	36,7%	28,7%
Provincia Castellón	518.239	576.898	11,3%	16,8%	19,0%
España	42.717.064	46.722.980	9,4%	17%	19,1%

Fuente: Padrones municipales de 2003 y 2018, INE (2019).

3.3. Los recursos vinícolas como elementos de articulación del sistema turístico y su potencialidad para el desarrollo local: comarca vitivinícola Les Useres-Vilafamés

En el sistema rural integral, el segundo plano comprende el análisis y la evaluación de los recursos, las empresas, la demanda, y las instituciones y organizaciones facilitadoras del desarrollo local en el espacio rural, aplicándose al sistema turístico del área. El primer paso consistió en la identificación de los recursos vinícolas que ostentan potencialidad turística, y que se encuentran expresados en las bodegas y en la promoción del vino a

través de acontecimientos programados que tienen lugar en el área de estudio. Para ello se consideran cuatro categorías de recursos: A- Atractivo o recurso natural y paisajístico; B- Recursos histórico-monumental, técnicos, etnológicos y artísticos; C- Recursos artesanos y gastronómicos; D- Folklore, fiestas y acontecimientos programados. Cada categoría de recurso se articula en tipo, subtipo 1 y subtipo 2 (López, 2014).

Así, considerando las cuatro categorías y recursos, y sus tipos y subtipos, tal como se desprende de la Tabla 2, se construyó el inventario, conformado por doce recursos, de los que nueve pertenecían a la categoría “C- Recursos artesanos y gastronómicos”, y se corresponden a las bodegas ubicadas en los municipios de Les Useres, Vilafamés, Benlloc, Vall d’Alba y Cabanes. Estos recursos se corresponden al subtipo (1) “3.1.12. Alimentación” y al subtipo (2) “3.1.12.5. Vino”. A ellos se suman tres recursos de categoría D, que representan acontecimientos programados vinculados al vino, y que se corresponde al subtipo “4.2. Fiestas” y “4.4. Acontecimientos programados”, y que se celebran en Benlloc y Les Useres.

Una vez realizado el inventario, el siguiente paso consistió en evaluar los recursos con el objetivo de establecer su jerarquía, es decir, el grado de atracción turística, escalada en cinco valores. De este modo, la jerarquía 5 corresponde a aquellos recursos con un grado de atracción turística a nivel internacional; la jerarquía 4, cuando el grado de atracción turística es a nivel nacional; el valor 3 si es a escala regional; el valor 2 cuando motiva corrientes turísticas locales o comarcales; y por último, la jerarquía 1 representa aquellos recursos que no ofrecen un grado de atracción turística por sí mismos, sino que complementan a otros (López, 2014).

La aplicación del proceso de jerarquización a los recursos del área estudio nos ofreció una potencialidad turística medio-alta, presentando una distribución encabezada por la jerarquía 3 (Tabla 2), es decir, atractivos a escala regional, que representa el 75%, seguida de la jerarquía 2, con el 25% restante. Este resultado nos indica la posibilidad de estructurar un producto turístico de carácter supramunicipal, con un atractivo a escala regional, en el que se integrarían todos los recursos, ya que al tratarse de recursos complementarios, por sí mismos no ofrecen potencialidad para generar dinámicas de producto.

Esta potencialidad también se ve reflejada en la pregunta 1 del cuestionario, dirigida a valorar los recursos turísticos y que integra las siguientes subpreguntas:

- 1.1. Las fuentes y manantiales son un recurso básico para el desarrollo turístico
- 1.2. La flora y la fauna son un recurso básico para el desarrollo turístico.
- 1.3. Los recursos paisajísticos y de observación son básicos para el desarrollo turístico de los municipios.
- 1.4. El patrimonio histórico-monumental y etnológico es fundamental para el desarrollo turístico.
- 1.5. El paisaje urbano tradicional de los núcleos de población es fundamental para el desarrollo turístico.
- 1.6. La artesanía de los núcleos de población es un recurso básico para el desarrollo turístico de estos municipios.
- 1.7. El patrimonio enológico es un recurso básico para el desarrollo turístico de estos municipios.

1.8. La gastronomía de los núcleos de población es un recurso fundamental para el desarrollo turístico.

1.9. El folclore, las fiestas, los acontecimientos programados, intangibles, etc.... son un recurso básico para el desarrollo turístico.

1.10. Los senderos, caminos y pistas forestales de los municipios del entorno del aeropuerto de Castellón son fundamentales para el desarrollo de la actividad turística.

Los resultados de aplicarla a través del cuestionario a los agentes clave del área de estudio, ofrece valores por encima de la media (>4), manifestando estar de acuerdo y muy de acuerdo con la importancia de los recursos para el desarrollo turístico. Por su parte, las subpreguntas a las que se le atribuyen el valor medio más alto en alguna de las respuestas y superior a la media, son:

1.3. Los recursos paisajísticos y de observación son básicos para el desarrollo turístico de los municipios.

1.4. El patrimonio histórico-monumental y etnológico es fundamental para el desarrollo turístico.

1.5. El paisaje urbano tradicional de los núcleos de población es fundamental para el desarrollo turístico.

1.7. El patrimonio enológico es un recurso básico para el desarrollo turístico de los municipios.

Tabla 2: Inventario y evaluación de la potencialidad turística de los recursos vinculados al vino

Nº	RECURSO	CAT	TIPO	SUBTIPO I	SUBTIPO II	JERARQUIA
1	Bodega Mas de Rander (Benlloc)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
2	Bodega Barranc dels cirers (Benlloc)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
3	Bodega El Rosso (Vall d'Alba)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
4	Bodegas Mayo García (Vilafamés)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
5	Bodega Señorío de Vilafamés (Vilafamés)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
6	Bodega Bellmunt Oliver (Cabanes)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
7	Bodega Vicente Flors (Les Useres)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
8	Bodega Barón d'Alba (Les Useres)	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
9	Bodega Les Useres	C	3.1	3.1.12	3.1.12.5	3
10	Festa de la Verema (BIWM)	D	4.2	4.2.3		3
11	Fira del vi de Les Useres	D	4.4	4.4.3		2
12	Mostra vins i productes de la terra de Benlloc	D	4.4	4.4.3		2

Fuente: López, 2014 y elaboración propia.

Los siguientes elementos a analizar del segundo plano del sistema rural integral se corresponden a la demanda y el alojamiento comercial. Para ello se han considerado los resultados del cuestionario, en el que se contemplaba una pregunta dirigida a conocer el grado de adecuación de los municipios a las expectativas y exigencias de la demanda. Los resultados obtenidos en las subpreguntas ofrecen una posición inferior a la media de valor 3, dado que los municipios no son muy bien conocidos por la demanda; tampoco ofertan productos turísticos bien identificados; el alojamiento comercial (hoteles, hostales, casas rurales, etc.) no es suficientemente conocido por la demanda, al igual que el alojamiento no comercial; y la satisfacción de los turistas se viene siguiendo poco por parte de los agentes turísticos privados y públicos. Tan sólo se constata una valoración positiva en las afirmaciones acerca de la importancia del apoyo de las instituciones públicas en la generación de oferta; la importancia de las redes sociales, profesionales y las campañas en ferias para la captación de visitantes; o en la percepción que las actitudes de los visitantes han mejorado.

La puesta en valor de las bodegas como factor de desarrollo local es incipiente. Ello se justifica en el análisis de sus páginas web en donde además de comercializar el vino, prácticamente todas ofertan visitas y catas de vino. Este tipo de iniciativas favorece la práctica del excursionismo y elementos de oferta complementaria, pero no generan una dinámica de producto con incidencia en el desarrollo local. En este sentido, solamente cabría destacar la generación de oferta de alojamiento rural asociada a la bodega y a los elementos patrimoniales del municipio de Vilafamés, en el caso de la bodega Mayo García; y en la bodega Bellum & Oliver Viticultors, que oferta una eno-ruta en la cual se incorporan los elementos patrimoniales del casco histórico de Cabanes. Por todo ello, en general cabe considerar que los recursos vinícolas ostentan potencialidad para conformarse en un factor de desarrollo local en el área de estudio, en base a su potencialidad turística.

Por último, en relación a las instituciones y organizaciones que intervienen en la gestión de los recursos, seis de las nueve bodegas del área de estudio están integradas en la Indicación Geográfica Protegida “Vins de la terra de Castelló” y, actualmente, se está gestionando la creación de una Denominación de Origen (mayo de 2019). Esta fórmula supone un instrumento de impulso de cualificación territorial desde la perspectiva multidimensional, al incluir la innovación económica, la generación y distribución de rentas para la población local, el compromiso con el medio ambiente y la aplicación de mecanismos inclusivos para la toma de decisiones, con lo cual la participación juega un papel importante. De ello se deriva que la Denominación de Origen (D.O.) requiera para su funcionamiento de un alto grado de consenso entre los productores participantes, apoyo de responsables políticos y técnico permanente. Sin embargo, pese a ser un instrumento que contribuye al avance del desarrollo territorial, ya que, en el caso de sector vitivinícola, fomenta la puesta en valor de los recursos, dinamiza la economía, y conlleva la aparición de agentes públicos y privados que desarrollan iniciativas abiertas a los instrumentos de la sociedad local, estos efectos favorables se pueden polarizar. Así sucede en la D.O. Ribera del Duero, ya que mientras el dinamismo socioeconómico se concentra en los municipios de mayor peso demográfico, los “más rurales” actúan de mero soporte territorial del crecimiento económico, pero no en receptores de rentas (Sánchez, Aparicio, Alonso y Rodero, 2009). Desde la perspectiva turística, la D.O. da posibilidad de incorporarse en rutas del vino de España de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino). Así, cada Ruta del Vino podría constituirse como una asociación o consorcio de las diferentes empresas miembro, con una gestión que permita la creación de productos y su comercialización (García, 2008).

3.4. El caso de la Bodega BVB-centro de interpretación del vino de Sant Mateu

El municipio de Sant Mateu, tal como se describe en ese trabajo, contiene un importante patrimonio cultural y arquitectónico fruto, en gran medida, de su posición histórica en el comercio de la lana en los siglos XIV y XV. Recientemente, la industria del mueble supuso uno de los motores económicos de la población hasta la crisis de 2008, conformándose la agricultura en un sector que adquiere mayor dinamismo en la economía local. La iniciativa coordinada de valorización de su patrimonio y generación de un producto turístico desde los años noventa del siglo pasado, y continuada durante la última crisis, ha permitido posicionar a Sant Mateu como un espacio atractivo para la puesta en marcha de iniciativas como la que aquí se estudia. Si bien existe un flujo clásico de visitantes que transitan desde los destinos de sol y playa –especialmente Peñíscola– hacia el interior de la provincia, mayoritariamente en la práctica del excursionismo, las formas de capitalización y generación de pernoctaciones todavía resultan precarias. Así, éstas se efectúan sobre una oferta de alojamiento comercial de 262 plazas, entre hoteles (56 plazas), pensiones (20 plazas), apartamentos (134 plazas) y casas rurales (52 plazas) en 2018 (Turisme Comunitat Valenciana, 2019).

En la circulación de turistas hacia las zonas de interior de la provincia de Castellón, el turismo rural se erige como una etiqueta que oferta y engloba toda una serie de prácticas y consumos en espacios considerados rurales (Tirado, 2017). En un territorio costero y montañoso como la provincia de Castellón, las imágenes e idilios turísticos sobre los paisajes rurales que vienen siendo globalizados (Bell, 2006) y forman parte de un consumo turístico masivo se atraen y redirigen, en algún grado, a sus usuarios de sol y playa hacia un espacio rural relativamente cercano. La inmersión puntual de estos flujos es una de las bazas que se suma a las visitas de residentes en la Comunidad Valenciana a sus espacios rurales. Estas visitas se fundamentan en el excursionismo, y el turismo de retorno vinculado a las segundas residencias, seguidas del turismo relacional que se conforma en un producto con entidad propia, para el cual cultivar relaciones y experiencias en un entorno idóneo es uno de los elementos claves del desplazamiento turístico.

El mayor grado de experiencia turística de las personas que visitan los destinos y la eventual mayor exigencia de esta demanda inciden, entre otros, en la capacidad de provocar un turismo de tipo experiencial. Muchos destinos situados en el espacio rural contienen características que pueden propiciar experiencias de calidad. Así, los destinos incipientes tienen un potencial nada desdeñable cuando “las nuevas marcas, junto con la autenticidad y no masificación y estandarización de los destinos, van a ser cada vez más factores dominantes” (Mateos, 2013:213). Si la gastronomía de los espacios rurales también se ha construido como otro de los idilios (Bell, 2006) que están generando atracción turística, la potencialidad del vino por su arraigo local, por el desarrollo de una compleja cultura y consumos a su alrededor estaría entre los máximos exponentes del turismo experiencial (López-Guzmán y Sánchez, 2008). Y, junto a ello, su conexión, para el turista enológico, con múltiples alimentos y gastronomía que se produzca o elabore el territorio visitado (Elías, 2006).

La Bodega Besalduch Valls y Bellmunt (BVB) cristaliza a través de dos fórmulas de creación (Sánchez *et al.*, 2009): la primera, vinculada a inversores ajenos al vino, pero con arraigo al municipio, que arrendan la bodega; y, la segunda, con la reciente incorporación de un profesional del sector, que apuesta por producciones limitadas pero de calidad. La bodega como recurso se inserta en este escenario turístico y territorial con un producto que, tal como exponen sus directivos, trata de ir más allá del estricto consumo de vino. Entre otros factores, la capacidad de provocar experiencia turística puede tomar

partido a través de herramientas como la interpretación. Exponer la información desde las experiencias de las y los visitantes con el fin de provocar curiosidad (Castells, 2001) o de acercarse con cierto grado de profundidad a las claves del territorio visitado, se ha convertido en uno de los modelos más sugerentes para el turismo experiencial o el turismo cultural.

Así, esta bodega se conforma en un inmueble construido en la primera mitad de los años cincuenta del siglo XX, de 2.000 m² de superficie siendo, según afirma su gerente, la mayor bodega de la Comunitat Valenciana, llegándose a elaborar durante su periodo de funcionamiento, que finalizó durante la primera mitad de los años ochenta del siglo pasado, cerca del 20% del total de vino de la provincia de Castellón, y con una capacidad para almacenar 12 millones de litros de vino. Ello se fundamenta en el hecho diferencial de actuar con una perspectiva comarcal, ya que los municipios de alrededor de Sant Mateu carecían de bodega propia, a diferencia, como se ha visto, de la comarca vitivinícola de Les Useres-Vilafamés, en la que prácticamente cada municipio albergaba una bodega cooperativa. También incidió a su favor el hecho que en áreas de tradición vinícola como Benicarló, no se replantaron a principios del siglo XX los viñedos destruidos por la filoxera debido a la competencia de otros cultivos más rentables, desapareciendo así la vid (Piqueras, 2005). Además de su singularidad patrimonial y funcional vinícola, también ha incidido el posicionamiento de este recurso en el territorio, cerca del espacio litoral, lo que puede generar sinergias con destinos de costa, además de la política turística local que se desarrolla en Sant Mateu, con la puesta en valor de recursos histórico-artísticos, y de naturaleza y paisaje que pueden complementarse, y actuar como factor de desarrollo local.

Es un recurso con suficiente capacidad para generar experiencia turística a través de la interpretación, dadas sus propias características intrínsecas. Este hecho ha impulsado, por una parte, a la creación de una bodega moderna para la elaboración del vino, anexa al edificio del siglo pasado, y por otra, a la apertura de un museo y centro de interpretación del vino, que entró en funcionamiento en noviembre de 2018. Esta es una iniciativa reciente que genera oferta de enoturismo vinculada a las visitas guiadas al museo del vino, y a las instalaciones de la bodega, degustaciones y visitas a los viñedos.

De este modo, la puesta en valor del conjunto va generando un elemento básico para la creación de un producto de enoturismo, en el que participa de manera incipiente el alojamiento y la restauración tanto de Sant Mateu como de los municipios de la comarca, conformándose en un elemento de dinamización desde la perspectiva del desarrollo exógeno. Sin embargo, el análisis de la entrevista desprende una debilidad en el papel que genera en la gobernanza territorial. Ello se manifiesta en que si bien la rehabilitación de la bodega y la creación del museo y centro de interpretación del vino, ha sido impulsada por la cooperación inversora privada-pública y la participación de la sociedad civil local, en cambio es necesario un mayor esfuerzo en la gestión turística, del todo necesaria para la creación de un producto con entidad propia, dada la especificidad del recurso.

4. REFLEXIONES FINALES

Las iniciativas vitivinícolas exploradas en este trabajo, así como los eventos basados en la promoción del vino, nos indican su consonancia con características importantes de la nueva ruralidad. En este sentido, se observa cómo la multifuncionalidad y la capacidad de generar nuevos productos que vinculan autenticidad y territorio con modernidad, se

dan de un modo destacado en el caso de la propuesta de futuro de la bodega BVB, o en la Festa de la Verema de Benlloc, transformada en un interesante Benlloc International Wine Meeting.

Todo ello, desde la perspectiva integral del desarrollo local en el espacio rural, en donde el territorio, si bien tradicionalmente ha sido considerado como un mero soporte, hoy responde a un activo para la sociedad que lo habita. De ahí, la necesidad de estudiarlo desde una perspectiva integral, considerando los componentes del medio físico-natural, enmarcándose el área de estudio en la fosa prelitoral de Vilafamés-Sant Mateu-Tortosa, y social, en donde el envejecimiento de los municipios del área estudiada y el éxodo de juventud cualificada conforman un escenario de surgimiento de iniciativas vitivinícolas de interés, que marcan una tendencia que repercute positivamente en la fragilidad sociodemográfica de este territorio.

Estas iniciativas vitivinícolas se articulan en el territorio a través del desarrollo de pequeñas bodegas, con escasa capacidad, que cuentan con viñedos propios y con una vinculación del producto al lugar, en relación a lo que se denomina tránsito post-productivista, como está sucediendo en otros espacios en los que la extensión del viñedo no puede incrementarse (Binimelis, 2019). El estudio de estas iniciativas ha permitido establecer dos modelos de articulación territorial considerando los recursos vinícolas. Uno de concentración en el área de Les Useres-Vilafamés, la mayor de la provincia de Castellón, en base a recursos complementarios; y un segundo modelo que pivota en un único recurso, de carácter básico, el caso de la bodega BVB de Sant Mateu, dada su singularidad, especificidad y funcionalidad comarcal.

En el caso de estudio de Les Useres-Vilafamés la complementariedad viene fundamentada en los resultados de la aplicación del proceso de jerarquización a los recursos vinculados a la actividad vitivinícola, que refleja una potencialidad turística medio-alta, presentando una distribución encabezada por la jerarquía 3, que se corresponde a atractivos a escala regional, seguida de la jerarquía 2 que integra aquellos recursos con un atractivo a escala local-comarcal. Esta potencialidad turística otorga capacidad para generar un producto de carácter supramunicipal, con un atractivo a escala regional, en el que se integrarían todos los recursos, ya que, al tratarse de recursos complementarios, por sí mismos no ofrecen potencialidad para generar dinámicas de producto. Además, esta potencialidad también se ve reflejada en la valoración obtenida por la demanda y el alojamiento comercial en el cuestionario aplicado a los agentes clave del área de estudio, cuyos resultados ofrecen una posición inferior a la media, dado que los municipios no son muy bien conocidos por la demanda; tampoco ofertan productos turísticos bien identificados; el alojamiento comercial (hoteles, hostales, casas rurales, etc.) no es suficientemente conocido por la demanda, al igual que el alojamiento no comercial; y la satisfacción de los turistas se viene siguiendo poco por parte de los agentes turísticos privados y públicos. Este hecho también lo atestigua la generación de oferta de alojamiento comercial asociada directamente a los recursos, ya que solamente la bodega Mayo García oferta alojamiento rural.

Por todo ello, la puesta en valor de los recursos vinícolas corrobora la hipótesis de partida, al generar potencialidad para conformarse en un factor de desarrollo local. Sin embargo, y desde la gestión local, se precisa un mayor esfuerzo, tal como se ha demostrado en el caso de estudio de la bodega BVB de Sant Mateu, en el fortalecimiento de la gobernanza territorial del todo necesaria para la creación de un producto turístico con entidad propia, dada la especificidad de este recurso. En este sentido, si bien los espacios rurales siguen mostrando plasticidad y resistencia ante los desequilibrios que han favorecido históricamente (y los siguen haciendo) a los centros urbanos, las muestras de vitalidad

que aquí apuntamos precisan de articulación. La consolidación de unos vinos y bodegas de calidad en los últimos años puede ir paralela a la construcción de un producto turístico singular y capaz de generar un turismo experiencial elevado. Esta conjunción debe cimentar los elementos del sistema turístico, expresado en los alojamientos, restauración, visitas que incidan en la experiencia de los y las visitantes, conexión estrecha con el patrimonio monumental y natural del territorio, como algunos de los elementos importantes a articular. Y, volviendo a la población, profundizando en la fijación de población cualificada que dé cobertura a estos factores citados a conectar. El producto vitivinícola, entendido de forma amplia y conectado a una nueva ruralidad profesional, capaz de hibridar y conectar el producto agrícola a múltiples ámbitos, de cooperar con otras esferas, es un valor a mimar para sostener un territorio de calidad. Pero ello será posible cuando se impulsen políticas claras sobre el desarrollo rural y territorial que reviertan los desequilibrios de las últimas décadas. Políticas que observen estas iniciativas y escuchen las voces de la sociedad civil que se vienen elevando para cambiar hacia modelos más equilibrados del territorio.

AGRADECIMIENTOS

El artículo forma parte del proyecto “Fomento de la investigación y la innovación en el sector turístico valenciano. Análisis, diagnóstico y pronóstico del turismo en los municipios del entorno del aeropuerto de Castelló” financiado durante 2016 por la Agència Valenciana del Turisme; y del proyecto “Fomento de la investigación y la innovación en el sector turístico valenciano. Desarrollo de producto turístico en la zona del Maestrazgo” financiado durante 2018 por Turisme Comunitat Valenciana, de los cuales los autores son investigadores.

5. REFERENCIAS

- Aparici, A., Querol, V. A. y Ginés, X. (2018). Despoblament al Caroig. Propostes d'actuació per a un món rural viu i repoblat. *Caroig*, 9, 3-6.
- Bell, D. (2006). Variations on the rural idyll. En Cloke, P., Marsden, T. y Mooney, P., *Handbook of rural studies* (pp. 149-60). Londres: Sage.
- Besancenot, J. P. (1991). *Clima y turismo*. Barcelona: Masson.
- Binimelis, J. (2019). La transición post-productivista del sector vitivinícola de Mallorca (1990–2015). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 80, 2725, 1-37. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2725>
- Bock, B. B. (2016). Rural Marginalisation and the Role of Social Innovation; A Turn Towards Nexogenous Development and Rural Reconnection. *Sociologia Ruralis*, 56 (4), 552–73. <https://doi.org/10.1111/soru.12119>
- Bonnal, P., Bosc, P. M., Díaz, J. M., y Losch, B. (2003). Multifuncionalidad de la agricultura y nueva ruralidad. Reestructuración de las políticas públicas a la hora de la globalización. *Seminario Internacional El Mundo Rural: Transformaciones y Perspectivas a la Luz de la Nueva Ruralidad*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Clasco, Redcapa. Recuperado de: <http://agritrop.cirad.fr/524521/>

- Bote, V. (1990). *Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una estrategia artesanal*. México: Trillas.
- Camarero, L. A. (2017). Por los senderos de la despoblación rural: notas desde la diversidad social. *Documentación social*, 185, 19-35.
- Camarero, L. A. (Coord.) (2009). *La población rural de España: de los desequilibrios a la sostenibilidad social*. Barcelona: Fundación “la Caixa”.
- Camarero, L. A. y Oliva, J. (2018). Movilidades, hibridaciones rurales y paisajes sociales. En Oliva, J. (coord.), *Movilidades, trayectorias vitales y sostenibilidad rural* (pp. 21-33). Pamplona: UPNA.
- Castells, M. (2001). Reencontrar el Patrimonio. Estrategias de desarrollo territorial a partir de la Interpretación. *1r Congreso Virtual Perspectivas del Turismo Cultural*. Recuperado de: http://www.equiponaya.com.ar/turismo/congreso/ponencias/margalida_castells2.htm
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI.
- Correia, J., Passos, M. J, Charters, D. (2004). Wine route in Portugal: A Case Study of the Bairrada Wine Route. *Journal of Wine Research*, 15(1), 15-25. <https://doi.org/10.1080/0957126042000300290>
- Cunha, A. (1988). Systèmes et territoire: valeurs, concepts et indicateurs pour un autre développement. *L'Espace Géographique*, 3, 181-198. Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1988_num_17_3_2777
- Elías, L. V. 2006. El turismo del vino. *Documentos de estudios de ocio (30)*. España: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Escribano, J. y Valero, D. E. (2016). Plantear una investigación en desarrollo local. En Noguera, J. (Ed.), *La visión territorial y sostenible del desarrollo local. Una perspectiva multidisciplinar. Volumen II* (pp. 167-188). Brasilia: Sebrae; Valencia: Universidad de Valencia.
- Esparcia, J., Escribano, J. y Serrano, J. J. (2016a). Desarrollo local en los espacios rurales. En Noguera, J. (Ed.), *La visión territorial y sostenible del desarrollo local: una perspectiva multidisciplinar. Volumen I* (pp. 93-110). Brasilia: Sebrae; Valencia: Universidad de Valencia.
- Esparcia, J., Escribano, J. y Serrano, J. J. (2016b). Una aproximación al enfoque del capital social y a su contribución al estudio de los procesos de desarrollo local, *Investigaciones Regionales*, 34, 49-71. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/jatsRepo/289/28945294003/index.html>
- García, A. M. (2008). El sistema enoturístico español: nuevos productos al servicio de la cultura y el turismo. En Vázquez I. y Díaz, M. C. (Coord.), *Investigaciones turísticas. Una perspectiva multidisciplinar: I Jornadas de Investigación en Turismo* (pp. 1-12). Sevilla: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53589/garc%c3%adaI%20jornadas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Getz, D. y Brown, G. (2006). Benchmarking wine tourism development: The case of the Okanagan Valley, British Columbia, Canada. *International Journal of Wine Marketing*, 18(2), 78-97. <https://doi.org/10.1108/09547540610681077>
- Huerta-Barrientos, A. (2017). The Key Role of Integral Extension in Socio-Environmental Innovation towards Sustainable Rural Development. En Bobek, V. (Ed.), *Management of Cities and Regions* (pp. 63-77). Croacia: IntechOpen. DOI: 10.5772/intechopen.69454
- Ivars, J. (2008). Turismo rural sostenible. En Instituto Geográfico Nacional, *Atlas Nacional de España: Turismo en espacios rurales y naturales* (pp. 151-154). Madrid: Centro Nacional de Información Geográfica.
- Lash, S. y Urry, J. (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Leno, F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Dirección General de Política Turística.
- López, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Estudio práctico de un espacio de "desarrollo turístico incipiente": el Alto Palancia (Castellón)*. Castellón: Universitat Jaume I.
- López, D. (2005). Reflexiones sobre el desarrollo rural en la Unión Europea y la Comunidad Valenciana. *Quaderns Agroambientals*, 7, 39-72.
- López, D. (2014). *Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Estudio de casos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- López-Guzmán, T. J. y Sánchez, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6 (2). 159-171. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_2.pdf
- MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Martínez, E. y Escribano, J. (2019). La complejidad de la gobernanza del patrimonio inmaterial en el medio rural: el caso de "Els Pelegrins de Les Useres (provincia de Castellón)". *Cuadernos Geográficos*, 58(2), 194-214. <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i2.7545>
- Mateos, M. R. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En Rodríguez, L. y Roldán, A. R. (Coord.), *Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Córdoba: Universidad de Córdoba y Cátedra Intercultural. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4768331.pdf>
- Mateu, J. F. (1982). *El Norte del País Valenciano. Geomorfología litoral y prelitoral*. València: Universitat de València.
- Molino, S. del (2016). *La España vacía: viaje por un país que nunca fue*. Madrid: Turner.
- Oliva, J. (2006). Movilidad laboral y estrategias de arraigo rural. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 211, 143-187. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_REEAP%2Fr211_5.pdf

- Oliva, J. (2018). *Movilidades, trayectorias vitales y sostenibilidad rural*. Pamplona: UPNA.
- Ortí, A. (1994). La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo. En García Ferrando, M., Ibáñez, J. y Alvira, F. (Comps), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp. 189-221). Madrid: Alianza Universidad.
- Piqueras, J. (2005). La Filoxera en España y su difusión espacial: 1878-1926. *Cuadernos de Geografía*, 77, 101-136. Recuperado de: https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77_101_136.pdf
- Querol, V., Ginés, X., Aparici, A. y Lloria, R. (2016). Turisme de festivals com a forma de desenvolupament local. La sostenibilitat d'un oci amb alta mobilitat al territori. En López, D. (Ed.), *Sostenibilidad en los modelos actuales de gestión turística. XIX Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa* (pp. 271-292), Castelló de la Plana: Tirant lo Blanch.
- Sánchez, J. L., Aparicio, J., Alonso, J. L. y Rodero, V. (2009). Las denominaciones de origen. ¿Una vía hacia el desarrollo territorial?. El ejemplo de la Denominación de Origen Ribera del Duero. En Salom, J. y Albertos, J. M. (Dir.), *Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España* (pp. 67-98). Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Short, B. (2006). Idyllic ruralities. En Cloke, P., Marsden, T. y Mooney, P., *Handbook of rural studies* (pp. 133-148). Londres: Sage.
- Tirado, G. (2017). Análisis de los programas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (1991-2013). Lecturas de los proyectos turísticos. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 22, 89-118. DOI: 10.4422/ager.2016.09
- Turisme Comunitat Valenciana (2019). *Oferta turística municipal y comarcal de la Comunitat Valenciana*. Valencia: Turisme Comunitat Valenciana.