

EDITA: Promotora Castellano-Manchega de Información, S.A.
PRESIDENTE: CARLOS CALATAYUD MALDONADO

DIRECTOR: PEDRO PERAL

REDACTORES Y COLABORADORES: Conchy Nieva, Julia, José González Lara, Ramón Bello (Albacete), José Vicente Avila, Carlos Ponce (Guadalajara), Luisa Acedo y José M. Blanco (Toledo), Mauro Muñoz (Madrid), Diego de Pasamontes, María José

SECRETARIA DE REDACCION: Amparo García

FOTOGRAFIA: Herrera Piña, L. Morales, Naranjo, P.P., D. Villegas, Pinós.

ADMINISTRACION: J. Espinosa

ARCHIVO: Isabel Merino

PUBLICIDAD: Agencias y agentes legalmente establecidos.

REDACCION, ADMINISTRACION Y SUSCRIPCIONES: Montesa, 3 - 13001 - Ciudad Real - Teléfs (926) 25 11 50/4 Telex 26.025

IMPRIIME: Gráficas Cervantes, Paz, 2 y 4 - Teléf: 22 36 72 13003 Ciudad Real

DEPOSITO LEGAL: C. R. - 822 - 1986



Lorenzo Contreras
Periodista

PUNTUAL

"Los etarras se pasean por Madrid preparando acciones, sin que el Ministro del Interior parezca tener otra misión que formular condenas y presidir funerales."

Palo de gobierno

TURISMO INTERNACIONAL

En su dimensión millonaria, el turismo es, en España, un fenómeno reciente. La década de los 60, en sus años finales, enmarcó el momento en que nos visitaban tantos extranjeros como españoles residían en el país. Se creó de prisa, de prisa —y no siempre bien— una infraestructura hotelera y otros activos turísticos para atender una demanda de servicios creciente y lucrativa. La explosión del turismo y el envío de remesas en metálico por parte de los emigrantes contribuyeron, primordialmente, al llamado "milagro" económico español. Desde entonces, al turismo se le ha venido considerando la gallina de los huevos de oro, a modo de salvación económica de lugares y actividades que tuvieron, real o inventado, algún atractivo turístico.

Con la excepción de Toledo —visita casi obligada al turismo que pasa por Madrid—, Castilla-La Mancha apenas se ha beneficiado de los flujos turísticos. Es innegable que las condiciones naturales no son aptas para atraer afluencia masiva de visitantes. El bikini no es prenda de uso común en Castilla-La Mancha. En cambio, sí ofrece esta tierra otros atractivos especialmente sugerentes fuera de la temporada alta o de los meses de verano. Nos referimos a los meses "intervencionales", orientados principalmente a un mercado próximo y millonario como es el de Madrid y su entorno. Primavera y otoño serían las temporadas del turismo en Castilla-La Mancha.

Con la protección inicial de la Junta de Comunidades, Corporaciones locales y de los sectores afectados, los operadores de turismo deberían estudiar la oferta de un "paquete" de entre tres a siete viajes a llevar a cabo a lo largo de las estaciones señaladas, a voluntad del cliente. Si el potencial turístico castellano-manchego, predominantemente arquitectónico, literario y paisajístico se halla diseminado en 80.000 kilómetros cuadrados, las rutas de varios días están condenadas al fracaso, como numerosas experiencias han demostrado. Por el contrario, un viaje en fin de semana a, por ejemplo, Toledo, Cuenca, Almagro, Infantes-Laguna de Ruidera, Ventas de Puerto Lápice o Mota del Cuervo con representaciones cervantinas solventemente organizadas, acompañadas de menús de degustación, cuya variedad garantiza la aceptación, con los mejores vinos del lugar, podría componer una oferta turística, a relativo bajo precio, adecuada para los períodos entre vacaciones. La perseverancia en el empeño y un alto nivel de calidad en los servicios harían el resto.

SUMARIO

PALO DE GOBIERNO - PUNTUAL	3
REGION-1	4-9
ESCRITO EN MADRID	11
TRANSPARENCIAS	12-13
CULTURA	14
CUENCA	15
ANCHA ES CASTILLA LA MANCHA	16-17
REGION-2	18-23
LA HORMIGONERA-CARTA DEL PUEBLO	24
ALBACETE	25
GUADALAJARA	26
MANCHEGO - MANCHEGO	27
CASTILLA LA MANCHA EN EDITORIALES	28
CARTAS A LA REDACCION	29
GENTE JOVEN	31
HACE 10 AÑOS	32
TVE	33-35
COCINA - EL CONSEJO DEL DOCTOR	37