

**LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO DESDE  
UNA PERSPECTIVA INTEGRADA.**

**CLAVES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO  
DE VALDEPEÑAS (CIUDAD REAL).**

**Luis Benítez de Lugo Enrich**  
**Profesor-tutor de Turismo (UNED)**

## **RESUMEN:**

Este trabajo tiene como objetivo presentar al lector las bases a partir de las cuales será posible construir una alternativa turística viable para Valdepeñas, articulada en torno a la puesta en valor de sus recursos culturales y naturales.

Para conseguir esa puesta en valor es preciso tomar en consideración el concepto de “paisaje”, recurso turístico que debe ser gestionado de acuerdo con las más modernas técnicas de interpretación del patrimonio.

Sólo tras haber definido esos conceptos, como base y punto de partida, será posible estructurar una estrategia de promoción turística sostenible para la ciudad.

## **PALABRAS CLAVE:**

Turismo sostenible, desarrollo local, patrimonio, Valdepeñas, Cerro de las Cabezas.

## **a.- Mirar, ver o interpretar un paisaje**

A finales del siglo XX se modificó la idea que proporcionaba al paisaje el carácter de mero escenario de la actividad humana. El paisaje empezó a ser tratado de una forma mucho más amplia; como un recurso capaz de ser valorado por la sociedad, susceptible de recibir un tratamiento científico.

Mirar un paisaje no es sino abrir los ojos, dirigir la vista hacia un lugar y permitir que los ojos se inunden en un instante de sus luces, sombras o colores que caracterizan un determinado entorno.

Ver ese mismo paisaje va mucho más allá, pues significa reconocer ese mismo paisaje de forma consciente. La percepción, desde luego, es siempre subjetiva y vendrá condicionada tanto por los conocimientos del turista previamente adquiridos como por las herramientas disponibles en ese momento, capaces de enriquecer la experiencia (un guía o un panel explicativo pueden aportar las claves necesarias de las que el turista carecía en un principio). De ese modo, la visión del paisaje no es siempre la misma: el resultado cambia de un individuo a otro.

Al ver el paisaje, el turista crea una experiencia emocional en la que se ven implicados todos los sentidos. Cuando interpreta, el individuo escucha, huele, toca y saborea lo que tiene a su alcance con respeto. No se convierte en un devorador del paisaje, sino que se funde con él; entiende su valor, le abre su corazón y es partícipe de una experiencia ambivalente: gratificante y enriquecedora, por un lado, y dolorosa por otro, debido al sentimiento de fragilidad con frecuencia asociado al disfrute del patrimonio.

Finalmente, interpretar es hacer uso de la inteligencia para descubrir los significados que se han podido intuir al ver y mirar un determinado paisaje. Se trata de indagar en el pasado para entender el presente y aventurar el futuro. Se crea así una dinámica espacio-temporal que permite llegar a captar la esencia y la estructura de una determinada sociedad a través de la lectura del paisaje. Interpretar es en una experiencia sensorial compleja, especialmente cuando se dirige a un turista más acostumbrado a mirar que a ver y, en casi todos los casos, poco preparado para comprender lo que ha visto.

## **b.- La interpretación del paisaje como recurso turístico**

Para poder ser interpretado, el paisaje debe ser abordado desde un análisis interdisciplinar, pues los conocimientos procedentes de diversas áreas serán los que puedan proporcionar una actividad turística emocionalmente satisfactoria al común de la sociedad.

Gozar es una motivación fundamental en los desplazamientos turísticos. Y gozar el paisaje supone contar con las herramientas capaces de revelar el lenguaje con el que éste se manifiesta; iniciar una comunicación que permita, desde su aspecto presente, narrar lo que fue en el pasado, cómo ha llegado a ser en la actualidad y, a modo de hipótesis, cómo será en el futuro.

Tanto el turismo cultural como el turismo ecológico -dos caras de una misma moneda- deben enseñar a entender el paisaje; a emplear los significantes que muestra y los significados ocultos. De ese modo, la experiencia del turista se verá enriquecida gracias a una realidad casi siempre escondida a los ojos del viajero, que por lo general carece de las claves para llegar a aprehenderla.

La interpretación del paisaje puede llegar a provocar sensaciones, sentimientos y evocaciones de alta intensidad en el turista. Para que así suceda, es necesario despertar la curiosidad innata del visitante, a través de conocimientos procedentes de diversas áreas del saber. Desde una perspectiva integrada, podrán serles mostrados aquellos aspectos que, sin contar con las claves adecuadas, no son aparentes para la mayoría de la población.

### **c.- Turismo sostenible en Valdepeñas**

Los recursos turísticos culturales y naturales no son atractivos turísticos convencionales. Se trata de recursos polivalentes en los que confluyen diferentes factores, como son los turísticos, los educativos y los de investigación.

El turismo sostenible es una opción viable sólo con un buen diseño a largo plazo que, junto a los beneficios sociales y económicos obtenidos, valore la incidencia de los problemas inherentes al uso turístico de los recursos utilizados. Únicamente programando se puede lograr la sostenibilidad: el necesario equilibrio entre uso, gestión y rentabilidad de los recursos culturales y naturales.

Las ciudades que, como Valdepeñas, promocionan turísticamente su patrimonio se enfrentan al reto de saber atraer a la parte cultural (en constante aumento) de la demanda procedente de los desplazamientos turísticos. Además, deben acertar a poner en valor su patrimonio histórico y atraer inversiones complementarias al amparo de la puesta en explotación de los recursos culturales, sin que ello implique sobrepasar el umbral de la capacidad de carga, lo que significaría una deplorable pérdida de imagen turística.

La evaluación y el control de la calidad en lo referente a la gestión del patrimonio y del turismo son tareas imprescindibles, pues es necesario conocer si la puesta en valor del patrimonio se hace en condiciones de sostenibilidad. Esto implica detectar, y corregir en su caso, aquellos procesos que

transgredan la capacidad de carga o los fundamentos en los que se basa la autenticidad del recurso patrimonial.

Decantarse por el turismo sostenible supone necesariamente que:

1.- El patrimonio no puede transformarse a cualquier precio en una carga para las instituciones. En poco tiempo debe ser rentable (económica, social, científica y políticamente) y pasar a convertirse en un generador de beneficios de diversa índole.

2.- Los recursos turísticos deben ser bien interpretados, de forma que su correcta lectura resulte en elemento de atracción turística que muestre lo real y lo local, antes que lo ficticio o lo ajeno.

3.- La oferta turística debe ceñirse a la demanda, antes que al contrario. Están destinados al fracaso los modelos turísticos surgidos del desconocimiento del visitante potencial, basados en la idea *“mi nuevo producto ha sido caro pero es el no va más; va a impactar tanto que va a haber colas para verlo”*.

Diversos estudios han permitido definir el perfil del turista cultural como el de una persona de aproximadamente 35 años con la configuración familiar de “nido vacío”. Pero, muy especialmente, este tipo de turismo interesa a quien tiene estudios universitarios. Esta variable resulta determinante a la hora de explicar la procedencia de los turistas que se verán interesados en destinos como el Cerro de las Cabezas.

4.- Excesivo voluntarismo a la hora de crear productos turísticos lleva a confundir turismo real con oferta, olvidando que la demanda no es ilimitada. De ese modo se pone en peligro la viabilidad futura del proyecto turístico, especialmente si las caudalosas ayudas públicas dejan de fluir en algún momento de forma estable en su ayuda.

La promoción de Valdepeñas exige la creación de un plan turístico que permita:

- Generar una imagen de destino turístico.
- Diseñar itinerarios sostenibles.
- Evitar la estacionalidad.
- Adecuar la oferta a la demanda.

- Mejorar las infraestructuras, los accesos, las señalizaciones y los entornos.
- Incrementar el tiempo y la cantidad de estancias.
- Definir los productos a ofrecer, más allá del vino.
- Contar con recursos humanos cualificados en interpretación del patrimonio.

## **d.- Propuesta para la promoción turística de Valdepeñas**

La dinamización turística de Valdepeñas podría vertebrarse, entre otros, en torno a los siguientes parámetros:

- Elaborar un inventario de recursos que permita conocer los elementos potencialmente disponibles.
- Encontrar las vías para hacer llegar la información necesaria al pueblo, interpretando los recursos naturales y culturales (el patrimonio) del municipio que previamente han sido inventariados.
- Conservar el control local de la promoción y de la comercialización, a fin de optimizar los beneficios derivados de un turismo bien planificado. Esto es algo delicado, pues si el turismo no está bien planificado lo que se obtienen son perjuicios, no beneficios.
- Crear una imagen de marca que garantice la calidad de los productos turísticos ofertados desde Valdepeñas.
- Elaborar productos turísticos completos (con alimentación, alojamiento, recreación, etc.), variados y a precios razonables.
- Captar nuevos tipos de demanda (turismo de calidad de tipo vacacional, etc.).

Para conseguir estos objetivos se necesita, en primer lugar, mejorar la información turística (edición de libros, folletos, guías, etc.). Actividades relacionadas con la enseñanza, la investigación, la interpretación y el disfrute del patrimonio local son alternativas reales para las vacaciones, tanto de los valdepeñeros como de otros visitantes. Valdepeñas ha de convertirse en un “laboratorio” que estimule el descubrimiento de los valores del entorno circundante, siempre a partir de una

**información y de unas actividades adecuadas. Para ello es indispensable contar con un material básico insustituible.**

**En segundo lugar, es preciso comercializar el turismo a partir de campañas de promoción bien orientadas. Campañas ambiguas, demasiado genéricas o mal dirigidas acarrearán consecuencias no deseables. Es el caso de un excesivo flujo de visitantes, que no genera los efectos deseados sino otros muy contrarios, perjudicando la imagen y generando una publicidad negativa.**

**Valdepeñas se enfrenta al reto turístico de superar el estadio de mera atracción para excursionistas, pasando a convertirse en un producto turístico solvente, con márchamo de calidad y capaz de atraer a flujos turísticos estables.**

**A ello puede ayudar de forma indudable el complejo turístico-arqueológico del Cerro de las Cabezas. La interpretación del paisaje en el Cerro de las Cabezas permite aplicar una secuencia de preguntas encadenadas, cuyas respuestas deben conducir al turista a valorar lo que se le muestra y a interesarse por otros aspectos distintos de la Valdepeñas actual. Para ello es fundamental la organización de una visita bien articulada y la participación de un guía experto en interpretación, capaz de alcanzar los objetivos programados a partir de esa batería de preguntas.**

**Tras una fase inicial de la experiencia en la que debe primar la descripción se pasa a otra en la que domina la explicación. En ella se han de emplear todos los conocimientos y datos disponibles, desde los más científicos al sentido común. Los guías de turismo deberían tener muy en cuenta esta fase del proceso, pues es la que verdaderamente contribuye a una experiencia turística satisfactoria.**

**Hay que ser conscientes de que la existencia de un gran yacimiento en el Cerro de las Cabezas sólo se convertirá en recurso turístico cuando esté gestionado y comercializado de la forma adecuada. La existencia de un impresionante centro de visitantes no garantiza que el lugar vaya a convertirse en un potente destino de turismo cultural.**

**Lo arqueológico puede y debe ser un pilar básico de la oferta turística valdepeñera. Para ello hay que lograr ilusionar a la sociedad local con el proyecto, eliminando las resistencias y la tradicional oposición a cualquier cambio. Es preciso asumir que la diversidad es una de las ventajas más importantes de la cultura local. La política turística debería decidirse tomando en cuenta esa consideración.**

## **e.- Conclusiones:**

Una apuesta turística para Valdepeñas debe elegir como marco necesario la planificación racional, el realismo en las previsiones y la diagnosis acertada. Sólo así podrán redactarse minuciosos planes de intervención, como colofón de detallados estudios previos sobre el patrimonio y los recursos turísticos.

Huyendo de lo ficticio, de lo engañoso y de la afluencia masiva deberá optarse por un turismo sostenible armónico y organizado, basado en la gestión profesionalizada y en la adecuación de los recursos a los objetivos. La medida en las metas y en las intervenciones permitirán alcanzar un modelo turístico no mediatizado por la velocidad de logros.

Aunque el turista con frecuencia sólo ve lo escénico (un centro de interpretación, por ejemplo) o lo mal entendido como puramente patrimonial (el monumento o yacimiento arqueológico), son múltiples los mensajes que el paisaje valdepeñero transmite y que no se explican por no saberlos percibir e interpretar.

Cuando un paisaje se sabe explicar la vivencia del turista resulta más plena, y su posterior recuerdo es más intenso, satisfactorio y duradero.

Hacer turismo en Valdepeñas puede ser algo más que visitar ruinas, ver multimedia y comprar unos estuches de vino.

Valdepeñas, julio de 2003.



## **BIBLIOGRAFÍA:**

**BENÍTEZ DE LUGO, L. (2000):** “La interpretación del patrimonio arqueológico. Estado de la disciplina en la provincia de Ciudad Real”, en *El patrimonio arqueológico de Ciudad Real. Métodos de trabajo y actuaciones recientes*, pp. 411-428. UNED. Valdepeñas (Ciudad Real).

**CAÑIZARES, M<sup>a</sup> C. (1999):** **Potencialidades turísticas del patrimonio territorial en Puertollano y su comarca**, en *Campo de Calatrava. Revista de Estudios de Puertollano y comarca*, n<sup>o</sup> 4, pp. 9-38. Museo Municipal de Puertollano. Puertollano (Ciudad Real).

**ELCHE, D. et al. (2002):** **El sector turístico en Castilla-La Mancha: el Tursiso Rural, un sector emergente**, en García, J.S. y Poyato M<sup>a</sup>C.: *La función social del patrimonio histórico: el Turismo Cultural*, pp. 125-176. UCLM. Cuenca.

**ESTEBAN, A. y REINARES, E. (1996):** **La investigación de la demanda turística en España: recopilación y análisis**, en *Estudios Turísticos*, n<sup>o</sup> 129, pp. 47-74.

**FRANCO, T. (2003):** **Recursos, servicios y potencial turístico de Castilla-La Mancha**. UNED. Madrid.

**VERA, J.F. y DÁVILA, M. (1995):** **Turismo y patrimonio histórico cultural**, en rev. *Estudios Turísticos*, n<sup>o</sup> 126, pp. 161-178.

**VV.AA. (1996):** **El impacto del turismo en el patrimonio cultural**. Agencia Española de Cooperación Internacional. Alcalá de Henares (Madrid).