

Estudi del turisme religiós i espiritual a les comarques gironines, una oportunitat per al turisme rural

Sílvia Aulet Serrallonga

Accèssit Premi de Recerca Yvette Barbaza 2012



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona

**Estudi del turisme religiós i espiritual
a les comarques gironines,
una oportunitat per al turisme rural**

Sílvia Aulet Serrallonga

Edita

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Disseny i maquetació

AMR Publicitat

Correcció lingüística

Tick Translations

Impressió

Aubert Imprimeix, SL

ISBN

978-84-616-9172-2

Dipòsit legal

GI 605-2014

Foto portada: Xevi Pau

©Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Avda. Sant Francesc, 29, 3a

17001 Girona

www.costabrava.org

costabrava@costabrava.org

ÍNDEX

1.- Introducció	9
2.- Objectius	13
3.- Metodologia	15
4.- Marc teòric i conceptual: el turisme religiós i espiritual	17
4.1.- El turisme religiós	18
4.2.- El turisme espiritual	23
4.3.- El turisme cultural	28
4.4.- El turisme religiós en espais rurals	33
5.- El patrimoni religiós a les comarques gironines	35
5.1.- El patrimoni tangible	36
5.2.- El patrimoni intangible	40
5.2.1.- Els actes litúrgics	42
5.2.2.- Les mostres de fe vinculades a la devoció popular	43
6.- Els valors dels recursos religiosos	46
6.1.- El valor cultural	46
6.2.- L'entorn i el valor ecològic	48
6.3.- El valor turístic dels espais sagrats	49
7.- Proposta de posada en valor del patrimoni religiós	51
7.1.- Agents implicats	51
7.2.- Alguns aspectes a tenir en compte	55
7.3.- Diagnosi de la situació	58
7.4.- Propostes d'actuació	59
8.- Conclusions	72
9.- Bibliografia	74

SALUTACIÓ

Teniu a les mans el treball guanyador del segon Premi de Recerca Yvette Barbaza, impulsat pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona; l'Estudi del turisme religiós i espiritual a les comarques gironines: una oportunitat per al turisme rural, de Silvia Aulet Serrallonga.

En el context del turisme (concretament, del turisme cultural), cada cop hi ha més estudis i publicacions de referència. No és així, però, en l'àmbit del turisme religiós. Si bé sabem que és una realitat que es remunta a temps antics, és cert que tot just fa una dècada, aproximadament, que comença a ser el centre d'atenció dels estudiosos del món acadèmic i dels mercats turístics.

Un dels motius d'aquest interès és la gran abundància de recursos turístics que pertanyen al patrimoni de l'església, tant tangible com intangible. Monuments artístics i religiosos com ara santuaris, ermites, capelles, monestirs i catedrals situats en entorns paisatgístics de gran bellesa; les rutes de pelegrinatge que travessen el territori gironí, i les nombroses manifestacions litúrgiques del nostre calendari festiu són els elements fonamentals que estimulen la demanda d'un segment de mercat emergent al nostre país i del qual tenim un baix coneixement.

La proliferació d'associacions, de col·lectius i d'empreses que ofereixen serveis i programes vinculats amb la recerca interior potencia el producte de turisme religiós i espiritual. Així doncs, un altre dels motius és la creixent demanda del sector. L'Organització Mundial del Turisme (OMT) estima que aquest és un dels segments de mercat que seguirà creixent en els propers anys. I la recerca d'una certa espiritualitat i un retrobament interior en una societat tan complicada afavoreix el desenvolupament de productes relacionats amb aquest àmbit.

Pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona aquest estudi esdevé una eina útil per al club de màrqueting de Cultura i Identitat perquè aporta continguts relacionats amb els espais sagrats i l'activitat turística de la destinació. El treball dona a conèixer la situació d'aquest segment de mercat i producte específic a la nostra demarcació, i, alhora, mostra la viabilitat per desenvolupar-lo com a complement de l'oferta actual de turisme rural.

Les comarques de Girona són una destinació turística madura que compta amb una paleta de productes i serveis turístics notoris, als quals caldria afegir-ne d'altres de minoritaris i desconeguts. El Patronat de Turisme Costa Brava Girona té l'obligació de donar-los a conèixer i de contribuir a seguir dinamitzant el desenvolupament turístic del territori.

Joan Giraut i Cot

*President de la Diputació de Girona
i del Patronat de Turisme Costa Brava Girona*

INTRODUCCIÓ

El turisme religiós és un dels segments de mercat amb més creixement. En el document de la Santa Seu sobre el pelegrinatge de l'any 2000, s'estima que cada any els centres de culte religiós reben entre uns 220 i 250 milions de visitants, dels quals uns 150 milions són cristians. El tipus de viatge d'aquest sector sol ser d'estades curtes, de tres o quatre dies, i generalment coincideix amb caps de setmana o ponts. Aquests viatges inclouen la visita a llocs sagrats i tombes de sants, i l'assistència i participació a celebracions religioses.

L'Organització Mundial del Turisme (OMT) preveu un augment del sector turístic d'entre el 3 i el 4%, i com a part d'aquest creixement es destaca una tendència a l'alça del turisme religiós. L'OMT estima entre 300 i 330 milions el nombre de persones que visiten els principals llocs de pelegrinatge al món (Canalis, 2010). Per exemple, la catedral de Guadalupe, a Mèxic, rep al voltant de 13 milions de visitants per any; Sant Pere del Vaticà, 7 milions; Jerusalem, 6 milions, Fàtima, 4 milions i mig i el santuari de Montserrat, 2 milions i mig.

El document de perspectives del turisme per al 2020 (Pla d'impuls 2020) apunta que el turisme religiós és un segment emergent a Espanya. L'any 2007, per invitació del Govern d'Espanya, l'OMT va celebrar la Conferència Internacional sobre Turisme, Religions i Diàleg entre Cultures, que posà en relleu l'interès creixent per aquest segment de mercat.

Així, des de temps ancestrals. Espanya ha estat considerada un país devot i amb una gran tradició religiosa. Tres de les cinc principals ciutats santes del món són espanyoles. Juntament amb Jerusalem i Roma, es troben Santiago de Compostel·la, Caravaca de la Cruz i Santo Toribio, a Liébana. Però a més d'aquestes tres destinacions, al llarg de tota la geografia espanyola són innumbrables els esdeveniments religiosos, com ara els passos de Setmana Santa, processons, ofrenes a un sant, adoracions a la Mare de Déu, que atreuen milers de visitants a ciutats i pobles de tot Espanya. En general, tot Espanya té una gran tradició i devoció religioses que cada any provoquen un gran moviment turístic a moltes comunitats autònomes, en diferents èpoques de l'any, cosa que afavoreix la desestacionalització i la diversificació de l'oferta.

En general, les fonts estadístiques no recullen dades sobre la motivació religiosa. En les consultes que es fan sobre motivacions, l'aspecte religiós queda recollit sota l'epígraf "altres", que es mou entre un 4 i un 7% de les motivacions.

No disposem de dades concretes sobre el percentatge que representa el turisme religiós a Catalunya ni a les comarques gironines. A la manca d'estudis existents s'hi ha de sumar la dificultat per obtenir dades, ja que per saber el volum de turisme religiós caldria saber-ne la motivació.

El que sí que podem constatar és que abunden monuments artístics i religiosos, testimonis vius del recorregut històric, del desenvolupament de la identitat i la cultura d'un poble. Santuaris, ermites, monestirs i catedrals es converteixen en elements destacats de la geografia catalana. Situats en muntanyes i cims, coves i fonts, en pobles i ciutats; des de sempre, han atret la devoció popular i els pelegrins com també diversos viatgers. La majoria d'aquests llocs es troben en els paratges més bells, fet del qual deriva també la seva importància turística. En alguns casos són petites capelles acompanyes d'hostatgeries; en d'altres, s'han convertit en importants llocs de culte i pelegrinatge, com és el cas de Montserrat.

La situació de la majoria d'aquests elements en entorns paisatgístics i rurals ha fet que, els darrers anys, nombrosos autors vincuessin el patrimoni religiós a l'oferta de turisme rural, de la mateixa manera que nombrosos estudis vinculen el turisme espiritual al turisme rural (Sharpley, Devereux, Timothy i Olsen, Mottura, entre d'altres). Més exemples els trobem en el VII Seminari de Turisme Rural a Catalunya, celebrat a Olot el 2007, en què es van dedicar algunes sessions a l'estudi de la relació entre turisme espiritual i rural; o l'aparició el 2009 d'un volum de la revista Espaces dedicada al turisme espiritual i clarament vinculat a l'oferta rural.

Durant l'última dècada han aparegut molts productes que presenten de manera diferent i variada l'oferta turística i el patrimoni de Catalunya apostant clarament pel turisme cultural. Però, darrerament, també a Catalunya, s'han desenvolupat diverses iniciatives per a la promoció específica del turisme religiós i la posada en valor d'aquest tipus de patrimoni, tan nombrosos, per altra banda.

Una de les iniciatives que ha tingut un pes important els darrers anys ha estat la recuperació del tram del Camí de Sant Jaume català, que va des de Sant Pere de Rodes fins a Alcarràs, on s'uneix al camí francès. També existeixen alguns productes que tenen relació amb aquest patrimoni religiós, com la Ruta del Cister o els Camins de l'Abat Oliba. També en trobem un altre exemple en el Camí dels Bons Homes, un itinerari pensat per fer a peu i en què es té l'opció de tenir un carnet de ruta similar al del camí compostel·là, però que no es constitueix com un recorregut de pelegrinatge, sinó més aviat com un itinerari cultural i natural.

L'Agència Catalana de Turisme, els darrers anys, també ha mostrat un interès en l'àmbit del turisme religiós. Seguint la seva estratègia de treballar d'acord amb clubs de producte, dins del club del producte de turisme cultural l'any 2009 es creà una taula de treball específica per al turisme religiós. Aquesta taula pretén unir esforços en aquest àmbit tan específic i segueix el mateix funcionament que la resta de les taules de treball, per tant, es centra en la promoció d'aquests productes a través de workshops, presentacions de producte, press trips i publicacions.

Els membres inicials de la taula, que permet dibuixar una mica el panorama de l'oferta turística religiosa de Catalunya, són l'abadia de Montserrat, el Museu d'Història de Catalunya

(com a gestor de diferents monuments del patrimoni cultural català), la Ruta del Cister, la Cova de Sant Ignasi, el monestir de Bellpuig les Avellanes, Tarragona (representants de l'Ajuntament i del Museu Bíblic Tarraconense), Sant Cugat del Vallès (representants de l'Ajuntament, i sobretot del monestir de Sant Cugat), Terrassa (conjunt de la Seu d'Ègara), la fundació Monjos Budistes Sakya Tashi Ling i representants del projecte Catalonia Sacra. En aquesta línia, s'ha publicat un fulletó específic de santuaris i un altre de productes de turisme religiós que inclouen diferents ofertes vinculades als membres de la taula.

Les comarques gironines també posseeixen un ric patrimoni religiós que, començant per la catedral de Girona com a element més emblemàtic, inclou altres elements patrimonials com ara santuaris (el Mont, els Àngels, el Vilar o Terrades, entre d'altres); ermites, capelles i monestirs (aquí la llista seria molt extensa); museus (com el Museu d'Art de Girona); rutes de pelegrinatge (com el tram del Camí de Sant Jaume) i manifestacions diverses vinculades a celebracions litúrgiques i actes relacionats amb el calendari festiu (Setmana Santa, Nadal, etc.).

Malgrat aquest patrimoni tan ric, de moment sembla que les comarques gironines queden una mica al marge de les propostes actuals relacionades amb el turisme religiós, per això, l'estudi pretén conèixer la situació d'aquest segment turístic a les comarques gironines i la viabilitat de fer una proposta de posada en valor basada en el patrimoni religiós.

En aquest cas concret, aquesta proposta es centra, sobretot, en aquells recursos patrimonials situats en els entorns rurals per tal que aquesta posada en valor serveixi com a complement i suport de la rica oferta de turisme rural de les comarques gironines.

OBJECTIUS

L'objectiu fonamental de la recerca és conèixer l'estat de l'oferta de turisme religiós i espiritual de les comarques gironines per tal de poder articular una proposta de posada en valor que pugui complementar l'oferta de turisme rural.

Per això cal:

- Conèixer quins són els recursos de què es disposa i quin és el seu estat i accessibilitat turística.
- Identificar aquells elements destacats que permetin articular una proposta de turisme religiós i classificar-los per tipologies.
- Identificar, també, els agents, públics i privats, per tal de poder desenvolupar aquesta iniciativa.
- Identificar els canals i mitjans a través dels quals es pot donar a conèixer aquesta oferta.

Desenvolupar el turisme religiós com a complement de l'oferta turística actual permet oferir un producte turístic basat en la qualitat, diferenciar l'oferta actual i complementar-la, desestacionalitzar el dossier de productes, entre d'altres.

METODOLOGIA

Aquesta investigació s'ha desenvolupat en tres fases:

Una primera fase de recerca documental i bibliogràfica per tal de dotar el projecte d'un marc conceptual sòlid. Per això, s'ha definit què s'entén per turisme religiós i quines implicacions té aquesta tipologia turística respecte al territori, els agents implicats i els recursos. L'objectiu és definir el tema d'estudi i establir-ne les bases conceptuals. Per a la realització d'aquesta part s'han utilitzat, sobretot, fons acadèmics però també s'han tingut en compte notícies d'actualitat i l'experiència d'agents implicats.

Un cop realitzada la primera fase, s'ha elaborat un inventari del patrimoni religiós, entès des d'un punt de vista ampli, és a dir, patrimoni tangible (moble i immoble) i patrimoni intangible (celebracions, rituals, etc.). Aquest inventari, més que ser una llista d'elements, pretén identificar quins elements són susceptibles d'articular una proposta de turisme religiós. La metodologia per a aquesta fase ha estat, d'una banda, basada en el treball de camp; però, de l'altra, també d'investigació bibliogràfica ja que es proposa una metodologia per a l'anàlisi i l'elaboració d'inventaris. Per tant, es combina la recerca documental amb el treball de camp.

La tercera fase, per tant, és l'elaboració de la proposta de turisme religiós. Un cop identificats els recursos i els agents cal veure com es pot articular. Aquesta proposta pot tenir diverses línies d'actuació, que poden incloure des de la creació d'itineraris fins a la vinculació d'iniciatives ja existents (com la de l'Agència Catalana de Turisme). Per això caldrà saber no només de quins elements es disposa, sinó quins són els canals específics que es poden utilitzar.

Les fonts d'informació per a l'elaboració d'aquest treball estan estretament relacionades amb les diverses fase de recerca.

El primer pas en la realització de qualsevol treball d'investigació és la recerca bibliogràfica i documental sobre els aspectes que s'han d'analitzar. Per això s'utilitzaran sobretot les bases de dades de la biblioteca de la Universitat de Girona, sobretot el fons de la Facultat de Lletres i, en concret i especialment, el de la Facultat de Turisme. També, els fons d'altres biblioteques d'universitats catalanes, la base de dades de l'Instituto de Estudios Turísticos i xarxes d'informació com la xarxa ATLAS.

Es constata que en l'àmbit del turisme religiós hi ha diferents aproximacions acadèmiques, sobretot condicionades per la formació específica de l'autor. Per a la conceptualització del turisme religiós, sobretot, es tindran en compte les aportacions més recents fetes en el

marc de revistes científiques especialitzades com *Annals of Tourism Research* o *Tourism Management*.

En la història de la literatura turística és a partir dels anys cinquanta quan la interrelació entre religió i turisme és apuntada cada cop més freqüentment en el domini de les motivacions i a partir dels setanta la perspectiva sociològica guanya força en els estudis en turisme, en què es tracta el tema des d'un context global. A partir dels anys noranta es comença a estudiar el fenomen del turisme religiós des de la perspectiva turística, amb autors com Cohen, Vukonic, Urry, MacCannell, Grabrun, etc.

A principis del 2000 es crea dins la institució ATLAS, dedicada a la recerca i investigació en turisme, una taula de treball específica per al turisme religiós. D'aleshores ençà, el nombre de publicacions s'ha multiplicat, com també el nombre de congressos i jornades internacionals.

En l'annex bibliogràfic hi ha una llista d'obres de referència que exploren el concepte de turisme religiós i espiritual.

En la segona fase, hi predomina el treball de camp i les fonts són totalment diferents. Així, per a l'elaboració de l'inventari de recursos s'han tingut en compte no només informacions provinents de l'Església (delegació del patrimoni del bisbat de Girona), sinó també fonts locals i municipals, a través d'entrevistes i visites, però també de consultes a pàgines web i catàlegs d'elements patrimonials. Aquesta recollida d'informació s'haurà de complementar amb algunes visites per tal d'identificar els elements més accessibles des del punt de vista turístic.

Per això es parteix d'un treball previ realitzat per la mateixa autora que analitza l'accessibilitat turística de 325 elements del patrimoni religiós de Catalunya. D'aquest treball es poden separar els de les comarques gironines i complementar-ho amb altres elements nous que es puguin identificar.

La tercera fase és de creació i aportació personal i consisteix en l'estructuració d'una proposta de posada en valor del turisme religiós a les comarques gironines com a complement de l'oferta turística existent. De totes maneres, caldrà documentar-se sobre les actuacions que s'estan desenvolupant actualment en un context més ampli i amb relació al turisme religiós.

MARC TEÒRIC I CONCEPTUAL: EL TURISME RELIGIÓS I ESPIRITUAL

*“Tots els camins van a Roma,
tots els camins, ja ho sabem.
Tots els camins van a Roma,
Però no van a Betlem.”*

Poema de Nadal,
Josep Maria de Sagarra

Dotar el projecte d'un marc conceptual sòlid és fonamental, ja que en primer lloc cal definir quin és l'àmbit d'estudi per tal de poder-hi actuar. Amb el directori Peregrinans in terra, l'Església va centrar, el 1969, la seva atenció pastoral al fenomen turístic, en uns moments en què el turisme s'oferia com a plataforma de moltes possibilitats per al progrés de les persones i dels pobles. El turisme podria convertir-se en una eina de diàleg entre les civilitzacions i les cultures, tal com deia el papa Pau VI.

“El turisme ens permet conèixer als altres homes, els seus països, els seus costums..., fa descobrir els llocs i paisatges que ajuden a comprendre l'ànima dels pobles... Aquest enriquiment és recíproc, tant per als que els reben com per als que els visiten.”
(Pau VI, 1964)

Justament per la importància que des dels diversos pontificats s'ha anat donant al turisme, les diòcesis i les conferències episcopals s'han anat dotant d'estructures pastorals, segons les circumstàncies de cada lloc.

Els valors cristians no estan renyits amb el comerç o el turisme; tant l'un com l'altre faciliten uns mitjans prou valuosos: conèixer i apreciar les cultures diverses; intercanviar idees i experiències que enriqueixin el cercle de vida personal; esbargar les preocupacions de la vida quotidiana; aconseguir la calma per emprendre amb noves forces una altra tongada de la vida; admirar la magnificència de la creació divina; etc.

En l'estudi del concepte de turisme religiós ens trobem que hi ha dos elements fonamentals, que són els que ens ajuden a diferenciar-lo clarament d'altres formes de turisme, que són:

- a) la motivació del viatge (recerca d'una experiència religiosa)
- b) el destí del viatge (espai sagrat)

Aquest capítol s'estructura de la manera següent. En primer lloc es farà una aproximació conceptual al turisme religiós. A partir d'aquí es veuran les relacions del turisme religiós amb altres tipologies de turisme que poden ser presents en els espais sagrats: els pelegrins

natges, el turisme espiritual i el turisme cultural. Els llocs sagrats són objecte de la mirada turística, però no es pot entendre el turisme com un fet únic i global, sinó que es pot trobar amb diferents tipologies de turisme vinculades a aquests espais sagrats i per això cal analitzar-les i veure quines repercussions hi tenen.

4.1.- El turisme religiós

En aquest punt es farà una revisió de les principals definicions de turisme religiós proposades per diferents autors. En els punts següents d'aquest capítol, i per tal de matisar-ne la conceptualització, es veuran les relacions i els punts d'intersecció amb altres tipologies turístiques.

Des de temps ancestrals, els desplaçaments per motius de devoció religiosa han estat presents a la humanitat; responen a la necessitat d'establir algun tipus de relació amb la divinitat (Secall, 2000), i es converteixen en la forma més antiga de desplaçament per motius no econòmics (Smith, 1992).

El que és relativament nou és el terme de turisme religiós. Actualment, milions de persones fan viatges a diversos espais sagrats en destinacions de tot el món per motius tan diferents com pot ser fer una ofrena, demanar un favor o complir una tradició. Recorreguts per esglésies romàniques, catedrals gòtiques o monestirs grecs es troben entre turisme i religió.

“Llocs venerats són vistos pel turisme com a recursos que poden ser venuts als viatgers interessats en els llocs històrics i culturals. Mesquites, esglésies, catedrals, camins de pelegrinatge, arquitectura sagrada, l'atractiu de la metafísica, s'utilitzen de manera prominent en la literatura turística promocional com ho demostren els esforços fets en màrqueting al voltant de l'any 2000 i de les connotacions religioses del canvi de mil·lenni.” (Olsen, Timothy, 2006, 1-2)

Joan Fuster escriu que:

“Cap motiu de viatge, o quasi cap, es dona en estat pur. Qualsevol d'ells participa en alguna cosa de la resta. El turisme religiós tampoc es sol donar en estat pur.” (Fuster, 2004, 30)

Això dona lloc a una realitat complexa en la qual la visita als espais sagrats pot incloure altres motivacions, com culturals, lúdiques, etc.; al mateix temps que als viatges empresos per motius no religiosos s'hi barregen, en alguns moments, pràctiques vinculades al turisme religiós.

En el primer cas, autors com Blackwell (2007) parlen de diferents visitants als llocs sagrats que van des dels pelegrins que visiten els llocs sagrats perquè tenen un fort significat per

a ells fins als visitants que hi acudeixen per pura curiositat turística, passant per un ampli ventall de motivacions intermèdies.

En la segona línia, Oliveira (citat a Santos, 2003) fa servir el terme de religiositat turística per parlar de determinats moviments d'inspiració religiosa però no restringits a espais sagrats institucionalitzats, que responen a necessitats de renovació espiritual o retir temporal.

Així, doncs, les línies divisòries són molt fines. En aquest marc d'anàlisi, fins i tot els santuaris religiosos poden ser, per a alguns, el pretext per a una excursió de diumenge o un viatge de vacances, oferint atractius com la tradició, el patrimoni cultural, la satisfacció de la curiositat sobre pràctiques rituals i espirituals, etc.

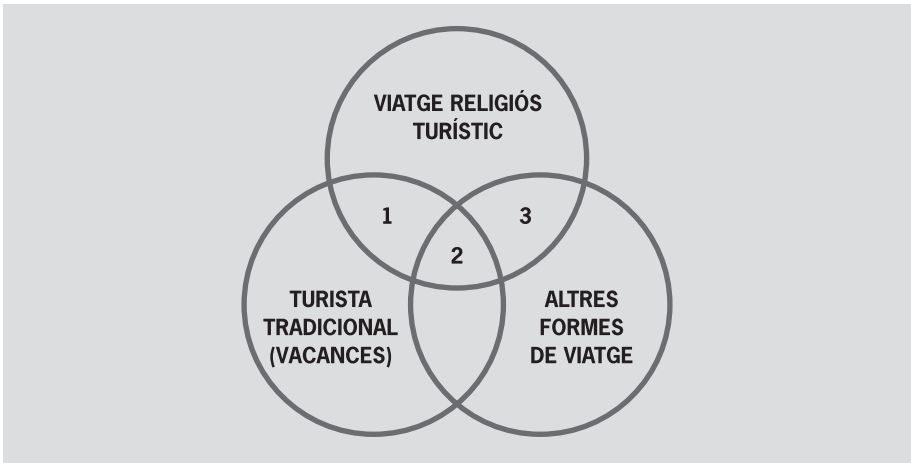
De fet, el que potser ens hauríem de plantejar és l'ús del terme turisme religiós quan, tradicionalment, s'ha parlat de pelegrinatge per descriure els moviments de les persones cap als llocs sagrats. Turisme religiós és un terme relativament nou, que fins i tot comença a ser utilitzat, també, per les autoritats eclesiàstiques.

“El turisme religiós s’ha de considerar com un viatge turístic on l’element religiós constitueix un dels objectius principals. Als motius tradicionals per fer turisme com el desig de moure’s, el descans, la curiositat per conèixer nous paisatges, per conèixer noves persones i el patrimoni cultural, se li afegeixen qualitativament nous elements. D’aquesta manera el terme s’ha començat a introduir, no només en la terminologia laica, sinó també en l’eclesiàstica.” (Ostrowski, 2002, 1)

Turisme religiós és una expressió que s’ha fet servir per descriure totes les situacions que inclouen turisme i religió; o viatge i religió. El turisme religiós pot ser definit com a tot tipus de turisme (voluntari, temporal i no pagat) motivat per la religió (en combinació o no amb altres motivacions) i que té com a destinació un lloc religiós (d'àmbit local, regional, nacional o internacional) però pel qual el viatge en ell mateix no és una pràctica religiosa.

Lefevre (1980) matisa que en aquests espais hi ha d'haver una sèrie de serveis als visitants per cobrir les seves necessitats, encara que l'espectre de visitants que va dels devots als seglars és tan variat que les necessitats i les expectatives d'uns i altres són molt diferents (citat a Fernandes, McGettigan i Edwards, 2003).

Rinschede (1992) afegeix que el turisme religiós també pot incloure la participació en cerimònies religioses i conferències, a part o a més a més de la visita. Cal tenir en compte, a més, com apunta Antonio Andadillas (2004), els anys sants, les canonitzacions, les visites a santuaris, la participació en romeries, les excursions de col·legis i col·lectius, l'assistència a Setmanes Santes i altres festivitats religioses, així com a esdeveniments familiars o socials, com bateigs, primeres comunions, sempre que comportin un desplaçament.

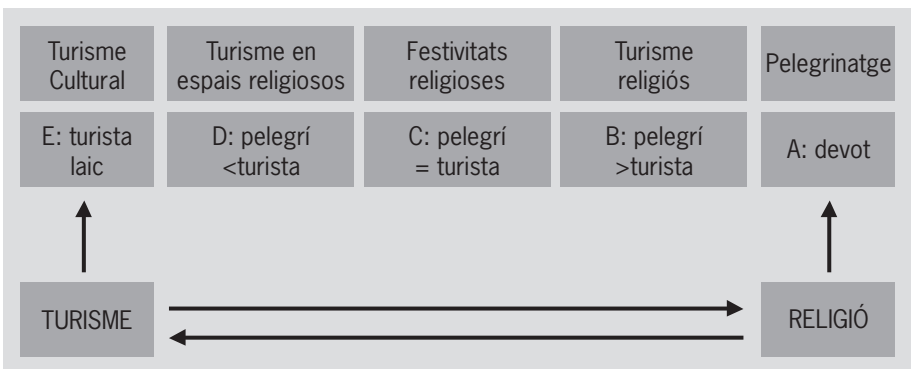


Gràfic 1: classificació del turisme religiós segons les motivacions

Font: Vukonic (1996)

Segons Vukonic (1996), la motivació religiosa és molt complexa i presenta diferents intensitats segons la força de la fe de cada persona. Aquest autor presenta un model comparatiu d'anàlisi del turisme religiós com un sector unificat dins de l'activitat turística que interacciona amb els moviments turístics tradicionals (vacances) i altres formes de viatge. Les altres formes de viatge, que apareixen més endavant, en el gràfic 4, fan referència a tipologies com el turisme cultural i el turisme espiritual.

Autors com Smith (1992) i Santos (2003) entenen que el turisme religiós no s'hauria de veure com una mera activitat comercial o turística, malgrat que la infraestructura que utilitza



Gràfic 2: diagrama de les interrelacions entre turisme i religió.

Font: Elaboració pròpia a partir de Santos (2003) i Smith (1992)

za sigui part integrant del sistema turístic. Per la seva dimensió espiritual no s'inclou en les nomenclatures habituals com el turisme de negocis, el turisme de lleure o el turisme verd. Tal com veiem en el gràfic 2, s'estableix una relació entre turisme i religió basada en els diferents graus d'intensitat en l'experiència dels visitants, de manera que els turistes i els pelegrins es situen en els dos extrems d'un contínuum que va des de les motivacions més estrictament religioses fins a les que no ho són, passant per diferents graus de motivació i d'implicació.

De la mateixa manera, apunten que cal diferenciar el turisme religiós clarament del pelegrinatge. El terme turisme religiós té connotacions més neutrals, ja que inclou moviments en què motius genuïnament religiosos coexisteixen simultàniament amb altres comuns a diferents tipus de turisme. Però no és en ell mateix un acte de culte, al contrari del pelegrinatge, que és percebut com una manera de pregària i de súplica.

Smith (1992) estableix una diferència clara entre turisme religiós i pelegrinatge. El turisme religiós apareix com el resultat de la convergència dels motius religiosos amb els de naturalesa profana, desplegant un ampli ventall de motivacions que combinen els diferents graus d'intensitat en la percepció de les necessitats religioses i profanes. Els interessos i activitats del viatger poden canviar de turista a pelegrí i a la inversa, fins i tot sense que l'individu en sigui conscient. Cada visitant atribueix un grau diferent de significació al lloc sagrat, i això fa que l'experiència i el valor sigui diferent.

Santos (2003) percep el turisme religiós com un contínuum de diferents tipus de viatge. Observant els turistes religiosos, la seva posició és similar a la dels pelegrins, amb qui comparteixen la creença religiosa i l'experiència viscuda en els llocs religiosos; però tot i que el motiu religiós és el pretext del viatge, també visiten altres llocs d'interès cultural o recreacional. Aquests són els viatgers que es poden identificar com a pelegrins > turistes en el gràfic 2.

La celebració d'importantes festivitats religioses, a les quals s'associen programes d'esdeveniments profans, pot atreure un gran nombre de turistes, religiosos i no religiosos. Aquestes festivitats poden tenir lloc en espais religiosos o en espais públics (per exemple, les processons de Setmana Santa). Aquestes festivitats donen lloc a un tipus de turisme que podem anomenar turisme en temps religiós. És difícil distingir el visitant motivat religiosament del que només està interessat en l'entreteniment. Aquest fenomen es pot considerar mixt sagrat profà, i és el que podem identificar com a pelegrí = turista.

Així arribem al turisme en espais religiosos o, com diu Talec (1993), turistes en medi religiós; i també al turisme cultural, ja que es pot entendre com una manera d'accedir a la cultura de les grans religions, per l'atracció cultural que exerceix l'art sagrat. Es pot definir com una complementaritat entre allò cultural i allò espiritual, on cultural s'entén com el conjunt de possibilitats que s'ofereixen a algú que desitgi cultivar-se humanament; i espiritual és més un domini interior personal, comprendre les coses des d'un punt de vista

Perspectives	Relació amb el patrimoni religiós	Relació tipologies del gràfic 5
Punt de vista espiritual	Relacions espirituals de l'home amb espais directament relacionats amb les seves creences	A B
Punt de vista cultural	Relació amb el patrimoni material que les religions han creat al llarg de la història	B D E
Punt de vista antropològic/social	Festivitats o celebracions religioses Eina per conèixer millor la història d'un col·lectiu	C E

Taula 1: perspectives del turisme religiós.

Font: Elaboració pròpia a partir de Torres Bernier (2005)

subjectiu a través de la meditació o una certa interiorització. Aquí parlem dels pelegrins < turistes i dels turistes laics, que poden tenir igualment motivacions espirituals, tal com veurem més endavant.

D'aquesta manera, i d'acord amb Torres Bernier (2005), entenem el turisme religiós com una realitat complexa que es pot abordar des de tres perspectives diferents, tal com es pot veure en la taula 1.

La primera perspectiva és la que ve delimitada per les relacions espirituals de la persona amb determinats espais directament relacionats amb les seves creences; originant desplaçaments cap a llocs amb especial significat per a la seva religió (manifestació espiritual). Es podria definir, des d'un punt de vista espiritual, com una manera d'estar unit al Déu-Creador i a la seva creació.

En un segon lloc s'ha de destacar el segment del turisme religiós vinculat al patrimoni material que les religions han creat al llarg de la història (tinguin en l'actualitat un ús religiós o no). En aquest cas, la motivació del turista es centra més en els aspectes culturals que en les seves creences religioses. Fins i tot pot passar que a aquest patrimoni es doni un ús que no té res a veure amb la religió que el va crear, com, per exemple, alguns paradors (manifestació cultural). En aquest sentit es podria definir des d'un punt de vista sociològic com l'accés a la cultura que desprenen les grans religions.

El tercer segment del turisme religiós estaria constituït per les manifestacions populars i folklòriques, que tenen el seu origen en les festivitats o celebracions de caràcter religiós. Les motivacions que porten el turista a assistir a aquests actes solen ser també de ca-

ràcter cultural, encara que també hi poden tenir cabuda les creences, i fins i tot la simple diversió (manifestació lúdica). Des d'aquest punt de vista, es podria definir el turisme religiós com un complement del vessant espiritual i cultural, que dona lloc a la interacció entre persones i cultures.

Encara que el turisme religiós es divideixi en aquests tres segments, la realitat és molt més complexa perquè les manifestacions a què s'ha fet referència solen estar superposades. S'ha de reconèixer l'existència de productes que són destinacions turístiques complexes, en què es reuneixen els tres aspectes examinats (com el Camí de Sant Jaume).

Per concloure aquest apartat, proposem una definició, de les moltes possibles, de turisme religiós, que és la que proposa el pare Parellada:

“Per turisme religiós s’entén aquell tipus de turisme que té com a motivació la visita de llocs sagrats (santuaris, convents, monestirs, esglésies, ermites, catedrals...) o la participació en celebracions religioses (Setmana Santa de Sevilla, per exemple) per descobrir el geni loci, és a dir, l’essència religiosa, el missatge que transmeten, el valor històric i la bellesa artística. Això no exclou, sinó que comprèn en moltes ocasions l’oració i la celebració dels sacraments.” (Parellada, 2009, 22)

S'ha d'advertir que ens trobem davant un segment turístic en expansió, com veurem més endavant, però que presenta aspectes i matisos molt particulars, que el fan destacar-se d'altres tipologies turístiques.

4.2. El turisme espiritual

Turisme espiritual és un concepte poc treballat des del punt de vista acadèmic, segurament perquè l'adjectiu espiritual és difícil de definir i permet incloure diferents tipologies d'oferta sota aquesta etiqueta.

Si busquem en el Diccionari de la llengua catalana, espiritual és “que és esperit; pertanyent a l'esperit, no material. Relatiu o pertanyent a la vida interior de l'ànima”.

La paraula espiritualitat ve del mot llatí spiritualitas, una paraula abstracta, relacionada amb la paraula grega pneuma, que vol dir 'respirar'.

“En el concepte, d'origen grec, convergeixen tres dimensions de la persona: cos, psique i esperit. S'entén esperit com a centre de la persona, com a obertura a l'infinít i trobada amb el Misteri, i com a realització ètica que infon direcció i sentit a la corporeïtat i el psiquisme.” (Alzamora, 2006, 33)

En l'Antic Testament, en les obres de sant Pau, la paraula espiritualitat es fa servir per diferenciar allò espiritual d'allò material. Segons sant Pau, la persona espiritual és aquella en què l'ésser i la vida són guiats per l'esperit de Déu, és la vida segons l'esperit de Déu (Devereux, 2003).

A partir del segle XII es comença a estendre una visió simplista de les idees de sant Pau, que confonen l'espiritualitat amb el desdeny per al cos i allò material; l'esperit és bo i el cos és dolent. Només a partir del segle XVII es recupera el sentit d'espiritualitat com a estil de vida guiat per Déu, però entès com a estil de vida viscut en el món diari, no separat del món.

Estradé defineix espiritualitat com:

“Les maneres concretes de portar a la vida de cada dia, en tots els seus nivells i a cada moment, la realitat de què per la fe tenim consciència: de ser guiats per l'Esperit (cf. Rm 8,14). Una sola espiritualitat, perquè el Nou Testament n'és la font; diverses espiritualitats, perquè els modes d'entendre, de viure i d'aplicar tanta riquesa no són, ni cal que siguin, per a tothom els mateixos.” (Estradé, 1996, 28)

Recentment, alguns autors han aplicat el terme espiritual al mot turisme, situant-lo entre el turisme cultural i el turisme religiós. El segment de turistes motivats espiritualment constitueix una tendència emergent. És un tipus de turista que busca llocs que evocin un sentit particular de l'espai capaç de contribuir al rejuveniment mental i espiritual del visitant. Les necessitats específiques d'aquest segment són molt difícils de definir ja que formen part d'un terreny molt subjectiu i personal.

Moltes vegades aquesta tipologia de turisme es relaciona amb el turisme religiós. Una de les definicions de turisme espiritual que es proposa en la reunió d'experts en turisme religiós de l'ATLAS, celebrada a Fàtima el 2003, és la que entén el turisme espiritual com:

“una forma de turisme orientat religiosament, que és satisfactiu emocionalment, que implica visitar temples arquitectònicament significants, participar en recessos o recórrer rutes de pelegrinatge europees”. (ATLAS, 2003, www.atlas.org)

L'estudi de l'OMT sobre els valors espirituals del turisme (1979) es refereix a productes com turisme ecumènic, intercanvis internacionals, viatges d'especial interès espiritual i cultural amb temàtica d'artesanía, arqueologia o educació que poden desenvolupar-se per intercanviar valors espirituals i assegurar una millor comprensió de la gent.

McGettigan (2003) ens presenta el vincle entre turisme espiritual i turisme cultural (gràfic 3). En essència, al cor del turisme espiritual hi ha el desig de gaudi intel·lectual, significació espiritual i benestar; valors que també podem trobar en el turisme cultural de forma general.

Des d'aquest punt de vista, la interacció cultural/espiritual es pot entendre de la manera següent:

- Cultural, que es pot entendre com el conjunt de possibilitats que s'ofereixen objectivament a qualsevol persona que vulgui cultivar-se humanament.
- Espiritual, que tracta, des d'un punt de vista subjectiu, l'àmbit més proper a cadascú, com una invitació a trobar una interioritat en un mateix.

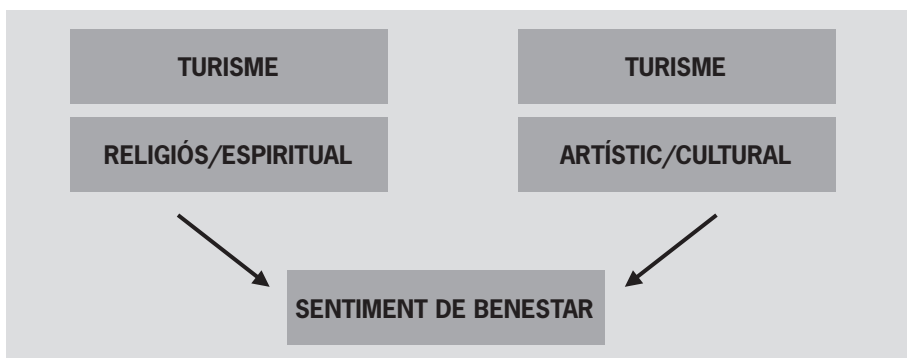
En aquest sentit, l'adjectiu *espiritual* s'aplica més específicament al turisme religiós que l'adjectiu *cultural*, ja que pot afavorir un benestar espiritual, proposant un plantejament interior.

El gràfic 3 ens dibuixa un marc molt interessant. El turisme ha afavorit el desenvolupament de recers i altres sessions religioses que permeten als visitants trobar-se en un lloc tranquil i favorable a la reflexió, lluny del brogit de la vida moderna. Hi ha programes d'estades amb finalitats espirituals, pelegrinatges als grans santuaris cristians o viatges culturals que tenen un caràcter espiritual.

Si analitzem les possibles relacions podem identificar diferents tipologies d'oferta espiritual; sempre tenint present que l'element clau en el turisme espiritual és el gaudi de l'esperit. Tal com apunta Mottura (1993), el turisme espiritual no necessàriament ha d'estar vinculat als espais religiosos i a les motivacions religioses.

“L'art, en particular la pintura, l'escultura i la música, des de sempre han servit per manifestar el sagrat però, avui en dia, la dansa, el teatre, el cinema, la literatura són també cada cop més vehicles del pensament espiritual. [...] Un nou mercat s'està formant, compost per nous actors i nous consumidors: un mercat espiritual, animat per la necessitat d'un coneixement exigent, més enllà dels sistemes religiosos reglamentats.”

(Mottura, 1993, 155)



Gràfic 3. Motivacions en el turisme espiritual i el turisme cultural.

Font: McGettigan (2003).

Així, i en funció de la relació presentada anteriorment, nosaltres proposem parlar de turisme espiritual en espais religiosos/sagrats, de turisme cultural motivat espiritualment, de turisme religiós motivat espiritualment i de turisme espiritual, pròpiament dit.

a) Turisme espiritual en espais religiosos/sagrats

Aquesta tipologia està vinculada als espais o recursos religiosos i és el punt d'intersecció entre turisme cultural, espiritual i religiós. La diferenciació entre les tres tipologies és molt difícil i confosa, ja que inclou diferents aspectes, des de la motivació fins a la intensitat de les creences. Per tant, combina aspectes objectius amb aspectes subjectius. La característica comuna entre les tres tipologies és que té lloc en els recursos religiosos/espais sagrats.

La majoria d'aquests recursos són elements patrimonials de rellevància arquitectònica, artística, històrica, etc., com són santuaris, catedrals i monestirs. Però, i recordem el capítol anterior, també poden incloure elements vinculats amb el seu emplaçament en espais geogràfics simbòlicament representatius. Estem parlant d'espais eterns, espais que a través del seu emplaçament geogràfic, a través de la seva arquitectura, són capaços de fer-nos reflexionar, de fer elevar el nostre esperit als pensaments més nobles.

b) Turisme cultural motivat espiritualment

De la mateixa manera, el turisme espiritual es pot donar en espais pertanyents al patrimoni cultural que no estiguin vinculats a un ús religiós.

L'art, en particular la pintura, l'escultura i la música, ha servit sempre per manifestar el sagrat però en els nostres dies, la dansa, el teatre, el cinema, la literatura, són cada vegada més vehicles del pensament espiritual.

En general, les definicions de turisme cultural preveuen la visita dels llocs i monuments i l'experiència de la forma de vida i cultura de les àrees visitades, però no aprofundeixen la motivació espiritual del turista.

Aquí podríem entrar en la discussió de fins a quin punt tots els turistes culturals estan, en poca o molta mesura, motivats espiritualment, ja que en la majoria dels casos l'objectiu final és el gaudi intel·lectual. Fins a quin punt podem considerar la visita a un museu vinculada al turisme espiritual, atès que satisfà les necessitats de gaudi intel·lectual?

De totes les relacions presentades, aquesta és de les més complexes. D'aquests espais, n'hi ha molts que, més que estar vinculats a una tipologia de turisme religiós, estan vinculats al turisme cultural però, a la vegada, són considerats espais sagrats, per tant, un cop més, es confirma la vinculació entre cultura, religió i espiritualitat.

c) Turisme religiós motivat espiritualment

Paral·lelament a aquest turisme amb “motivació religiosa”, tractat en el punt 6.1, apareix un turisme amb “curiositat religiosa”. En efecte, el visitant de finals del segle XX, que en general té poca cultura religiosa, sembla atret per les visites patrimonials, que poden aportar-li uns coneixements en aquest àmbit o simplement provar-li una transcendència.

Així, el patrimoni religiós es beneficia del creixent interès del gran públic. El patrimoni religiós, més ben valoritzat i comunicat, pot prendre's sota el prisma sagrat o simplement a través d'una visió històrica i cultural, a elecció del visitant.

El turisme religiós pot ser interpretat com el vehicle d'un turisme cultural que acompliria una funció de suplement espiritual més o menys reeixida; i es pot reconèixer que a través de l'art sacre, en totes les seves formes, es perfila una certa recerca d'espiritualitat.

El turisme religiós està passant de tenir motivacions purament religioses a tenir unes motivacions espirituals més àmplies, cosa que obre una àmplia gamma de nous productes i destinacions.

El nombre creixent de pelegrins que viatja als llocs sants de tot el món indica la quantitat de gent que marxa fora un temps per dedicar-lo a un període de contemplació o de renovació espiritual.

Pel que fa al pelegrinatge i l'espiritualitat que hi ha associada, l'exemple del camí que porta des de molts llocs d'Europa a Santiago de Compostel·la és un bon exemple pràctic; com també ho és el cas de Taizé, que porta cada any milers de joves d'arreu del món a aquesta petita comunitat francesa. Taizé està situada a prop de Cluny, on el 1940 el germà Roger creà una petita comunitat sota les premisses de la senzillesa i la bondat. Avui, la comunitat aplega uns cent germans de procedències diverses, essent un símbol de reconciliació entre cristians i pobles dividits.

d) Turisme espiritual, pròpiament dit

Cada vegada més llocs, religiosos i seculars, s'estan convertint en llocs de “retir” per a aquelles persones que estan interessades en vacances espirituals, i cada vegada s'ofereixen més i més cursos d'espiritualitat, desenvolupament personal i teràpies alternatives. Aquest creixement s'explica no només pel fet que la gent té més consciència de la seva pròpia espiritualitat, sinó també per les limitacions pràctiques de la vida quotidiana. El fet que la feixuga rutina diària faci que la gent es vulgui retirar en un lloc espiritual, també significa que no hi ha temps per fer-ho durant el seu temps de lleure. Per això, les vacances s'estan convertint en un espai cada cop més important per al desenvolupament personal, espiritual i creatiu. De la mateixa manera, autors com Liogier (2009) o Bölling (2009) associen aquest tipus de turisme al turisme de salut, benestar i wellness.

Pine i Gilmore (1999) parlen de la manera en què el consumidor té l'oportunitat de ser canviat per l'experiència. Així, el turisme esdevé una activitat d'autodesenvolupament. El turisme pot oferir als visitants l'oportunitat de desenvolupar el seu potencial a través de la participació en cursos i experiències d'aprenentatge característics de la destinació que han escollit com a lloc de vacances o com a punt final del seu viatge.

La xarxa ATLAS ha analitzat també el turisme creatiu, que es pot entendre com una evolució de les formes passives tradicionals de turisme cultural cap a una implicació més activa del turista en la vida cultural dels llocs que visita. Aquesta forma de turisme reflecteix el resultat d'un canvi de valors cap al desenvolupament personal més enllà dels simples aspectes materials del consum. Des d'aquesta darrera perspectiva, el turisme espiritual pot ser un complement important per a l'oferta turística en general, sobretot vinculada a llocs tranquils, de reflexió, amb activitats paral·leles de lectura, pintura, caminades... que fomentin la reflexió i el creixement personal i espiritual.

En conjunt, les diferents opcions de turisme espiritual que hem presentat permeten oferir i combinar una oferta tradicional amb una oferta més innovadora, combinant el patrimoni artístic, religiós i arquitectònic amb noves perspectives i activitats.

Atès que l'espiritualitat està basada en una experiència viscuda i que l'aprenentatge i el gaudi intel·lectual i espiritual són només alguna cosa que podem fer individualment, la qüestió del turisme espiritual no és tant com oferir experiències de creixement o escapades de la realitat, sinó com generar situacions amb els visitants, més que per ells, per tal d'oferir-los temps i espais de reflexió, i com, durant el seu temps de viatge, poden créixer en el coneixement d'ells mateixos, dels altres, de la terra o de la realitat transcendental.

En la mateixa línia que alguns autors apunten que el turisme és una forma moderna de pelegrinatge, ens podríem plantejar si tot turisme pot ser considerat espiritual.

“Els turistes busquen satisfer una enorme varietat de necessitats personals i espirituals, per tant, classificar tot el turisme com una resposta a la incertesa col·lectiva de la modernitat i, per tant, a una recerca espiritual, seria enganyós.” (Sharpley, 2005, 163)

El nostre punt de vista coincideix amb el de Sharpley i, per tant, al nostre entendre no tot el turisme pot ser considerat espiritual ja que les motivacions finals poden variar molt entre uns visitants i uns altres i no sempre hi ha una motivació de gaudi espiritual i reflexió.

4.3. El turisme cultural

El turisme cultural ha estat identificat com una de les àrees amb més creixement dels últims anys pel que fa al turisme en general. S'ha escrit molta bibliografia sobre turisme cultural, especialment en la darrera dècada, per això el que pretenem és fer una breu

conceptualització, sense ànims de ser exhaustius, simplement per il·lustrar les estretes relacions que manté amb les tipologies tractades fins ara.

El turisme cultural és una activitat de naturalesa ambigua, ja que no es pot considerar com una pràctica cultural pròpiament dita ni participa totalment del mateix conjunt de trets característics del turisme (Coelho, 2000).

Com en el cas del turisme, hi ha qui s'aproxima al terme des d'un punt de vista econòmic (posant èmfasi en la qualitat dels serveis prestats i els ingressos que se'n deriven) i qui ho fa des del vessant de la sociologia (posant en relleu els aspectes relacionats amb l'experiència, la contemplació, el desig de cultivar-se, etc.).

Una de les primeres definicions de turisme cultural és la que proposen l'OMT i la UNESCO el 1985, que l'entenen com "tots els moviments de persones... que satisfan la necessitat humana de diversitat i tendeixen a fer augmentar el nivell cultural de l'individu i a produir nous coneixements, experiències i encontres". Més endavant, l'OMT va proposar una definició més acotada que inclou "els moviments de persones amb motivacions, bàsicament culturals, com circuits d'estudis, circuits culturals i d'arts de l'espectacle, viatges a festivals o altres esdeveniments culturals, visites a monuments, viatges per estudiar la natura, el folklore o l'art i els pelegrinatges".

El projecte ATLAS el 1991 defineix el turisme cultural a partir de dues aproximacions.

"La definició conceptual el defineix com el moviment de persones a atraccions cultes lluny del seu lloc habitual de residència, amb la intenció d'aprendre nova informació i experiències per satisfer les necessitats culturals. La definició tècnica el defineix com tots els moviments de persones cap a atraccions cultes específiques, com llocs del patrimoni, manifestacions cultes i artístiques, arts i drama, lluny del seu lloc habitual de residència." (Richards, 1996, 23-24)

Turisme cultural és un terme àmpliament utilitzat per descriure una opció de vacances o per identificar un nínxol de mercat; però, en realitat, el terme és àmpliament utilitzat i malentès (Richards, 1996). El turisme cultural no es pot entendre només com una nova tendència en el mercat; el seu creixement s'explica com una conseqüència d'unes tendències socials i econòmiques que marquen el període de la postmodernitat (Harvey, 1989).

Donaire (2008) parla de diferents significats de turisme cultural.

"És evident que el terme turisme cultural aixopluga experiències molt diferents i, en alguns casos, antagoniques. Ja hem vist que és un concepte format per dos termes polisèmics –turisme i cultura–, de manera que la síntesi multiplica les accepcions. Una taxonomia dels usos del turisme cultural permet identificar almenys sis significats: el turisme culte, el turisme de la cultura (o monumental), el turisme del patrimoni, el turisme

de les cultures (o etnològic), la cultura 'turistificada' o el viatge extraordinari." (Donaire, 2008, 29)

Tal com hem vist en el punt anterior, un dels elements clau per al turisme són els recursos que motiven les visites, en aquest cas, els recursos culturals. Segons la Comissió Europea, aquests són "qualsevol lloc, estructura, artefacte o esdeveniment, l'experiència del qual augmenta l'apreciació del visitant sobre els orígens, els gustos i costums de la regió receptora" (UE, 1988). A grans trets, els recursos culturals els classifiquem en cinc tipologies: art, arquitectura, llengua i literatura, història i arqueologia i religió.

És important fer notar que la majoria de les atraccions estan classificades com a arquitectura; en canvi, generalment, hi ha poques entrades com a religió. Per exemple, la majoria de les catedrals es consideren art o arquitectura, més que per la seva importància religiosa. És en aquest context que els llocs religiosos s'han sumat a l'arena cultural i estan etiquetats com a "turisme cultural". Tal com proposa Volozinskis (1991) més aviat podríem parlar de turisme en espais religiosos o de turisme cultural de temàtica religiosa.

Aquesta forma de turisme, que està vinculada a cultura i autenticitat i intenta omplir el temps lliure amb activitats menys frívoles que les d'un simple paquet de viatge, contribueix a un sentiment compartit d'aproximació i, a vegades, de confusió entre el turisme, el turisme religiós i algunes formes de pelegrinatge.

Tot i això, el turisme cultural inclou un ventall més ampli de propostes. De fet, un aspecte problemàtic és que la visió o percepció de la cultura està canviant. Abans, els turistes culturals viatjaven sobretot per veure "alta" cultura a la destinació escollida, especialment museus i monuments. Avui dia, en canvi, molts dels productes turístics inclouen elements de la cultura popular, com la gastronomia o el cinema.

Això fa que sigui extremament difícil calcular les magnituds del turisme cultural, i explica les diferències en el càlcul d'aquesta dada segons la seva procedència. Per exemple, els resultats del darrer estudi realitzat per ATLAS afirmen que la motivació principal dels turistes culturals és la combinació d'ambient, cultura local i història, juntament amb la voluntat d'aprendre coses noves. Els llocs "tradicionals" (museus, galeries d'art i monuments) continuen essent els llocs més visitats, però hi ha una tendència cap a una major dispersió de visitants entre diferents tipus de llocs d'interès cultural i un desplaçament dels punts d'interès del "patrimoni" cap a les "arts".

Tal com apunta Richards (2004) no tot el consum cultural dels turistes té motivacions culturals. En el conjunt dels turistes, el percentatge de turistes motivats principalment i únicament pel desig de cultivar-se i de tenir experiències culturals és molt reduït. Per contra, molts turistes que afirmen no tenir com a motivació principal la cultura, són usuaris d'equipaments culturals durant les seves vacances (visita a un museu, un monument, etc.). En aquest context, s'han fet nombrosos intents de tipificar i classificar els turistes culturals.

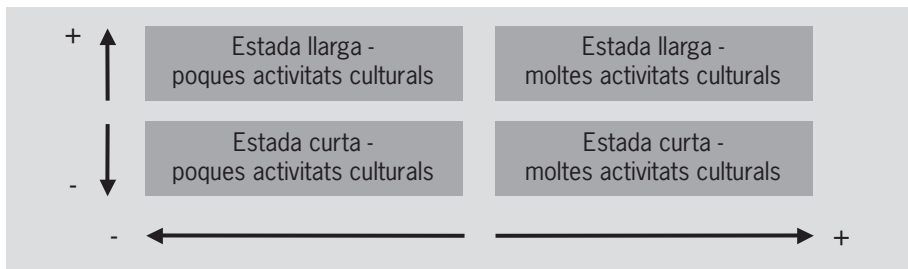
Stebbins (1996) identifica el turista cultural general com el que visita diferents llocs geogràfics com països, ciutats i regions, prenent formes culturals com l'art o l'arquitectura. També hi ha el turista cultural especialista que es centra en un nombre petit de llocs o entitats culturals. Aquest turista visita repetidament un lloc per tal d'ampliar-ne el seu coneixement cultural o va a diferents llocs buscant diferents exemples d'art, història, festivals o museus. Bywater (1993) segmenta els turistes culturals entre els motivats culturalment, els inspirats culturalment i els atrets culturalment.

Segons aquests autors, el turista motivat culturalment escull la destinació de les vacances en funció dels serveis culturals que ofereix. És un tipus de turista que està molt motivat per aprendre. Generalment passa diversos dies a la mateixa destinació, ha preparat acuradament el viatge, té un nivell alt de coneixement i sol utilitzar els serveis d'un guia professional. Aquesta tipologia de turista és minoritària en el mercat turístic global (al voltant d'un 5%).

El turista inspirat culturalment visita llocs culturals coneguts, grans exposicions i festivals, etc., és a dir, està motivat per temes culturals específics. Es podria qualificar com un "consumidor cultural" que viatja arreu buscant experiències en diferents llocs. En certa manera, aquesta tipologia de turista cultural té un component de turisme de masses, ja que freqüenta els llocs i les ofertes més reconeguts, però no aprofundeix en una destinació o oferta.

El turista atret culturalment és un turista motivat per l'oci i el lleure, que passa les vacances en una destinació turística i que ocasionalment pot visitar un recurs cultural com a diversió en el seu programa de vacances. És un segment creixent, ja que cada vegada més en el mercat turístic hi trobem en un mateix paquet la combinació de diferents ofertes: esportives, culturals, naturals, de lleure...

Gali (2011) fa una proposta de tipificació dels turistes culturals en funció de l'estada i del volum de les activitats culturals que realitzen en la destinació (gràfic 4). Les activitats culturals inclouen multiplicitat d'experiències, com visitar un monument, un museu o un lloc històric o artístic, consumir una gran activitat cultural (com un festival, una fira, un ritual); consumir cultura de masses (teatre, dansa, concerts); o provar la gastronomia local, entre d'altres.



Gràfic 4. Tipologies de turisme cultural.

Font: Gali (2011).

En funció de la durada de l'estada i les activitats realitzades, Galí (2011) proposa tres nivells de culturització: baix, mitjà i alt, tal com veiem en la taula 3.

Experiència	Estada curta (1-4 dies)	Estada mitjana (5-10 dies)	Estada llarga (11-17 dies)	Estada excepcionalment llarga (<17 d.)
Cultural baixa	1-2 activitats	3-4 activitats	5-6 activitats	7 o + activitats
Cultural mitjana	3-4 activitats	5-6 activitats	7-8 activitats	9 o + activitats
Cultural alta	5-6 activitats	7-8 activitats	9-10 activitats	11 o + activitats

Taula 2: nivell de culturització.

Font: Galí (2011)

Evidentment, si volem avaluar el grau de motivació cultural no podem tenir en compte només les activitats realitzades, sinó que aquesta xifra ha d'estar ponderada en funció de l'estada.

En general, el turista motivat culturalment (que és el turista cultural especialitzat o el turista amb una culturització alta) es distingeix de la resta dels turistes perquè està interessat en el sentit i simbolisme dels llocs religiosos, monuments i pràctiques, i vol aprofundir el seu coneixement; però no arriba a assolir l'estatus de pelegrí o turista religiós, que sent i percep la naturalesa sagrada dels llocs on es troba i participa en els actes religiosos.

Les diferències entre turisme religiós i turisme cultural no estan definides clarament i amb freqüència poden traçar-se línies d'interacció. Turistes culturals visiten esglésies, santuaris i catedrals; i turistes religiosos visiten i fan excursions i visites a llocs culturals a prop de destinacions religioses.

Richards (2004) i Rinschede (1992) afirmen que el turisme religiós podria ser un subgrup dins el turisme cultural. També San Petrillo (2003) considera que el turisme religiós forma part del turisme cultural i el situa en un contínuum que va del sagrat (pelegrinatge) al profà (turisme recreacional). Juntament amb les motivacions estrictament religioses n'hi ha d'altres de culturals relacionades directament amb l'entreteniment i indirectament amb la religió.

A banda d'això, és difícil d'entendre clarament la motivació real de les visites als llocs religiosos.

“L'experiència demostra que les motivacions i comportaments típics dels pelegrins i les típiques dels turistes religiosos sovint coexisteixen en el mateix individu i, fins i tot, en grups de visitants. Remarcant la motivació espiritual, crea seriosos problemes quan les esglésies són visitades de la mateixa manera que altres assentaments culturals i, com a tals, són subjectes que s'han integrat en sistemes de gestió econòmica.”
(Shackley, 2002, 345)

Des del nostre punt de vista, tot i que les relacions entre turisme cultural i religions són evidents, no només per la coincidència en els mateixos espais, sinó també per la barreja de motivacions, considerem que són dues realitats que cal entendre per separat i no com a tipologies subordinades (el turisme religiós no és un subgrup del turisme cultural, ni a l'inrevés).

4.4. El turisme religiós en espais rurals

Dins el marc d'aquest estudi, és important, també, tenir en compte la relació del turisme religiós amb els espais rurals i el turisme rural, sobretot perquè, a Catalunya en general i a les comarques gironines especialment, part de l'oferta i recursos del turisme religiós es troben en aquest entorn rural.

La definició de turisme rural és complexa perquè inclou molts elements i pràctiques diferents, de manera que la mateixa Unió Europea a l'hora de fer-ne la definició ho fa per exclusió, entenent que són aquelles activitats que es desenvolupen fora del medi urbà. Es podria fer una llarga dissertació sobre el concepte de turisme rural i altres conceptes relacionats com el d'agroturisme, ecoturisme, etc., però no és l'objectiu d'aquest estudi.

Sí que és cert, però, que molts autors relacionen el concepte de turisme rural amb el turisme cultural (pel patrimoni cultural tangible i intangible de les zones on es desenvolupa), amb el turisme actiu i esportiu i amb el turisme de salut.

Segons Pedreño (1996) i Colombram (2007), l'origen i el desenvolupament del turisme rural no han estat igual en els diversos països d'Europa. En alguns països, aquesta tipologia turística té una llarga història i és part important de l'oferta turística, mentre que en altres països, com per exemple Espanya, és un fenomen més recent.

El turisme rural espanyol té els seus orígens durant els anys seixanta (1967) amb la creació del Programa Vacaciones en Casas de Labranza, a càrrec del Ministerio de Agricultura y de la Subsecretaría de Turismo. Aquest programa es creà amb la finalitat d'ajudar econòmicament l'agricultura i es basava a conviure directament amb la família d'agricultors, conèixer-ne les feines, problemes i quina era la seva manera de viure (Pedreño Muñoz, 1996).

El turisme rural s'emmarca en el que s'ha denominat turisme postfordista, que sorgeix com a resultat d'una sèrie de factors i canvis de les societats postindustrials, que han adoptat

unes noves tendències de consum recreatiu. Els espais rurals han passat a tenir nous usos i un d'aquests és l'ús turístic. Aquest redescobriment dels espais d'interior, i la reconversió de l'espai del patrimoni rural per a usos turístics, ve acompanyat de la revaloració d'aspectes com l'autenticitat, la identitat cultural dels llocs, la revaloració de les arrels i una conscienciació mediambiental de les societats urbanes.

Catalunya va ser una de les primeres comunitats autònomes que va regular el turisme rural amb un primer decret creat el 1983 i revisat posteriorment a causa del gran increment de l'oferta que es va produir.

També és cert que hi ha una estreta correlació entre pelegrinatge i turisme rural, ja que, en les seves formes, el pelegrinatge s'assimila molt al senderisme, amb la diferència que en el cas del pelegrinatge no només hi ha una motivació religiosa darrere, sinó que el camí en si mateix forma part també d'aquesta experiència de trobada amb el transcendent.

Es defineix com a peregrinació el viatge emprès per motius de fe a un lloc que es considera sagrat per fer-hi uns determinats actes, de devoció i penitència (document de la Santa Seu sobre el pelegrinatge, 2000). San Petrillo (2003) afegeix que es pot fer sol o amb altres persones, afavorint l'experiència de la vida en comunitat, el creixement de les virtuts cristianes i un alt coneixement religiós.

El pelegrinatge és un viatge físic que simbolitza i reflecteix el nostre viatge personal a la vida. La necessitat de posar en una recerca física un objectiu espiritual és comuna a tota la humanitat. Recordem els versos de Kavafis:

“Quan surts a fer el viatge cap a Ítaca, has de pregar que el camí sigui llarg, que siguin moltes les matinades que els teus ulls albiren un port que no coneixies.”

“Si l'essència de la vida és moure's, el caminar serà un fet vital. [...] El camí en el context bíblic sempre ha estat ocasió de teofanies; perquè el camí reuneix en si les condicions imprescindibles per una obertura a la transcendència. El camí és la recerca i disponibilitat, l'obertura per a la receptivitat, purificació (l'aigua es purifica lliscant pels vessants de les muntanyes), el camí és pobresa i humilitat davant l'autosuficiència, és llibertat i alliberació davant l'esclavitud i limitació del quotidià; és esforç i disciplina davant la comoditat i instal·lació. El camí afavoreix l'escola i l'atenció, correspon plenament amb el dinamisme vital de tota persona. [...] El camí sempre ha tingut afinat amb l'esperit.” (Alzamora, 2006, 49)

Així, doncs, turisme rural, turisme espiritual i pelegrinatge comparteixen trets en comú i, el que és més important, comparteixen un mateix espai. Segons Smith (1992), els pelegrinatges contemporanis i el turisme tenen en comú tres elements operatius que poden variar segons la intensitat: ingressos adequats i recursos per al viatge; temps lliure i apreciació social.

“El pietós pelegrí en la seva recerca de l'experiència religiosa travessarà camins amb turistes seglars que busquen satisfer la seva curiositat sobre el lloc sagrat i, potser també, sobre els pelegrins.” (Smith, 1992, 4)

Un dels sentits del pelegrinatge que podem associar amb el turisme és la recerca de l'harmonia entre l'ànima i el cos. El fet de gaudir amb l'entorn (tant cultural, material i immaterial, com natural) és un component essencial de les peregrinacions contemporànies. El renaixement actual del fenomen del pelegrinatge té molt a veure amb la recerca de l'harmonia entre l'ésser humà i la naturalesa. La ruptura dels equilibris ecològics accelerada pels models de desenvolupament actuals dona lloc a un pelegrinatge l'únic objectiu del qual consisteix en el retrobament amb la naturalesa i la recerca d'una harmonia interior de l'ésser humà amb aquesta. Per tant, de nou, la relació amb l'entorn natural i amb el turisme rural és fonamental.

De fet, hi ha una extensa literatura que explora la idea que el procés del turisme en si mateix representa un viatge sagrat; podem destacar autors com Graburn (1989), Cohen (1992) i MacCannell (2003). Es poden veure molts paral·lelismes entre el turisme, en un sentit recreacional, i visitar un lloc sagrat. El turisme representa el contrast entre el temps de treball quotidià (temps profà) i el temps extraordinari, no quotidià, del període de les vacances (temps sagrat). Les vacances moltes vegades impliquen viatjar, accentuant la diferència entre l'espai quotidià (casa / espai profà) i l'espai no quotidià (el destí de les vacances / espai sagrat). Urry suggereix que aquesta tendència a mirar quantitats de llocs més que seleccionar els llocs que tenen un sentit simbòlic profund per a l'individu és el reflex de la falta de religiositat portada a la mirada del turista.

5. El patrimoni religiós a les comarques gironines

Un cop definit el marc conceptual, és el moment de veure quins són els recursos de què es disposa a les comarques gironines i que es poden posar en valor per al turisme. Més enllà de fer un inventari exhaustiu de tots els elements, el primer que es farà és analitzar quins elements formen part d'aquest patrimoni, tant de manera tangible com intangible.

El que sí que cal tenir present, però, és que no hi ha un inventari del patrimoni religiós. S'han fet diversos intents des de l'Església i altres administracions però aquesta tasca és molt complexa. Com a exemple, el 1997, la Conferència Episcopal Italiana, d'acord amb el Ministeri de Patrimoni Cultural i ajudat per les diòcesis italianes, ha promogut el desenvolupament d'una pàgina web que inclou una llista del patrimoni cultural de l'Església. A finals del 2002, la pàgina incloïa 42.971 llocs. La pàgina està subdividida en diferents àrees: litúrgia, escriptures sagrades, teologia i iconografia. La llista en línia és un suport excel·lent per ensenyar i per a la recerca científica. La seva originalitat rau en l'ús de les eines d'informació més avançades per permetre posar en valor el patrimoni cultural de l'Església (San Petrillo, 2003).

5.1. El patrimoni tangible

Aquest és un dels aspectes en què la confluència entre turisme, cultura i espais sagrats és més evident. Per al desenvolupament del turisme (sigui cultural o religiós) és necessària la presència de les infraestructures turístiques, pròpiament dites, juntament amb els elements patrimonials religiosos i els equipaments culturals susceptibles d'atreure la mirada del turista.

L'activitat turística està lligada a l'existència de recursos turístics que atreguin els visitants cap a una regió. Aquests recursos turístics inclouen des dels elements naturals (paisatge, relleu, recursos relacionats amb l'aigua, etc.) fins als elements del patrimoni cultural (monuments, esglésies, etc.).

Malgrat tot, el desenvolupament de l'activitat turística no només està condicionat per l'existència d'aquests recursos, sinó també per l'existència d'una sèrie d'infraestructures i serveis que acullin el turista durant la seva estada i li garanteixin una experiència turística satisfactòria.

Pel que fa a les activitats turístiques trobem les activitats relacionades amb l'allotjament, la restauració, la recreació, el transport, la intermediació i la informació. A grans trets, segons la literatura especialitzada, podem identificar tres tipologies d'infraestructures turístiques: els béns i serveis principals; les prestacions complementàries, i les infraestructures i els equipaments.

Amb el terme béns i serveis principals, fem referència a totes aquelles empreses que faciliten l'estada del turista i la fan més agradable i còmoda, bàsicament els establiments d'allotjament i els de restauració. Aquí hi comptem els establiments de turisme rural.

Dins les prestacions complementàries s'inclouen un gran nombre d'activitats i establiments molt diversos: oferta d'oci, museus, centres d'interpretació del patrimoni, etc.

Les infraestructures i els equipaments són el conjunt de facilitats creades per l'home per procurar l'accés i el gaudi de la destinació turística, com per exemple la xarxa viària i els serveis de transport públic, les oficines de turisme, les agències de viatges, etc.

Nosaltres, des del punt de vista del turisme cultural i el turisme religiós, proposem una nomenclatura diferent, segons la qual l'atractiu principal són els recursos religiosos, en què l'oferta complementària està formada pels serveis d'allotjament, restauració, intermediació, etc.

Pel que fa als recursos culturals, ens trobem amb la dificultat de delimitar quina és l'oferta cultural que configura el turisme, ja que la definició de cultura i patrimoni cultural és una definició que també ha anat evolucionant per incorporar nous elements com el patrimoni

intangibles en totes les seves manifestacions quan inicialment es considerava que els principals recursos eren monuments i museus.

Així, en les últimes dècades es constata la creació de nous escenaris de turisme cultural (patrimoni arqueològic, esdeveniments històrics, cultura popular, etc.) que complementen els grans centres d'interès historicoartístic que fins aquest moment havien estat els protagonistes dels desplaçaments turístics culturals.

Certs equipaments (ecomuseus, centres d'interpretació) i alguns esdeveniments culturals (grans exposicions, celebracions religioses) s'estan convertint en autèntics motors de demanda turística, amb la captació de grans masses de públic fins a destinacions que, a priori, no apleguen un patrimoni cultural d'especial singularitat (Projecte Transhumància).

Per tant, la connexió més visible entre turisme i religió són els milers d'edificis sagrats d'interès turístic visitats per turistes. La raó d'aquest interès s'ha de buscar, cada cop més, en el seu valor cultural i històric com a edifici sagrat, més que no pas per la seva finalitat religiosa. Dugandzija, 1986, afirma que l'Església ha preservat la majoria d'objectes de caràcter sagrat, fet que convenç els creients que, aquesta, en el desenvolupament de la història, ha preservat part del patrimoni nacional.

Quina és la funció dels elements religiosos en el turisme? Per respondre aquesta pregunta cal diferenciar entre el patrimoni moble religiós i el patrimoni immoble religiós. Els objectes sagrats mobles són importants per als turistes visitants, però bàsicament com a objectes d'art excepcionals pel seu valor històric i cultural, mentre que el seu significat religiós té poca importància per als creients.

Aquesta situació no es dona amb el patrimoni immoble. La funció dels objectes religiosos en el turisme és determinada per la seva funció en la religió, la qual distingeix dues tipologies d'edificis.

El primer grup inclou els edificis sagrats que són visitats pels creients per tal de dur a terme rituals religiosos i, per tant, per satisfer les seves necessitats religioses. L'Església catòlica n'és un clar exemple. "Tots els monuments religiosos d'un lloc, que estan sota la nostra gestió han de ser ben conservats, nets i ben valorats". Aquesta és una de les conclusions del Primer Simposi de la Pastoral de Turisme de Zadar el 1976.

El segon grup d'elements religiosos inclou nombrosos edificis que no tenen un caràcter religiós en el sentit tradicional de la paraula, però que són utilitzats pels creients i molt freqüentment pertanyen a organitzacions religioses.

Si apliquem aquesta classificació al turisme, hem de parlar de (Vukoni, 1996):

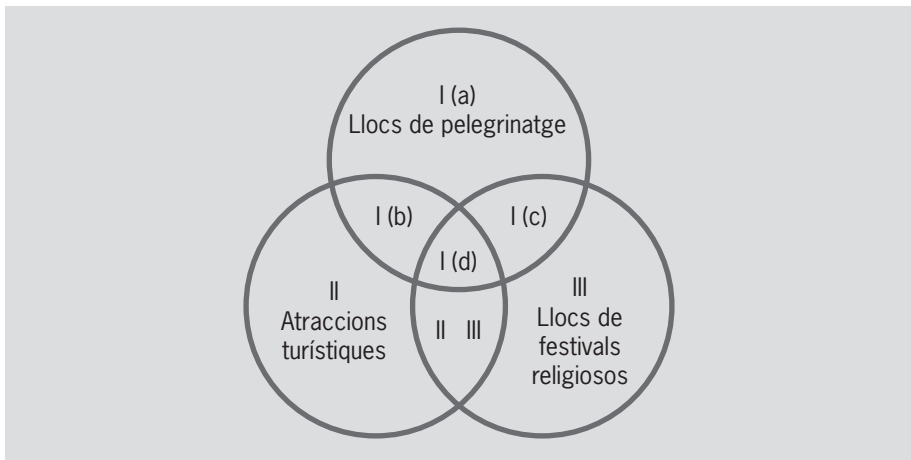
- Edificis religiosos, que són un factor atractiu de l'oferta turística, en el qual els turistes religiosos satisfan les seves necessitats religioses directament: esglésies, mesquites, temples, etc.

- Edificis que pertanyen a comunitats i organitzacions religioses, que s'ofereixen en serveis turístics i que són utilitzats per proveir serveis als turistes: monestirs, convents, seminaris, escoles religioses, etc.

La classificació més coneguda de les atraccions del turisme religiós va ser la publicada per Mary Lee i Sidney Nolan, després d'un complex estudi dels pelegrinatges a l'Europa occidental (Nolan i Nolan, 1989).

Tal com veiem en el gràfic, els recursos es classifiquen en tres grups:

- I. Temples de pelegrinatge. Llocs que són l'objectiu dels viatges de peregrinació.
 - a) Temples de relatiu baix valor com a atraccions turístiques. La majoria dels visitants són membres de grups religiosos.
 - b) Temples d'alt valor com a atracció turística. Els turistes tendeixen a superar en nombre els pelegrins. Són llocs famosos per l'art, l'arquitectura, les característiques del lloc, la història... Tot i que hi pot haver dies especials de pelegrinatge, no són llocs rellevants per a grans festivals religiosos.
 - c) Temples amb esdeveniments de pelegrinatge "pintorescos" celebrats anualment.
 - d) Temples que combinen la importància turística, festivals de pelegrinatge i la significació cultural, com Santiago de Compostel·la.



Gràfic 5. Classificació de les atraccions del turisme religiós.

Font: Nolan i Nolan (1989)

II. Atraccions turístiques religioses. Visitades per turistes seglars i recreacionals i grups turístics religiosos, però que no són considerats llocs de pelegrinatge. Aquí trobem moltes catedrals i monestirs.

III. Llocs de festivals religiosos. Inclou les processons de Setmana Santa i Corpus, i la majoria de les celebracions de Nadal. Esdeveniments associats a esglésies, algunes de les quals poden ser atraccions turístiques; així, els punts II i III es sobreposen.

Un temple del pelegrinatge, com un santuari, pot ser o no una atracció turística segons els seus valors artístics, històrics i arquitectònics. Els edificis religiosos poden tenir dues funcions; una és la seva funció original, la d'edificis en els quals els creients poden satisfer les seves necessitats religioses, i l'altra és la d'edificis de més o menys valor històric, cultural o artístic en el qual els turistes religiosos i els no religiosos admiren aquests valors com ho fan en un museu o una galeria. Aquesta segona funció és una funció profana dels edificis sagrats en el turisme i pràcticament eclipsa la seva funció religiosa, des del moment que la funció religiosa queda restringida a un segment molt concret de la demanda turística. Els edificis sagrats que tenen un interès especial des d'aquest punt de vista han perdut, pràcticament, la seva funció religiosa.

Les atraccions turístiques religioses que són especialment interessants inclouen edificis sagrats de valor especial, no només en el sentit arquitectònic, sinó també perquè són llocs d'especial interès històric, o perquè estan situats en paisatges idíl·lics, que atreuen el mateix nombre de pelegrins com de turistes. Les esglésies més conegudes i reconegudes a Europa d'aquest tipus inclouen, per exemple, la catedral de Chartres i l'abadia del Mont-Saint-Michel a França; el lloc de naixement de la reconquesta a Covadonga; el lloc de la mort de Rotllan a Roncesvalls, als Pirineus (de l'Estat espanyol); la catedral de Colònia, l'abadia d'Ettal a Alemanya... De totes maneres, s'ha de mencionar que hi ha un nombre relativament gran de temples locals i regionals que no atreuen l'atenció de gaires turistes, ja que són edificis de relatiu poc valor artístic o arquitectònic però que susciten una gran devoció en la seva àrea local o regional.

Els santuaris, com a recurs religiós, són espais on passen o arriben la majoria dels pelegrinatges organitzats. Segons Aucourt (1993), es pot distingir entre els santuaris de formació (com Roma), els santuaris arcaics (sovint locals i que es remunten a una tradició pagana com una font miraculosa), els santuaris medievals (Sant Jaume de Compostel·la), i els santuaris moderns (essencialment els llocs d'aparició de la Mare de Déu al segle XIX, com La Salette o Lourdes).

Els gestors dels recursos religiosos comencen a entendre, cada cop més, que els turistes tenen expectatives i necessitats diferents de les dels pelegrins. A grans trets, tal com diu Alois Riegl (1987), podem identificar dos comportaments diferents del turista davant el monument sagrat: el manteniment del culte en el seu sentit original de respecte religiós, i el culte fet als monuments físics de la memòria col·lectiva. A més, entre els visitants també

podem identificar el turista o curios que hi entra per motius de disponibilitat de temps, i també fa referència explícita als professionals del turisme

La relació fonamental entre el turisme cultural, el turisme espiritual i el turisme religiós està basada en els recursos religiosos comuns en les tres tipologies, i les diferències fan referència, sobretot, a les diverses motivacions i actituds dels visitants.

A grans trets, en funció de les tipologies d'espais sagrats (i centrant-nos sobretot en el cristianisme) i els serveis que hi podem trobar, distingim:

- *Catedrals, basíliques i grans esglésies.* Poden disposar de serveis d'acollida dels visitants, eines d'interpretació diverses i botiga. No tenen serveis com hostatgeria o restaurant, però, generalment, pel seu emplaçament, aquests serveis es troben en un radi de proximitat. També podem trobar-hi museus.
- *Esglésies parroquials.* No solen tenir serveis als visitants, a part dels d'acollida de la parròquia. A més, els serveis dels entorns dependran de la importància de les poblacions on estiguin situades. En alguns casos, fins i tot, pot haver-hi algun tipus de problemàtica relacionada amb els horaris d'obertura.
- *Ermites i altres esglésies no parroquials.* Moltes vegades solen estar en entorns rurals o en poblacions petites, per tant, una de les principals dificultats és l'obertura d'aquests espais. Tampoc solen tenir altres serveis.
- *Convents i monestirs.* Solen ser estructures més complexes que poden disposar de serveis d'acollida als visitants, botigues, museus i també opcions per a l'allotjament.
- *Santuaris.* Varien molt però també solen ser estructures més complexes que es poden assimilar, pel que fa referència als serveis que ofereixen, als monestirs i convents.

Al bisbat de Girona (que no coincideix exactament amb els límits provincials) hi trobem 382 parròquies i 12 santuaris; i a més hi ha nombroses ermites i capelles que no són parròquies. També hi ha nombrosos convents i monestirs. Per això, a l'hora de fer qualsevol proposta de posada en valor, el que cal tenir present és l'accessibilitat, fonamentalment, no només en referència als accessos, sinó també pel que fa a l'obertura i als serveis d'acolliment.

Hi ha algunes iniciatives per tal de posar en valor turísticament aquest patrimoni: per una banda, la posada en funcionament del tram català del Camí de Sant Jaume i, per altra banda, les rutes i itineraris que es proposen des del projecte Catalonia Sacra.

5.2. El patrimoni intangible

"El patrimoni immaterial no és solament seu de la memòria de la cultura d'ahir, sinó també el laboratori on s'inventa el demà." Koichiro Matsuura, director general de la UNESCO.

El temps sagrat és el temps durant el qual es duen a terme els rituals i cerimònies vinculats amb el culte. Segons la Generalitat, la cultura popular la integren:

“El conjunt de les manifestacions de la memòria i de la vida col·lectives de Catalunya, tant passades com presents. La cultura popular i tradicional inclou tot el que fa referència al conjunt de manifestacions culturals, tant materials com immaterials, com són les festes i els costums, la música i els instruments, els balls i les representacions, les tradicions festives, les creacions literàries, les tècniques i els oficis i totes les altres manifestacions que tenen caràcter popular i tradicional, i també les activitats que tendeixen a difondre-les arreu del territori i a tots els ciutadans.”

(Llei 2/1993, de 5 de març, de foment i protecció de la cultura popular)

La UNESCO defineix el patrimoni immaterial com les pràctiques, representacions i expressions, els coneixements i les tècniques, que procuren a les comunitats, els grups i individus, un sentiment d'identitat i continuïtat. Els instruments, objectes, “artefactes” i espais culturals associats a aquestes pràctiques formen part d'aquest patrimoni.

El patrimoni cultural immaterial és (UNESCO, 2002):

- *Tradicional, contemporani i viu alhora.* El patrimoni cultural immaterial no només inclou tradicions heretades del passat, sinó també usos rurals i urbans contemporanis característics de diversos grups culturals.
- *Integrador.* Podem compartir expressions del patrimoni cultural immaterial que són semblants les unes amb les altres. Tant si són d'un poble veí com si provenen de pobles que han emigrat a una altra regió, totes formen part del patrimoni cultural immaterial: s'han transmès de generació en generació, han evolucionat en resposta al seu entorn i contribueixen a infondre un sentiment d'identitat i continuïtat, creant un vincle entre el passat i el futur a través del present.
- *Representatiu.* El patrimoni cultural immaterial no es valora simplement com un bé cultural, a títol comparatiu, per la seva exclusivitat o valor excepcional. Floreix en les comunitats i depèn del coneixement de tradicions, tècniques i costums que es transmeten a la resta de la comunitat, de generació en generació, o a altres comunitats.
- *Està basat en la comunitat.* El patrimoni cultural immaterial només ho pot ser si és reconegut com a tal per les comunitats, grups o individus que el creen, el mantenen i el transmeten.

Per veure el pes i la rellevància del patrimoni intangible en aquest estudi s'han tingut en compte les celebracions litúrgiques, les misses i la seva freqüència, si hi ha aplecs, romeries, pelegrinatges, mostres de devoció popular, etc. S'han agrupat les dades en dos grups, un primer grup que fa referència al culte i un segon grup que fa referència a altres

aspectes del patrimoni intangible, com llegendes i aplecs, més clarament relacionats amb les mostres de religiositat popular.

5.2.1. Els actes litúrgics

Tal com hem dit, el primer aspecte que cal considerar és el que fa referència al culte. Els espais sagrats són, abans que res, espais de culte, en què destaquen les celebracions litúrgiques. Segons el concili II del Vaticà, la litúrgia és considerada com l'exercici del sacerdoci de Crist, en el qual, per mitjà d'una acció sagrada i comunitària, se significa i es causa la santificació de l'home, i tota l'Església, és a dir, el cap (Crist) i els membres (els cristians). La litúrgia comprèn constitutivament la missa, els sagraments, l'ofici diví i la celebració dels misteris de Crist a través de l'any litúrgic. Encara que conceptualment els actes litúrgics fan referència a les misses, els sagraments, celebracions, etc., creiem que cal diferenciar la celebració de l'eucaristia de la resta d'actes litúrgics.

La missa és un acte dels més normals, tant en la rutina d'aquests espais com en els aplecs, celebracions i festes. Per a una completa informació de la celebració de l'eucaristia, amb vistes a fer estudis de cadascun dels elements, seria convenient conèixer els horaris; l'assistència de cada missa, distingint entre misses diàries, de diumenge i de festes assenyalades (aplec, Nadal, Rams, Pasqua, Corpus, Pentecosta, festa major...) per observar els canvis que es produeixen segons el tipus de missa (decoració, objectes, actes, música, cants, participació dels fidels, etc.). La celebració de rituals és un clar indicador que aquests espais són vius i serveixen a una de les funcions per les quals van ser creats.

La culminació de la litúrgia es manifesta en la celebració dels sagraments, sobretot el de l'eucaristia i el de la penitència, però hi ha altres actes litúrgics com els casaments, bateigs, comunions, rosaris, pregàries, viacrucis, etc. Com hem vist en la introducció d'aquest punt, són totes aquelles celebracions relacionades amb el calendari litúrgic.

Hi ha altres pràctiques religioses ordinàries que es fan o es poden fer, com per exemple: el rís del rosari; la litúrgia de les hores com les matines, laudes, l'àngelus i les vespres; novenes, rogatives, vigílies, adoració nocturna, vista o exposició al santíssim, visites espirituals, recessos, pregàries, cants dels goigs o himnes, el mes de la Mare de Déu o del Sagrat Cor, etc. Tots aquests actes acaben de donar la configuració de festes, cerimònies i ritus, la fisonomia sacra dels espais sagrats.

En aquest mateix apartat caldria afegir una altra tasca pròpia dels espais sagrats i els espais de culte: la de l'espai d'oració, focus contemplatiu.

Altres actes que poden tenir lloc en els espais sagrats estan relacionats amb celebracions com casaments, bateigs, primeres comunions, confessions, exèquies, litúrgia de les hores com ara matines o laudes, pregàries i rís del rosari o celebracions en dates assenyalades.

El calendari litúrgic és ampli però hi ha dates especialment assenyalades en què les celebracions litúrgiques prenen un caràcter extraordinari, com per exemple les celebracions durant la Quaresma, la Setmana Santa, el mes de la Mare de Déu (maig), l'Advent o el Nadal; així com festivitats especials com dies de sants determinats en funció de l'advocació dels temples.

Cal destacar, sobretot, les celebracions vinculades a la Setmana Santa, com els viacrucis, les processons i les representacions de la Passió de Crist. Igualment destacables són les celebracions de l'època nadalenca, sobretot la missa del gall (nit de Nadal). Aprofitem aquest punt per recordar que el cant de la Sibil·la, recentment declarat patrimoni immaterial de la humanitat per la UNESCO, és un cant medieval que es cantava abans de la missa del gall i que es manté viu en algunes esglésies, sobretot de les Illes Balears però també en algunes esglésies de Catalunya.

5.2.2. Les mostres de fe vinculades a la devoció popular

Un altre element que s'ha de tenir en compte per valorar la importància i vigència dels rituals en els espais sagrats són les mostres vinculades a la devoció popular i a la celebració de festivitats, que configuren una part important d'aquest patrimoni intangible. Molts d'aquests elements estan vinculats al que s'anomena la religiositat popular.

Malgrat que no hi ha una conceptualització clara del que es considera religiositat popular, en general aporta una diferència o relació dialèctica respecte a la religió oficial.

“La religiositat popular tradicional és el conjunt de mediacions i expressions religioses d'un poble determinat; sorgides en ell, i, d'alguna manera, d'ell; transmeses amb la resta dels elements propis de la cultura d'aquest poble. La religiositat popular tradicional és un element de la cultura d'un poble.” (Jaramillo, 2003, 10)

És un fenomen de compensació: un sector important del poble creient intenta donar solució a les necessitats no satisfetes pel sistema religiós oficial. D'aquesta manera pretén establir una relació més directa, personal, amb allò sagrat, potser més utilitària, davant de les necessitats immediates: malaltia, collita en perill, problemes familiars o econòmics.

La característica de la religiositat popular és que tendeix a expressar la pròpia visió de la vida d'una manera marcadament simbòlica, a diferència de la religió de les classes altes o cultivades, que expressen una visió de la vida en sistemes ideològics molt més racionalistes, conceptuals i abstractes. El poble s'expressa donant prioritat a allò simbòlic, concret i experiencial i donant menys importància a allò discursiu i conceptual (García i Martín, 1989).

Les manifestacions religioses populars són mostra d'una religiositat col·lectiva arrelada, i poden incloure actes tant de tipus molt tradicional (rogatives, novenes, exvots, pelegrinat-

ges, gests, prometes...) com de tipus sacramental (primeres comunions, baptismes, casaments...).

“Un percentatge notable d'adults i joves, habitualment absents de la vida ordinària de la comunitat eclesial, participen en les diverses manifestacions de religiositat popular i sol·liciten i reben els així anomenats sacraments de pas. Es tracta, en el nostre cas, d'una realitat en auge, que fenomenològicament, i de cara a l'evangelització, distingeix la nostra situació religiosa de la d'altres països de la resta d'Europa.” (Jaramillo, 2003, 29)

Per tant, és un fenomen, al nostre entendre, important i a tenir en compte, perquè suposa mantenir viu el culte i les tradicions en molts espais sagrats.

(a) Aplec

La paraula *aplec* deriva del llatí i significa 'reunió'; és sinònim de festa major. En els aplecs que se celebren a Catalunya, a més d'una finalitat preferentment religiosa, hi destaca també la de festa popular, que se celebra generalment amb un dinar o berenar i amb audició de sardanes.

L'aplec és una de les visites rituals més significativa per la quantitat de gent que hi va. En el seu sentit restringit, el dia de l'aplec es refereix a la jornada en què se celebra la festa patronal (per tant, es fa en dates fixes), a què acostumen a acudir els grups de devots de totes les comunitats que pertanyen al radi d'influència de l'esdeveniment. L'assistència i la participació a l'aplec és plenament voluntària.

Els actes de l'aplec acostumen a tenir un caràcter solemne i massiu. L'acte principal sol ser la missa, en la qual sol participar, a part del capellà responsable, una representació de sacerdots o autoritats eclesiàstiques que concelebrin la litúrgia, donant-li un aire més solemne. A més, sol anar acompanyada de cants de goigs i altres himnes.

També solen haver-hi altres actes que varien segons els llocs. Aquests actes s'han convertit en costums, tradicions i manifestacions populars diverses. Podem parlar de rifes i subhastes; tradicions gastronòmiques com arrossades, costellades, cargolades, més o menys col·lectives; balls i danses típiques com sardanes i havaneres; ofrenes florals; passatemps varis i jocs de cucanya.

Així, veiem que en els aplecs s'hi celebren molts dels actes religiosos que hem esmentat abans (misses, cants de goigs, rosaris, ofrenes...) combinats amb actes lúdics, culturals i socials (sardanes, havaneres, jocs de cucanya, cants corals...), que fan de l'aplec una festa molt acolorida.

Els aplecs, des de la perspectiva antropològica, poden ser abordats com a rituals d'integració de diferents comunitats veïnes, en què la interacció social ocupa un lloc fonamental.

Observant les dates de celebració, constatem que els mesos de més aplecs són el maig (mes de Maria, ja que l'advocació mariana és molt estesa a Catalunya), seguit del mes de setembre (sobretot el dia 8, que és la diada de les marededéus trobades) i finalment el mes de juny (vinculat a molts cicles agraris).

(b) Principals festes

En el cas de les festes principals, constatem poca diferència respecte al punt anterior que feia referència als aplecs. Aquestes festes estan constituïdes per aquelles celebracions que es fan en motiu d'una festivitat important, el dia de la festa major, el dia del sant patró, el dia de Corpus, etc. En general consisteixen en la missa solemne, però sense les activitats lúdiques i culturals que trobem en l'aplec. De totes maneres, quan aquesta festa està vinculada a la festa major del poble o ciutat, encara que no directament organitzat per la parròquia o per les entitats religioses, sí que hi trobem un programa paral·lel d'activitats.

En aquest cas no hi ha una pauta al calendari com veiem en l'aplec, sinó que aquestes celebracions estan repartides al llarg de l'any.

(c) Pelegrinatges i romeries

Els pelegrinatges són l'expressió típica de la devoció cap als espais sagrats. És de desitjar que els peregrins, més enllà de les motivacions immediates i personals, tinguin consciència que la visita dona un sentit al camí de l'existència: un canvi en la vida ordinària de cada dia per viure una experiència transcendent. Un dels actes culminants del pelegrinatge sol ser la missa que se celebra a l'arribada a la destinació.

Tant les romeries com els pelegrinatges són els viatges que fan un grup de persones moguts principalment per la seva devoció. La diferència està en la distància a recórrer, ja que els pelegrinatges solen tenir una durada més llarga en el temps perquè la distància respecte al punt d'origen i el punt de destinació és considerable; mentre que les romeries solen durar un dia, ja que es fan des dels pobles de l'entorn més proper.

Moltes vegades, les principals romeries i pelegrinatges es feien coincidir amb les dates dels patrons, amb la celebració de l'aplec o d'altres festivitats destacades, encara que no sempre és així.

(d) Altres manifestacions

També es poden tenir en compte altres manifestacions vinculades al cicle festiu com els pessebres vivents o els pastorets.

També l'existència de llegendes que expliquin la creació del temple o el relacionen amb un esdeveniment miraculós és un altre element més que configura aquesta religiositat popular. Recordem, també, la importància que té posar un nom i les narratives que es generen al voltant per a la construcció de la identitat del lloc.

Aquestes llegendes, com afirma William (1976), semblen formar part d'una configuració constant en què el nucli narratiu bàsic consisteix en: un pastor que observa el comportament atípic d'un dels seus animals, cosa que li crida insistentment l'atenció. Aquest acaba descobrint la imatge d'una marededéu. En algunes variants, la troballa pot ser feta per infants... gràcies a algun fet miraculós com llums, sons, etc. El pastor recull la imatge i la porta al nucli de població més proper; aquí pot passar que durant el recorregut, la imatge s'escapi i torni al lloc on s'ha trobat, o bé que el pastor arribi al poble, on les autoritats decideixen erigir-li un altar. En tots els casos, la imatge fuig i retorna al lloc original on va ser trobada (al costat d'una cova, arbre, font, roca...). El fet miraculós és el signe més clar que la voluntat de la imatge trobada és quedar-se a l'emplaçament inicial i per això haurà d'erigir-s'hi una capella, ermita o santuari.

La segona variant es dona quan el pastor avisa els habitants del poble que van al lloc de la trobada i, mentre discuteixen el lloc on s'haurà de construir l'edifici, la imatge mostra la seva voluntat de quedar-se al lloc mitjançant algun prodigi: una nevada miraculosa en ple estiu, una pluja en temps assolellat, etc.

Encara que aquestes narratives són les més abundants, no totes segueixen l'estructura anterior. Són ben conegudes les llegendes etimològiques (que expliquen els inicis del culte a partir dels topònims de la zona, com Vilalleons, el Far, el Coll, el Roure, l'Om, etc.) i les invencions de les imatges degudes a la inspiració, visions o aparicions. Les llegendes i tradicions explicatives compleixen, en la immensa majoria de casos, una funció justificadora de l'emplaçament actual d'aquests centres, amb un radi d'influència clarament local (Prat, 1989).

La llista podria ser molt més llarga, ja que les parròquies poden organitzar esdeveniments diversos com cants, celebracions, pregàries de Taizé, celebracions vinculades a festes populars com Sant Jordi, cursos i activitats diverses, visites d'escoles i institucions, fires i mercats, presència d'exvots, cant de goigs o himnes, etc. Hi ha una gran varietat d'elements que fa difícil poder-los agrupar per categories, que configuren el patrimoni intangible i són susceptibles de ser considerats esdeveniments complementaris a l'oferta turística, no només relacionada amb el turisme religiós, sinó també amb les manifestacions culturals.

6. Els valors dels recursos religiosos

Un cop analitzades les diferents tipologies dels recursos religiosos, i abans de fer una proposta per la seva posada en valor, cal entendre els diferents valors o perspectives que aquests espais tenen, més enllà del seu valor com a espais de culte.

6.1. El valor cultural

Els espais sagrats i els recursos religiosos són espais de cultura, i cultura entesa en el sentit més ampli, per tant, són espais patrimonials que transmeten el llegat d'unes genera-

cions passades, que l'hem d'explicar a les generacions presents perquè el conservin per a les generacions futures.

La infraestructura patrimonial inclou, a més dels edificis, els objectes i monuments artístics, els escrits (goigs, llegendes, història del santuari i del lloc, llibres, arxius...), les tradicions orals sobre el santuari o l'ermita, els audiovisuals, films, fotografies, vídeos, cintes gravades, peces de teatre, costums populars, religiosos i litúrgics, etc.

Antoni Morell (1997) planteja la vigència dels espais religiosos avui com a lloc i espai de silenci, de pau; però també com a emplaçament de cultura (ve de culte). Són espais que tenen un clar sentit d'identitat cultural i, fins i tot, d'intimitat nacionalista. Com es pot interpretar la història moderna i contemporània d'Andorra, sense Meritxell? Com es pot narrar la història de Catalunya sense Montserrat?; o la del Centre Excursionista de Catalunya, sense Núria; o la de Balaguer, sense el Sant Crist; o la de Barcelona, sense la Mercè; o la de Mallorca, sense Lluc.

Així, Joan Carreras (1999) ens planteja que per conèixer bé Catalunya cal fer una visita a Montserrat i "comprovar que, darrere l'acolliment dels monjos i a través de les veus d'or de l'escolania, hi glateix l'esperit de tot un poble". També cal visitar Ripoll, bressol de la història catalana, i Poblet, panteó dels reis catalans. Però, continua, aquestes visites són insuficients, cal fer excursions més d'àmbit local. Les principals muntanyes de Catalunya són coronades per antics santuaris marians: els Àngels, el Mont, la Salut, Rocacorba, Farners, Requesens, les Salines. "Excepcional experiència, la que podeu copsar des de dalt d'una muntanya on el profund sentit religiós del poble català entronca amb la història, la cultura i el paisatge. I, per què no? També amb la gastronomia."

Certament, el patrimoni religiós és una part fonamental (i molt nombrosa) del nostre patrimoni cultural, ja que representa part dels valors vinculats amb la història i la cultura de Catalunya.

Tal com diu Munilla (2000), el caràcter de vehicle d'identitat dels col·lectius humans es pot entendre des d'una doble perspectiva:

- La identitat sorgeix i s'emmarca en una sèrie de trets culturals específics comuns als membres de tot grup humà (tradicions, costums).
- La identitat també és el resultat de determinats processos de cohesió antropològica i, per tant, cultural (relacions).

El patrimoni, tangible i intangible, ajuda a desenvolupar el sentiment de pertinença de l'individu respecte al seu entorn. El patrimoni representa la memòria històrica de la comunitat. Així, la formació de la identitat és el resultat de (Munilla, 2000):

- Desig de l'individu de forjar la seva pròpia imatge.
- Desig d'inscriure-la positivament en un entorn social.

Per això cal fer propostes que puguin ajudar els pelegrins i visitants a enriquir-se culturalment amb la visita; per exemple: plafons explicatius, edició de material divulgatiu com guies i fulletons, edició de monografies, senyalització, visites guiades; i també, reunions científiques, cursos d'estudi, conferències especialitzades, biblioteques suficientment abastades de llibres, publicacions periòdiques adequades, subsidis audiovisuals, manifestacions artístiques i poètiques, representacions sagrades, concerts i exposicions...

6.2. L'entorn i el valor ecològic

"Respecta la natura; és tasca teva i obra de Déu"

(placa a l'entrada del santuari de Sant Honorat, Mallorca).

Aquest és un element molt important, sobretot per l'àmbit d'estudi, que és com es pot relacionar el turisme religiós amb el turisme rural.

Els santuaris, ermites, monestirs i catedrals es converteixen en un dels elements més destacats de la geografia catalana. Situats en muntanyes i cims, coves i fonts, en pobles i ciutats, des de sempre han atret la devoció popular i els pelegrins com també diversos viatgers. La majoria d'aquests llocs es troben en els paratges més bells, fet del qual deriva també la seva importància turística. En alguns casos són petites capelles acompanyades d'hostatgeries, en d'altres s'han convertit en importants llocs de culte i pelegrinatge, com és el cas de Montserrat.

Certament, molts dels nostres espais religiosos solen trobar-se en espais on la importància de l'entorn paisatgístic és innegable.

Una de les impressions més constants que tenen els visitants dels santuaris és que tots –o quasi tots– estan situats i construïts en llocs privilegiats. En les zones predominantment planes, la silueta inconfusible del santuari es divisa en els llocs més elevats; per contra, en les zones d'alta muntanya, la construcció s'emplaça a les valls resguardades de les inclemències meteorològiques. La impressió de situació privilegiada queda reforçada per la panoràmica que es divisa des dels santuaris i pel paisatge que els envolta (Prat, 1989).

En el número 9 de la revista *Ciència* (setembre del 1981; citat per Prat, 1989), dedicat als parcs naturals de Catalunya i més concretament al Montseny, apareix un mapa de localització dels "paratges pintorescos" declarats que existeixen a Catalunya. Prat (1989) compara aquest mapa amb el mapa de santuaris de Catalunya, i detecta que la correspondència entre els dos mapes és realment important.

Shackley (2001) introdueix el concepte de paisatge cultural, que és el resultat d'una evolució cultural. Aquest terme és vàlid en llocs on el paisatge natural es considera que té significat espiritual, complementat o no per patrimoni construït. Muntanyes, fonts, boscos,

rius... són llocs on el poder protegeix de danys espirituals; són, tal com hem vist, manifestacions del sagrat, de la transcendència, més enllà de la presència o l'assentament humà. Són llocs on hi ha una intersecció entre el físic i l'espiritual.

La prova de la potència espiritual d'aquests espais rau en què commouen l'ésser humà en allò més profund, independentment de les seves creences religioses o no religioses, i també del moment històric; són espais de contacte directe amb allò transcendent, del més enllà. Per això, moltes civilitzacions han construït els seus temples i espais sagrats sobre el lloc on ja s'havien establert temples en altres moments històrics, en altres cultures i, fins i tot, en altres religions.

La contemplació de la naturalesa ofereix condicions propícies per a la meditació transcendent. Qualsevol paisatge cultural està integrat per un conjunt de recursos naturals i culturals, els valors dels quals deriven de la seva qualitat física i estan associats a tradicions humanes. Molts també tenen recursos significants, però tots posseeixen valors espirituals que no són quantificables. Són llocs on el present i el passat es troben i on, fins i tot, el no-creient pot experimentar alguna cosa numinosa reflectida en la naturalesa (Shackley, 2001).

Tal com diu Maldonado (1983), aquests espais es troben en profunda comunió amb el paisatge. Els espais no urbans, enclavats en la naturalesa, posseeixen una peculiar capacitat evocadora del misteri de la creació, de la vida i d'allò sagrat. L'espai sagrat apareix, segons les paraules de Maldonado (1983), com "la culminació i consagració del seu entorn natural, la paraula feta pedra que ens tradueix a un llenguatge més explícit aquest missatge sagrat, hierofàntic, transmès a l'home de manera silenciosa, inarticulada, per la muntanya, la vall, la gruta, el torrent, la font, l'arbre".

Oliver Clement sol dir que el paisatge d'occident ha estat humanitzat i "crificat" gràcies als santuaris, ermites i monestirs que l'Església ha anat disseminant per tot l'àmbit de la seva difusió al llarg dels segles. Gràcies a ells, els camps, els paratges més salvatges, les muntanyes més inhòspites, han pres un rostre humà.

6.3. El valor turístic dels espais sagrats

En aquest apartat simplement volem fer una reflexió. Els diferents valors que hem tractat en els punts anteriors fan que, per uns motius o altres, un determinat nombre de persones acudeixin als espais sagrats. Les motivacions són molt variades i la terminologia també. Així, podríem parlar de pelegrins, visitants, excursionistes, turistes culturals, turistes religiosos...

Però, sigui com sigui, no podem negar que posseeixen un "valor turístic". De fet, Nolan i Nolan (1992), en el seu estudi, ja distingien entre santuaris turístics i santuaris no turístics.

Dins els santuaris turístics, inclouen espais com la catedral de Chartres, el Mont-Saint-Michel, la catedral de Colònia o les basíliques majors de Roma; per tant, llocs on la proporció dels pelegrins amb relació als visitants que s'interessen per l'art, l'arquitectura i la història, és difícil de determinar.

En canvi, els santuaris no turístics són els que tenen poques atraccions turístiques convencionals per al turisme profà i no tenen un significat històric o artístic rellevant. Així, Nolan i Nolan parlen de Knock, Lourdes, Fàtima, Ars, Mariazell...

Com hem constatat abans, la distinció entre turistes, pelegrins, turistes religiosos, etc., pot fer variar les consideracions dels diferents espais. I, a la vegada, segons els autors que consultem, consideren turistes tots els visitants, mentre que d'altres ho limiten a aquells que hi van per motius d'oci, cultural, etc.; excloent-ne els pelegrins. El que és innegable, independentment de la terminologia que fem servir, és que els espais sagrats, en menor o major mesura, reben visitants, i que una part d'aquests (aquí caldria veure el percentatge específic per a cada santuari) hi acudeix per motivacions no estrictament religioses, que poden anar des de les motivacions culturals, festives, d'oci, de contacte amb la naturalesa, de simple curiositat... (En el capítol següent es tracta de manera aprofundida el concepte de les diferents tipologies turístiques i terminologies utilitzades per diversos autors per referir-se als visitants en els espais sagrats.)

En parlar dels valors turístics dels espais sagrats, tal com citen Javary, Senneville i Tinard (1993) els podem entendre com:

- Lloc de rutina turística, que per les característiques del lloc, de l'edifici, dels objectes que s'hi conserven, per la seva història, per les manifestacions que hi tenen lloc, etc., poden ser punts obligats de visita per a molts turistes. Cal remarcar que molts dels santuaris apareixen en les guies i els mapes com a llocs interessants per visitar.
- Lloc panoràmic, ja que tal com hem vist, la majoria dels santuaris estan situats als cims de les muntanyes o en punts estratègics, que fa que es tinguin magnífiques vistes de l'entorn i permetin gaudir del paisatge i la natura.
- Lloc de curiositat, ja que moltes persones fan la visita sense saber explicar quins són els interessos particulars que els han conduït fins allà.

En darrer lloc, són espais amb una funció cultural, com també hem vist, vinculada a l'art, la història, la devoció popular, l'arquitectura, el simbolisme, etc.

Quan s'està peregrinant o visitant un d'aquests llocs sants que a la vegada es troba enclavat en un paisatge natural, s'estan fent, simultàniament, dos tipus de turisme, el religiós i el de natura (Valdés Peláez; Arribas Sánchez, 2005).

Per tant, el fet turístic dels espais sagrats és innegable, i per aquest motiu cal gestionar-los de manera que es tinguin en compte les diferents necessitats dels visitants: religioses, culturals i turístiques i integrar-los en la resta d'oferta turística per tal de dinamitzar el territori.

7. Proposta de posada en valor del patrimoni religiós

7.1. Agents implicats

Els agents del sector turístic són, per definició, aquells actors que desenvolupen l'activitat turística i porten a terme les polítiques turístiques. El turisme és un sector interdisciplinari en el qual intervenen diferents disciplines (història de l'art, geografia, economia, sociologia, empresarials, etc.). Aquest tret diferencial del turisme comporta una gran diversitat d'agents i actors que es veuen afectats i implicats en l'activitat turística.

La coordinació entre els diferents agents és un tema clau per garantir l'eficiència de les actuacions. La gestió de xarxes aplicada al sector turístic és una eina de treball molt útil, com apunten els treballs d'autors com Guia, Comas i Camprubí.

En el camp del turisme, els agents que s'han de tenir en compte són:

Els prestataris de serveis, empreses que proporcionen allotjament, transport, restauració, etc. En aquest cas, sobretot, els establiments de turisme rural i l'Associació de Turisme Rural de Girona. També cal tenir en compte els guies de turisme i les empreses de serveis.

Els distribuïdors o intermediaris, que posen en contacte el client final amb el prestatari de serveis. Si es vol pensar en la creació de productes i paquets és interessant tenir en compte les agències de viatges. Un cert nombre d'agències treballen estretament amb entitats diocesanes dels pelegrinatges. Podem esmentar: SiP Voyages, Routes Bibliques, la Procure Terre Entiere, Nôtre Dame de la Salut, Viatges i Pelegrinatges de Lugny, etc. S'han especialitzat en el pelegrinatge i sovint ofereixen una gamma més àmplia de productes que podríem anomenar viatges amb motivació religiosa. Aquestes propostes estan molt a prop del pelegrinatge tradicional, però amb una dimensió turística més desenvolupada.

Les entitats de promoció turística, tant municipals (oficines de turisme) com comarcals, provincials i autonòmiques. Cal tenir present que des de l'Agència Catalana de Turisme, dins el Club de Turisme Cultural s'ha creat una taula de treball específica per al turisme religiós.

A part dels agents turístics, caldria tenir en compte els agents de l'àmbit religiós, que al nostre entendre serien, sobretot, els relacionats amb l'Església com a propietària principal

d'aquests espais. Cal tenir en compte, en primer lloc, les parròquies, que són les que tenen més contacte amb la realitat territorial.

Cada diòcesi té la seva pròpia organització, i en el cas de la província de Girona és interessant tenir present que si bé és cert que el bisbat de Girona s'estén per la major part del territori, hi ha zones que pertanyen a altres bisbats, com Camprodon, que pertany al bisbat de Vic. Dins dels bisbats, les delegacions que poden ajudar a estructurar l'oferta de turisme religiós són, sobretot:

- La Delegació de Patrimoni.
- La Delegació de Pelegrinatges.
- La Delegació de Turisme.

L'Església té la seva pròpia organització, així, cal comentar que en relació amb el turisme, generalment en cada diòcesi hi ha una delegació de pelegrinatges. Aquesta delegació proposa els pelegrinatges, generalment amb motiu de festes; també pelegrinatges a l'estranger, essent les principals destinacions: Lourdes, Terra Santa i els passos de Sant Pau. Els delegats diocesans solen treballar amb diferents proveïdors o agències de viatges que els ajuden a organitzar-los (tal com hem vist anteriorment).

Dins de l'àmbit de les diòcesis, també hi ha la pastoral de turisme. Una de les principals tasques de la pastoral és l'acolliment a les esglésies. Pren diferents aspectes segons els llocs, però sempre està disposada a ocupar-se de prop del fenomen del turisme religiós.

A part de la pastoral, s'han constituït un cert nombre d'associacions per respondre a la demanda dels visitants. S'han especialitzat en l'acolliment, que a vegades inclou també la visita guiada. Aquestes associacions estan molt desenvolupades a França i s'agrupen en una associació europea anomenada Art i Fidels. L'objectiu principal és fer descobrir els llocs de pregària, no només com a museus religiosos, sinó també com a centres d'una comunitat cristiana viva, i com a cases de Déu (Aucourt, 1993).

Creiem que val la pena esmentar quines són les tasques que fa la Conferència Episcopal en el camp del turisme (Garcia Barillo, *Orientaciones para la pastoral del turismo*):

1. Proporcionar al conjunt dels bisbes un quadre actualitzat de les tendències del moviment turístic en el país, les seves modalitats, les seves incidències socials en la població i en el món laboral, les necessitats religioses dels turistes.
2. Establir un programa de formació específicament orientada als agents de la pastoral de turisme que pugui ser adoptat pels diferents seminaris i instituts de formació, per tal que en totes les diòcesis es pugui disposar de sacerdots i agents pastorals preparats degudament.

3. Proporcionar un conjunt d'orientacions per a la pastoral ordinària, amb la finalitat de proporcionar a tots els fidels una adequada catequesi per al temps lliure i per al turisme.
4. Establir contactes amb altres conferències episcopals per fomentar la col·laboració entre països emissors i receptors amb vistes a l'intercanvi d'agents pastorals i de material litúrgic en els diferents idiomes.
5. Promoure programes de formació per a guies de turisme, sobretot per als que acompanyen les visites a llocs de caràcter religiós, i per a alumnes de les escoles i centres de formació turística i hotelera.
6. Incloure el turisme entre els aspectes presos en consideració pels "centres culturals catòlics".
7. Preveure possibles formes de cooperació entre les diòcesis, perquè es pugui atendre millor l'assistència religiosa en els nuclis on es dona una gran concentració estacional per motius de turisme.
8. Establir contactes amb els representants de les confessions cristianes amb vistes a la col·laboració ecumènica en els grans centres turístics.
9. Mantenir el diàleg amb les autoritats polítiques i altres organismes interessats, per tal d'establir formes de col·laboració, vetllant en especial per la defensa de la identitat cultural de les comunitats locals, l'ús correcte del patrimoni artístic religiós i el respecte amb què han de ser acollits els visitants.
10. Promoure la presència de l'Església en les fires del sector.

També cal tenir presents els objectius de la pastoral de turisme en l'àmbit diocesà (Garcia Barillo, Orientaciones para la pastoral del turismo):

1. Oferir una visió cristiana del turisme que condueixi els fidels a viure aquesta realitat des d'un compromís de fe i de testimoni.
2. Formar agents pastorals que puguin promoure d'una forma específica el treball pastoral en aquest sector. Quan les necessitats de la diòcesi ho exigeixin, s'oferirà a alguns sacerdots i laics idonis l'oportunitat d'una més àmplia formació específica.
3. Estudiar la realitat del turisme en la diòcesi i formular criteris pastorals. L'atenció religiosa als turistes, integrada en el programa diocesà d'actuació pastoral, ha de desenvolupar-se en termes que s'adaptin a la seva llengua i cultura, però sense que això constitueixi una realitat a part i evitant allò que pugui pertorbar la vida de la comunitat local.

4. Adoptar mesures que en els moments de més aflluència turística puguin optimitzar el servei de les parròquies més afectades, proveint, si és necessari, el desplaçament de sacerdots des d'altres parròquies i la col·laboració d'altres diòcesis o altres països.
5. Fer explícita l'acollida dels turistes per l'Església diocesana amb una carta del bisbe, especialment a l'inici dels períodes d'activitat turística més intensa, i elaborar material que els faciliti la informació i participació en les celebracions i en la vida de l'església local.
6. Impulsar la formació de grups i associacions, així com la col·laboració de voluntaris, per a la gestió del patrimoni de l'Església visitat pels turistes i per la seva acollida, de manera que es pugui disposar d'horaris d'obertura suficientment amplis.
7. Edificar parròquies i centres comunitaris més aptes per a la pastoral de turisme, tenint en compte les noves realitats urbanístiques i socials.
8. Mantenir contactes amb els responsables d'altres confessions cristianes per tal de prendre mesures que puguin contribuir a un millor servei religiós dels seus fidels, seguint els criteris i normes establerts per la Santa Seu i les conferències episcopals.
9. Impulsar la col·laboració amb les autoritats públiques i de l'Administració local, amb les associacions d'operadors i treballadors, i amb la resta d'organitzacions interessades pel turisme.
10. Crear una delegació diocesana de la pastoral de turisme que coordini i animi la pastoral del sector, i en què participin experts de les diferents categories del món del turisme.

Com a agent implicat important cal mencionar els responsables del projecte Catalonia Sacra. El projecte Catalonia Sacra és promogut pel SICPAS (Secretariat Interdiocesà per a la Custòdia i Promoció de l'Art Sagrat de Catalunya), cofinançat per la Conferència Episcopal de la Tarraconense i la Generalitat de Catalunya a través de la Direcció General de Turisme. La Facultat de Turisme de la Universitat de Girona ha coordinat l'elaboració del projecte a través de la doctora Dolors Vidal.

L'objectiu del projecte és la creació d'una sèrie d'itineraris que permetin, a partir de la visita de llocs emblemàtics de la geografia cristiana de Catalunya, obtenir un coneixement de la història, de l'art i de la vida religiosa a Catalunya.

Per això es proposa l'estructuració d'una sèrie d'itineraris en tres nivells:

1. Nuclear: les catedrals de Catalunya
2. Radial: itineraris diocesans a partir de les catedrals
3. Global: itinerari català

Així, els itineraris radials es conceben com a rutes que s'ofereixen dins de cada diòcesi i que, a partir de criteris principalment de coherència geogràfica i racionalitat de comunicacions, destaquen els elements patrimonials més rellevants de cadascun dels bisbats. Segons la seva extensió i densitat patrimonial, cada diòcesi articula uns quants itineraris (entre tres i vuit) que cobreixen tot el seu territori i que inclouen una selecció dels actius patrimonials més rellevants.

Aquests actius són escollits per la seva qualitat artística, monumental o paisatgística, però també per la seva singularitat, representativitat o importància popular, tradicional o espiritual. La selecció dels actius ha estat proposada per la Delegació de Patrimoni de cada diòcesi. En el bisbat de Girona, els itineraris són:

1) *L'Empordà: la pedra, el cel i el mar*. Inclou l'església de Santa Maria de Cadaqués, la basílica de Santa Maria de Castell d'Empúries, el monestir de Santa Maria de Vilabertran i les esglésies de Sant Miquel de Fluvià, Sant Tomàs de Fluvià i Sant Martí d'Empúries.

2) *La costa: el peu de les onades*. Té com a nodes principals l'església de Sant Romà de Lloret de Mar i el cementiri modernista, l'església de Sant Vicenç de Tossa de Mar, el monestir de Sant Feliu de Guíxols, el monestir cistercenc de Santa Maria de Solius i l'església de Santa Maria l'Assumpta d'Arenys de Mar.

3) *Pla de l'Estany i Garrotxa: a les falces dels Pirineus*. Amb visites al monestir de Sant Esteve de Banyoles, l'església de Santa Maria de Porqueres, l'església del Sant Sepulcre de Palera, l'església de Sant Vicenç de Besalú, el monestir de Sant Pere de Besalú, el Museu Tresor parroquial de Sant Esteve d'Olot, el monestir de Sant Joan les Fonts, l'església de Santa Margarida de Bianya i l'església de Sant Salvador de Bianya.

4) Finalment, per la *ciutat de Girona* els actius proposats són: la basílica de Sant Feliu, la catedral de Santa Maria i el Museu d'Art de Girona.

És interessant tenir en compte les activitats que es proposen des de l'organització del Catalunya Sacra perquè són activitats de posada en valor, difusió i coneixement del patrimoni.

7.2. Alguns aspectes que cal tenir en compte

Abans de fer una proposta de posada en valor, també cal tenir present que aquests espais poden ser espais de tensió i conflicte entre els diferents usos a què poden ser destinats, sobretot entre el religiós i el turístic. Per això hi ha alguns aspectes que cal tenir en compte.

“Atès que el turisme religiós es desenvolupa sobre una base comercial de manera molt ràpida i que respon a motius profunds per al conjunt de la humanitat, ha d'afrontar una

sèrie de problemes operatius que poden incidir negativament en la sostenibilitat dels equipaments, dels espais pels quals discorre i sobretot del seu patrimoni.”

(Lanquar, 2007, 4)

Gestionar grans volums de visitants comporta grans reptes i cal equilibrar la necessitat de conservar el lloc i oferir als visitants una experiència especial. Generalment, els llocs sagrats són espais patrimonials, amb un valor religiós, cultural, ecològic, turístic... Per tant, cal facilitar l'exercici del culte i fer-ne respectar l'autenticitat.

Com hem vist, els espais sagrats són reconeguts com a llocs de devoció per la comunitat local, però els visitants poden no percebre'ls com un lloc sagrat i es poden comportar de manera inapropiada, generant una sèrie de tensions. Un dels significats del terme sagrat, com hem vist abans, vol dir “restricció a partir de la pertinença als déus” i implica que aquests llocs tenen restriccions i prohibicions sobre el comportament humà i l'observació d'una sèrie de normes. Això no sempre és compatible amb el turisme. La cohabitació entre turistes i creients pot constituir una qüestió difícil de resoldre.

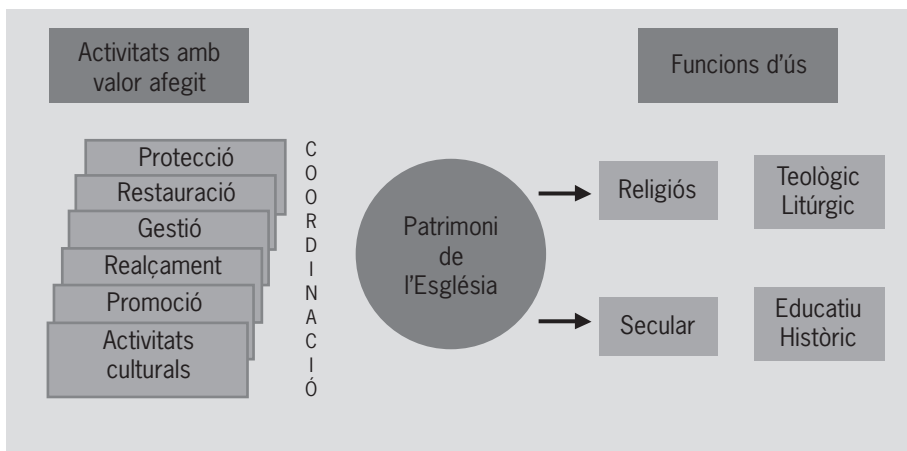
La trobada en un mateix lloc, i en un mateix moment, de visitants amb expectatives diferents (pelegrins, curiosos, enamorats de l'art, apassionats de la història o del folklore) pot produir conflictes. El turisme ofereix ingressos per pagar salaris, festivals, mantenir esglésies... Però el preu de no limitar i controlar l'accés és l'erosió de recursos no renovables. Els visitants sovint es queixen que la massificació els impedeix experimentar el numinós. Els fidels es queixen de falta de respecte i silenci. Per això cal buscar pautes de gestió adequades a totes les necessitats.

La qüestió per a qui gestiona el lloc és saber com haurà de regular aquests fluxos per obtenir la màxima satisfacció de cadascun dels seus visitants, creant el mínim nombre de conflictes. Els llocs sagrats inspiren reverència i penediment, en canvi, allò profà és ordinari, mundà i sense sentit religiós. Per això, els gestors han de tenir en compte quina és la tipologia de serveis i infraestructures més adients per no causar mals impactes.

Cal anar molt amb compte amb el que alguns autors anomenen comodificació, és a dir, que l'excessiva comercialització de productes vinculats als llocs sagrats (llegendes, característiques especials, pràctiques religioses) no els faci caure en la banalització.

El gràfic 6 mostra la vinculació entre les diferents activitats de creació de valor en la gestió dels espais sagrats.

La missió principal de la gestió és la de garantir les funcions d'ús, especialment les religioses, tot i que no es poden oblidar les seculars, entre les quals es mencionen les funcions educatives, històriques i estètiques, vinculades amb els valors culturals del patrimoni religiós.



Gràfic 6. Competències, activitats de creació de valor i funcions d'ús.

Font: Petrillo (2003)

Les activitats que generen un valor afegit són les que poden ajudar a millorar l'experiència turística i per a això, entén Petrillo (2003), cal un esforç extra de coordinació entre els diversos agents implicats. Les tasques que han de desenvolupar els responsables inclouen atendre les persones i acollir els visitants; ocupar-se del manteniment de les instal·lacions; fer-se càrrec dels entorns (carreteres, boscos, camins, aparcaments...); dels mitjans de difusió i comunicació; de la gestió de les instal·lacions i serveis... El responsable d'un lloc religiós tindrà sempre dificultats per regular els fluxos de visitants, els comportaments, les necessitats, les aspiracions, tan diferents i contradictòries: silenci i recolliment per a uns; saber i coneixement per a d'altres; lleure i festa per a uns tercers. Les paraules clau són cohabitació i segmentació.

En la gestió d'aquests espais hi ha dos factors que poden intervenir:

En primer lloc, i abans que res, són centres religiosos. Cal gestionar aquests centres d'acord amb els principis religiosos i cal oferir els serveis específics (misses, aplecs, oracions, etc.) i garantir que els fidels podran desenvolupar les pràctiques religioses habituals sense ser molestats pels turistes i visitants. També cal tenir en compte que aquests serveis religiosos han d'atendre les necessitats dels pelegrins i els turistes religiosos; i en certa manera, també, dels turistes espirituals.

En segon lloc, hem vist que la motivació cultural és importat, això vol dir que en la seva gestió cal introduir aspectes típics de la gestió dels monuments i la gestió cultural, sobretot pel que fa referència als horaris d'obertura, els serveis d'interpretació i informació als visitants, l'organització d'esdeveniments, el control de fluxos... S'han de concebre els llocs

religiosos com un “espai pedagògic”, diferent del monument en si mateix, amb mitjans interpretatius adaptats a cada un dels públics (exposicions, diapositives, postals, gravats, pintures, textos antics) a fi de permetre una veritable valoració cultural.

7.3. Diagnosi de la situació

Un cop vistos els recursos de què es disposa i els agents implicats, abans de fer les propostes d'actuació cal fer una diagnosi de la situació. Per això l'eina utilitzada és l'anàlisi DAFO, veient quines són les oportunitats i forteses i valorant, també, les debilitats i amenaces.

Aquesta diagnosi de la situació ens permet proposar, a continuació, algunes possibles línies d'actuació.

OPORTUNITATS

Més rellevància i importància del turisme religiós.

Presa de consciència de les entitats responsables de la necessitat de posada en valor del patrimoni religiós.

Iniciatives conjuntes (Catalonia Sacra)

Estreta relació entre el paisatge i l'espiritualitat.

Canvis en les tendències socials, cada cop més importància de l'aspecte espiritual (augment de l'oferta en aquest sentit).

FORTALESES

Situació geogràfica favorable.

Consolidació turística de la zona.

Dotació d'infraestructura turística.

Dotació d'elements patrimonials de caràcter religiós.

AMENACES

Poca cohesió entre els agents implicats.

Empreses petites que no permeten un gran desenvolupament tecnològic.

Falta de professionalització del sector.

Insuficiència financera de les

Administracions Locals.

DEBILITATS

Accessibilitat dels monuments.

Manca d'accions enfocades al turisme religiós.

Manca de comunicació entre les parts implicades.

Poca promoció turística dels elements.

Inexistència d'un inventari valorat del patrimoni religiós tangible i intangible.

Taula 3. Anàlisi DAFO

Font: elaboració pròpia.

7.4. Propostes d'actuació

Una vegada feta la diagnosi, proposem tres línies estratègiques en les quals es pot treballar per tal de desenvolupar el turisme religiós com a complement de l'oferta de turisme rural.

La primera línia estratègica és la de coordinació dels agents.

La segona línia estratègica és la de creació de productes.

Finalment, la tercera línia estratègica és la de la difusió i promoció.

Per a cada una d'aquestes línies estratègiques s'han plantejat algunes de les accions dutes a terme per tal de desenvolupar-les. Aquestes accions, a part d'una breu descripció, també inclouen els agents implicats en el seu desenvolupament i la seva temporalització.

LÍNIA D'ESTRATÈGIA 1. COORDINACIÓ DELS AGENTS

ACTUACIÓ	Creació d'una taula de treball entre els diferents organismes implicats.
DESCRIPCIÓ	El primer pas per a l'estructuració de l'oferta i per a la posada en valor del patrimoni religiós és crear una plataforma de treball que tingui en compte els diferents agents implicats. S'hauria de marcar la periodicitat de la trobada, i l'objectiu principal de la proposta és tractar temes de turisme religiós, per tal de determinar quines són les accions que cal dur a terme a través dels diferents recursos que ofereix la ciutat.
OBJECTIU	Crear una plataforma de treball i d'intercanvi de la informació entre els agents implicats.
PRIORITAT	Alta. Termini i freqüència: no té finalització. Al principi, les trobades hauran de ser més freqüents i quan s'agafi una manera de treballar es podrà anar espaiant el temps.
AGENTS IMPLICATS	Agents turístics: sobretot el turisme rural (a través de l'Associació de Turisme Rural) i el col·lectiu de guies. Agents religiosos: les parròquies i la pastoral de turisme en representació del bisbat. Representants del Catalonia Sacra. Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIÓ 1.2

ACTUACIÓ	Participació en la taula de treball de turisme religiós de l'Agència Catalana de Turisme (ACT).
DESCRIPCIÓ	<p>Un cop creada la plataforma de treball mencionada en la primera acció es disposarà d'un espai permanent de treball i reflexió a l'entorn del turisme religiós, per això, és important incorporar-se a la taula de treball de turisme religiós de l'Agència Catalana de Turisme.</p> <p>Aquesta taula de treball, més enllà de dur a terme accions de difusió i promoció específiques utilitzant els canals de promoció de l'ACT també és una plataforma excel·lent de trobada de diferents agents implicats i, per tant, permet compartir experiències i coneixements entre els assistents.</p> <p>Participar en aquesta taula, per tant, permet veure altres experiències i, per tant, pot ajudar a l'articulació de l'oferta.</p>
OBJECTIU	Donar a conèixer el patrimoni religiós de la província Intercanvi d'experiències.
PRIORITAT	Mitjana. Es pot iniciar la col·laboració amb l'ACT quan estigui creada i consolidada la plataforma de treball de turisme religiós.
AGENTS IMPLICATS	Plataforma de treball de turisme religiós. Patronat de Turisme.

LÍNIA D'ESTRATÈGIA 2. CREACIÓ DE PRODUCTES

ACTUACIÓ	Accessibilitat als recursos patrimonials
DESCRIPCIÓ	<p>Una de les mancances que s'ha detectat, sobretot en el que fa referència als elements del patrimoni religiós de l'Església que estan en nuclis de població petits o bé fora dels nuclis de població, és la dificultat per poder visitar-los.</p> <p>Generalment, la majoria d'aquests elements estan tancats i no és possible fer-hi una visita. Una de les línies de treball que caldria desenvolupar seria, justament, la d'intentar fer accessibles aquests espais. Des de la pastoral de turisme del bisbat de Girona s'havia intentat treballar en aquesta línia i s'havien fet algunes reunions amb els responsables de les cases de turisme rural per mirar si es podia establir algun tipus de col·laboració, però actualment aquest projecte està aturat.</p> <p>Caldria reprendre aquestes accions i intentar implicar-hi més agents, no només els responsables de les cases de turisme rural, sinó també empreses d'activitats i guies de turisme.</p> <p>Seria molt interessant, també, disposar de la col·laboració de les persones implicades en el projecte Catalonia Sacra.</p>
OBJECTIU	<p>Convertir els recursos en oferta potencial.</p> <p>Complementar l'oferta de les cases de turisme rural amb les visites als espais patrimonials.</p>
PRIORITAT	Alta.
AGENTS IMPLICATS	<p>Bisbat de Girona (delegacions de patrimoni i de turisme).</p> <p>Catalonia Sacra.</p> <p>Associació de Turisme Rural i propietaris de les cases de turisme rural.</p> <p>Patronat (coordinador del projecte).</p>

ACCIÓ 2.2

ACTUACIÓ	Proposar al bisbat una missa internacional periòdica a la catedral de Girona.
DESCRIPCIÓ	<p>Hi ha algunes parròquies a la zona de la Costa Brava que celebren, sobretot a l'estiu, una missa internacional.</p> <p>És cert que aquest projecte pretén posar en valor el patrimoni religiós com a complement de l'oferta de turisme rural, però també és cert que hi ha un percentatge important de públic estranger que s'allotja en establiments de turisme rural.</p> <p>Creiem que podria ser interessant oferir-los l'opció d'assistir a una missa internacional en un espai tan emblemàtic com la catedral de Girona.</p> <p>Complementar les activitats per al públic internacional amb activitats vinculades a la religiositat.</p>
OBJECTIU	Complementar l'oferta del turisme rural.
PRIORITAT	Baixa Caldrà determinar quina és la periodicitat i l'horari, però un cop per setmana, en cap de setmana, seria una periodicitat acceptable.
AGENTS IMPLICATS	Bisbat de Girona.

ACCIÓ 2.3

ACTUACIÓ	Cursos de formació.
DESCRIPCIÓ	<p>La posada en valor del patrimoni religiós i el desenvolupament de diversos productes de turisme religiós, ja sigui de manera aïllada o conjuntament amb l'oferta de turisme rural, no implica només adaptar els espais per a la visita turística. Es pot articular una oferta, també, amb activitats pensades per donar a conèixer aquest patrimoni.</p> <p>Aquestes activitats es poden vincular a través de visites guiades, de manera que es pot ajudar a dinamitzar el col·lectiu de guies de les comarques gironines. Per això, però, seria imprescindible organitzar cursos de formació de contingut i temàtica religiosa per tal que els professionals fossin capaços d'interpretar el patrimoni religiós en tota la seva complexitat.</p> <p>Atès que parlem de turisme rural i que moltes vegades pot ser que el volum de públic sigui insuficient per a organitzar visites guiades, també es pot pensar en formes de voluntariat o de col·laboració des dels gestors i propietaris de les cases rurals. En aquest cas, també es podrien plantejar cursos de formació per a ells perquè poguessin difondre aquest patrimoni des dels seus establiments. Es poden organitzar diversos cursos intensius, de curta durada. Es pot plantejar un programa de formació continuada amb una oferta de cursos especialitzats cada any.</p>
OBJECTIU	Millorar el coneixement del patrimoni religiós. Professionalitzar el sector.
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	Associació de Guies de Girona - Punt de Benvinguda de Girona. Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme. Facultat de Turisme de la UdG i Institut de Ciències Religioses.

ACCIÓ 2.4

ACTUACIÓ	Creació de rutes de senderisme basades en el patrimoni religiós.
DESCRIPCIÓ	<p>Seria interessant crear itineraris temàtics basats en el patrimoni religiós. Aquests itineraris es poden organitzar a partir de temàtiques determinades (rutes de santuaris, rutes de monestirs...) o bé a partir de criteris de proximitat (itineraris per la zona de l'Alt Empordà, per exemple).</p> <p>Com que l'objectiu és complementar l'oferta de turisme rural es poden proposar itineraris que tinguin com a fil conductor les rutes de senderisme ja existents (en la línia del Camí de Sant Jaume o el projecte Itinerànnia).</p> <p>Per dur a terme aquesta acció cal inventariar les rutes de senderisme existents, inventariar el patrimoni religiós que estigui en aquests itineraris i també les cases de turisme rural, per poder proposar allotjament en aquests establiments.</p> <p>La promoció i difusió es pot fer des de les vies de promoció de les rutes de senderisme, des de les mateixes cases rurals i a través d'agències de viatges especialitzades (ja n'hi ha que operen en el territori).</p>
OBJECTIU	Posar en valor el patrimoni religiós en relació amb els valors espirituals del paisatge i l'entorn rural.
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	Entitats vinculades al senderisme. Associació de Turisme Rural i cases de turisme rural. Patronat de Turisme. Bisbat de Girona. Ajuntaments.

ACCIÓ 2.5

ACTUACIÓ	Creació d'itineraris i rutes a partir de la proposta de Catalonia Sacra.
DESCRIPCIÓ	<p>La proposta del Catalonia Sacra es basa en la posada en valor del patrimoni religiós a partir de la creació de diferents itineraris. Actualment ja hi ha alguns itineraris plantejats que inclouen aquells elements que ha seleccionat la Delegació de Patrimoni del bisbat de Girona d'acord amb criteris de representativitat i accessibilitat.</p> <p>Es pot ampliar el nombre de rutes i proposar-ne de noves incorporant altres elements i, al mateix temps, vincular-les al turisme rural. Aquestes rutes es poden proposar a partir de les ja existents o bé plantejar-ne de noves en zones on encara no s'han fet propostes.</p> <p>Aquestes rutes s'han de plantejar de manera que els visitants la puguin fer individualment, per tant, caldrà considerar la difusió d'aquests itineraris i les eines d'interpretació que s'han de posar al servei dels visitants.</p>
OBJECTIU	Posar en valor el patrimoni religiós en relació amb els valors espirituals del paisatge i l'entorn rural.
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	Catalonia Sacra. Associació de Turisme Rural i cases de turisme rural. Patronat de Turisme. Bisbat de Girona. Ajuntaments.

ACCIÓ 2.6

ACTUACIÓ	Organització d'activitats complementàries.
DESCRIPCIÓ	<p>En la societat actual hi ha una demanda creixent d'activitats diverses relacionades, sobretot, amb l'àmbit espiritual més que amb el religiós. Per això, des de diversos llocs, religiosos i no religiosos, s'organitzen activitats diverses, com ara cursos de meditació, tallers de creixement personal, xerrades i presentacions de llibres, etc. Aquestes activitats, moltes vegades, es fan en grups petits i en espais que ofereixen una certa tranquil·litat. Per això, el turisme rural pot ser un bon lloc on organitzar aquestes activitats com a complement de l'oferta actual.</p>
OBJECTIU	<p>Complementar l'oferta de turisme rural. Diferenciar el públic actual del de turisme rural. Desestacionalitzar l'oferta (si les activitats s'organitzen fora de temporada).</p>
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	<p>Associació de Turisme Rural i cases de turisme rural. Empreses d'activitats.</p>

ACCIÓ 2.7

ACTUACIÓ	Creació de materials d'interpretació.
DESCRIPCIÓ	<p>Una manera de transmetre els valors religiosos, espirituals, històrics i culturals dels llocs és a través de les eines d'interpretació. Aquestes eines permeten posar en coneixement dels visitants els aspectes més destacables i rellevants dels elements patrimonials.</p> <p>Les eines d'interpretació permeten posar en valor el patrimoni, tant als ulls dels visitants com de la població local, per tant, també és una manera de reforçar la identitat local.</p> <p>Hi ha un ampli ventall d'eines d'interpretació, caldrà, doncs, seleccionar les més adients en cada cas, que poden anar des de maquetes i plafons fins a audioguies i material imprès. També cal tenir en compte l'aportació que es pot fer des de l'àmbit de les noves tecnologies, que permeten accedir a informació des de pàgines web, a partir de codis QR, etc.</p> <p>Aquestes eines d'interpretació es poden trobar en els mateixos espais religiosos o bé en les cases de turisme rural.</p>
OBJECTIU	Posar en valor el patrimoni religiós a partir del coneixement dels seus valors patrimonials.
PRIORITAT	Baixa.
AGENTS IMPLICATS	Bisbat de Girona. Associació de Turisme Rural.

LÍNIA D'ESTRATÈGIA 3. DIFUSIÓ I PROMOCIÓ

ACCIÓ 3.1

ACTUACIÓ	Creació d'un inventari de recursos.
DESCRIPCIÓ	<p>Hem vist en punts anteriors que no existeix un inventari de recursos per la complexitat que comporta, però realment seria interessant poder disposar d'un inventari que considerés:</p> <ul style="list-style-type: none">- Elements del patrimoni tangible immoble (edificis com ara santuaris, monestirs, esglésies, ermites...).- Elements del patrimoni tangible moble (per exemple, recollits en museus com el Museu d'Art de Girona).- Elements del patrimoni intangible (festes i celebracions religioses, aplecs, pessebres vivents, representacions de Setmana Santa...).- Elements relacionats amb el culte (horaris de culte i tipologia de cerimònies). <p>Aquest inventari ha de permetre conèixer el patrimoni per poder-lo posar en valor, relacionar-lo amb l'oferta de turisme rural de proximitat i crear un calendari d'esdeveniments al llarg de l'any. Aquest inventari hauria de ser valorat, és a dir, a part dels valors patrimonials dels elements hauria d'incloure informació sobre l'estat de conservació i la seva accessibilitat.</p>
OBJECTIU	<p>Conèixer l'oferta de turisme religiós per complementar l'oferta de turisme rural.</p> <p>Disposar d'un inventari per a futures propostes d'actuació.</p>
PRIORITAT	Alta.
AGENTS IMPLICATS	Bisbat de Girona.

ACCIÓ 3.2

ACTUACIÓ	Creació de material promocional.
DESCRIPCIÓ	<p>La creació de l'inventari ha de ser una primera eina que ha de facilitar la creació de material promocional específic.</p> <p>Aquest material promocional es pot concretar en forma de fulletons, apartats específics a la pàgina web, calendaris d'activitats, etc.</p> <p>No cal crear una pàgina web nova, sinó que seria interessant poder relacionar les pàgines on hi ha la informació (per exemple, la del bisbat) amb les de promoció turística. Al mateix temps, caldria afegir les activitats i els itineraris.</p> <p>També caldria enllaçar les pàgines de promoció amb la pàgina del projecte Catalonia Sacra.</p> <p>Aquest material pot incorporar també les rutes creades i les propostes d'activitats.</p>
OBJECTIU	<p>Posar en relleu el calendari litúrgic i donar a conèixer algunes de les celebracions d'origen religiós.</p> <p>Donar a conèixer el patrimoni religiós.</p>
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	<p>Bisbat de Girona.</p> <p>Patronat de Turisme.</p> <p>Agents implicats en els itineraris i les propostes d'activitats.</p>

ACCIÓ 3.3

ACTUACIÓ	Distribució del material turístic creat.
DESCRIPCIÓ	<p>Amb aquesta proposta es vol donar sortida al material de promoció elaborat.</p> <p>En primer lloc, s'hauria de presentar aquest material per tal de donar-lo a conèixer convocant els mitjans de comunicació, i fer una roda de premsa amb els representants de cada entitat participant.</p> <p>En segon lloc es proposa que des de l'Oficina de Turisme es distribueixi aquest material a través de les diferents oficines de turisme. També es pot donar a conèixer el producte a través de fires i altres accions promocionals que es facin des del patronat.</p> <p>Cal tenir present que el fet d'estar en contacte amb la taula de treball de turisme religiós també permetrà valorar si es participa o no en les fires especialitzades en turisme religiós.</p> <p>També s'hauria de distribuir aquest material des de les mateixes cases de turisme rural.</p>
OBJECTIU	Fer la màxima difusió del material editat per donar a conèixer el producte.
PRIORITAT	Mitjana.
AGENTS IMPLICATS	Patronat de Turisme. Bisbat de Girona. Associació de Cases de Turisme Rural.

ACCIÓ 3.4

ACTUACIÓ	Difusió de l'inventari a través de les cases rurals.
DESCRIPCIÓ	<p>Cada casa rural hauria de conèixer el patrimoni religiós, tant el tangible com l'intangible, del territori de proximitat per tal de poder informar els visitants.</p> <p>A part d'això, en la guia de les cases rurals, on hi ha les característiques de cada casa, seria interessant incorporar els elements del patrimoni religiós que es poden trobar a prop. En aquest apartat, ara s'hi troba informació que fa referència a la proximitat d'un nucli de població, d'una piscina, un camp d'esports... Caldria incorporar un símbol que servís per identificar el patrimoni religiós.</p> <p>A banda d'això, a les cases hi hauria d'haver informació d'aquests elements més propers, així com de les activitats que ofereixen, tant pel que fa al culte, com les activitats complementàries. Per tant, s'hi poden distribuir fulletons, guies...</p> <p>També pot ser interessant, en aquelles cases on es pugui, tenir llibres i guies impreses amb aquesta informació al servei del client.</p>
OBJECTIU	<p>Donar a conèixer l'oferta del patrimoni religiós des de les cases de turisme rural.</p> <p>Millorar els serveis oferts a les cases de turisme rural.</p>
PRIORITAT	Alta.
AGENTS IMPLICATS	<p>Bisbat de Girona.</p> <p>Associació de Cases de Turisme Rural.</p>

8. CONCLUSIONS

L'objectiu principal d'aquest estudi és posar en valor el patrimoni i els recursos religiosos com a complement de l'oferta actual de turisme rural.

Per això, en primer lloc s'ha definit el marc conceptual del turisme religiós.

Al nostre entendre, turisme, religió i pelegrinatge són elements diferenciats, encara que estretament relacionats i amb fronteres difícils de traçar. És cert que en els espais sagrats conviuen diferents tipologies de visitants (devots, turistes religiosos, turistes culturals, pelegrins, turistes espirituals). La principal diferència entre unes tipologies i unes altres rau en les motivacions, ja que tots fan servir el mateix espai i les mateixes infraestructures.

Pelegrinatges i turisme religiós requereixen una intensitat de motivació que no és fàcil de trobar en altres tipologies turístiques, però que, en diferents graus i formes, sí que podem trobar en el turisme espiritual i el cultural.

Definim el turisme religiós com aquella tipologia turística motivada principalment per la religió (en combinació o no amb altres motivacions), que té com a destinació un lloc religiós i que pot estar vinculat o no a la participació en cerimònies i activitats religioses. La principal diferència amb el pelegrinatge és que en aquest el camí o recorregut forma part important de l'experiència del pelegrí.

Tant el pelegrí com el turista religiós tenen, en els espais sagrats, una actitud de veneració i respecte i busquen una experiència que els posi en contacte amb la divinitat i amb un més enllà transcendent.

El turisme espiritual fa referència al desplaçament turístic i té com a objectiu el gaudi de l'esperit, per tant, que és satisfactiu emocionalment. Pot ser orientat religiosament o no, ja que més enllà de la visita a espais sagrats i de la participació en recessos o rutes de pelegrinatge, també es pot desenvolupar en entorns culturals i naturals així com incloure activitats de relaxació i benestar per al cos.

Alzamora (2006) menciona tres visions de l'espiritualitat: l'espiritualitat com a centre interior de la persona, com a obertura a l'infinit i trobada amb el misteri, i com a trobada amb l'altre (dimensió ètica). D'acord amb aquest autor, el turisme espiritual permet posar en valor aspectes fortament relacionats amb les experiències que s'espera trobar en els espais sagrats.

El turisme cultural és el moviment de les persones cap a atraccions culturals específiques, com ara llocs patrimonials artístics i manifestacions culturals, lluny del seu lloc de residència habitual amb la intenció de tenir nova informació i experiències per satisfer les seves necessitats culturals.

L'art, de forma variable en cada individu, actua com a potent estimulant mental amb efectes intensos.

"Al llarg dels segles, s'ha atribuït a l'art una dimensió especial, espiritual i cultural que el distingirien, d'alguna manera, de les dreces més prosaiques de la felicitat, relacionades principalment amb el sistema sensorial. Les 'belles arts' despertarien reaccions afectives positives, per descriure d'alguna manera les sensacions plaents o fins i tot euforitzants que pot causar l'art, superiors a respostes merament sensorials."
(Punset, 2006, 168)

Per tant, un cop més, art, religió i turisme es barregen; el tret comú és que poden proporcionar experiències altament intenses, ja sigui a través de la contemplació, la creació o la participació en activitats de culte.

En la segona part s'ha valorat la posada en valor del patrimoni religiós per part de les institucions públiques.

En el projecte Catalonia Sacra hi participen, d'entrada, 325 elements, que han estat inventariats i analitzats. A partir d'aquestes dades s'ha creat una metodologia per veure quines són les relacions existents entre espais sagrats i turisme.

Nosaltres apuntem que els objectius del Catalonia Sacra haurien d'anar cap a aquesta direcció i per això és fonamental conèixer l'estat i les formes de gestió de cada un dels elements implicats. En aquest treball hem proposat una metodologia per estudiar aquests elements des de la perspectiva patrimonial i la perspectiva turística.

Justament per aquestes línies tan estretes, és de vital importància la creació d'una taula de treball que aglutini els diferents agents implicats i permeti treballar de manera conjunta per a la posada en valor del patrimoni religiós.

9. BIBLIOGRAFIA

- Ajit Shinde, K. (2003). "Environmental crises in God's adobe: Managing religious tourism". A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (p. 87-102). Fatima: ATLAS.
- Aktas, A.; Ekin, Y. (2003). "The importance and the place of faith (religious) tourism in the alternative tourism resources of turkey". A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (p. 151-174). Fatima: ATLAS.
- Alzamora Salom, A. (2006). *La espiritualidad del turismo* (3a ed.). Santa Ponça (Mallorca): Parròquia de Santa Ponça.
- Ambrósio, V. (2000). *Fátima: Território especializado na recepção de turismo religioso*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.
- Ambrósio, V. (2003). "Religious tourism - territorial impacts in the EU Marian sanctuary towns". A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (p. 43-56). Fatima: ATLAS.
- Andriotis, K. (2009). "Sacred site experience: A phenomenological study". *Annals of Tourism Research*, núm. 36 (1), p. 64-84.
- Aucourt, R. (1990). "Pèlerins touristes ou touristes religieux". *Cahier Espaces*, núm. 102, p. 19-21.
- Barbeillon, J. (1993). "Proposer une pédagogie du voyage religieux". *Cahier Espaces*, núm. 30 (Tourisme religieux), p. 168-172.
- Batalla Gardella, S. (2002). *Santuarios, guía de turismo y peregrinaciones*. Madrid: Edicel, Centro Bíblico Católico.
- Bauer, M. (1993). "Tourisme religieux ou touristes en milieu religieux". *Cahier Espaces*, núm. 30 (Tourisme religieux), p. 24-37.
- Bernard, N. (2009). Saint-Jacques de Compostelle, les chemins de la spiritualité. *Espaces*, núm. 271, p. 26-28.
- Blackwell, R. (2007). "Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events". A: R. Raj; N. D. Morpeth (ed.). *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective*. Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub, p. 35-47.
- Bote Gómez, Venancio (1988). *Turismo en espacio rural: rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. 1a edició. Madrid: Popular. (Promoción cultural,10)
- Bremer, T. S. (2006). "Sacred spaces and tourist places". A: D. J. Timothy; D. H. Olsen (ed.). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge, p. 25-35.
- Caballé, A. (1999). *L'agroturisme a l'Estat espanyol. Anàlisi de l'oferta des d'una perspectiva del gènere*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. (Col·lecció Materials)
- Calabuig, J.; Castañer, M.; Figueras, M. (2006). "Territori, urbanisme, arquitectura". *Actes del VI Seminari de Turisme Rural de Catalunya*. Joanetes, Girona.

- Cals, J.; Capellà, J.; Vaqué, E. (1995). *El turismo en el desarrollo rural de España*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Camarero Izquierdo, C.; Garrido Samaniego, M. J. (2004). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Pirámide.
- Canalis, X. (2010). "El turismo religioso sigue moviendo montañas". *Revista Hosteltur* (novembre), p. 46-47.
- Cànoves, G. (dir.) (2004). *El turisme rural a Catalunya: una aposta mediambiental i de qualitat*. Barcelona: Fundació Abertis i Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cànoves Valiente, G.; Blanco Romero, A. (2011). "Turismo religioso en España: ¿la gallina de los huevos de oro? una vieja tradición, versus un turismo emergente". *Cuadernos de Turismo*, núm. 27, p. 115-131.
- Carreres i Pera, J. (1991). *Girona: Les rutes de la fe*. Girona: delegació pastoral de turisme del Bisbat de Girona.
- Cohen, E. (1992). "Pilgrimage centers: Concentric and Eccentric". *Annals of Tourism Research*, núm. 19 (1), p. 33-50.
- Cohen, E. (2003). "Tourism and religion: A case study - visiting students in Israeli universities". *Journal of Travel Research*, núm. 42 (1), p. 36-47.
- Colardelle, M. (1994). "Le tourisme culturel. Une chance pour la culture, le tourisme e l'économie". *Cahier Espaces*, núm. 37 (Tourisme et culture), p. 34-38.
- Collins Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, núm. 37 (2), p. 440-456.
- Collins Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, núm. 30 (1), p. 153-164.
- Colombia.com. Agroturisme a Colòmbia:*
- Cors, M. (2004). "Agroturisme i territori a Catalunya. Anàlisi a diferents escales espacials" (tesi doctoral). Barcelona: Facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona.
- Devereux, C. (2003). "Spirituality, pilgrimage and the road to Santiago". A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert Meeting*. Fatima: ATLAS, p. 131-140.
- Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*. Núm. 4685 (27.7.2006). Generalitat de Catalunya. Decret 313/2006, de 25 de juliol, que regula els establiments de turisme rural. <http://www.gencat.cat/economia/icca/Decrpages.pdf> [Consulta: 20 gener 2009]
- Díaz Tabeda, J. M. (1989). "La significación de los santuarios". A: C. Álvarez Santaló; M. J. Buxó Rey; S. Rodríguez Becerra (ed.). *La religiosidad popular*. Vol. III. Barcelona: Anthropos, p. 268-281.
- Digance, J. (2003). "Pilgrimage at contested sites". *Annals of Tourism Research*, núm. 30 (1), p. 143-159.
- Digance, J. (2006). "Religious and secular pilgrimage: Journeys redolent with meaning". A: D. J. Timothy; D. H. Olsen (ed.). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge, p. 36-48.
- Donaire, J. A. (2008). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire: Vitel·la.
- Eade, J. (1992). "Pilgrimage and tourism at Lourdes, France". *Annals of Tourism Research*, núm. 19 (1), p. 18-32.

- Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano* (edició original 1959). Madrid: Guadarrama.
- Faucheur, P. (1994). "Mise en valeur du patrimoine et aménagement du territoire". *Cahier Espaces*, núm. 37 (Tourisme et culture), p. 174-177.
- Fernandes, C.; McGettigan, F.; Edwards, J. (2003). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal*, núm. 23-27 (April). Fátima: Tourism board of Leiria/Fátima.
- Font Sentias, J.; André, M. (2004). *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel.
- Frances, G. (2002). "Teoría de redes y turismo rural en el desarrollo territorial: el agroturismo" (tesi doctoral). Barcelona: Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la Universitat de Barcelona.
- Fundació Pere Tarrés (2003). *Cases de trobada de Catalunya i Andorra. Cases de colònies, cases d'espiritualitat i santuaris*. Barcelona: Pòrtic Guies.
- Furió Blasco, E. (1996). *Economía, turismo y medio ambiente*. València: Tirant Lo Blanch.
- Fuster, J. (2004). "Fe en el turismo religioso". *Hosteltur*, p. 5-32.
- Galí Espelt, N. (2012). "Identifying cultural tourism: A theoretical methodological proposal". *Journal of Heritage Tourism*, núm. 7 (1), p. 45-58.
- Germain, A. (2007). "El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión". *Editur*, núm. 2.480 (26 d'octubre), p. 21-25.
- Graburn, N. (1992). "Turismo, el viaje sagrado". A: V. L. Smith (ed.). *Amfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endimyon.
- Graburn, N. (2001). *Secular ritual: A general theory of tourism*. USA: Cognizant Communication Corporation, Elmsford.
- INE. Instituto Nacional de Estadística. Hotelería y turismo. (2009). *Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural*. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Ffe162eotr&file=inebase&L=0> [Consulta: 11 març 2009]
- INESTUR. *El turismo en el medi rural a les Illes Balears. Anàlisi de la normativa*. Illes Balears: Institut d'Estratègia Turística. (Col·lecció d'Estudis Turístics)
- Jackowski, A. (1987). "Tourisme et pèlerinage religieux". *Problems of Tourism*, X, núm. 1 (35), p. 37-53.
- Javary, C.; Senneville, C.; Tinard, Y. (1993). "De la valorisation de notre patrimoine monumental religieux. L'exemple de Notre Dame de Paris". *Cahier Espaces*, núm. 30 (Tourisme religieux), p. 140-147.
- Juan, F.; Solsona, J. (2000). *Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización.*, Madrid: Síntesis.
- Juste, A.; Calduch, E. (2005). *Les millors cases rurals de Catalunya*. Barcelona: Columna.
- Kelly, S. (2009). "Open churches network. Les églises ouvertes du Pays de Galles". *Cahier Espaces*, núm. 96 (Sites Religieux et Tourisme), p. 49-53.
- Laloue, P. (2009). "Voyages spirituels, une offre qui doit se professionnaliser". *Espaces*, núm. 271, p. 32-33.
- Lanquar, R. (2007). *La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual* (Resumen del Informe General de la OMT). Madrid: OMT.
- Leppakari, M. (2008). "Religious tourism and pilgrimage management: An international

- perspective". *Annals of Tourism Research*, núm. 35 (2), p. 611-612.
- Liogier, R. (2009). "Le développement personnel spirituel". *Espaces*, núm. 271 (Juin), p. 14-17.
- López, J. M. (2004). "Fe en el turismo. Reportaje". *Hosteltur* (diciembre), p. 5-32.
- Mazza, C. (2007). *Turismo religioso: Un approccio storico-culturale*. Bologna: Edizioni Dehoniane.
- McGettigan, F. (2003). "An analysis of cultural tourism and its relationship with religious sites". A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting*. Fatima: ATLAS, p. 13-26.
- Mottura, P. (1993). "Au seuil du troisième millénaire, vers un tourisme spiritualiste?". *Cahier Espaces*, núm. 30 (Tourisme religieux), p. 154-160.
- Mundet, L. (1999). "Espai i ecoturisme". *Estudis de Turisme de Catalunya*, núm. 5, p. 11-18.
- Nolan, M. L.; Nolan, S. (1992). "Religious sites as tourism attractions in Europe". *Annals of Tourism Research*, núm.19 (1), p. 68-78.
- Norman, A. (2011). *Spiritual tourism: Travel and religious practice in western society*. London: Continuum.
- Olsen, D. H. (2003). "Heritage, tourism, and the commodification of religion". *Tourism Recreation Research*, núm. 28 (3), p. 99-104.
- Olsen, D. H. (2006). "Management issues for religious heritage attractions". A: D. J. Timothy; D. H. Olsen (ed.). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge, p. 104-118.
- Olsen, D. H. (2006). "Tourism and religious journeys". A: D. J. Timothy; D. H. Olsen (ed.). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge, p. 1-26.
- OMT. Organizació Mundial del Turisme. <http://www.unwto.org> [Consulta: 17 desembre 2008]
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *International conference on tourism, religions and dialogue of cultures*. Spain: Cordoba (October 2007). (Conferencia internacional sobre turismo, religiones y diálogo entre culturas). Madrid: World Tourism Organisation.
- Pardellas, X. (2005). "Perspectivas de desarrollo local: Los itinerarios culturales y el jacobeo 2004". A: X. Pardellas (ed.). *Turismo religioso o camión de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Santiago.
- Parellada, J. (2009). "El turismo religioso. Sus perfiles". *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo*. Ávila: Conferencia Episcopal Española (Noviembre 2009).
- Pedreño Muñoz, A. (1996). *Introducción a la economía del turismo en España*. 1a ed. Madrid: Civitas. (Economía. Serie tratados y manuales)
- Petrillo, C. S. (2003). Management of churches and religious sites. A: C. Fernandes; F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting*. Fatima: ATLAS, p. 71-86.
- Pla Cargol, J. (1971). *Tradiciones, santuarios y tipismo de las comarcas gerundenses* (5a ampl.). Girona: Dalmau Carles, Pla.
- Pladevall i Font, A. (1989). *Història de l'església a Catalunya*. Barcelona: Claret.

- Pladevall i Font, A.; Pagès i Paretas, M.;(1988). *Això és Catalunya: Guia del patrimoni arquitectònic* (2a ed.). Barcelona: Plaza & Janés.
- Prat Carós, J. (1989). "Los santuarios marianos en Cataluña: Una aproximación des de la etnografía". A: C. Álvarez Santaló; M. J. Buxó Rey; S. Rodríguez Becerra (ed.). *La religio-sidad popular*. Vol. III. Barcelona: Anthropos, p. 211-254.
- Pulido Fernández, J. I. (coord.) (2008). *El turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España*. Madrid: Síntesis.
- Rabet, D. (2009). "Bien accueillir les visiteurs dans les églises". *Espaces*, núm. 271, p. 22-25.
- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Rinschede, G. (1992). "Forms of religious tourism". *Annals of Tourism Research*, núm. 19 (1), 51-67.
- Robles Salgado, J. (2001). "Turismo religioso. alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo". *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, núm. 316 (octubre).
- Rodríguez Vilagran, A. (1997). *Maria als santuaris del bisbat de Girona*. Girona: bisbat de Girona.
- Ron, A. (2007). "Tourism, religion, and spiritual journeys". *Annals of Tourism Research*, núm. 34 (2), p. 547-548.
- Roselló, M. (2009). *Santuaris de Catalunya: Una geografia de llocs sagrats* (guies turístiques de Catalunya) Barcelona: Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Secretaria de Comerç i Turisme.
- Rubio Gil, A.; Esteban Curiel, J. (2008). "Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish experience". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, núm. 6 (3), p. 419-433.
- Santos, M. G. M. P. (2003). "Religious tourism: Contributions towards a clarification of concepts". A: C. Fernandes, F. McGettigan; J. Edwards (ed.). *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting Fatima: ATLAS*, p. 27-43.
- Santos, M. G. M. P. (2006). *Espiritualidade, turismo e território: Estudo geográfico de Fátima*. Estoril: Principia.
- Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites: Service provision and visitor experience*. London; New York: Continuum.
- Shackley, M. (2004). *Accommodating the spiritual tourist: The case of religious retreat houses*. Burlington: Elsevier.
- Sharpley, R.; Jepson, D. (2011). "Rural tourism: A spiritual experience?" *Annals of Tourism Research*, núm. 38 (1), p. 52-71.
- Sharpley, R.; Priya, S. (2005). "Tourism: A sacred journey? The case of ashram tourism, India". *The International Journal of Tourism Research*, núm. 7 (3), p. 161-171.
- Simon, A. (2007). "Les voyages religieux. Un marché de niche". *Cahier Espaces*, núm. 96 (Sites religieux et tourisme), p. 114-118.
- Talec, P. (1993). "Définition du tourisme religieux". *Cahier Espaces*, núm. 30 (Tourisme religieux), p. 19-23.

- The Economist Intelligence Unit. (1994). "Market segments. Religious travel in Europe". *Travel and Tourism Analyst*, núm. 2, p. 39-52.
- Timothy, D. J.; Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge.
- Torres Bernier, E. (2005). "El turismo religioso en el mundo". A: X. Pardellas (ed.). *Turismo religiosos o camiño de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Santiago.
- Trono, A. (2009). *Tourism, religion & culture: Regional development through meaningful tourism experiences*. Lecce, Poggiardo 27th - 29th october 2009. Galatina: Mario Congedo.
- Valdés Peláez, L.; Arribas Sánchez, C. (2005). Religión y naturaleza como producto turístico conjunto: El caso de Covadonga. A: X. Pardellas (ed.). *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Santiago.
- Velasco González, María (2004). *La Política turística: gobierno y administración turística en España (1952-2004)*. 1a ed. València: Tirant lo Blanch. (Ocio y turismo)
- Vidal Casellas, D. (1998). "El patrimoni, atractiu bàsic del turisme cultural". *Estudis de Turisme de Catalunya*, núm. 3, p. 13-18.
- Vidal Casellas, D.; Sureda, M.; Font, D. (2010). *Catalonia sacra. Secretariat interdiocesà per a la Custòdia i Promoció de l'Art Sagrat (SICPAS)*. Conferència Episcopal Tarraconense. (Manuscrit no publicat)
- Vilar Álvarez, M. (2005). "Peregrinage, turismo y territorio". A: X. Pardellas (ed.). *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Santiago.
- Vinnie, J.; Gunjan, M. S. (2010). "Managing customer experience for spiritual and cultural tourism: An overview". *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, núm. 2 (5), p. 467.
- Vukonic, B. (1996). *Tourism and religion*. S. L.: Pergamon.



Diputació de Girona

G!rona Patronat de Turisme
Costa Brava Girona