

CTTR

COSIENDO TEJIDOS
TEJIENDO RAICES

CENTRO ENOLÓGICO [LA PORTERA, REQUENA] PFC /T2

ARACELI FRANCO GUTIERREZ

TUTOR: MANUEL LILLO

PROYECTO DE PAISAJE

Paisaje y estrategia
El paisaje no es la naturaleza, sino una "mirada" activa e intencionada que evite la visión superficial, y por ello vacía y hueca, de la naturaleza, que enturbia el verdadero sentido de la percepción obviando relaciones fundamentales (biológicas, emocionales... ecosistémicas). En el término "landscape" está implícito el concepto de visión y de percepción. El paisaje no tiene sentido si no existe un hombre que lo observa, lo contempla o, en concreto, **lo vive**, más allá de los flujos, conexiones e interrelaciones de la naturaleza y sus escalas de conservación y protección.

El paisaje está constituido por formas vivientes y, por lo tanto, cambiantes, como la vegetación o los mismos agentes atmosféricos y climáticos. Por eso, el paisaje es la representación de formas (naturales o artificiales) en devenir y en continua variación. El **tiempo y la mutación** son parte del proyecto de paisaje, el cual, por consiguiente, prevé en sí mismo el crecimiento, el cambio estacional, el deterioro y el mantenimiento. Traduce valores culturales en dimensiones paisajísticas formales y espaciales, que contribuyen en su identidad y belleza.

El paisaje es un recurso al que pueden atribuírsele los calificativos de natural, turístico, económico, social, cultural, etc., con el consecuente potencial de transformación, explotación y gestión. Es, precisamente en su estimación como bien, donde reside la potencialidad de establecer una **estrategia de actuación y gestión**, fundamentada en la necesaria interpretación del paisaje y su intercambio de lecturas intelectuales y cotidianas.

LA PORTERA Y EL VINO

La Portera
Debe su nombre a una vieja casa de labor que era propiedad de una religiosa del convento de San José de Requena, a la que se conocía con el sobrenombre de la Portera. El núcleo de la aldea se halla localizado en la colina donde se alza el pequeño edificio que en su día sirvió como ermita. En 1870 tan sólo existían 20 casas repartidas entre la calle de la Iglesia y la Plaza de San José, y el camino de Requena a Cofrentes, que al ser sustituido a comienzos de este siglo por la carretera cederá a esta última su primacía como punto de atracción para las nuevas viviendas. El censo con fecha de Agosto de 2003 registra 148 habitantes.

Actividad económica
La principal actividad económica de La Portera es la viticultura. La mayor parte de la producción se canaliza a través de la Cooperativa Valenciana Agrícola de La Unión. Forma parte de la cooperativa de segundo grado Coviñas, por lo que actualmente en La Unión se embotella en muy contadas ocasiones. La capacidad actual llega a los 4 millones quinientos mil litros y se ronda en estos momentos los noventa asociados.

CENTRO ENOLOGICO

Vino como nexo de unión
El vino en la actualidad se ha convertido en uno de los temas de conversación más frecuentes. Podríamos decir sin miedo a equivocarnos que el vino, y lo que éste conlleva, esta de moda. Se habla de vino en los medios de comunicación, tanto en la televisión, en la radio o en la prensa escrita, donde, con frecuencia, se incluyen comentarios sobre un vino determinado que ha adquirido cierta notoriedad, sin olvidar las publicaciones económicas y culturales. Eso demuestra lo enunciado acerca de que el vino está de moda. Un lugar como La Portera, que sitúa su eje económico en la Cooperativa Vinícola La Unión, posee una oportunidad de gran interés para revalorizar la zona con el vino como elemento motor.

Preexistencia Actual Cooperativa La Unión
Situada a las afueras de la pedanía, la actual bodega queda "desenganchada" de la pequeña trama dejando un vacío urbano por resolver. El edificio posee una serie de características espaciales y arquitectónicas prerféricas que no se han obviado a la hora de actuar.

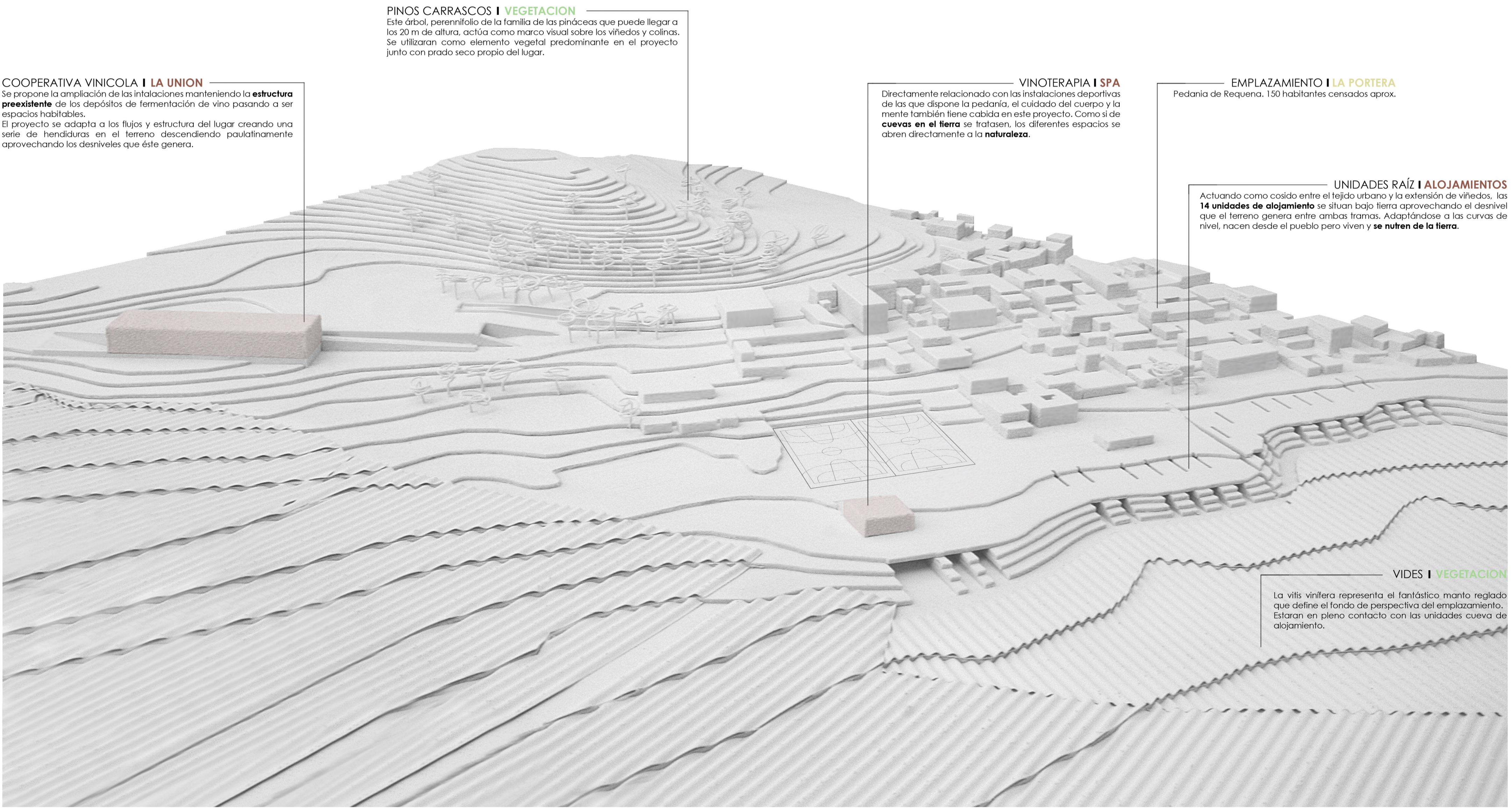
Con la actuación propuesta sobre esta zona se pretende resolver los problemas de desconexión entre el casco urbano del pueblo y la cooperativa, y se dotaría al pueblo de una serie de equipamientos que aportarían un incremento de visitantes, por lo tanto, un mayor equilibrio económico para la pedanía.

USUARIO ENOTURISTA

Cerca del **80%** de la población de Valencia es potencialmente enoturista. Así se desprende de un estudio realizado por un equipo de investigadores del Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la Universitat Politècnica de València y publicado en la revista **Journal of Wine Research**. Los resultados señalan que el 48.5% de la población ha hecho alguna vez turismo por alguna zona productora de vino y un 28.2% quería hacerlo. Ambos grupos destacan por su gran interés por el patrimonio cultural y por todo lo que rodea al mundo del vino; asimismo, un 60% pagaría por visitar una bodega.

Perfil del enoturista
Los investigadores de la UPV analizaron también el perfil del enoturista de Valencia: el mercado actual tiene mayor porcentaje de hombres, de **mediana edad**, con estudios universitarios e ingresos medio-altos y altos. Mientras, el mercado dispuesto a realizar enoturismo tiene una mayor proporción de mujeres; su edad oscila entre los 18 y los 30 años; sin estudios universitarios, solteros y con ingresos medios. Con el fin de atraer al enoturista, se ha centrado nuestra "acción" proyectual, sensitiva y comercial hacia este tipo de personas.

Intereses
Mediante una técnica de análisis estadístico concluyeron que a este mercado potencial le interesa también realizar **actividades** culturales (visitar y disfrutar de parajes naturales) y de ocio, fundamentalmente hacer deporte y espacios propicios para el relax. El término enoturismo va implícitamente ligado con el disfrute corporal y sus sentidos, el **cuidado del cuerpo y la mente**.



/TERRITORIO/ representa el espacio físico en el que intervienen, interactúan y se relacionan diferentes sistemas de ecosistemas. El ambiente se entiende comúnmente como sistema de condiciones físicas, químicas y biológicas en la que una colectividad de organismos animales y vegetales organizan la propia vida.

/PAISAJE/ considera las relaciones de interrelación, independencia y evolución temporal de un sistema de ecosistemas. El territorio está de hecho cubierto de mosaicos de paisajes.

Trabajar en el territorio significa **trabajar para el territorio**. En cierto modo se convierte en nuestro cliente y será también una voz más a escuchar en esta continua conversación entre partes y en esta continua toma de decisiones. No podemos obviar que en todo momento nos habla y, si se sabe escuchar, la propia discusión que tengamos nos ayuda a tomar las decisiones correctas. En definitiva, se propone "dignificar" las relaciones subjetivas, existenciales y simbólicas, es decir, no utilitarias de los ciudadanos con su entorno, sensibilizando nuestros sentidos de lugar de acuerdo a pensamientos, recuerdos y emociones propias. No sólo visivas, también **olfativas, auditivas y táctiles**. Después de todo, el paisaje no existe más que a condición de nuestras mediaciones culturales, en cada caso diferentes, y por ello únicas e intranferibles, pero también dinámicas y en **constante transformación**, tal como el paisaje mismo...

