

Con la degustación “Calatrava Sabor” de anoche, comienzan las acciones conjuntas entre la Fundación Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro y la AD del Campo de Calatrava

David Triguero: “Un año más volvemos a ser cómplices con el Festival para la promoción de los recursos de calidad de la comarca entre los miles de asistentes a este importante evento cultural”

Campo de Calatrava, 4-7-2025. Con el inicio anoche de la 48 edición del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, comenzaron también las acciones de promoción territorial entre la Fundación del Festival y la Asociación para el Desarrollo del Campo de Calatrava, que se volverán a desarrollar una edición más, ésta con varias novedades. Acciones con las que se quiere aprovechar los impactos positivos para la comarca de un Festival que la edición anterior atrajo a más de 65.000 asistentes.

David Triguero, presidente de la AD del Campo de Calatrava, afirmaba que “con estas acciones queremos seguir siendo cómplices con el Festival para la promoción de la comarca entre el público asistente a este importante evento cultural, haciendo hincapié en tres elementos clave en la estrategia de desarrollo del grupo”.

“Por una parte”, añadía, “en el marco del proyecto Calatrava Sabor, en los recursos agroalimentarios vinculados a las DOP e IGP Campo de Calatrava (aceite y vino y berenjena de Almagro respectivamente) y otras que, sin ser específicas de la comarca, tienen presencia en la misma. Por otra, en el marco de los proyectos Calatrava Escena y Calatrava Destino, hacer hincapié en el turismo (vinculado a la riqueza patrimonial y natural de la comarca), que supone uno de los más importantes motores económicos y generadores de riqueza y desarrollo del territorio. El proyecto pretende aprovechar la sinergia existente entre ambos recursos, potenciándola y fomentándola en busca de un ‘efecto multiplicador’ que permita consolidar a la comarca como uno de los principales destinos de turismo a nivel regional y avanzar puestos en la escala nacional. Finalmente, en el marco de los mismos proyectos Calatrava Escena y Calatrava Destino, la promoción del ocio responsable y la búsqueda de sinergias rural – urbano”.

Acciones de promoción

Para conseguir estos objetivos, las acciones de promoción territorial entre el Festival y el GDR Campo de Calatrava, que gestiona fondos LEADER, serán la organización de **7 visitas a establecimientos agroalimentarios de la comarca**, pensadas para un máximo de 25 personas cada una. Estos establecimientos serían Finca Los Palacios, Bodegas Encomienda de Cervera, Aceites Olivar del Valle, Bodegas Naranja —visita que realizó el pasado lunes la CNTC—, Bodegas Quinta de Aves, Finca Pasamontes y Bodegas Reconquista; para las que es necesario inscribirse previamente en la web de la asociación www.campodecalatrava.com.

Otra acción, que tuvo lugar anoche 3 de julio, fue la **degustación de productos agroalimentarios calatravos de calidad, con denominación de origen** y/o IGP Campo de Calatrava y otras de ámbito territorial superior que afecten al territorio comarcal, como colofón a la inauguración del Festival Internacional; degustación que tuvo lugar —tras el acto institucional en el que se entregó el premio “Corral de Comedias” a la bailaora y actriz Cristina Hoyos— en el Museo Nacional de las Artes Escénicas de Almagro, y en la que se pudieron catar productos de la DOP Vino del Campo de Calatrava, Aceite DOP Campo de Calatrava, DOP Queso Manchego, DOP Azafrán de la Mancha, IGP Pan de Cruz de Ciudad Real, IGP Berenjena de Almagro e IGP Cordero Manchego.

Más de 150 personas conocieron de primera mano estos productos de calidad certificada, entre ellas el ministro de Cultura Ernest Urtasun; el vicepresidente de la Junta de Comunidades, José Manuel Caballero; el consejero del consejero de Educación, Cultura y Deportes, Amador Pastor, y viceconsejera Carmen Teresa Olmedo; el presidente de la Diputación y alcalde de Bolaños Miguel Angel Valverde; la directora del Festival Internacional, Irene Pardo; la premiada Cristina Hoyos, el director José Carlos Plaza, y otros actores y actrices de algunas de las 48 compañías que participan en el Festival, así como alcaldes y representantes de la comarca del Campo de Calatrava, al frente de los cuales estaba David Triguero,

alcalde de Pozuelo de Calatrava y presidente de la AD Campo de Calatrava, que con su presencia vinieron a reforzar la imagen de la riqueza agroalimentaria de la comarca.

A lo largo de los días que ahora comienzan habrá, además, otros cuatro maridajes y catas de al menos 4 vinos de la DOP Campo de Calatrava con 7 elaboraciones originales con los productos protegidos por las figuras de calidad en cada uno de ellos, en otros tantos actos informativos del Festival Internacional, que se realizarán en el Parador de Turismo de Almagro. Y otro maridaje con cata más en el homenaje de la 48ª edición del Festival a Morboria teatro el 17 de julio.

Otra acción de difusión de la marca Calatrava Sabor ha sido la impresión de **2.000 pasaportes para la actividad “Sal de Ronda”** del Festival de Almagro, en la que participan bares y establecimientos similares de Almagro.

Como **novedad** este año figura también la puesta en funcionamiento de un **servicio de transporte para 55 personas entre Ciudad Real y Almagro** al objeto de facilitar la asistencia del público y promocionar la comarca, hasta un total de 12 viajes de ida y vuelta es otra de las acciones. Los días que se pondrá son 3, 4, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 17, 18,19,20, 24,25,26 y 27 de julio. La salida será a las 19.30 horas, y el regreso a las 01.00-01.30 horas. El servicio está dirigido al público del Festival y se controlará mediante el número de localizador de las entradas, y podrá ser utilizado por orden de llegada hasta completar las plazas disponibles. Las paradas de inicio y destino son: Plaza de San Francisco en Ciudad Real y Estación de autobuses en Almagro (con vuelta). Inscripciones en <https://campodecalatrava.com/all-events/>

Además el GDR Campo de Calatrava **patrocinará el espectáculo Don Juan**, basado en El Burlador de Sevilla de Tirso de Molina y la ópera Don Giovanni de Mozart, bajo la dirección y versión de Zhou Zhengzhong, interpretado por la compañía china Shanghai Yikou Culture. La importancia de esta actividad y su relación con el desarrollo rural está acreditada en el ámbito de la sostenibilidad, uno de sus principios fundamentales. Y esto porque el mencionado espectáculo se enmarca en el proyecto más amplio Ecópera.

Ecópera es un experimento iniciado por el profesor Zhou Zhengzhong en 2020 con el objetivo de producir óperas de manera ecológica y sostenible. Zhou considera que los lujosos escenarios y utilería desechable comúnmente utilizados en los teatros de ópera alrededor del mundo representan un gran desperdicio y un daño al medio ambiente, lo cual va en contra del propósito original de la creación artística. En sus producciones de ecópera, prescindiendo de todo ello, Zhou busca centrar la atención del público en la interpretación, el movimiento y el canto de los artistas, utilizando objetos cotidianos como parte de la escenografía. De esta manera, hace un llamado artístico a favor del desarrollo sostenible del planeta, por lo cual, el patrocinio de este espectáculo encaja perfectamente con la filosofía del desarrollo rural y los objetivos de la estrategia del GDR.

Y junto a este, habrá otro patrocinio un **Showcooking a cargo de la influencer Jiaping Ma (@jiapingspain)**. En estrecha relación con la presencia de la compañía Shanghai Yikou Culture y de su ecópera Don Juan, se pretende —aprovechando la sinergia generada— articular un fin de semana entero de interacción entre oriente y occidente, para lo que se plantea la realización de este showcooking en el cual la influencer-chef mencionada realizará una interpretación de la gastronomía manchega desde el punto de vista de oriente.

Además de esto, Jiaping realizará promoción desde sus redes sociales tanto del showcooking como del espectáculo patrocinado y de otras actividades del festival, generando una sinergia que multiplicará exponencialmente su repercusión. Y destacar que estos dos patrocinios darán pie a la celebración de un **encuentro institucional entre una delegación diplomática china y los actores económico sociales e institucionales del territorio y de la región**, auspiciada por la AD del Campo de Calatrava.

(se envían fotos)