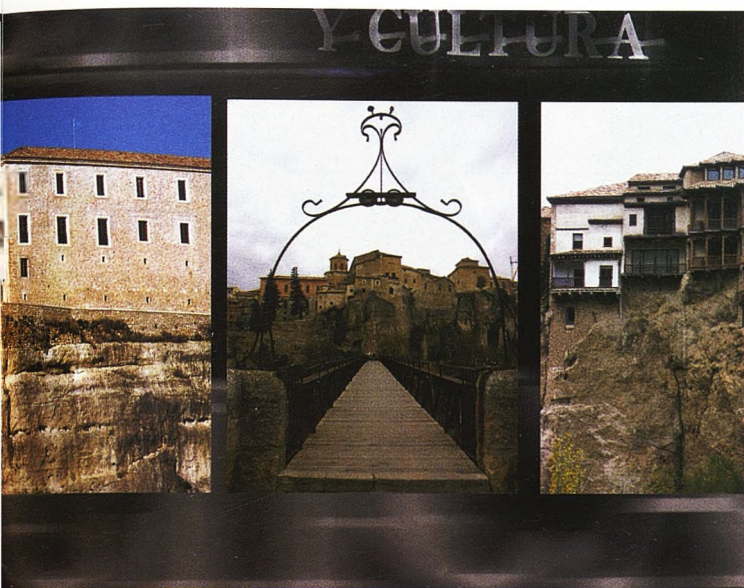




Turismo cultural

Todas las ciudades que se integran dentro del club de Ciudades Patrimonio tienen características especiales que las hacen, en su conjunto, referencias históricas de unas u otras épocas. En países vecinos como son Francia e Italia, se ofrecen grandes paquetes turísticos cuyo mayor interés es el poseer ese casco histórico preservado y completo, capaz de atraer a los consumidores de paseos por calles medievales, juderías o espacios con encanto. Es el caso de nuestro casco histórico y el de otras ciudades que como Cuenca, muestran orgullosas el pasado que se contiene en sus calles y plazas. Córdoba, Salamanca, Ávila, Segovia, Cáceres Santiago de Compostela, Ibiza, San Cristóbal de la Laguna, y algunas más forman parte de esta sociedad donde se priman sus cascos históricos y su buen cuidado.

Es ahora cuando los turistas buscan algo diferente, y en esa diferencia se incluyen la monumentalidad de los edificios, las calles empedradas, sus murallas, su acueducto en el caso de Segovia, y otros vestigios de civilizaciones pasadas que han quedado en pie en las Ciudades Patrimonio. Promocionarse en Londres y en algún punto de Alemania, aún por concretar, son los objetivos prioritarios de los técnicos de turismo de las Ciudades Patrimonio.

Patrimonio tendrán información de las otras ciudades que forman parte de este club. Las acciones que se van a realizar en este sentido van dirigidas a dar una idea general de la oferta de todas las Ciudades Patrimonio, aprovechando la experiencia que otras marcas turísticas han desarrollado a lo largo de los últimos años tanto en el mercado nacional como el internacional.

Turismo cultural

Sobre el tipo de consumidor, es decir el turista, que consume turismo cultural, va en aumento. Y es por esta razón que el grupo Ciudades Patrimonio busca su reco-

nocimiento como tal en el mercado turístico, porque todas las ciudades que aquí se integran ofrecen cascos históricos cuidados y peculiares, donde la cultura y la monumentalidad de los edificios forman un conjunto especial.

Gaztelumendi continuó refiriéndose también a la creación de una red de promoción a través de las Ciudades Patrimonio. Importante es también la campaña de imagen que se va a poner en marcha en este sentido para promocionar a las Ciudades Patrimonio, y que tiene como objetivo explicar lo que es este grupo tanto en mercados exterior-

res como en el interior.

Los proyectos se vertebran en torno a tres grandes ejes: el primero de carácter educativo pero también de promoción interna del grupo, y que son los programas educativos para que los alumnos de centros que están ubicados en cada ciudad y a modo de hermanamiento con otras ciudades produzcan un intercambio de escolares y profesores sobre la base de trabajos concretos de temas que están gestionados por el grupo a través de esta comisión de educación. «Este año se están realizando trabajos sobre las plazas de las ciudades españolas Patri-

monio de la Humanidad, y creo que estamos vinculados a San Cristóbal de la Laguna», apuntó José Manuel Martínez Cenzano.

En segundo lugar, uno de los ejes vertebradores del turismo es la gestión desde «nuestra propia asociación». Y el tercer gran vector en el que se están moviendo es el convenio que cada año se firma con el Gobierno de España para que a través de la empresa Turespaña el producto turístico que son las Ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad tenga presencia sobre todo en ferias en el exterior, en viajes de familiarización, etc.