



Calle Larga. La Adrada (Foto Riofer)

Javier Fernández y Emilio Martínez

Posibilidades turísticas de La Adrada y el Alto Tiétar



PRIMERA PARTE

por Javier Fernández

En un principio esta «charla» estaba pensada para hablar de la historia de la villa de La Adrada, pero aplicada a un tema que preocupa a muchos: el turismo, y muy concretamente con referencia al turismo fuera de temporada (el de «temporada», es decir, el de los meses tradicionales de julio y agosto, está prácticamente garantizado por pura inercia).

También se tuvo en mente titular la exposición «Apuesta por un resurgir turístico de La Adrada y la zona del Alto Tiétar», pero la palabra *resurgir* indica «renacer, volver a la vida», lo cual indica que ya existió, y no estoy seguro de que existiese en tiempos pasados (en tiempos «históricos» podríamos decir) ningún tipo de turismo tal como se entiende hoy en día el término.

Pero tampoco es menos cierto que tanto La Adrada, como otros muchos lu-

gares del Valle, tenían sus temporadas de gran atracción de forasteros (hoy turistas), y no precisamente en verano, o no sólo en verano. Las ferias y fiestas tenían gran importancia, gran fama, y estos lugares, muchos más pequeños que ahora, con menos medios, eran capaces de ejercer gran atracción sobre los visitantes. Para dar cabida a tantos forasteros era necesario disponer de «acomodo», pues estas ferias duraban tiempo. En esas fechas de «ferias» (la famosísima Feria de Los Santos es un buen ejemplo), los movimientos comerciales eran muy importantes, dejaban pingües beneficios, se cerraban tratos, se consolidaban relaciones comerciales y se afianzaban viejas amistades, creándose también otras nuevas. Los primeros interesados en el éxito de las ferias y fiestas (éstas siempre compañeras de la «feria»), eran los comerciantes y tratantes, y con ellos, el comercio en general, el estable y el que se creaba para la ocasión por medio de «ambulantes» que traían sus productos.

Alrededor de este comercio feriante, el pueblo entero y los visitantes tenían su «fiesta». Igualmente la oferta de alojamiento, los bares, los mesones, las posadas, etc., hacían su imprescindible papel de oferta de camas y comidas. Los bares, tascas o «chiringuitos» que se montaban para la ocasión cumplían su función, y también los particulares ofrecían «camas» con o sin derecho a comida, para suplir cualquier carencia. Todo el pueblo se veía involucrado en el acontecimiento «turístico» y se esmeraba en mejorarlo, en dotarlo cada año mejor, para que se fuese consolidando cada vez más.

Actualmente el turismo ya no es el que se conseguía como resultado de una feria o fiesta local. Hoy, sin irnos demasiado lejos en el tiempo, tampoco es el que hemos tenido tradicionalmente durante muchos años, un turismo de tres meses continuos (junio, julio y agosto),

cuando nos visitaban familias enteras que literalmente cambiaban de domicilio y se pasaban entre nosotros esos tres meses por el solo placer de «cambiar de aires». No había hoteles ni pensiones, o si los había en algún pueblo (Piedralaves y Sotillo siempre tuvieron alojamiento) no eran suficientes para acoger a tantos y lo que se hacía, a modo de costumbre, era alquilar una casa para la familia completa, e incluso convivir (si no eran demasiados) con los del lugar.

Esta forma de hacer turismo, de «veranear», que es como se llamaba, ya no existe prácticamente en ningún lugar, o es mínima bajo esta forma. Los hábitos han cambiado radicalmente, pues se acortan las estancias, las familias no vienen juntas, y además existe una competencia (en general a través de agencias especializadas) que gana la batalla tanto en precios como en la variedad de la oferta, incluidas ofertas de temporadas alta, media y baja. Es decir, que si a la dispersión familiar, se le añade esta atractiva oferta, parece claro que en estos lugares corremos el peligro de reducir nuestro turismo a temporadas limitadas a las fechas festivas y a algún que otro «puente» importante.

Existen varias clases de turismo, y consecuentemente de turistas, y para recuperar lo que vemos que se nos va, para rellenar esas temporadas que quedan fuera del calendario tradicional (primavera, otoño e invierno), hay que utilizar la imaginación, ser generosos (no pretender acaparar todo en poco tiempo), trabajar con ahínco y profesionalmente, arriesgar sin prisas, hasta conseguir consolidar nuevas ofertas que sean atractivas y ver nuestros pueblos con afluencia turística esos nueve meses de «sequía», tan sólo rellenados un poco en determinados fines de semana y en los tradicionales «puentes». Y esperar que el tiempo acompañe.

Se necesita continuidad y estabilidad. El corto verano, casi sólo mes y medio, ya no es tan seguro. En este punto de continuidad y estabilidad es donde empiezan a surgir las preguntas, las dudas, y hasta los miedos. ¿Merece la pena arriesgar, invertir; quién o quiénes van a impulsar el desarrollo? Hoy y aquí, a los intervinientes de esta tarde-noche, sólo nos mueve el cariño a esta villa de La Adrada y a todo el Valle del Tiétar, y el deseo de ofrecer una panorámica de lo que se podría hacer para lograr el objetivo de explorar a fondo las posibilidades turísticas de La Adrada y el Alto Tiétar.

La historia de la villa de La Adrada y su aprovechamiento turístico.

No vamos a disertar hoy acerca de la Historia de nuestra villa, que es cosa sabida, afortunadamente, por la mayoría, gracias a la divulgación que se realizado por todos los medios (incluido el estupendo «Comic» editado con motivo del VI Centenario). Hay mucho escrito. Sólo faltaría una recopilación y ordenación y que finalmente se acometiera la publicación de un libro. No obstante quiero que refresquemos la memoria con estas breves notas.

Cuando el Tiétar deja de ser definitivamente frontera militar, hacia 1220, asistimos al inicio de la primera fase de repoblación y colonización de este espacio geográfico. Más tarde, una vez colonizado el territorio y creadas las primeras pueblas, acudirá la población judía y mudéjar (mahometano que, conservando su religión, quedaba como vasallo de los reyes cristianos), que procedían de las urbes castellanas más próximas, o del propio Al-Andalus. En un principio parecían estas tierras de la Extremadura castellana (el Valle del Tiétar), salvo algunas excep-

ciones, «tierras anónimas», cuando los cristianos la ocuparon. Podríamos hablar de un antes y un después, tierras inhabitadas, donde sólo habría vegetación y el mundo animal, grandes bosques y variedad de especies animales. Hasta la conquista de la Taifa de Toledo en el 1085 por Alfonso VI, esta parte del Valle del Tiétar, que formaba un espeso monte de intrincada orografía y se incrustaba en plena zona fronteriza de la Marca Media islámica, no ofrecía las condiciones más idóneas para el desarrollo de la vida urbana.

Al hablar, pues, de una Historia de La Adrada (o de cualquier otro lugar de nuestro valle), deberíamos ceñirnos a estos primeros asentamientos (una auténtica repoblación humana de tierras prácticamente vírgenes), cuando los hombres que vienen a asentarse definitivamente comienzan a hacer la historia humana. Hombres y mujeres, familias enteras, que «se importan» de diferentes lugares, muy especialmente de tierras leonesas, y que van a construir en el Valle del Tiétar sus hogares, sus pueblos, aldeas, más tarde villas. Antes, se pierde en el tiempo, lo cual no quiere decir que no hubiesen existido otros grupos humanos deambulando por nuestros bosques, otras civilizaciones primitivas dejaron también sus huellas. En tiempos prerromanos, nuestra zona (la zona del Alto Tiétar abulense), pertenecía en su totalidad al país de los «vettones», pueblo pastoril y ganadero de estirpe indoeuropea celtizada, al que se le ha venido asignando tradicionalmente dos rasgos identificativos o diferenciales de gran interés: la Cultura de los Castros y las singulares esculturas zoomorfas de toros y verracos de piedra, cuyo máximo exponente son los famosos Toros de Guisando, en el término de El Tiemblo (Avila). En lugares de la antigua tierra de La Adrada, y en otros emplazamiento cercanos, se

han localizado restos de poblados o castros vettones de la Edad del Hierro ¹.

Cuando hablo del aprovechamiento de nuestra Historia, me refiero a algo así como darle vida, servirnos de ella en determinados aspectos para atraer más visitantes e intentar retenerlos lo más posible y que ello repercutiese en la fama, en la economía, y que nos devolviese el puesto que esta villa se merece con justicia y que hasta ahora no se ha divulgado convenientemente. Otros lugares, dependientes de nuestra villa en otros tiempos, nos han aventajado en este aspecto, y lo han hecho y lo hacen de forma continuada con todo esfuerzo y merecimiento sin duda, si no «histórico», sí muy imaginativo. La Historia y el Turismo son perfectamente compatibles y necesarios; es un hecho constatado —ya me he referido a ello— que el turismo tradicional (tres meses continuados en familia) ya se terminó hace años; que la separación generacional (padres e hijos), desde este punto de vista turístico, igualmente terminó. Ya sólo continúan «pegados a sus padres» (y no siempre, por eso de los campamentos de verano, incluso fuera de España) los más pequeños.

Proyectos comunes: Patronato de Turismo y Mancomunidad Turística

El turista que nos visita ya no permanece un mes completo, y las razones, ya esbozadas antes, suelen ser bien claras: ofertas en las playas, incluso en países europeos, a precios casi de saldo, y además más comodidades, más atracciones, más gancho. Los precios, tanto en cuanto a alimentación como alojamiento, son al-

tos, de forma casi alarmante. No existen en nuestro pueblo ni pensiones, ni posadas, ni albergues donde quedarse y con las comodidades que ofertan en otros puntos turísticos. No tenemos una estadística fiable, ni de ninguna clase, de las diferentes categorías de turistas que nos visitan (me refiero a los que ya tienen vivienda propia y a los de paso), ni qué desearían, qué echan en falta... Nos limitamos a saber que viven aquí, para cobrarles los impuestos correspondientes. Se trata de un turismo que no ingresa (sólo impuestos municipales) y que no acaba de integrarse. No nos conocemos. Hay gente joven, de mediana edad (matrimonios), y también mayores, y niños. Cada uno, cada cual, necesita algo diferente, atractivo, asequible... y permanente.

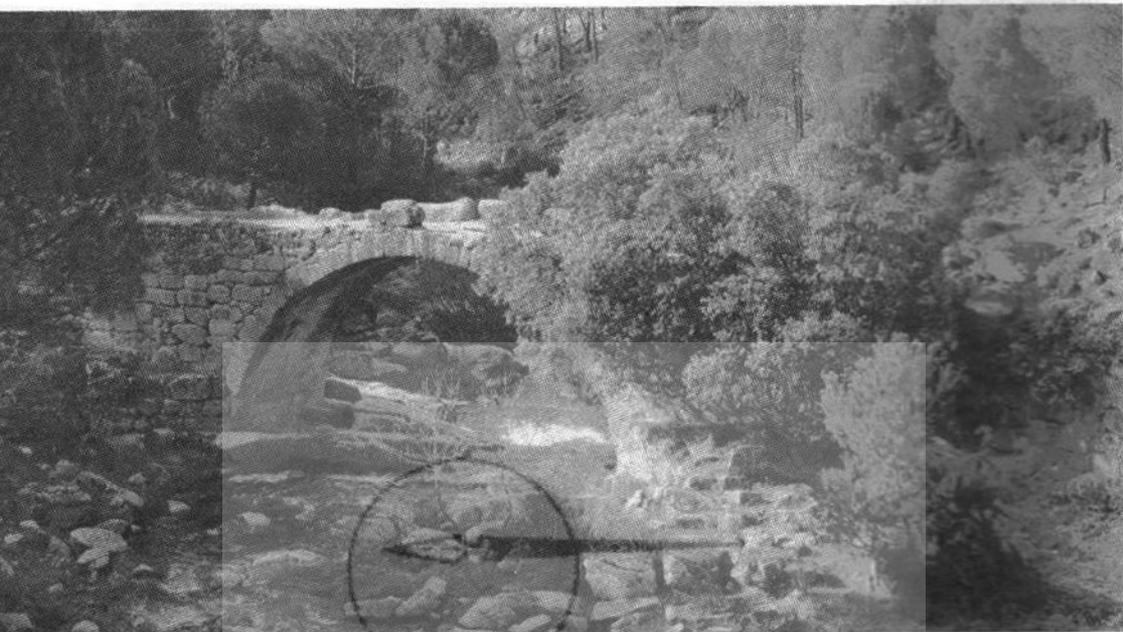
Esto en cuanto a los que tienen residencia, pero igual se puede decir de los visitantes de paso, o de los que muy probablemente si hubiese donde quedarse, si conociesen nuestras raíces, las posibilidades que existen (y que les debemos ofrecer), probarían a visitarnos en otras épocas que no fuese el típico y caluroso (a veces incómodo) verano. Gentes que disponen de más medios, de más tiempo, pero que, si se lo llegasen a pensar, se dirían: «Está bien, pero... ¿qué hay en ese pueblo, dónde nos podemos alojar, qué nos ofrecen...?»

Existe, por otra parte, un proyecto de Patronato de Turismo que lleva ya «en gestación» más de tres años. Antes hubo otro intento (el CIT), pero se abandonó. Falta unión; cada pueblo parece que quiere arrimar el ascua a su sardina, cuando la razonable sería unirnos todos en un proyecto común, en una Manco-

¹ Datos basados en el estudio de J.A. Chavarría Vargas, *Toponimia del Estado de La Adrada, según el texto de Ordenanzas (1500)*, Avila, 1998, publicado por la Institución «Gran Duque de Alba» y la Diputación abulense y que fue el trabajo presentado, y premiado, con motivo de la conmemoración del VI Centenario de la concesión de la Carta de Villazgo a La Adrada.



Plaza del Ayuntamiento. La Adrada (Foto Riofer)



Puente Mocha y río Tiétar. La Adrada. (Foto Ríofer).

munidad Turística. Ya no se debería esperar más, y habrá que tomar iniciativas locales o entre varios pueblos en aras de crear dicha Mancomunidad. Hagámoslo, pero hagámoslo bien. Apoyados en nuestras raíces históricas, creando una infraestructura turística adecuada, imponiéndonos unos plazos realizables (sin fantasías), y siempre teniendo en cuenta al turista. Al de toda temporada, al de un solo mes, a todas las edades y gustos diferentes.

Hoy está con nosotros un amigo que llegó como turista ocasional, ya hace muchos años, y que acabó teniendo aquí su segunda vivienda, que a buen seguro, un día pasará a ser la primera. Se trata de Emilio Martínez, el pintor de nuestras calles y plazas. Hemos tenido la oportunidad de admirar su obra expuesta el pasado verano. Sus vínculos con nuestro pueblo son de auténtico amor: amor a sus gentes, a su historia, a su arte y su forma de vida. También la mayoría de vosotros conocéis mi vinculación personal con el

pueblo. No creo que haya duda de mis raíces, de mi amor por La Adrada y por todo el Valle. Y es por ese cariño por lo que más lamento este estado de perpetua inercia, más aún cuando otros muchos municipios (especialmente me refiero a Castilla-León) están inventando constantemente para que el turismo acuda, regrese, y se consolide en temporadas completas a través de nuevas ofertas como es, por ejemplo, el Turismo Rural. El interés por el pueblo en todas las estaciones del año hay que provocarlo, saber a quienes debe ir dirigido y crear la mínima infraestructura para que el que acuda, el que tenga curiosidad por conocernos, pueda quedarse. En un principio, estancias semanales, quizás quincenales. Así, poco a poco, hasta abrir nuestras puertas en todas las estaciones.

Concluida esta introducción, creo llegado el momento de dar paso a Emilio, otro enamorado de esta villa, de todo el Valle, y que comparte también estas ideas en torno a las posibilidades turísticas que poseen La Adrada y el Alto Tiétar.

PARTE SEGUNDA

por Emilio Martínez

INTRODUCCIÓN

La afición a viajar por el placer de recorrer un país o región, como fenómeno social contemporáneo, lo promueven los ingleses en la segunda mitad del siglo XIX y, en el mundo occidental moderno, alcanza su apogeo en la pasada década de los sesenta.

¿A qué se debe esa afición a viajar y por qué se siente placer en recorrer un país o región?

Las respuestas que se darían a estas preguntas hace un millón de años no pueden ser las mismas que se den a las puertas del siglo XXI.

Hace un millón de años, tanto la afición como el placer, sin duda, estarían en relación con alguna de las necesidades primarias de nuestros antepasados: encontrar alimentos más nutritivos y fáciles de obtener, cazar animales con los que fabricarse elementales vestidos, encontrar lugares en los que protegerse mejor del clima o de las fieras y, en ocasiones, buscar pareja.

Hoy, en las sociedades occidentales, salvo las excepciones en las que todos pensamos, casi nadie se mueve para satisfacer esas necesidades primarias, pues, en general, las tenemos cubiertas; la lista de necesidades por las que hoy los hombres nos movemos son de índole muy distinta; muchas de ellas, naturales en la especie humana: el poder, la autoestima, la presunción, el conocimiento y un etcétera muy largo; muchas otras, creadas por la sociedad de consumo: el coche, el ordenador, el tabaco, la salida de los domingos y otro etcétera más largo que el anterior.

Dentro de estas necesidades, que los técnicos denominan secundarias, es decir, de las que podríamos prescindir sin que,

en situación de normalidad, fuera dramático para el individuo o la especie; y participando de las que he denominado naturales y creadas, se encuentra el Turismo.

Tanto por lo que tiene de natural como por lo que tiene de artificioso, la necesidad de hacer turismo se ha convertido en un fenómeno vendible, y tanto, que para algunas naciones, entre ellas la nuestra, es una de sus fuentes de ingresos más importantes. El Turismo ha condicionado de tal manera la vida de pueblos, comarcas, regiones y naciones que, sin duda, en muchos casos, al escribir sobre sobre ellos, no queda más remedio que marcar las diferencias entre el antes y después del Turismo. No olvidemos que España es visitada por tantos turistas al año como habitantes tiene.

Toda necesidad, de la índole que sea, debe ser satisfecha con el objeto de la misma, o en el cuerpo y en el alma quedaría el regusto amargo de la insatisfacción: el hambre con la comida, la necesidad de amar con los brazos del amante...

La necesidad de hacer turismo es una necesidad compleja, ya que comparte mucho de natural con no menos de artificioso y sofisticado. Si esto es así, y lo es: ¿Qué entraña el fenómeno Turismo (como necesidad) y qué beneficios pueden satisfacerlo?

¿Puede La Adrada ofrecer beneficios suficientes para cubrir las necesidades turísticas de todo el año, o, por el contrario, solamente puede satisfacer las necesidades del verano y de los grandes puentes?

¿Quiere La Adrada contarse entre las poblaciones que, en el mundo occidental, se benefician del turismo?

Porque spongo que sí, me animé a trabajar en este asunto, con la esperanza de poder contribuir en algo al progreso turístico de este pueblo en el que estoy echando raíces.

Como Javier ya ha dejado claro cuántas cosas podrían hacerse en el Valle, yo analizaré la necesidad Turismo y limitaré mis consideraciones a La Adrada.

TURISMO: NECESIDAD CREADA Y BENEFICIOS QUE LA SATISFACEN.

¿Qué implica la necesidad turismo?

—Huida de lo cotidiano.

Las terribles presiones de la sociedad actual, el trabajo, la política, las noticias siempre sensacionalistas de los medios de comunicación, nos impulsan irresistiblemente a huir del «cada día» a la primera ocasión, a alejarnos lo más posible del medio que durante la semana nos comprime hasta la asfixia.

—Satisfacción de la curiosidad.

Ese ansia de saber y conocer, impresa en la especie humana desde el principio de su existencia, que ha llevado al hombre a la conquista del micro y del macro cosmos, nunca se ve saciada; por eso, normalmente, siempre elegimos para hacer turismo lugares que desconocemos y, cuando llegamos al lugar elegido, deseamos conocer su historia, sus hombres, sus costumbres, su entorno, sus piedras... su cultura.

—Satisfacción estética.

Ese sentimiento profundo que nos impulsa a la búsqueda de lo bello, como manifestación de la armonía existente en el mundo visible; ese sentimiento, relajante, desinteresado, que nos produce el en-

cuentro con el bien o la verdad; esa pura contemplación de la correspondencia entre la naturaleza y la libertad, casi siempre perdida por la dominación de alguien (jefe, estado o la vida misma) y que además sólo se tiene la sensación de haberla recuperado cuando se está lejos de él.

Porque buscamos la satisfacción estética, en los términos expresados, es por lo que creo que producen satisfacción la contemplación del paisaje (perdido en la gran urbe), la pureza del aire (desplazada por el hongo del dióxido de carbono), la sencillez de las viejas costumbres (la sencillez es la belleza originaria); porque, pensemos como pensemos, sentimos que en ellas está el rescoldo de aquellos valores éticos que nos negamos a perder del todo.

—Reencuentro con los orígenes, sobre todo en el turismo rural, que es nuestro caso.

Alguien dijo que «somos lo que somos, porque fuimos lo que fuimos». Yo me atrevo a decir que sólo llegaremos a ser aquello que hoy seamos. Es decir, que como el hoy depende del ayer, y el mañana del hoy, nuestro futuro está condicionado por nuestra historia.

El turista, en los lugares que visita, de manera inconsciente muchas veces, busca puntos de referencia a su infancia, a esa parte de historia personal que nadie puede quitarle pero que se le escurre entre las manos como el agua del arroyo al querer beberla. Y no queremos que se nos escape el pasado porque, al no tener dominio sobre el futuro, como evidentemente no lo tenemos, es el pasado el que nos proporciona la sensación de permanencia.

Por eso, creo, tiene éxito el fenómeno actual del turismo rural, porque, en el

pueblo, esa sensación de permanencia es más concreta, más cercana, más tangible; por eso hemos escuchado muchas veces decir a personas nacidas en la urbe, «a mí me gustaría tener pueblo» o «yo es que no tengo pueblo».

¿Qué beneficios satisfacen la necesidad del turismo?

La diferencia con lo cotidiano.

Historia, costumbres, piedras y cultura.

Belleza, armonía, libertad y sencillez.

Aire, paisaje y la melodía del silencio.

Referencias a la propia infancia.

¿Puede La Adrada presentar al turista estos beneficios?

La diferencia con lo cotidiano, sí, si paramos el proceso de aculturación en el que estamos cayendo lentamente.

Tenemos una bonita Historia que contar.

No debemos perder nuestras costumbres:

Debemos inculturizar al «visitante» y a todo aquel que aparezca por nuestro pueblo.

Si el «visitante», el turista en general, cuando llega a nuestro pueblo, en lugar de «Casa Cacharras», «Meson de ...», encuentra el genitivo sajón en el frontal de nuestros establecimientos, se sigue enfrentando con algo de lo que él huye, lo cotidiano.

Al turista se le inculturiza aportándole lo genuino, lo originario. Si queremos hacer con él sólo el agosto, no vale la pena pensar en subirnos al tren de la esperanza en lo que a Turismo se refiere. Las gentes de estos lugares tuvieron siempre fama de acogedoras y afables y debe seguir siendo el denominador común entre nosotros para con el turista.

No podemos, ni en broma, decir que se vayan, que nos dejen tranquilos, que no ocupen nuestras calles ya que no compran en nuestros comercios, porque, además de antisocial es anticonstitucional y estamos matando la gallina de los huevos de oro. Cuando el turista adopta nuestras costumbres y vive nuestra vida se convierte en parte de nosotros, se ha inculturizado. Y éso, para nosotros supone beneficio social, económico, y de todo tipo; nos enriquece como individuos y como pueblo, amplía nuestros horizontes y afianza nuestras raíces

Pero al turista hemos de mostrarle nuestras costumbres.

¿Dónde están las capas de nuestros mayores, los vistosos sombreros de cintas de color y los refajos de nuestras mujeres, al menos en las grandes solemnidades, de las que hablara *Ciro Bayo*, todavía no hace cien años?

¿Por qué nuestro jóvenes no juegan al *Juego de la Bola*?

¿En qué ha quedado nuestra famosa *Feria de los Santos*? De diez o quince días, según privilegio, quedó reducida a tres, como mucho, y sobre todo carente de esa fuerza que se desprende de aquellos lugares donde la dialéctica predomina.

¿En qué altillo, sótano o pajar duermen hoy los jaezes de nuestras caballerías que no los lucen en las fiestas mayores?

Muchas más cosas podemos ofrecer al turista, como reflejo de nuestras costumbres y en función de su inculturación.

Piedras tenemos, pero desperdigadas o enterradas, sin concederles todo el valor que tienen: piedras de siglos que mueren ante nuestra indiferencia: castillo, iglesia, ermitas, molinos, puentes y viejos caserones.

Belleza, libertad, sencillez, aire, paisaje y silencio, sólo hay que asomarse a

una ventana para escuchar su grandiosa melodía.

Por lo tanto, La Adrada puede ofrecer al turista los beneficios que satisfacen su necesidad.

¿Podemos hacer algo que no hayamos hecho, en función de potenciar el turismo en nuestro pueblo?

Estoy completamente seguro de ello pero, antes de pasar a su exposición, que por ser el punto de más interés lo he reservado para el último punto de esta

Iglesia del Castillo La Adrada. (Fotomontaje R. Arrabal)



charla, permitidme intercalar los resultados de una encuesta realizada a pie de calle.

RESULTADOS DE UNA ENCUESTA.

Nunca encontré en los crucigramas definiciones como «Valle de la vertiente sur de Gredos» o «Población del Alto Tiétar». Tal vez ese hecho no tenga trascendencia pero a mí me indujo a preguntarme:

¿Cuánta gente nos conoce realmente?

Como es una pregunta que no puede contestarse al albur, y pretendiendo darle a mi charla el mayor peso posible, se me ocurrió hacer una pequeña encuesta entre los vecinos de mi barrio, en Madrid, fuente importante de la que se nutre el turismo de nuestro pueblo.

Si quería un señor de pelo blanco poder abordar a gentes de todas las edades, en bares, ambulatorios de la SS o en la puerta de los mercados, el contenido de la encuesta debía ser muy sencillo. Sólo cinco preguntas que no comprometen absolutamente en nada:

- 1ª.- ¿Hace turismo los fines de semana?
- 2ª.- ¿Conoce el Valle del Tiétar?
- 3ª.- ¿Conoce un pueblo que se llama La Adrada?
- 4ª.- ¿Qué estudios tiene?
- 5ª.- ¿Qué edad tiene?

La encuesta se realizó el pasado mes de octubre; se preguntó a 516 personas, de las cuales, 448, es decir, el 86.8%, se entrevistaron en Carabanchel y, 68, es decir, el 13.2%, en otros distritos madrileños.

La encuesta, evidentemente, tiene un sesgo positivo, ya que la mayoría de los

encuestados lo fueron en Carabanchel —al menos allí desayunan, van al médico, hacen la compra o comen— y Carabanchel es salida natural de Madrid hacia La Adrada, además de ser un barrio donde viven muchas personas que en La Adrada tienen su segunda vivienda. Si todos mis amigos conocen La Adrada, y es de suponer que algunos de los encuestados sean amigos o vecinos de los que aquí tienen su casa de fin de semana, también es fácil suponer que, algunos de los encuestados, por razón de vecindad o amistad, también la conocen.

Datos generales de la encuesta:

	20 a 30	31 a 40	41 a 50	> 51	Total	%
Varones	52	120	80	32	284	55
Mujeres	60	112	52	8	232	45
Total	112	232	132	40	516	100

Entre las frecuencias 20 y 50 se encuentra el 70.5% de los encuestados; siendo en estas edades, en situación de normalidad, en las que existen las mayores posibilidades de hacer turismo, sean cuales fueren los resultados, ese alto porcentaje da a la muestra un elevado grado de fiabilidad, al menos, para ese lugar concreto.

Nivel cultural del entrevistado

	N. Superior	N. Medio	N. Primario	Total
Varones	80	160	46	284
Mujeres	160	60	12	232
Total	240	220	56	516

Esta tabla sigue confirmando la fiabilidad de la encuesta al poner de manifiesto una realidad del momento: cada

día más, las mujeres superan a los varones en el nivel de estudios.

¿Cuántos de los encuestados hacen turismo los fines de semana?

	Varones	Mujeres	Total
Total	284 (55%)	232 (45%)	516 (100%)
NO	136 (64%)	76 (44%)	212 (41%)
SI	148 (49%)	156 (51%)	304 (59%)

Una vez más podemos confiar en la muestra ya que, como puede verse, sus datos concuerdan con la realidad de nuestras carreteras los fines de semana; un 59% de mis vecinos de Carabanchel se lanzan a esas carreteras de Dios en busca de los placeres que el turismo proporciona.

Y, un dato curioso: a pesar de que el número de mujeres en la muestra es menor que el de varones, sin embargo, de entre los que hacen turismo, es mayor el número de mujeres que el de varones.

¿Cuántos de los encuestados conocen el Valle?

	V	M	Total
Total	284 (55%)	232 (45%)	516 (100%)
NO	152 (51%)	144 (49%)	296 (57%)
SI	132 (60%)	88 (40%)	220 (43%)

La Tabla nos dice que, del total de los encuestados, el 43% conocen el Valle; esta cifra, a pesar del sesgo marcadamente positivo del que hablábamos al principio, según mi criterio es muy elevada, pero ahí está. También nos dice que, contrariamente a los resultados de la tabla anterior, donde veíamos que las mujeres hacen más turismo de fin de semana que los varones, sin embargo, las mu-

eres son menos conocedoras del Valle que aquellos.

¿Cuántos de los encuestados conocen La Adrada?

	Varones	Mujeres	Total
Total	284 (55%)	232 (54%)	516 (100%)
NO	152 (54%)	128 (46%)	280 (54%)
SI	132 (56%)	104 (44%)	236 (46%)

No deja de ser curioso pero es cierto: entre los encuestados son más los que conocen La Adrada que los que conocen el Valle. Sin embargo, y como ratificando la incongruencia de la gráfica anterior, también las mujeres conocen menos La Adrada que los varones. Si alguna vez se hiciera algún programa de atracción turística, pienso que debería considerar este aspecto.

La encuesta, como hemos dicho, se realiza dentro del límite de los cien kilómetros de La Adrada. Aunque no se si se trata o no de una osadía estadística, voy a intentar una extrapolación de los datos al territorio nacional, introduciendo la variante distancia, a la que aplicaré una razón inversa, cuanto más distancia menor conocimiento, y voy a suponer que, alrededor de La Adrada, en distancias equivalentes a los cien kilómetros, la población nacional está repartida proporcionalmente.

¿Podríamos imaginar qué porcentaje de conocimiento se tendría de La Adrada en España, si esos datos fueran ciertos?

Si estos datos fueran ciertos, podría estimarse un conocimiento del 18%, cosa que no parece probable, y, si la extrapolación, con esas mismas premisas, la extendieramos a los 40 millones de turistas que anualmente vienen a España, el porcentaje se vería reducido al 9.6%, tam-

bién, pienso yo, muy lejos de lo que puede ser la realidad.

¿Dónde quiero llegar con estos cálculos disparatados?

Quiero llegar a la conclusión de que, por mucho conocimiento que de La Adrada se tenga, todavía existe una población enorme sobre la que puede actuar una promoción bien orquestada, para que nuestro pueblo se beneficie de fenómeno tan importante como es el turismo: 9.6% de conocimiento y 90.4% de posibilidades

¿QUÉ PODEMOS HACER QUE NO HAYAMOS HECHO?

Debemos ser conscientes de que la publicidad es el medio más poderoso para el fomento del turismo.

La publicidad, ciertamente, cuesta dinero, y alguien puede preguntarme de dónde se saca. Cada uno tiene que luchar en esta vida con sus propios recursos.

La publicidad es cara o barata según se enfoque; partimos de la base de que podemos dar un paso adelante utilizando los medios de los que dispongamos, sabiendo que la publicidad se pone de manifiesto mediante folletos, carteles, conferencias, proyecciones, exposiciones o museos.

Apliquemos esos elementos a los conceptos de tradición, etnología, cocina y hospedaje, y veamos si, con nuestros medios, podríamos hacer algo de lo que no hayamos hecho.

Publicidad y tradición

¿Tánto cuesta un CARTEL, en las tres entradas al pueblo donde se diga, como en infinidad de pueblos del mundo, que La Adrada tiene: Castillo del s. XV, Iglesia

del s. XVI, Ermitas del s. XVII, Casas con escudos nobiliarios, ruinas de viejos molinos, puentes medievales, casco urbano y fuente del s. XIX?

¿No mandan las mujeres el día de Santa Agueda?

Pues ese día, para que no quedara la cosa en mera representación sin contenido real, sería un reto para las Amas de Casa, que mandarían a los hombres, por ejemplo, hacer una gran comida, en medio de la plaza o en la Cruz de Alicante, en la que previo pago de una módica cantidad y la obligación de mover una piedra de sitio, pudiera participar todo el pueblo y sus visitantes.

No creo que la santa se enfade si cambiamos su festividad a un sábado, el año que no coincida en él, y todos, hombres y mujeres, asistiéramos a la fiesta vestidos con los trajes típicos de La Adrada, si es que existen, como recuperación de una vieja costumbre, como se hace en montones de pueblos de España.

Si en esa fiesta, cada uno que se apunta a comer mueve la piedra que pueda, adecuadamente dirigida la operación, en una mañana tendríamos recuperados para el pueblo los cimientos de la Ermita de la Sangre; después, una verja a su alrededor, que nuestros herreros harían al mejor precio posible, dos bombillas del alumbrado público, a cargo del Ayuntamiento, un kilo de césped y nuestro pueblo volvería a tener parte de algo que nunca debió haber perdido. Aunque nos parezca mentira, esas son las piedras que el turista busca y agradece encontrar en los pueblos que visita, y también es por esas piedras por lo que respeta profundamente a las gentes de esos pueblos, porque detecta en ellos la sensibilidad de la que tan escaso anda el mundo de violencia que nos ha tocado estar viviendo.

A la Asociación de Amigos del Castillo, con toda la humildad que me caracteriza, que es ninguna, les pediría que

nos muevan a movernos, que nos motiven a manifestarnos, que nos acicaten para hacer algo por esas gloriosas ruinas.

Podría organizarse una matanza al aire libre, y el que quiera comer que quite abrojo.

El castillo es una reliquia, no un cargadero de animales o desaprensivos. Limpiemos, entre todos, al menos los matorrales que, año tras año, van minando sus cimientos, para que no termine de caerse lo que aún queda en pie.

Los chavales de una Escuela de Artes y Oficios, al tiempo que se formaban en ella, contribuyeron, de manera extraordinaria, a la salvación de algún castillo español. Se que no es mucho lo que podemos hacer por él sin ayuda de algunos organismos oficiales, y puede que otros castillos sean de más fácil recuperación y por lo tanto en ellos se centre el interés y el dinero; pero, si nosotros movemos pieza, a lo mejor estiman nuestro esfuerzo y nos echan una mano.

En un momento tan laico como el que estamos viviendo, sería osado pretender la recuperación de la Hermandad de la Sangre, con su *Jueves de la Cena* y su procesión de disciplinantes.

¿Por qué no se perdió la tradición de disciplinantes en otros pueblos de Castilla-León o la de *los Empalados* en un pueblo de La Vera, tan cercano a nosotros?

Otra costumbre, sin costo alguno, que podríamos revitalizar, al menos una vez al año, que resultaría agradable a propios y extraños, sería la de nuestra Ordenanza número XV: «Que bengan al repique de la campana... para saber qué los llaman, si es para concejo a estar en él...»

Un concejo de alcaldía al aire libre, donde se ocuparan las escalerillas de la plaza, que tantos hubieron de ver, en el que, aunque sean problemas de poca monta, todos pudiéramos observar cómo

se manejan aquellos que nos representan. No digamos nada, sobre la espectacularidad del hecho si, perdido el sentido del ridículo, fuéramos capaces de revivir viejas vestimentas para el acto.

Alguien puede pensar que es «mear fuera del tiesto» o que no piso suelo, pero a ese tal yo le recuerdo que existe el *Tribunal de las Aguas* en Valencia.

La Adrada, a mi juicio, tiene la obligación moral de mantener la hegemonía cultural del Valle. Ha perdido su hegemonía comercial (tiene el derecho histórico y otros, más listos sin duda, disfrutan el hecho); está bien, puesto que no tenemos o hemos perdido el sentido comercial, no perdamos la ocasión de mantener la hegemonía cultural, demostrando que seguimos siendo la Capital del Estado: Hagamos un folleto y demos conferencias, por ejemplo en las Casas Regionales existentes en Madrid, empezando por las de nuestras provincias circundantes.

Que extremeños y castellano-manchegos sepan que, muy cerca, tienen el mejor poema sinfónico que jamás la naturaleza materializó en un pueblo: La Adrada. ¡Eso tampoco cuesta demasiado!

Otra cosa que cuesta poco dinero, pero sí una gran dosis de buena voluntad, es la creación, en cualquier fin de semana, del *Día del Turista*.

Publicidad y etnografía.

Un poco más costaría la creación del MUSEO ETNOGRÁFICO DEL ALTO TIETAR, pero tampoco tanto que no valga la pena intentarlo.

Dadme un pajar y os daré un museo.

En el pueblo existen multitud de elementos, perdidos en terrazas, corrales y sótanos, que a nadie aprovechan, y que podrían ser la base de un buen museo. Son parte de la vida de nuestros mayores:

su forma de existir, sus luchas y alegrías materializadas en aperos de labranza y otros nobles oficios; clavos viejos que nos hablan de su forma de construir; taburetes, trébedes, tenazas, cuartillas, celamines, mesas y un sin fin más de objetos que constituirían el ajuar completo de una casa. Esos elementos tienen dueño, pero esa casa, que yo veo en mi imaginación, pertenece a nuestros hijos y nietos, por patrimonio histórico.

Si tenemos un Instituto donde se imparte cultura, eso es cultura. Que sean los niños del Alto Tietar los que digan a sus padres: «Si queréis saber cómo vivían nuestros abuelos, venid a La Adrada».

Se abriría un riguroso archivo para registrar cada donación o préstamo, estos últimos sin prescripción, de tal manera que, si un día, alguien, o descendiente suyo, desea recuperarlo, le pueda ser devuelto.

Estoy hablando de un museo serio, científico dentro de los medios con los que contemos, no en algo chabacano y descuidado. Aunque se empezara con un pajar, la transformación del mismo se debería llevar a cabo con todo el rigor del mundo, de tal manera que dignificara a nuestro pueblo y a quienes lo visitaran.

Esas personas mayores, que de cuando en cuando llenan nuestras piscinas, a mi juicio en una torpe o al menos pobre manipulación de su tiempo libre, tal vez, al acercarse a su infancia en la visita a nuestro museo, sentirían su espíritu mucho más repleto que bailando... «Dale a tu cuerpo alegría, Macarena».

Publicidad, hospedaje y cocina.

No es fácil distinguir los límites del turismo, como la necesidad de la que hablábamos al principio, de ese mundo de intereses creados a su alrededor, en medios

de transporte, compañías hoteleras, empresas turísticas, etc.

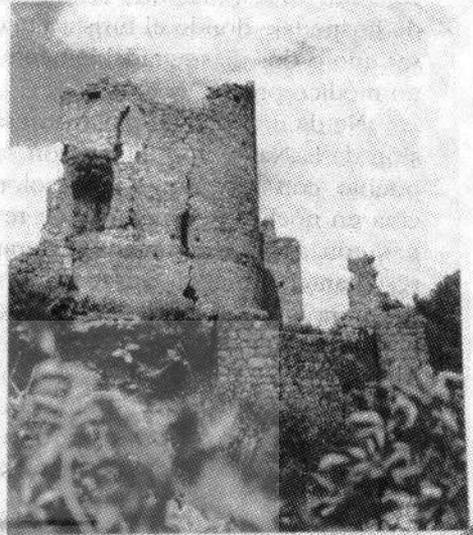
En un porcentaje muy alto, el desarrollo de la industria hotelera, en principio, depende de las posibilidades de la demanda turística; no obstante, una vez creada la necesidad, la simbiosis entre turismo y hostelería es tan grande que, si se desea desarrollar el turismo en un lugar determinado, que tenga condiciones para éllo, hay que desarrollar primero la infraestructura hostelera del mismo: Paradores, hoteles, posadas, pensiones, tabernas, bares, mesones, etc.

La hostelería, a mi juicio, es el más abandonado de todos los aspectos turístico de nuestro pueblo, y por lo tanto, en el que más puede avanzarse, si nos lo proponemos.

No me gusta dar coques contra el aguijón, pero da la impresión de ser un asunto que no interesa ni a iniciativa privada ni pública; de lo contrario, esto no sería el desastre que es. Los aldabonazos con éxito son los que se dan sobre las conciencias dormidas; cuando el aldabonazo se da sobre una conciencia despierta, lo más que se consigue es irritarla, y no es mi deseo molestar a nadie, pero llegados a este extremo, no me quedaría satisfecho si no digo la que pienso, sin olvidar que puedo estar equivocado.

Mi hija se casó hace unos meses, vinieron familiares y amigos de otros lugares y tuvieron que irse a dormir a pueblos cercanos; se fueron sin conocer ni gastar en La Adrada, pero no hay más cera que la que arde.

Llevo catorce años en este pueblo y he visto desaparecer edificios en los que se podrían haber establecido magníficas casas de hospedaje rural, tan en boga hoy, incluso muy cerca de nosotros. Todavía, me consta, podrían emplearse estos recursos, si la piqueta, so pretexto de evolución o mejora, so pretexto de legítimos derechos, no acaba con ellos en un



Castiello de La Adrada y azulejos mudéjares procedentes del mismo. (Fotomontaje J. Martínez)

abrir y cerrar de ojos.

Generalmente, cuando los medios no son grandes, se crea una especie de círculo vicioso entre las iniciativas públicas y privadas: la iniciativa privada no se siente estimulada y no se mueva; como la iniciativa privada no se mueve, la pública no estimula, y así sucesivamente.

En estos casos, creemos, la administración municipal debería romper ese círculo facilitando a la iniciativa privada, aunque sea renunciando en principio a los legítimos impuestos, al menos, durante los inicios de la empresa; de esta manera, si bién es difícil embarcarse en la edificación de un hotel, no lo es tanto

convertir viejos caserones en dignas casas de hospedaje donde el turista pueda pasar uno o dos días agradablemente y por un módico precio.

¿No da un poco de pena ver esa pensión de la Nava, un edificio con sabor a pueblo, con rememoranzas de olor a cocina en noches de invierno, de revolconas con agridulce pimentón verato, de restallantes morcillas adradenses, queso de cabra y duro vino de la tierra, que se hunde en el abandono del tiempo muerto que por ella pasa?

Aunque parezca mentira, la cocina es otro de los aspectos en los que La Adrada ha dado pasos atrás. Tenemos montones de bares y restaurantes pero pocas tabernas, mesones o casas de comidas. Tal vez sea éste, el aspecto en el que más nos hemos aculturizado; sólo hace falta visualizar la carta de los lugares donde se sirven comidas para percatarnos de que nuestras costumbres desaparecieron.

La cocina, aunque en buena hora se haya sofisticado, convirtiéndose además en un arte, por responder a la satisfacción de una necesidad primaria, forma parte esencial de la cultura de todos los pueblos.

En la mesa, la cuchara y el cuchillo constituyen sus elementos más primitivos; el tenedor es un objeto mucho más moderno. Pues bien, si observamos, veremos como en muchos de nuestros restaurantes la cuchara ni siquiera se pone como servicio inicial para los primeros platos; te la colocan si eres osado de solicitar alguna sopa o, en el caso, raro, de que haya alguna legumbre como plato del día; los platos que aparecen en las cartas no se diferencia en nada de las cartas de montones de restaurantes existentes en Madrid para satisfacer la perentoria necesidad del comer diario, de trabajadores de toda índole, muchos de ellos con sus correspondientes vales de empresa.

Pero habíamos quedado al principio de esta charla que es de esto de lo que huye el turista, porque forma parte de lo cotidiano. ¡La gente llena los restaurantes los fines de semana! Por supuesto, porque se desea descansar, pero ese quehacer no favorece el proceso de inculturación del turista.

La cocina, como parte esencial de la cultura de un pueblo, es mucho más que la cobertura de una necesidad primaria: la cocina es, además de ese arte del que muchos hablan, es mimo, es cariño; en ella, por más simpáticos que sean los anuncios que nos venden las judías enlatadas, si no hay artesanía no hay cocina.

Recordemos que el turista busca tradición, y que le den morcillas al colesterol un día a la semana. Puedo estar equivocado, pero al leer las cartas de nuestros restaurantes pienso que nuestros restauradores! perdieron sensibilidad, o lo que es peor, se inculturizaron de lo ajeno o se dejaron llevar, con un sentido poco útil, de lo fácil. Por eso predomina el tenedor, porque con él se puede consumir lo enlatado, lo precocinado o lo sometido a frigorífico. La comodidad ha dado al traste con el mimo, con el cariño que ha de ponerse en una comida.

Cualquier manual de cocina nos muestra mil formas de guisar las patatas, la carne o las legumbres. Nosotros tenemos, en su tiempo, niscalos; difícilmente los encuentras en uno de nuestros restaurantes, porque exigen imaginación y trabajo; tenemos las morcillas más finas de España, pero nunca aparecen en sus cartas; el vino viene etiquetado, de la Mancha o de Rioja, como «especialmente embotellado para esta casa», pero rara vez te ofrecen un vino de la zona o te sugieren como postre un queso de cabra, aunque alguno de ellos haya extendido su calidad más allá de las fronteras regionales y provinciales.

¿Costaría tanto trabajo mostrar al turista una imagen distinta, más ancestral y genuina de nuestra cocina?

En España se hicieron famosos algunos mesoneros, con un mandil de cuero, unos servicios *ad hoc* y presentando cocina lugareña que es lo que el turista ha buscado, busca y seguirá buscando siempre.

Para terminar, deseo insistir en que La Adrada, como capital del Estado que fue, tiene la obligación moral, al menos así yo lo entiendo, de mantener la hege-

monía cultural del tramo alto del Valle, pero, si no nos damos prisa en poner manos a la obra, algún otro pueblo nos cogerá la delantera.

Si esto sucede ¡Dios no lo quiera! entonces sí que sólo podremos vivir, como lo que está a punto de morir, de la añoranza del pasado.

Estoy totalmente convencido que si ponemos en práctica algunas ideas de las expuestas, conseguiremos que el futuro cultural de La Adrada, se corresponderá con su floreciente e histórico pasado.



Conferencia celebrada el 21 de noviembre de 1998 en el Salón de Plenos del Ayuntamiento de La Adrada