

inciden en la planificación de un viaje (entorno público inaccesible, transporte no adaptado, alojamientos sin facilidades para personas con movilidad reducida, etc.), también son múltiples las soluciones aplicables que posibilitarían a este grupo de población su integración en la oferta turística.

Existen cuatro tipos principales de discapacidad:

- (a) *intelectual*, caracterizada por un funcionamiento significativamente inferior a la media;
- (b) *física o motora*, que hace referencia a la dificultad para realizar actividades motoras convencionales;
- (c) *auditiva*, discapacidad que abarca al oído pero también a las estructuras y funciones asociadas a él; y
- (d) *visual*, que recoge las deficiencias en el órgano de la visión y las estructuras y funciones asociadas con él.

En España, la transferencia de competencias en materia de accesibilidad y turismo a las comunidades autónomas ha supuesto una evidente dispersión de normas, lo que ha supuesto una clara falta de homologación. El objetivo de la supresión de barreras arquitectónicas es comprobable en casi todas las regiones. En cambio, en materia de turismo accesible, son pocas las comunidades autónomas que regulan esta materia específicamente, realizando alguna referencia sobre la misma en el marco de la ley de supresión de barreras arquitectónicas. En definitiva, la homologación de criterios de accesibilidad es absolutamente necesaria como referencia indispensable para todos los agentes implicados en la accesibilidad de las infraestructuras y servicios a las personas con discapacidad y movilidad reducida.

Para poder hablar de turismo accesible debemos empezar por tratar la *accesibilidad al recurso turístico*. Es en este contexto en el que las instituciones responsables deben velar por garantizar su accesibilidad a todas las personas con discapacidad y movilidad reducida, pero la realidad dista mucho de satisfacer esta necesidad y son numerosos los recursos turísticos que no pueden ser disfrutados por este sector de población.

El *alojamiento* y sus condiciones de accesibilidad también constituyen un elemento fundamental en la concepción del turismo accesible. Si tomamos como referencia los datos cuantitativos de turistas potenciales con discapacidad y movilidad reducida, podemos afirmar que la necesidad de la accesibilidad a los alojamientos turísticos, no sólo se traduce en la consecución de un derecho fundamental, sino que se plantea como un factor esencial para la

plena integración de un nuevo segmento de mercado en la industria turística. La valoración de la accesibilidad a los alojamientos turísticos por los discapacitados y personas con movilidad reducida está lejos de ser considerada óptima, como se refleja en numerosos informes y encuestas.

Según datos del EUROSTAT en 2006 había en Europa alrededor de 52 millones de personas con edades comprendidas entre los 6 y los 64 años que presentaban alguna discapacidad. Alemania, Reino Unido y Francia son los países con un mayor número de personas con discapacidades sobre la población discapacitada total, representando un 26,7%, 21% y 16,8%, respectivamente. Estas cifras permiten vislumbrar la existencia de un amplio segmento de mercado con necesidades específicas de viajar, pero con limitaciones estructurales o coyunturales inducidas por una realidad que les impide practicar actividades turísticas. Los principales fundamentos que justifican el atractivo de este nuevo mercado vienen sustentados por las siguientes razones:

1. *En España se contabilizan aproximadamente 3,5 millones de personas con discapacidad, en Europa más de 50 millones y en el mundo alrededor de 500 millones.* De los 50 millones de personas con discapacidad en Europa, 36 millones constituían aproximadamente el mercado potencial europeo (cifra resultante tras eliminar aquellos que por motivos económicos o por presentar minusvalías muy altas no podrían viajar). Es decir, 1 de cada 10 personas europeas podría considerarse como potencial turista discapacitado. Si a estas cifras sumamos aquellas personas con movilidad restringida temporal, se obtendría un incremento superior a los 50 millones calculados. Tomando de nuevo a España como ejemplo, esta primera razón vendría dotada de una mayor relevancia si se tiene en cuenta que los principales países emisores de España (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, etc.) coinciden curiosamente con los países que más personas con discapacidad y movilidad reducida tienen.

2. *Es un segmento de mercado que crece anualmente por cambios sociodemográficos y cambios en los hábitos de vida.* Las estimaciones de la ONU parecen indicar que el fenómeno del envejecimiento está aumentando progresivamente y, junto a éste, la discapacidad por dos razones: (1) la mayor movilidad de la población está incrementando los riesgos de accidentes de tráfico y (2) los accidentes laborales, donde España ocupa el cuarto lugar en índice de siniestralidad europeo.

3. *El fomento del empleo y mejoras en la calidad de vida de este segmento de mercado hacen que el turismo se convierta en una actividad fundamental en su vida.* Las diferentes iniciativas puestas en marcha por diferentes administraciones, entidades, organizaciones no gubernamentales

(ONGs), etc. han propiciado el fomento de una mejora sustancial en la calidad de vida y empleo de las personas con discapacidad y movilidad reducida, lo que impulsa a estas personas a practicar turismo.

4. *La accesibilidad turística en el norte de Europa.* Los países del norte de Europa (Escandinavia, Dinamarca, etc.), se encuentran en un nivel muy superior al español. Esta mayor integración a todos los niveles, no sólo en el marco del turismo, ha propiciado que ciertos grupos de discapacitados del norte de Europa se planteen la necesidad de viajar como cualquier otro ciudadano inclinando sus preferencias hacia zonas de sol y playa. Por este motivo, España es un destino receptivo potencial para todas aquellas personas con discapacidad procedentes de esta región de Europa (destacan los mercados sueco, danés y alemán).

Los beneficios del turismo accesible se concretan en: *aumento de la cuota de mercado*, pues la captación de este segmento permite aumentar la cuota de mercado actual contribuyendo a aumentar los niveles de rentabilidad empresarial; *mejora de la imagen*, pues el ofrecer una imagen dirigida a cualquier persona sin ningún tipo de distinción y/o exclusión contribuye al desarrollo turístico del destino a la vez que posibilita la consecución de un verdadero turismo para todos; *efecto multiciente*, pues las cifras sobre potencial turístico de ciudadanos con discapacidades se ve incrementado pues se calcula que cada viaje realizado por una persona discapacitada atrae a 0,5 acompañantes; *desestacionalidad*, pues la captación de este segmento posibilita la reducción de la acusada estacionalidad que caracteriza al sector turístico. Esta realidad viene fundamentada por el elevado número de personas con discapacidad que no tiene responsabilidades laborales. Según EUROSTAT, el 51% de este segmento es laboralmente inactivo, viviendo de pensiones de invalidez, jubilación, etc.

#### **PROPUESTAS DE ACCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO RURAL EN SUS PRINCIPALES SEGMENTOS DE MERCADO**

Una vez presentada la situación actual en cuanto a los principales mercados, en este apartado realizaremos una valoración global con el propósito de identificar segmentos prioritarios junto con propuestas viables de comercialización. Identificamos seis segmentos prioritarios por su atractivo actual y futuro, sobre los cuáles aportamos a continuación algunas propuestas para su captación y fidelización.

### **Turismo de naturaleza.**

Se trata de un segmento de población joven que busca en sus viajes, sobre todo, aventura y experiencias nuevas en contacto con la naturaleza. Suelen realizar actividades para disfrutar del medioambiente, por ello, sería interesante elaborar paquetes que incluyeran estas actividades (senderismo, rutas en bicicleta, a caballo, etc.). Además, dado el pequeño tamaño de estos establecimientos y que la contratación de guías especializados puede resultar costoso, sería favorable que varios alojamientos rurales en una misma zona se asociaran para ofrecer estos productos. También se podría capacitar al personal del establecimiento para informar sobre las posibilidades de la zona. La edición de folletos, mapas, etc., para entregar a los clientes; con rutas enfocadas a este segmento siempre es un recurso muy útil para dar un servicio totalmente especializado. La decoración del establecimiento podría estar basada en motivos naturales. Estos turistas manifiestan un gran respeto por la naturaleza, por ello, una nota estratégica tanto por calidad como por imagen podría ser la implantación de un sistema de gestión medioambiental, o simplemente realizar pequeñas acciones de gestión de los residuos, reciclaje, etc. y manifestar a los clientes que se colabora con la conservación del medioambiente. Para los grupos más jóvenes, se podría optar por la adaptación de casas rurales completas o apartamentos rurales que les permita más libertad, dado que buscan principalmente diversión y aventura, mientras que los grupos más avanzados de edad buscan más relax y descanso.

### **Turismo cinegético.**

Se trata de un turista muy especializado (conoce y practica la caza), de un nivel adquisitivo medio-alto, respetuoso con el medio, y que se desplaza principalmente para practicar esta actividad. Se podrían convertir los establecimientos en «centros de información» sobre la caza. Dado que la motivación central de este segmento es la práctica de esta actividad, los establecimientos rurales más apropiados para su adaptación serían los hoteles rurales situados en zonas estratégicas de caza, establecimientos que permiten una gran autonomía al cliente por los servicios que ofrece a diferencia de las casas y apartamentos rurales. Además, su poder adquisitivo mayor les permite una menor sensibilidad al precio, dado que éstos suelen ser más altos. Sus servicios podrían acompañarse por jornadas gastronómicas de caza. También, estos establecimientos podrían optar por la acogida de reuniones de asociaciones de cazadores, etc.

### **Turismo ornitológico.**

Se podrían hacer las mismas consideraciones que en el segmento anterior en cuanto a convertir los establecimientos en «centros de información», en este caso, sobre ornitología. El perfil de estos turistas es el de personas maduras, de nivel adquisitivo medio, respetuoso con el medio ambiente y en un gran número de ocasiones de nacionalidad extranjera, dado que este segmento está más desarrollado en otros países como Inglaterra. Se trata de un turista muy especializado que busca además de descanso, el conocimiento de esta fauna tan característica.

### **Turismo cultural.**

El perfil del turista cultural abarca casi cualquier edad. También se trata de un turista especializado, como en los casos anteriores, interesado por el pasado histórico, monumental, artístico y antropológico. Para los establecimientos situados en zonas estratégicas (zonas más proclives al turismo cultural) podemos hacer recomendaciones similares a las anteriores. Podemos dotar a nuestro establecimiento de información cultural (histórica, monumental, artística, artesanía, gastronomía, eventos culturales...); formar al personal para que informen a los clientes sobre las posibilidades de la zona; utilizar una decoración relacionada con personajes, hechos o monumentos históricos; realizar jornadas gastronómicas en colaboración con otros establecimientos; organizar demostraciones de artesanía tradicional; realizar ofertas especiales aprovechando la realización de determinados eventos culturales de la zona, etc.

### **Turismo single, familiar y senior.**

Como habíamos señalado, estos segmentos vienen condicionados principalmente por la situación familiar. En cuanto al turismo single, lo que se organizan son principalmente paquetes para grupos, por lo que sería interesante ofrecer hoteles rurales a este segmento pues ofrecen más plazas y son menos sensibles al precio, con actividades especializadas (dado que son muy receptivos a nuevas propuestas de ocio) en función de sus edades y si son solteros con o sin hijos. Los apartamentos rurales podrían especializarse en turismo familiar, pues viajar con niños necesita una serie de particularidades como son la cocina (se huye de la rigidez de los horarios en los restaurantes de los hoteles) o el tener integradas en el mismo espacio las habitaciones de padres e hijos (buscando también menor precio y comodidad). Para este colectivo es interesante

ofertar actividades de baja intensidad como pueden ser rutas de senderismo de baja o media dificultad, o también en bicicleta o en burro, por ejemplo; buscando hacer del espacio rural una especie de parque de atracciones donde padres e hijos disfruten juntos. Este colectivo es mucho más sensible al precio que otros anteriores, al tener de abonar una misma unidad familiar el precio de los servicios para toda la familia, por ello, además de buscar instalaciones adecuadas, se buscan precios asequibles, en muchos casos con reducciones por cada hijo según edades o posición entre hermanos.

El previsible gran auge que tendrá el turismo senior hace plantearse la posibilidad de realizar acciones desde nuestro establecimiento a la captación de este segmento, sobre todo en el caso de los hoteles rurales, dado que el hotel es el principal medio de alojamiento que utilizan en sus viajes, pues buscan descanso y confort. Este segmento se interesa por la naturaleza, visitar pueblos y mercados típicos, etc., por lo que es un segmento apetecible para el turismo rural. Además es un grupo caracterizado por altas estancias medias, por lo que la creación de paquetes especializados en esta población es muy recomendable. Estos paquetes en nuestra zona de estudio podrían estar basados en alojamiento, restauración basada en productos regionales, actividades físicas de baja intensidad, rutas culturales para conocer los pueblos, participación en talleres artesanales, e incluso ofertar tratamientos termales en los balnearios cercanos.

### **Turismo accesible.**

Aunque pueda parecer que este segmento puede atenderse fácilmente con adaptar las instalaciones a discapacitados y personas con movilidad reducida no es suficiente si queremos realmente especializarnos en este segmento, aunque en muchos casos ya es un gran paso. Existen otros tipos de discapacidad que requieren de otros servicios, como pueden ser cartas o folletos informativos en braille, lo cual requeriría de un esfuerzo económico mayor que debería venir de manos de las instituciones públicas. Como estamos hablando de esfuerzos mayores, se podría diseñar una oferta de actividades a nivel asociativo, coordinadas por guías especializados y dinamizadores socioculturales expertos en esta población, como rutas por senderos habilitados para sillas de ruedas o para los ciegos rutas para conocer el sonido de los pájaros o visitas en las que puedan tocar para conocer el patrimonio histórico-artístico, etc. Ciertamente el potencial de este colectivo en los mercados internacionales es importante, por lo que estas recomendaciones no deberían ser nada desdeñables.

## CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

Si bien las propuestas formuladas anteriormente se han centrado en el sector privado, no se debe pasar por alto el papel de las administraciones públicas que abordan temas de comercialización, y que poco a poco se van adentrando en otros temas necesarios como la gestión de la calidad y medioambiental, la formación, etc. habida conciencia de que la única forma de competir entre destinos y asegurar su continuidad en el tiempo es creando un producto «de calidad» y desarrollando una oferta en base a criterios de sostenibilidad.

Y es que las razones que han animado a realizar este trabajo no son triviales, pues el turismo rural se configura como un motor de desarrollo para estos territorios, sobre todo en un momento como el actual. Pero no sólo el desarrollo del turismo rural tiene un incentivo económico, sino que aporta otros beneficios como la conservación del patrimonio natural y cultural, la creación de puestos de trabajo en las áreas rurales que son tendentes a la emigración, con un efecto inducido en otros sectores, etc. El turismo rural no es una moda pasajera, es una apuesta de futuro, que exige una planificación y desarrollo de productos competitivos a la altura de las regiones más avanzadas en este terreno y que incidan en una mayor elevación de las pernoctaciones y del gasto turístico.

La literatura surgida hasta el momento y las investigaciones a nivel nacional que se realizan sobre esta tipología turística no son demasiado extensas todavía, debido fundamentalmente a que es una modalidad bastante reciente y que en nuestros días experimenta un fuerte desarrollo. Por este motivo, desde este estudio se aboga por la realización de nuevas investigaciones que incidan en este sector en Extremadura, dado el escaso desarrollo de la investigación científica y aplicada en este ámbito en la región y que, como se ha señalado, sería de vital importancia si se quiere consolidar un destino competitivo a nivel nacional e internacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alén, M.E.; Rodríguez, L. (2004). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*. Revista Galega de Economía, vol. 13, núm. 1-2 (2004), pp. 1-18.

Alvarado, E. (1995). *El turismo en Cáceres*. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres.

Álvarez, P. (2005). *El turismo cinegético como recurso económico en la provincia de Cáceres: un análisis de su potencial en el mercado turístico internacional*. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres.

Bardón, E. (1990). *Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo*. Estudios turísticos, nº 108.

Campón (2006). *Cáceres como destino de Turismo Rural en mercados internacionales*. Trabajo de investigación financiado por el Plan Cameral de Exportaciones de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres.

Coca, J.L.; Álvarez, P.; Hernández, J.M. (2005). *Turismo Cinegético: un recurso económico de primer orden para el desarrollo turístico sostenible de muchos territorios*. Actas del VII Encontro Hispano-Luso de Economía Empresarial. Pp. 182-187. Universidade do Algarve. Faro.

Comité Económico y Social Europeo. Dictamen sobre «*La contribución del turismo a la recuperación socioeconómica de las zonas en declive*». (2006/C 24/01). Diario Oficial de la Unión Europea de 31-1-2006.

Galiano, E. (1991). *El turismo rural en España*. Estudios Turísticos, nº 110.

García García, Y. (2003). *Segmentación del mercado turístico en Extremadura*. Proyecto Turismo y Desarrollo Sostenible en Extremadura. Universidad de Extremadura.

García Henche, B.(2003). *Marketing de turismo rural*. Pirámide. Esic. Madrid.

García, T.; Grande, I. (2005). *El diseño de la oferta de turismo rural. Una aplicación a la Comunidad Foral de Navarra*. Revista Internacional de Economía y Empresa, 3<sup>er</sup> cuatrimestre, septiembre-diciembre. Madrid.

Hernández, J.M.; Campón, A.M. (2005). *Nuevos mercados turísticos en la UE de los 25: evaluación de oportunidades de mercado para el sector turístico español*. Actas del VII Encontro Hispano-Luso de Economía Empresarial. Pp. 149-157. Universidade do Algarve. Faro.

Hernández, J.M. (coord.) (2005). *Proyecto «Herramienta para Procesos de Optimización de la Gestión Hostelera»*.

ICOMOS (1976). *Carta de Turismo Cultural*.

Junta de Extremadura. Consejería de Economía y Trabajo (2006). *Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza en Extremadura*.

- La Caixa (2006). *Informe Mensual, junio 2006*. Servicio de Estudios.
- Lanquar, R. (2001). *Marketing turístico*. Ariel. Barcelona.
- Marcos, D.; González, D.J. (2003). *Turismo Accesible. Hacia un turismo para todos*. Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).
- Mediano, L. (2004). *La gestión de marketing en el turismo rural*. Pearson. Prentice Hall. Madrid.
- Mediano, L.; Vicente, A. (2002). *Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing*. Boletín Económico de ICE nº 2741 del 30 de septiembre al 6 de octubre de 2002.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Secretaría General de Turismo (2004). *El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso*.
- Montaner, J. (2001). *Estructura del mercado turístico*. Síntesis. Madrid.
- Organismo Autónomo para el Desarrollo Local. Excma. Diputación Provincial de Cáceres. *Gestión ambiental de la empresa turística. Provincia de Cáceres*.
- Serra, A. (2002). *Marketing turístico*. Pirámide. Esic. Madrid.

# PATRIMONIO RURAL EN LAS DEHESAS DE MÉRIDA DURANTE EL SIGLO XVIII. UN PASEO POR SUS CORTIJOS

José Maldonado Escribano  
Doctor en Historia del Arte

## Introducción

Tal y como hemos podido comprobar con la realización de nuestra tesis doctoral titulada «*Arquitectura residencial en las dehesas de la Baja Extremadura*», dirigida por el profesor D. Antonio Navareño Mateos en el Departamento de Arte y Ciencias del Territorio de la Universidad de Extremadura, en la provincia de Badajoz se desarrollan interesantes cortijos y casas de campo que hasta el momento no han sido estudiados desde un punto de vista histórico - artístico. Estos complejos han servido durante siglos para la explotación agropecuaria de la finca donde se enclavan así como también para la residencia temporal de sus ricos dueños, que los disfrutaban durante su tiempo de ocio, además de para otras funciones en determinados momentos, como la religiosa, cultural o de representación nobiliaria<sup>1</sup>.

Sin duda, el siglo XVIII resultó, en este sentido, uno de los momentos de mayor profusión en cuanto a la construcción de esta arquitectura rural dispersa, hecho que comprobamos en las fuentes documentales de aquel momento, como el *Catastro de Ensenada*, los informes de Tomás López, las visitas llevadas a cabo por la Real Audiencia de Extremadura o los innumerables protocolos notariales y legajos que tratan algunos de estos proyectos, la compra - venta de fincas, además de amillaramientos y amojonamientos de dehesas y destacados mapas en los que se sitúan dichos edificios en cuestión.

---

<sup>1</sup> Algunas de las publicaciones que pueden consultarse al respecto son: MALDONADO ESCRIBANO, J.: *Arquitectura en las dehesas de La Serena (Badajoz)*. V Edición de Premios a la Investigación de La Serena. Diputación de Badajoz, Badajoz, 2005; MALDONADO ESCRIBANO, J.: *El cortijo en la tierra de Badajoz*. Junta de Extremadura, Badajoz, 2008; MALDONADO ESCRIBANO, J.: *Vivir en el campo extremeño. Cortijos y casas de labor en Don Benito*. VII Edición del Premio de Investigación «Santiago González». Ayuntamiento de Don Benito, Don Benito, 2008; NAVAREÑO MATEOS, A.: *Arquitectura residencial en las dehesas de la tierra de Cáceres (Castillos, palacios y casas de campo)*. Institución Cultural «El Brocense», Diputación de Cáceres, Cáceres, 1999.

El término municipal de Mérida, por su parte, nos ofrece un buen elenco de cortijos levantados en esta fecha que tienen mucho que decir en el panorama provincial. De tal manera, en esta comunicación realizaremos un paseo por el pasado y el presente de algunos de ellos, como Campomanes, Piñuela y Las Tiendas. Pero no sólo fueron determinantes estas fincas a mediados de la centuria que tratamos, por lo que antes de analizar los ejemplos monográficos elegidos, presentamos lo que de manera general los emeritenses contestaron a la pregunta número 4 del citado *Catastro de Ensenada*, hecho que nos da unas pinceladas del tema hacia 1752<sup>2</sup>:

«Que de las quatro Leguas en Cuadro que Comprehende el termino de esta Ciudad, la mitad a cortta diferencia son Dehesas, cuios nombres y Dueños De ellas son los siguientes: Las Tiendas, Cubillana, Las florianas, la Piñuela, Corralon, Ysla de Juan Antton y Araya son de Su Majestad (que Dios Guarde), la de Alvarregas, la del Hinojo, Santtana, y Dehesilla, y la de Cornalvo, que esta Dividida en los quarttos de Zerro Verde, Menttidero, Los Lomos, La Mezquita, el Gao, el Huebo, el Moro y San Pablo, que son de los propios Concursados de esta Muy Noble y Leal Ciudad que administra D. Fernando Evaristo de Ulloa y Chumazero, y fuera del Concurso se quedaron tres Dehesas para los ganados de vezinos que son la del Prado para los Bueyes de la Lavor: La de Rollanejo, para las Bacas olgonas de vezinos y Cofradias y la de las Yeguas para el Ganado de esta especie; Las Dehesas de las Raposeras y Sequeros son de los Capellanes de honor de Su Majestad. las de Don Tello, Berrocal, y Alisares, y una de las ttres Mazillas del señor Conde de la Roca: ottra Mazilla del Conde de los Corvos, y la ottra de los Capellanes de la Capilla de San Yldefonso de esta Ciudad que fundo Gonzalo de Vargas que son D. Nicolas de la Zerda, D. Manuel Diaz de Mendoza, D. Blas Caravallo, D. Alonso Barona, cura de la Parroquial del Lugar de Esparragalejo y el sachristan de dicha Capilla que lo es Manuel de los Santtos y de la fabrica de ella, la Dehesa de Palazuelo es del Marques de Espinardo; y de dicho Marques y del Conde de Miranda la de Carija, la del Escovar de D. Fernando de Mendoza vezino de Trujillo, la de Perales de Arriva de D. Pedro Benito Fernandez y Escobar, y de D. Fernando Bolaños, la de Perales de avajo de D. Juan de Sexma, la del Prado de la Casa de la Encomienda de Casas Buenas, la del Millaron de la Villa del Monttijo, la del Zerro del Gatto del Marques de Villayttre de D<sup>a</sup>. Rosa Hidalgo, de D. Matthias de Molina, y de D. thomas Calderon: la de Casa de Herrera de D. Pedro Mendoza y D. Mathias Flores, y la Dehesilla, Ynmediatta a ella de D. Miguel Calderon. La de Casarentte de Abajo del referido D. Pedro de Mendoza y de D.<sup>a</sup> Bernardina Panttoja: la de Casarente de

---

<sup>2</sup> ARCHIVO GENERAL DE SIMANCAS. Sección Hacienda. Dirección General de Rentas. Primera Remesa. *Única Contribución. Respuestas Generales al Catastro del Marqués de la Ensenada*. Libro 144, Mérida, ff. 1 y ss.

Arriva de D.<sup>a</sup> Rosa Hidalgo, la de Torre del Aguila de D. Manuel Dominguez de Guillamas y Conttreras vezino de la Ciudad de Abila y Torre Aguililla del Conde de Cheles y del Conde de la Torre del fresno (...)»

## Campomanes

Uno de los mejores caseríos que conocemos de la Baja Extremadura es el de Campomanes, cerca de la presa romana de Cornalvo, en perfecto uso hoy día y donde parece ser que se alojó el rey Carlos IV en 1795 durante su visita a Badajoz.

Exactamente se ubica a algo más de 13 kilómetros de Mérida, inmediato a la carretera que desde Trujillanos lleva al citado embalse, discurriendo igualmente próximo a él el cauce del río Albarregas y el arroyo del Borbollón.

Se trata de un enorme complejo mandado construir por el Conde de Campomanes en la segunda mitad del siglo XVIII, cuyo escudo campea en la impresionante portada de estilo neoclásico a través de la cual se accede al patio. La casa principal se encuentra al otro lado de éste y se puede entrar a ella atravesando el mismo o desde el exterior. Es una vivienda de tres pisos, con portada principal realizada en cantería con arco de medio punto y dos vanos a cada lado en la parte baja, mientras que los dos pisos superiores poseen cinco dispuestos regularmente.

Tres alturas posee también la capilla localizada a su izquierda construida ya en 1835 «*por el Conde Don Rodrigo*», según reza en una inscripción dispuesta encima de su portada adintelada. Presenta amplio óculo y un balcón central con barandilla y arco escarzano. Toda su fachada se remata con espadaña y pináculos a los lados de factura más reciente.

Desde el punto de vista estético quizás lo más sobresaliente es la portada que hemos mencionado, para cuya descripción nos valemos de las palabras de J. R. Mélida en su *Catálogo Monumental de España*<sup>3</sup>:

«En el campo camino de la Charca de Cornalvo, en una finca que perteneció al Conde de Campomanes, célebre político del siglo XVIII; hay una portada, de piedra, de traza neoclásica, con frontón y pilastras de orden toscano. En el frontón bajo corona el escudo, con Cruz de Santiago y tres fajas, pino entre dos lunas, dos llaves y dos sotuers y una serpiente; adornado con collar de Carlos III.»

---

<sup>3</sup> MÉLIDA, J. R.: *Catálogo Monumental de España. Provincia de Badajoz*. Madrid, 1925, Tomo II, p. 418.



**Campomanes. Portada de acceso**

Por otro lado, hemos de mencionar ahora también el *Viaje de Campomanes a Extremadura*<sup>4</sup>, realizado en 1778, una vez que su casa para el descanso en el Coto estuvo preparada. Aunque no escribe nada de este conjunto arquitectónico en su discurso, es bastante lógico pensar que debió alojarse algún tiempo en él ya que se encuentra muy cerca de la vía que transitó desde Madrid a Badajoz a finales del siglo XVIII.

*«(...) Otra Albuera hay á dos leguas de Mérida en una dehesa llamada de Cornalvo, situada á la parte de oriente (...) Inmediato á la charca referida hay una pradería, que llaman del Borbollón, donde hay manantial, ó manantiales de agua, y otros en aquellos contornos, cuyo territorio pertenece hoy al Ilustrísimo Sr. D. Pedro Rodríguez Campomanes, Decano Gobernador interino del Consejo, y Cámara de S. M. quien ha procurado, y procura, que con crecidos gastos, de monte espeso, é inútil, que era, se reduzca á cultura, y monte claro (...)»*

<sup>4</sup> BIBLIOTECA NACIONAL. Mss. 17728. *Viaje de Campomanes a Extremadura* (1778) Publicado por RODRÍGUEZ AMAYA, E.: «Viaje de Campomanes a Extremadura». *Revista de Estudios Extremeños*, Diputación de Badajoz, 1948, n.º III-IV, pp. 199-246.



**Campomanes. Capilla y vivienda principal**

Por las mismas fechas Tomás López cita «Campomanes» entre Trujillanos y San Pedro en su *Mapa del Partido de Mérida* (1782)<sup>5</sup>. Y asimismo Antonio Ponz también habla de esta propiedad en su *Viaje de España* con las siguientes palabras referidas a Mérida<sup>6</sup>:

## CORTIJO DE PIÑUELA

En el *Catastro de Ensenada*, a mediados del XVIII, también hallamos información sobre la dehesa de Piñuela. No se comenta aún nada de la construcción que estudiamos pero nos aporta una información relevante, esta es, que entonces pertenecía a las propiedades reales por haber sido anteriormente de la Orden de Santiago. Leemos, por tanto, lo siguiente al respecto<sup>7</sup>:

<sup>5</sup> CENTRO GEOGRÁFICO DEL EJÉRCITO. Cartoteca Histórica. Mapas de Extremadura, N.º 105: *Mapa Geográfico del Partido de Mérida, comprende el Gobierno de esta ciudad, las Varas de Montanches y Torremocha, con los pueblos enagenados de la Orden en el mismo Partido. Por D. Tomás López, año de 1782.*

<sup>6</sup> PONZ, A.: *Viaje de España*. Madrid, 1784. Tomo VIII, carta IV, 18.

<sup>7</sup> ARCHIVO MUNICIPAL DE MÉRIDA. Libro 1169. Catastro de Ensenada, Respuestas particulares. *Libro de Haziendas De Seglares. Ciudad de Mérida. Libro que comprehende las tierras de Labor Dehesas Valdíos, Viñas, huertas, casas, molinos, zensos, Ganados, Colmenas, y quanto se há verificado que existe y produze utilidad en este termino perttenezieinte al Estado secular, asi avoitantes en estta Ciudad de Merida como fforasteros.* Tomo II (1753). Ff. 1089vº-1090r.