



► DIPUTACIÓN

La Diputación promociona los belenes vivientes como «expresión cultural»

La institución también colocará una valla publicitaria y realizará una campaña turística de promoción en 65 cines de Madrid para captar viajeros, que se podrá ver hasta el 4 de febrero

• La Diputación presenta el 'Proyecto Gastronomía 2010', una iniciativa a través de la cual trata de promocionar los recursos turísticos de la provincia mediante su gastronomía.

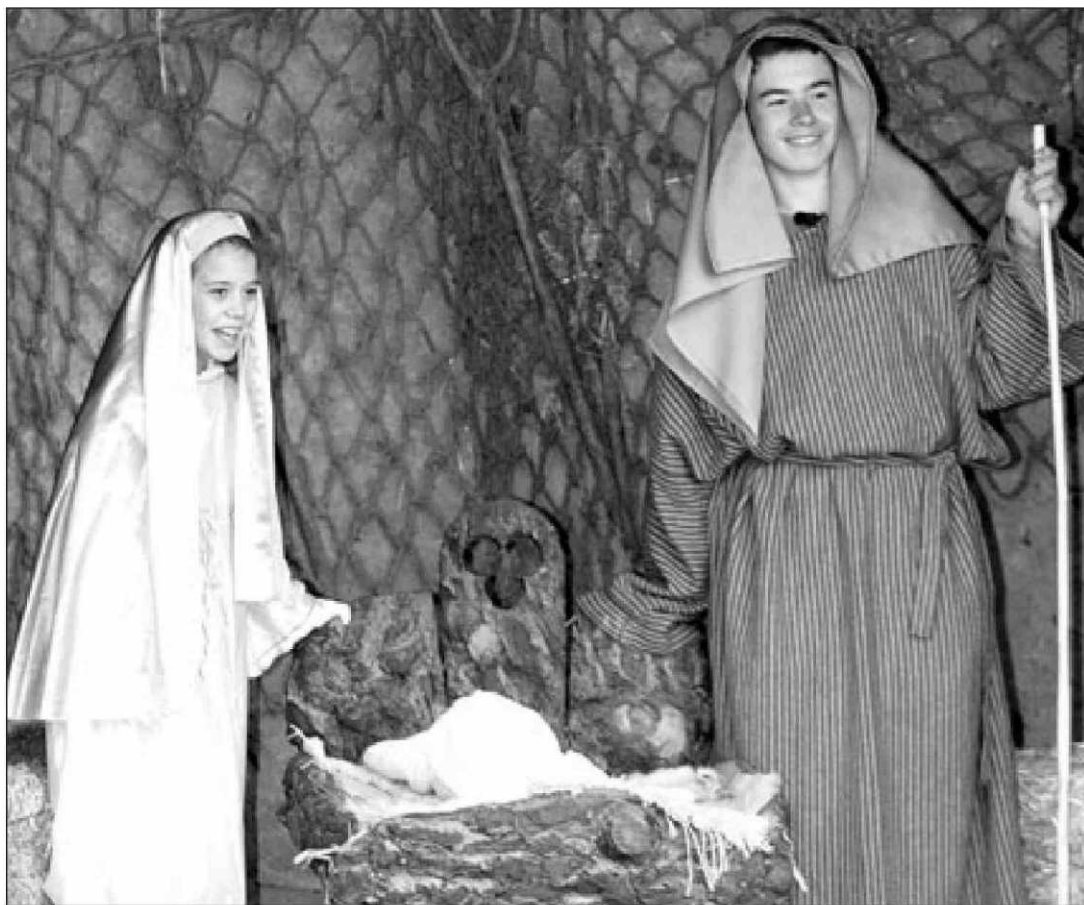
REDACCIÓN / VALLADOLID

La Diputación de Valladolid presentó ayer una Guía de los Belenes Vivientes de la Provincia con el fin de promocionar durante la campaña navideña los nacimientos de Cabezón de Pisuerga, Laguna de Duero, Nava del Rey, Fuensaldaña, Tordehumos y Fresno el Viejo, además de otros once de la capital, todos ellos considerados una «expresión cultural» de la provincia, tal y como indicó el vicepresidente segundo de la institución y diputado de Cultura y Turismo, Alejandro García Sanz.

Según declaraciones de García Sanz recogidas por Europa Press, los belenes son una expresión «tradicional y sobre todo religiosa» en la provincia de Valladolid, por lo que se presenta esta guía que explica el porqué de estas representaciones, bienes teatrales o estéticas que escenifican los pasajes bíblicos y los antiguos oficios tradicionales castellanos.

Un total de 8.000 ejemplares de esta guía se distribuirá en las oficinas de turismo, centros turísticos provinciales y establecimientos que lo soliciten como alojamientos de turismo rural, posadas y hoteles, si bien en la misma se pueden encontrar, entre otros, el belén instalado en el Palacio de Pimentel, sede de la Diputación de Valladolid, que se presentará en unos días, según señaló García Sanz.

La Diputación también presentó 'Proyecto Gastronomía 2010', una iniciativa a través de la cual se trata de promocionar los recursos turísticos de la provincia a través



Dos menores participantes en el Belén Viviente de la localidad de Cabezón de Pisuerga. / ICAL

de su gastronomía y a la que se han sumado más de 100 restaurantes, los cuales elaborarán, a partir de productos agroalimentarios de cada una de las zonas vallisoletanas, una serie de menús de cada una de las estaciones del año.

A esta actividad, que será presentada en Fitur 2010, pueden sumarse todos aquellos restaurantes de la provincia que todavía no conocen esta iniciativa, quienes ofrecerán esos menús en el mes de marzo.

García Sanz explicó además que por segunda vez la Diputación de Valladolid llevará a cabo una campaña de promoción en 65 sa-

las de cine de la Comunidad de Madrid, en las que se emitirá un anuncio promocional de la provincia que se podrá visionar hasta el día 4 de febrero.

Asimismo, indicó que el motivo por el cual se eligió la capital de España para realizar esta iniciativa es que se trata de «la más cercana», además de ser el lugar donde se concentran el mayor número de personas que vienen hasta Valladolid.

Para la Diputación Provincial la Comunidad de Madrid sigue siendo uno de los objetivos de la provincia, por lo que entre las acciones que lleva a cabo para promo-

cionar la misma se encuentra la colocación de una valla publicitaria iluminada en la carretera de La Coruña a la altura de Torrelodones hasta noviembre de 2010 con la imagen de Valladolid como provincia «única» y «mágica», tal y como afirmó García Sanz.

Esta valla, que ya se presentó en la Feria Internacional de Turismo de Interior (Intur) 2009 de Valladolid, tiene 20 metros de altura y 12 metros de ancho por cinco de alto, y con la que se pretende «llamar la atención» de los viajeros, según apuntó el diputado de cultura y turismo de la Institución provincial.