vinetur

La UCLM y la D.O. La Mancha sitúan el vino como motor del medio rural

El curso concluye con la idea de reforzar la comunicación y el enoturismo para frenar la despoblación

viernes 2 de octubre de 2026



La Universidad de Castilla-La Mancha y la Denominación de Origen La Mancha han cerrado este jueves, 1 de octubre, un curso de verano centrado en el papel del vino como motor de desarrollo rural en Castilla-La Mancha. La actividad, organizada con la Facultad de Químicas de Ciudad Real, ha reunido durante dos jornadas a profesorado universitario, periodistas, comunicadores y profesionales del sector vitivinícola para analizar de qué manera la comunicación, el enoturismo y la promoción pueden reforzar

el valor económico, social y cultural del vino en el territorio.

El curso llevaba por título “La Comunicación en la Cultura del vino como estrategia de desarrollo rural sostenible en Castilla-La Mancha (Caso de la D.O. La Mancha)”. La mayor parte del alumnado procedía del grado de Tecnología de los Alimentos de la Facultad de Químicas, aunque la propuesta estaba abierta a más perfiles. La UCLM y el Consejo Regulador plantearon el encuentro con una pregunta de partida: si la cultura del vino puede ayudar a fijar población y abrir nuevas oportunidades en el medio rural.

La dirección académica ha corrido a cargo del catedrático de la UCLM Miguel Ángel González Viñas. Tanto la universidad como la denominación de origen sostienen que el objetivo era profundizar en la función que puede desempeñar el vino ante problemas como la despoblación, además de revisar el trabajo que desarrollan viticultores, bodegas y consejos reguladores para generar actividad y riqueza en las comarcas productoras.

La organización cifra la participación en casi medio centenar de estudiantes. A su juicio, una de las ideas que han salido de las sesiones es que la mejora de la calidad en la elaboración debe ir acompañada de herramientas promocionales y técnicas de comunicación adaptadas a los cambios del consumo. Ese planteamiento ha atravesado buena parte del programa, que combinó intervenciones técnicas con debates sobre comunicación y visitas a empresas del sector.

Las jornadas se celebraron este miércoles, 30 de septiembre, y este jueves, 1 de octubre, entre Manzanares y Alcázar de San Juan. La primera parte del curso tuvo lugar en el vivero de empresas de Manzanares y se completó con una visita a la Bodega Yuntero, que se encontraba en la recta final de la vendimia. Allí, los asistentes pudieron conocer de cerca el trabajo en bodega en un momento clave de la campaña y conectar esa práctica con los contenidos del aula.

En la primera jornada se abordaron varias cuestiones ligadas a la promoción nacional e internacional de la D.O. La Mancha en un momento de descenso del consumo de vino en el mundo. También intervino el gerente de la denominación, Ángel Ortega, que expuso la visión del Consejo Regulador sobre el enoturismo como vía de desarrollo sostenible para el territorio manchego. La tesis defendida por la organización es que la

actividad vinculada al vino no se limita a la producción y la comercialización, sino que puede extenderse a la oferta cultural, gastronómica y de visitas.

La segunda jornada se trasladó a la sede del Consejo Regulador, en Alcázar de San Juan. Allí, el vino se trató desde varios ángulos, entre ellos la formación profesional, la calidad de la uva y la comunicación. El programa incorporó además la mirada de los medios audiovisuales sobre el sector agrario y sobre la relación entre el vino y la sociedad, un punto que la UCLM y la denominación consideran útil para acercar el producto al consumidor y para explicar mejor el trabajo que hay detrás de cada campaña.

En ese bloque participaron los periodistas Carlos de la Morena, de RTVE, y Jorge Jaramillo, de Castilla-La Mancha Media. Ambos analizaron la relación entre medios de comunicación y agricultura y debatieron sobre la capacidad del vino para conectar con públicos que no forman parte del sector. Junto a esas intervenciones, el curso incluyó una ponencia sobre promoción vitivinícola en redes sociales y medios digitales, un área a la que la organización concede importancia por su influencia en la imagen de marca y en la llegada a nuevos consumidores.

El programa se completó con una cata centrada en la relación entre vino y gastronomía. La organización sostiene que esa sesión permitió comprobar la buena acogida del blanco Airén entre el público joven, una cuestión que enlaza con el interés del sector por ampliar su base de consumidores y por comunicar mejor variedades que forman parte de la identidad vitivinícola de Castilla-La Mancha.

Con esta iniciativa, la UCLM y la D.O. La Mancha mantienen una línea de trabajo compartida entre universidad y sector vitivinícola. Ambas entidades sitúan la formación y la comunicación como herramientas para dar prestigio a la cultura del vino y para abrir actividad económica en los territorios rurales de la comunidad autónoma.