Universitat de Girona

COMPETITIVITAT DEL TURISME RELIGIÓS EN EL MARC CONTEMPORANI. ELS ESPAIS SAGRATS I EL TURISME

Sílvia AULET SERRALLONGA

Dipòsit legal: GI. 1800-2012
http://hdl.handle.net/10803/96379

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

COMPETITIVITAT DEL TURISME RELIGIÓS EN EL MARC CONTEMPORANI

Els espais sagrats i el turisme

Autor: Sílvia Aulet Serrallonga

Directors: Dra. Dolors Vidal Casellas i Dr. José Antonio Donaire Benito

Tesi Doctoral per a l'obtenció del títol de Doctor per la Universitat de Girona

Programa de Doctorat en Turisme, Dret i Empresa - Universitat de Girona

Beca "Turismo de Espanya" 2008

Any 2012

"Pugui amb un simple gràcies expressar tota la meva gratitud a qui m'ha sabut guiar pel camí amb tant d'amor, fent-me descobrir que la meta és a cada instant el pas fet" (Panikkar, Carrara, 2009, 14)

Agraïments:

Voldria dedicar aquest treball a l'Àngela, en Llorenç i la Carme, per la paciència i el suport en tot moment. També a la resta de la meva família, amb un record especial pel meu pare Ramon i la meva àvia Carme, amb qui m'hauria agradat poder compartir aquests moments.

Un sincer agraïment als meus tutors, la Dra. Dolors Vidal i el Dr. José Antonio Donaire, per les hores de dedicació i el suport. Voldria agrair, especialment, a la Dra. Dolors Vidal la seva ajuda i amistat, sense ella aquest treball no hauria estat possible. Agrair els comentaris i l'ajuda del Dr. Joan Ferrer i del Dr. Marc Sureda.

De la mateixa manera, voldria agrair a mossèn Josep Isern, del santuari del Far, la seva col·laboració. Igualment, a tots els mossens i rectors de santuaris amb qui m'he he compartit la realització d'aquest treball, sobretot a mossèn Salvador Batalla i mossèn Enric Sala.

Agrair, també, a l'Associació d'Amics del Far, especialment al Sr. Salvador Sunyer i al Sr. Joan Pallarès, l' interès mostrat.

Voldria donar les gràcies als bons amics de Montserrat, sobretot al Pare Josep Enric Parellada, per tota la informació i ajuda, així com a la resta de la comunitat benedictina pel bon acolliment; i també als Srs. Sinca i Riba de la Fundació Abadia de Montserrat i al Sr. Josep Altayó de Larsa.

Agrair també la col·laboració dels membres de la taula de treball de turisme religiós del Club Cultura, de l'agència Catalana de Turisme, en especial a la Blanca Cros i a la Ariadna Ribas per impulsar aquesta iniciativa.

Un gran agraïment als companys de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona, tant al personal acadèmic com al personal d'administració. Voldria donar les gràcies, sobretot, a la Dra. Núria Puig i la Dra. Saida Palou, companyes de recorregut, per les hores dedicades a fons perdut. També a la Dra. Núria Galí, pel suport i les fotografies de la portada, i a tots els *juniors* de la Facultat, especialment en Dani Blasco i la Berta Ferrer. També al company Marc Grijalvo.

I a tots els amics i amigues, companys i companyes, que m'han acompanyat al llarg d'aquests anys de treball.

Les fotografies de la portada corresponen:

A l'esquerra, vista del Santuari del Far des del Santuari de Rocacorba, feta per Sílvia Aulet.

Al centre, turistes a l'església de Sant Climent de Taüll, feta per Núria Galí.

A la dreta, campanes d'una de les esglésies de la Vall de Boí, feta per Núria Galí.

Índex

Índex 4
Índex de gràfics 7
Índex de taules 9
Índex d'il·lustracions 10
1.- Introducció 11
1.1.- Antecedents 15
1.2.- Objectius 17
1.3.- Metodologia i fonts d'informació 21
1.4.- Estructura del treball 31
PRIMERA PART: Transcendència i presència del fet sagrat 33
2.- Conceptualització del sagrat, transcendència i universalitat 34
2.1.– El fenomen religiós en el context actual 35
2.2.- L'experiència religiosa, de la vivència interior a l'exteriorització 44
2.2.1.- Exteriorització de l'experiència religiosa a nivell racional: dels mites a la teologia 46
2.2.2.- Exteriorització de l'experiència religiosa a nivell del culte: els temps i els espais sagrats 48
2.3.- Aproximacions a l'estudi del sagrat 51
2.3.1.- Les teories sociològiques i etnològiques 53
2.3.2.- La fenomenologia del sagrat 57
2.3.3.- Una hermenèutica del sagrat: Mircea Eliade 61
2.3.4.- El concepte de sagrat i mètode per a l'estudi de les seves manifestacions 64
3.- La manifestació del sagrat i el seu simbolisme 70
3.1.- La naturalesa com a manifestació del sagrat 73
3.1.1.- El simbolisme del centre del món 75
3.1.2.- La muntanya, l'axialitat i l'ascensió 78
3.1.3.- La cova, la *imago mundi* 81
3.1.4.- La pedra, la immutabilitat 83
3.1.5.- L'arbre, la vida, el coneixement 86
3.1.6.- L'aigua, la purificació 89
3.2.- L'espai sagrat com un espai construït 91
3.2.1.- L'origen de les construccions: relíquies, miracles i aparicions 92
3.2.2.- El simbolisme del temple cristià 96

4.- Recapitulant, el simbolisme del sagrat en la tradició cristiana 103
SEGONA PART. Turisme religiós, entre el pelegrinatge i el turisme 108
5.- Els espais sagrats i la seva relació amb el turisme 109
5.1.- Espais i llocs sagrats, aproximació conceptual 110
5.2.- L'espai sagrat com heterotopia 117
5.3.- L'espai sagrat com a espai turístic 122
6.- Conceptualització del turisme religiós 135
6.1.- El turisme religiós 137
6.2.- Els pelegrinatges 145
6.3.- El turisme espiritual 154
6.4.- El turisme cultural 161
6.5.- Les relacions entre les diferents tipologies turístiques en els espais sagrats 167
7.- La gestió dels espais sagrats 173
7.1.- Els espais sagrats com a espais de tensió interna 174
7.2.- La responsabilitat de la gestió 178
7.2.1.- La titularitat i l'enfocament teòric de la gestió 179
7.2.2.- Entitats de suport a la gestió 184
7.3.- La gestió religiosa 188
7.3.1.- La celebració de la litúrgia 189
7.3.2.- Altres actes i celebracions religioses 190
7.4.- La gestió dels serveis turístics 191
7.4.1.- Els serveis d'hostatgeria i restauració 193
7.4.2.- La botiga i la venda de records 196
7.4.3.- Altres serveis complementaris 199
7.5.- La gestió cultural 200
7.5.1.- Les eines d'interpretació i informació 203
7.7.2.- Les visites guiades i el paper dels professionals 208
7.6.- L'experiència del visitant i l'esperit del lloc 213
8.- El turisme religiós en el marc contemporani 220
8.1.- El turisme religiós al món 222
8.2. - El turisme religiós a Espanya 228
8.3.- El turisme religiós a Catalunya 239
TERCERA PART: Anàlisi turística dels espais sagrats i models de gestió 244
9.- Cas d'estudi, el projecte Catalonia Sacra 245

10.- La relació entre l'espai i el temps sagrat 253
10.1.- El patrimoni tangible com a representació de l'espai sagrat 257
10.1.1.- Els nivells de protecció del patrimoni 258
10.1.2.- Altres elements patrimonials a destacar 263
10.1.3.- La rellevància del patrimoni tangible 264
10.2.- El patrimoni intangible com a representació del temps sagrat 266
10.2.1.- Els actes litúrgics 268
10.2.2.- Les mostres de fe vinculades a la devoció popular 276
10.2.3.- La importància del patrimoni immaterial 283
10.3.- Reflexions sobre la relació entre el patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els elements estudiats 285
11.- Relació entre la gestió turística pròpia i l'entorn turístic 291
11.1.- La gestió turística pròpia 292
11.1.1.- La titularitat i gestió dels elements 293
11.1.2.- L'accessibilitat turística 298
11.1.3.- Els serveis turístics propis 303
11.1.4.- Les eines d'interpretació i les activitats culturals 306
11.1.5.- Algunes dades relatives a la visita 311
11.1.6.- Valoració de la gestió turística 314
11.2.- L'entorn turístic 322
11.2.1.- L'accessibilitat turística 323
11.2.2.- Els serveis turístics de l'entorn 327
11.2.3.- La relació amb l'entorn turístic 330
11.2.4.- La importància de l'entorn turístic 338
11.3.- Reflexions sobre la importància de la gestió turística i la relació amb l'entorn 343
12.- Els espais sagrats, una mateixa naturalesa i diferents realitats 347
13.- Conclusions 362
14.- Bibliografia 371

Índex de gràfics

Gràfic 1: Temps profà i temps sagrat 126
Gràfic 2: Metàfora del trampolí 127
Gràfic 3: Classificació de les atraccions de turisme religiós 128
Gràfic 4: Classificació del turisme religiós segons les motivacions 140
Gràfic 5: Diagrama de les interrelacions entre turisme i religió. 141
Gràfic 6: Motivacions en el turisme espiritual i el turisme cultural 156
Gràfic 7: Tipologies de Turisme cultural 165
Gràfic 8: Relacions entre turisme cultural, turisme religiós i turisme espiritual basada en els recursos religiosos comuns a les tres categories 169
Gràfic 9: Relacions entre tipologies turístiques en els espais sagrats 170
Gràfic 10: Competències, activitats de creació de valor i funcions d'ús 175
Gràfic 11: Formes de custòdia dels espais sagrats 182
Gràfic 12: Experiència patrimonial del lloc 216
Gràfic 13: Evolució del nombre de pelegrins en el Camino de Santiago (1985-2010) 236
Gràfic 14: Elements sagrats segons el valor del patrimoni tangible 261
Gràfic 15: Valoració del patrimoni tangible en percentatges 264
Gràfic 16: Celebració del culte en els espais sagrats 275
Gràfic 17: Valoració d'altres aspectes del patrimoni intangible 282
Gràfic 18: Valoració del patrimoni intangible (actes litúrgics i religiositat popular) en percentatges 283
Gràfic 19: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats 287
Gràfic 20: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats 287
Gràfic 21: Titularitat de la gestió 295
Gràfic 22: Titularitat de les pàgines web en percentatges 296
Gràfic 23: Nombre d'elements en funció de l'existència d'horaris d'obertura 299
Gràfic 24: Flexibilitat horària segons els períodes i les hores d'obertura 300
Gràfic 25: Franges d'obertura diàries 301
Gràfic 26: Presència de serveis turístics en percentatges 303
Gràfic 27: Nombre de serveis turístics per element 304
Gràfic 28: Nombre d'eines d'interpretació per element 308
Gràfic 29: Temps estimat de visita en percentatges 311
Gràfic 30: Època de l'any recomanada per a la visita 312

Gràfic 31: Valoració en funció dels horaris d'obertura en percentatges 315
Gràfic 32: Valoració segons els serveis propis en percentatges 316
Gràfic 33: Valoració segons les eines d'interpretació en percentatges 317
Gràfic 34: Valoració global de la gestió turística pròpia en percentatges 318
Gràfic 35: Accessibilitat als elements segons el mitjà de transport en percentatges 323
Gràfic 36: Accessibilitat als elements segons el nombre de mitjans de transport 324
Gràfic 37: Senyalització per arribar als elements 325
Gràfic 38: Existència d'aparcament 326
Gràfic 39: Existència de serveis turístics en l'entorn en percentatges 327
Gràfic 40: Concentració dels serveis turístics de l'entorn 328
Gràfic 41: Relació entre la protecció del patrimoni cultural i del patrimoni natural 332
Gràfic 42: Conjunts patrimonials pròxims 333
Gràfic 43: Nombre de rutes turístiques a les que es pertany en percentatges 334
Gràfic 44: Pertinença a rutes turístiques nacionals 336
Gràfic 45: Valoració de l'entorn segons la seva accessibilitat en percentatges 338
Gràfic 46: Valoració de l'entorn segons els serveis oferts en percentatge 339
Gràfic 47: Valoració de l'entorn segons la rellevància dels elements pròxims en percentatge 340
Gràfic 48: Valoració turística de l'entorn en percentatge 341
Gràfic 49: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats 344
Gràfic 50: Relació de la gestió turística amb la turistificació de l'entorn 344

Índex de taules

Taula 1: Nombre d'elements estudiats per diòcesis 27
Taula 2: Classificació de les religions 40
Taula 3: Evolució de les religions més practicades 41
Taula 4: Significat a la paraula sagrat en diferents llengües 66
Taula 5: Classificació del patrimoni religiós en el turisme 130
Taula 6: Perspectives del turisme religiós 143
Taula 7: Diferents visions de les relacions entre pelegrinatge i turisme 151
Taula 8: Nivell de culturització 165
Taula 9: Principals destinacions de pelegrinatge a Espanya 231
Taula 10: Pelegrins segons procedència per continents 237
Taula 11: Motivacions dels visitants, 2010 239
Taula 12: Principals recursos de turisme religiós 242
Taula 13: Classificació dels espais sagrats 254
Taula 14: Regularitat del culte segons les tipologies d'elements en percentatges 270
Taula 15: Entitats gestores 294
Taula 16: Eines d'interpretació al servei dels visitants 307
Taula 17: Tipologia d'activitats culturals organitzades 309
Taula 18: Relació entre la titularitat de la gestió i la valoració de la gestió turística 319
Taula 19: Valoració de la gestió turística en la custòdia religiosa per tipologies (percentatge) 320
Taula 20: Protecció dels espais naturals de l'entorn 331
Taula 21: Altres rutes vinculades als elements estudiats 335
Taula 22: Relacions entre patrimoni i turisme en els espais sagrats 347
Taula 23: Impactes en els espais sagrats 353
Taula 24: Línies d'actuació en la gestió d'espais sagrats 355

Índex d'il·lustracions

Imatge 1: Mapa de les diòcesis de Catalunya 28
Imatge 2: Piràmide escalonada de Chitchen Itzà (Mèxic) 79
Imatge 3: Mont Fuji (Japó) 80
Imatge 4: Monument megalític de Newgrange (Irlanda) 81
Imatge 5: Cripta de Sant Vicenç de Cardona 82
Imatge 6: Stonehenge (Anglaterra) 83
Imatge 7: Moais (Illa de Pascua) 83
Imatge 8: Santuari de Rocacorba 85
Imatge 9: L'arbre de la vida, Gustav Klimt 86
Imatge 10: Bodhi Gaya (India) 88
Imatge 11: Bany purificador al Ganges (Varanasi) 90
Imatge 12: Absis de Santa Maria de Taüll (Vall de Boí) 99
Imatge 13: Pàgina web de la botiga on-line de Montserrat 198
Imatge 14: Absis de Sant Climent de Taüll 359
Imatge 15: Recorregut del Camí Ignasià 361

1.- Introducció

"La campana del Far
M'agradaria de sentir, campana,
com venteges les boires amb el dring;
sentir-te ressonar pels cims i plana,
Anar on tu ets i no venir d'on vinc."
Salvador Sunyer, Els quartets de corda

Des de la proa rocosa del Santuari del Far es veu, en un dia clar, pràcticament tota la província de Girona i una mica més: el cap de Creus i les illes Medes, la catedral de Girona, el Montseny, el pantà de Susqueda, els cingles del Collsacabra, la plana de Vic i, al fons, desdibuixat, com una figura absent però present, la muntanya de Montserrat. Aquest paisatge ha configurat la meva infantesa. Aquestes han estat les meves "parets".

I és en aquest entorn on han nascut les inquietuds que m'han portat a plantejar aquest treball. He nascut i he crescut en un santuari, i això ha marcat la meva manera de ser i la meva manera d'entendre el món.

Els santuaris són llocs especials, fet que ja podem intuir però que veurem més endavant. No només pel que són i simbolitzen sinó també per la gent que hi va. Haver crescut en l'entorn del santuari del Far ha fet que des de ben petita entrés en contacte amb pelegrins, visitants, devots que hi acudien de manera més o menys habitual: a visitar la Mare de Déu, a participar dels actes litúrgics, a passar uns dies de descans, a fer un dinar familiar el diumenge...

Vaig decidir estudiar turisme perquè, sàviament, el Sr. Salvador Sunyer, amic del santuari i amb qui vaig tenir l'oportunitat de compartir molts estius, em va aconsellar aquesta opció. I em va parlar de la professora Dolors Vidal, co-directora d'aquesta tesi.

La professora Dolors Vidal, en el marc de l'assignatura de patrimoni cultural, ens va encarregar un treball de curs. Jo vaig escollir el Far com a tema, i va ser llavors quan vaig descobrir que el Far era molt més del que intuïa, era un espai sagrat.

Ja des de ben petita, de la mà del meu pare i la meva mare, el dia de festa, fèiem sortides a altres santuaris: Montgrony, el Collell, el Mont, els Àngels, la Fontcalda, Queralt, el Miracle... És una llarga llista.

En aquell moment vaig intuir que tots aquests llocs compartien una sèrie de trets en comú, que els feia ser diferents i els feia ser com punts de llum sobresortint enmig del territori de l'entorn.

Aquesta tesi neix, doncs, d'uns treballs previs. És la culminació d'un procés que es va iniciar el 1997 amb aquell primer treball sobre el santuari del Far. Però no ha estat l'únic treball que he realitzat sobre la temàtica dels santuaris.

El segon treball és una proposta de gestió dels santuaris del el Bisbat de Girona, presentat com a treball final de curs per a l'obtenció de la Maîtrisse a la Universitat de Toulouse Le Mirail.

Finalment, l'estudi *Aproximació al concepte de santuari: una oportunitat per al turisme cultural* és una conceptualització dels santuaris i un estudi de la seva vinculació amb el turisme cultural. Aquest treball es va presentar com a memòria de recerca per a l'obtenció del DEA en turisme cultural l'any 2007. El projecte no només és fruit de la recerca conceptual sobre els santuaris sinó també de l'experiència professional obtinguda en la direcció de dos dels santuaris del Bisbat de Girona, la Salut de Sant Feliu de Pallerols i la Salut de Terrades; i també de la col·laboració amb el Bisbat de Girona com a membre de la Comissió per la Pastoral de Turisme i Santuaris, sota la direcció de Mn. Salvador Batalla.

Paral·lelament a l'elaboració d'aquest treball vaig tenir l'oportunitat de col·laborar en el projecte de recerca *La comercialització turística de la Catedral de Girona* coordinat pel Dr. Marcelo Royo i la Dra. Dolors Vidal. Va ser l'any 2005 i em va permetre entrar en contacte amb una realitat diferent a la dels santuaris, però també clarament vinculada al turisme i als espais sagrats. Crec que va ser en aquest moment que es va encendre la guspira que avui dóna lloc a aquest estudi.

L'any 2008 vaig col·laborar en l'elaboració d'un "Pla de Comunicació i Gestió Turística del Museu d'Art de Girona". El Museu d'Art de Girona és la fusió del Museu Diocesà i el Museu Provincial de Belles Arts i està ubicat a l'antic Palau Episcopal. Entre les peces exposades al museu, per exemple, podem trobar talles romàniques i gòtiques de la Mare de Déu, moltes de les quals havien estat venerades en santuaris de les comarques gironines.

I va ser mentre ens plantejàvem com afrontar el tema d'estudi que em vaig formular la pregunta "**què passa amb tots aquests objectes, que són sagrats, quan els posem al servei del turisme?**".

És en aquest moment que es comença a forjar aquest treball. L'objectiu és esbrinar què passa quan els espais sagrats entren en contacte amb el turisme, si realment això planteja un conflicte o una oportunitat i, per tant, com podem gestionar aquest encontre.

Per això el primer pas d'aquest treball és la realització d'un estudi conceptual dels llocs sagrats per conèixer quines són les seves característiques i veure quina és la vinculació amb el fenomen turístic, no només amb el turisme religiós, sinó també amb altres tipologies de turisme com el cultural o l'espiritual, que també es donen en aquests espais. Quan parlem d'estudi conceptual ens referim a la realització d'una recerca bibliogràfica per tal de conèixer, a nivell teòric, què són i com es caracteritzen els espais sagrats.

Aquesta recerca teòrica ha de portar, més enllà de dibuixar el marc teòric i conceptual del treball, a una aplicació pràctica d'aquests conceptes. Això vol dir que els conceptes teòrics identificats es traslladaran a un estudi de cas concret, basat en una anàlisi de l'oferta del patrimoni religiós de l'església i la seva posada en valor turística. L'objectiu és poder dibuixar diferents tipologies d'elements, en funció dels diversos aspectes analitzats, que en permetin millorar no només la gestió turística sinó que també permetin conservar i preservar els valors religiosos i espirituals d'aquests espais sagrats.

Per tal de poder definir i posar en relació el concepte d'espais sagrats amb el turisme, el que s'ha observat és que cal estudiar o analitzar tres àmbits diferents:

a) Els espais sagrats, des de les diverses aproximacions al seu estudi fins a la simbologia d'aquests espais, passant per diverses religions i diverses disciplines com l'antropologia o la història de l'art.

b) El turisme religiós, com a àmbit específic del turisme que està vinculat als espais sagrats. Tal com es veurà més endavant, el camp del turisme religiós s'emmarca i es barreja amb el concepte de turisme cultural, turisme espiritual i els pelegrinatges.

c) La gestió turística, com a àmbit marc global que posa en relació els espais sagrats i el turisme. Dins d'aquest marc caldrà tenir en compte les línies que fan referència a la gestió del patrimoni i a la gestió d'equipaments turístics. Entenem que una bona gestió és la que respecta i posa en valor els atributs del lloc i que a la vegada satisfà les necessitats de les diferents tipologies de visitants.

Els llocs són dinàmics, canvien. El Far amb el pas del temps també ha canviat; l'hem canviat entre tots. Però en el fons conserva encara aquella essència que el fa ser un lloc especial i que fa que estigui present en el cor de molts dels seus visitants. Com ho hem de fer perquè això no canviï?

Quan anem a Montserrat grans penyals ens donen la benvinguda, ens sentim acollits i com a casa; però si no hi hagués el santuari arrelat a les faldes de la muntanya, seria un espai inhòspit i feréstec. Malgrat els dos milions llargs de visitants que té cada any, encara conserva aquell caliu que ens fa sentir com a casa.

Aquest és el tema que ens ocupa, per què aquests espais són significatius i com fer-ho perquè l'arribada de turistes no alteri la seva identitat.

1.1.- Antecedents

El primer pas en la realització de qualsevol treball de recerca és la indagació sobre els antecedents d'aquest estudi. Tal com ja s'ha mencionat, existeixen alguns treballs previs realitzats per la mateixa autora. Es constata un interès creixent en el tema del turisme religiós i la gestió dels espais sagrats que ha fet dins el marc de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona s'hagin emprès altres projectes i treballs relacionats amb aquesta temàtica.

El més destacat de tots és el projecte Catalonia Sacra, dirigit per la Dra. Dolors Vidal i el Dr. Marc Sureda i que, cofinançat per la Conferència de la Tarraconense i la Generalitat, implica els deu bisbats de Catalunya en un projecte de posada en valor turística del patrimoni cultural de l'església. L'autora també ha col·laborat en aquest treball i part de l'aplicació pràctica que es proposa es fa partint de dades que s'han recollit en aquest projecte.

Per altra banda, en aquesta mateixa línia, s'han presentat alguns treballs finals de màster i treballs finals de carrera amb temàtiques relacionades. Per exemple, destacar el treball de Kariné Hakobyan sobre la conceptualització del turisme religiós, presentat com a treball final del màster en Direcció i Planificació del Turisme, en la línia d'especialització de Turisme Cultural el curs 2010 i que va ser co-dirigit per la Dra. Dolors Vidal i l'autora. També mencionar el treball final de carrera de l'alumna Verònica Bernardó sobre l'estudi de la gestió turística del monestir de Montserrat, presentat el curs 2011 i dirigit per l'autora.

En aquesta línia s'han fet aportacions a congressos i una publicació a la revista Ritur, especialitzada en la temàtica turística, sobre la vinculació del turisme religiós i els espais sagrats. També es col·labora amb l'Agència Catalana de Turisme en la taula de Treball de Turisme Religiós, creada en el si del Club de Producte de Turisme Cultural, i des d'on s'està treballant en una proposta d'indicadors per al turisme religiós.

Fruit de la col·laboració entre la Universitat de Girona, la Universitat de Barcelona i l'Abadia de Montserrat es van organitzar unes jornades de turisme religiós que van tenir lloc a l'Abadia de Montserrat. Enguany s'ha celebrat la tercera edició

d'aquestes jornades; i es constata la repercussió que tenen perquè tant en la segona edició celebrada l'any passat en l'edició d'aquest any s'ha comptat amb més de 100 inscrits.

Tots aquests elements posen en relleu la vigència i contemporaneïtat d'aquest tema d'estudi i la importància que està assolint dins les línies de recerca i investigació de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona.

1.2.- Objectius

"Si no conec una cosa, la investigaré". Louis Pasteur

Tal com anirem desgranant al llarg del treball, el tema d'estudi és un tema poc tractat des de la perspectiva turística. Es tracta d'un tema transversal i multidisciplinar, com tants d'altres trobem en el món turístic. Justament per això el centre o cos del treball és l'estudi conceptual del fenomen del turisme religiós.

Així, l'objectiu principal de la nostra investigació és mostrar l'estat actual del turisme religiós des de diferents vessants: la seva conceptualització, les tensions que genera i les relacions que s'estableixen entre els espais sagrats i els turistes.

La pregunta o qüestió a la que es vol donar resposta és la següent:

"És possible conceptualitzar el turisme religiós de manera que s'entengui la naturalesa complexa del fenomen?"

Per donar resposta a aquest objectiu es planteja tot el marc teòric, que com veurem està format pels blocs 1 i 2 del present document. Turisme religiós està composat per dos mots "turisme" i "religió". Comencem desgranant el mot "religió" per després veure quines són les relacions amb el turisme. Donat que el tema es tracta des d'una perspectiva global, més que centrar-nos en el concepte de religió el que ens proposem es desgranar el concepte de sagrat, com a manifestació present en totes les tradicions religioses i que, de fet, en el camp del turisme, assoleix gran rellevància. Així, caldrà aprofundir en alguns conceptes que ens plantegen una sèrie d'interrogants:

1. Què és un espai sagrat? Quins són els trets que caracteritzen aquests llocs? Com es manifesta la sacralitat en el temps i l'espai?
2. Què és el turisme religiós? Com es relaciona aquesta tipologia turística amb altres tipologies com el turisme cultural, el turisme espiritual i els pelegrinatges. Quina és la realitat actual del turisme religiós?

En el títol parlem de competitivitat del turisme religiós; ens referim a competitivitat entesa en un sentit més general i no en el sentit empresarial estricte. Hi ha una certa tendència a associar el mot "religiós" a elements del passat, vinculat amb cultes i tradicions que no lliguen amb les societats modernes d'avui en dia. Res més lluny de la realitat, tal com veurem en el capítol 2, el fenomen religiós es manté vigent i, en algunes tradicions religioses, fins i tot, el nombre de creients i practicants mostra una clara tendència a l'alça. A més a més, es constata un creixent interès per temes vinculats amb l'espiritualitat i amb la recerca d'una certa transcendència, que es desenvolupa sota fórmules diverses.

Per tot això plantegem que el turisme religiós és un fenomen contemporani que pot ser competitiu. Porter (1990) afirma que hi ha diverses forces que ajuden a mantenir o aconseguir un cert avantatge competitiu; una d'elles és la d'oferir productes o serveis amb una clara diferenciació que permeti donar imatge de singularitat i exclusivitat en el mercat i la focalització en una tipologia de clients, productes serveis o zones geogràfiques. El turisme religiós pot desenvolupar aquest paper, però per això cal conceptualitzar i entendre aquesta tipologia turística.

D'aquest objectiu principal es desprèn un objectiu secundari, que és:

"A partir de la definició d'un marc conceptual sobre el turisme religiós i els espais sagrats podem establir alguna tipificació que ajudi a comprendre les relacions que es donen entre aquests dos elements?"

Per respondre a aquest interrogant es planteja un estudi de cas.

La conceptualització del que és un lloc sagrat i com es manifesta la sacralitat en el temps i l'espai permet deduir un conjunt de paràmetres a tenir en compte en l'estudi de cas. Així, veiem que la sacralitat es pot manifestar en forma d'espai sagrat i també en forma de temps sagrat; a grans trets, associem els espais sagrats al patrimoni tangible, mentre que associem el temps sagrat a les manifestacions del patrimoni intangible, els aspectes relacionats amb el culte, els rituals, etc. Això ens permet generar una graella per poder analitzar els diferents elements patrimonials de l'església segons aquests paràmetres.

També a partir de la conceptualització del turisme religiós, però sobretot de les interseccions amb altres tipologies turístiques, podem extreure una sèrie de paràmetres vinculats al camp de la gestió que permeten acabar de completar la graella d'aspectes a tenir en compte en l'anàlisi de les relacions dels espais sagrats amb el turisme.

En aquest punt ens plantegem un segon secundari que és:

"És possible establir una tipificació dels espais sagrats en funció de la relació que tenen amb el turisme?"

D'aquí també se'n desprenen una sèrie de preguntes. Com es relacionen els espais sagrats i les diferents tipologies de turisme? Quins mecanismes de gestió trobem? Quins impactes pot generar el turisme en aquests espais?

La finalitat d'aquesta tipificació o classificació dels espais sagrats és poder establir punts en comú que permetin extreure propostes d'actuació vàlides per a les diferents tipologies i que ens permetin conèixer la realitat dels diferents llocs de manera que es pugin establir pautes de gestió adequades als diferents espais.

Entenem que els beneficis que rebrien els espais sagrats fruit del coneixement de la seva realitat i de les relacions que mantenen amb el sector turístic són:

a) Ajudar a la conservació i recuperació del patrimoni monumental i natural a partir de la dinamització turística. A partir de l'estudi dels elements patrimonials de l'església es podrà veure quins són els aspectes a tenir en compte en la conservació i, per tant, poden ser una ajuda en la planificació d'intervencions sobre aquests recursos.

b) Aconseguir una major valoració d'aquest patrimoni tant per part dels visitants com per part de la població local. Cal buscar que els visitants entenguin el patrimoni religiós no com un espai d'oci, simplement, sinó també com un espai sagrat i que, per tant, té unes connotacions diferents que cal apreciar i respectar. En general, no es fa especial incidència en la població local perquè aquests espais ja gaudeixen d'un fort sentiment d'estima per part d'aquesta, però si que en alguns elements, fet que pretenem identificar amb aquest treball, pot ser necessària l'actuació en aquest sentit.

c) Indirectament, la posada en valor turística d'aquests recursos pot ajudar a complementar i diversificar l'oferta turística. La incorporació d'una oferta patrimonial a l'oferta actual millorarà l'oferta turística a més de donar al visitant un coneixement més profund del territori.

Els espais sagrats són realitats complexes que s'han d'estudiar des d'una òptica multidisciplinar i transversal (antropologia, sociologia, teologia, filosofia, turisme, cultura, etc.) per tal de poder entendre les seves dinàmiques internes. Per això, l'estudi de les relacions dels espais sagrats amb el turisme ha de permetre fer un pas més en el coneixement d'aquesta realitat.

1.3.- Metodologia i fonts d'informació

Pel que fa a la metodologia seguida en aquest treball cal establir diverses fases a partir de les quals s'han anat elaborant els diversos continguts. En aquest estudi s'ha utilitzat tant la recerca bibliogràfica com el treball de camp, combinant fonts secundàries amb fonts primàries. L'objectiu: relacionar dos temes fins ara poc relacionats des de l'àmbit acadèmic, com són els espais sagrats i el turisme.

Un apunt que volem fer abans d'entrar en l'exposició de la metodologia i el desenvolupament del treball fa referència a un aspecte formal. Tal com s'ha exposat en els objectius, es tracta d'un treball eminentment teòric, motiu pel qual s'ha consultat bibliografia diversa. Per la citació de les fonts bibliogràfiques s'ha emprat el sistema proposat per l'APA, tant per la bibliografia com per les cites de les fonts de les taules, gràfics i il·lustracions com per les cites textuals incloses en el text.

Els documents consultats estan en diferents idiomes. En la redacció final del document s'han utilitzat algunes cites textuals. En els casos en que el document estava disponible en català s'ha fet servir aquesta versió; però en molts casos els documents no estan traduïts en aquesta llengua (documents en castellà, anglès i francès), motiu pel qual l'autora ha optat per traduir les cites utilitzades per tal de donar homogeneïtat al text.

Primera fase

Evidentment, el primer pas en la realització de qualsevol treball d'investigació és la recerca bibliogràfica i documental sobre els aspectes a analitzar, tant des del punt de vista dels espais sagrats i la seva conceptualització, com des del punt de vista del turisme, en aquest cas turisme religiós, turisme cultural, turisme espiritual i pelegrinatges. En ambdós casos s'han utilitzat 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 s'han consultat biblioteques d'altres universitats catalanes, la base de dades de l'Instituto de

Estudios Turísticos i xarxes d'informació com la Xarxa ATLAS. Així, la recerca bibliogràfica es podria dividir en dos blocs, un primer grup sobre la conceptualització dels espais sagrats i un segon sobre les diferents tipologies turístiques que intervenen en aquests espais.

En referència al primer grup, s'han consultat obres de diverses disciplines (sociologia, antropologia, teologia) per tal d'analitzar i estudiar les diverses aproximacions al fenomen del sagrat.

S'ha partit de la base dels treballs de Durkheim (1978, 1993) i Eliade (1972, 1978, 1981, 1983, 1999), complementant aquesta informació amb altra documentació com els treballs de Ries (1989), Díez de Velasco (1998) i Pikaza (1999).

Es constata que en l'àmbit del turisme religiós hi ha diferents aproximacions acadèmiques. Els estudis acadèmics en l'àmbit del turisme religiós aborden el tema des de diferents perspectives, sobretot condicionades per la formació específica de l'autor. S'ha optat per dividir les diferents aproximacions per grups de treball que tenen molt en comú, seguint l'esquema proposat per Vukonic el 1996 que, a la vegada, es basa en un pla d'estudi de Bargete (1985). Així, la literatura sobre turisme religiós es divideix en cinc grups:

(1) Treballs que aborden el turisme religiós en el context general del turisme.

Aquest és un dels grups més nombrós en quant a obres publicades ja que inclou les obres d'aquells autors que han teoritzat sobre el fenomen turístic analitzant les diferents formes de viatge i els factors que les afecten i que, per tant, han fet menció al turisme religiós (o al turisme als llocs amb significat religiós) com una de les diverses tipologies turístiques.

En la majoria d'aquests treballs la religió és mencionada en el seu context històric, i es considera el pelegrinatge com un precursor del turisme modern. En general, i a grans trets, en les primeres obres (abans de la Segona Guerra Mundial) el turisme religiós és mencionat com un concepte separat del fenomen general del turisme.

A partir dels anys 50, la interrelació entre religió i turisme és apuntada cada cop més freqüentment en el domini de les motivacions i a partir dels 70 la perspectiva sociològica guanya força en els estudis en turisme on es tracta el tema des d'un context global.

(2) Treballs que vinculen turisme i religió.

Els treballs del domini teòric del turisme religiós són quasi inexistents fins a la dècada dels 90 i inicis del s. XXI, moment en el qual es comença a desvetllar un interès creixent pel tema que es tradueix en un augment del nombre de publicacions específiques.

Els primers treballs, anteriors la majoria d'ells a la dècada dels 90, són fets per teòlegs o teòrics que treballen en l'àmbit del turisme però tenint per base les pastorals de l'església catòlica. El 1966 la OMT publica *The Catholic Church and Tourism*, una recapitulació de documents de l'església catòlica i de discursos del papa visionant la relació entre turisme i religió.

Tal com s'ha dit, a partir dels 90 es comença a estudiar el fenomen del turisme religiós des de la perspectiva turística, amb autors com Cohen (1992), Vukonic (1992), 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. Des de llavors el nombre de publicacions s'ha multiplicat, com també el nombre de congressos i jornades internacionals.

(3) Treballs que estudien el pelegrinatge com a tema central.

Els estudis fets sobre la relació entre turisme i religió prenent com a base el pelegrinatge compten amb un nombre substancial d'obres. Els primers treballs analitzen el pelegrinatge des del punt de vista de la sociologia, veient-lo com un fenomen turístic. Més endavant, els estudiosos del turisme comencen a enfocar-lo no com a acte religiós sinó com a catalitzador d'impactes turístics en determinades regions. Inspirats en els treballs de Durkheim i Eliade, els primers teòrics que exploraran aquest aspecte del pelegrinatge foren Turner i Turner a *Image and Pilgrimage in Christian Culture* (1968). A aquest treball s'hi afegeix el de Cohen, *Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence* (1971); donant lloc a la publicació d'altres articles i publicacions rellevants com les de Nolan i Nolan (1989) i Graburn (1992).

Paral·lelament es publiquen treballs sobre santuaris específics i pelegrinatges, en certes regions i països, entre els quals podem citar Rinschede (1989) i Ambrosio (2000).

(4) Treballs sobre cultura, història i art que fan referència a la interrelació entre turisme i religió, treballs sobre l'art sacre i la seva relació amb el turisme.

Estudis sobre cultura, història i art amb freqüència es refereixen a la relació entre turisme i religió des d'una perspectiva pròpia. Cal destacar algunes revistes científiques que publiquen articles en aquesta matèria com el Journal of Cultural Geography i Annals of Tourism Research a Estats Units, Geographia Religionum a Alemanya, Cahiers du Tourisme i Cahiers Espace a França.

En països desenvolupats i que tenen molt turisme hi ha treballs sobre l'herència artística i cultural perquè representa un gran nombre de recursos importants per vàries regions del país. Aquesta herència és motiu d'atracció turística però la gran majoria d'estudis es centren en el creixement turístic i no en la relació entre turisme i religió.

En referència a la dimensió cultural, molts teòrics i teòlegs analitzen el component religiós. En aquests treballs tot turista és un pelegrí en tant que el viatge afavoreix l'aproximació de les persones de diferents societats i promou una major solidaritat en el món.

Els treballs en el camp de l'arquitectura i l'herència arquitectònica aborden amb freqüència l'arquitectura sacra en l'àmbit profà i religiós. L'aproximació al tema depèn de la perspectiva de l'autor. Aquests treballs són especialment nombrosos on hi ha edificis religiosos de gran valor artístic com França, Alemanya, Itàlia, Espanya i Anglaterra.

(5) Treballs que analitzen el desenvolupament turístic d'una regió abordant la relació entre turisme i religió.

Treballs que estudien l'expansió turística en una regió específica i que aborden la relació entre turisme i religió. Tracten els impactes resultants de la construcció de certes infraestructures. La relació entre turisme i religió no és dominant però és un element pragmàtic en el context del planejament d'una regió. Molts d'aquests treballs es fan des de la perspectiva de la geografia i analitzen com els punts

d'atracció de turisme religiós evolucionen a partir de l'arribada de fluxos de pelegrins. Podem destacar, per exemple, els treballs d'Ambrosio (2006) on fa una comparativa de les diferents fases d'evolució de quatre ciutats-santuari europees.

Segona fase

Per completar aquesta recerca bibliogràfica i poder fer una proposta d'aplicació pràctica, s'han abordat dos aspectes més.

Per una banda, s'ha cercat documentació sobre la gestió dels espais sagrats en l'àmbit turístic. En aquest sentit no hi ha molta bibliografia publicada, i cal destacar, sobretot, l'obra de Shackley (2001) sobre la gestió d'espais sagrats. També s'ha utilitzat, per a l'elaboració d'aquesta part, material de la pastoral de turisme i santuaris amb l'estudi de casos concrets que permeten abordar diferents aspectes i problemàtiques de la gestió.

També s'ha realitzat treball de camp, parlant amb diversos responsables d'espais sagrats amb important afluència de turistes, com és el cas de Montserrat, les esglésies romàniques de la Vall de Boí i diversos responsables de santuaris. Aquestes entrevistes es van fer en el marc de les Trobada de responsables de Santuaris del secretariat interdiocesà de Catalunya i Balears, durant les Jornades Universitàries de Turisme Religiós celebrades a Montserrat, i a través de la participació en la taula de treball de turisme religiós de l'Agència Catalana de Turisme.

Per altra banda, també s'ha indagat sobre la situació i el marc actual del turisme religiós, sobretot en l'àmbit espanyol i català, per conèixer quins productes i quina és l'oferta actual. En aquest cas s'ha realitzat un treball de recerca a partir de diversos portals web oficial, de contactar amb l'agència catalana de turisme i, en concret, amb els membres del grup de treball de la taula de turisme religiós, i amb diversos agents implicats.

Aquesta part permet un major coneixement de la realitat actual per tal de poder-la analitzar i plantejar eines per a la posada en valor del patrimoni de l'església per al turisme.

Tercera fase

La tercera fase és l'aplicació pràctica dels conceptes abans presentats. Per a la realització d'aquesta aplicació pràctica s'ha partit, com ja s'ha dit abans, del treball ja iniciat amb el projecte *Catalonia Sacra*. Es tracta d'un projecte d'articulació de rutes turístiques del Patrimoni de l'Església a Catalunya, 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 de la mà de la doctora Dolors Vidal.

Per a aquesta posada en valor del patrimoni de l'església, cada un dels bisbats va proposar una sèrie d'actius o elements (entre 20 i 60 per cada bisbat). Cal destacar, però, la poca homogeneïtat de les diòcesis pel que fa referència al territori, ja que ens trobem amb diòcesis de gran extensió geogràfica (com la d'Urgell) i amb zones de difícil accés; al costat de diòcesis més petites en extensió i més ben comunicades (per exemple, la de Barcelona o la de Terrassa). Això també es tradueix en la selecció d'actius, ja que hi ha diòcesis amb més extensió de terreny, amb més actius, i on la selecció és més difícil.

En total es van seleccionar 325 elements. La distribució per bisbats dels diversos elements és la que es mostra en la taula 1.

Taula 1: Nombre d'elements estudiats per diòcesis

Bisbat	Nombre d'elements	Percentatge
Barcelona	31	9,54
Girona	24	7,39
Lleida	23	7,08
Sant Feliu de Llobregat	23	7,08
Solsona	25	7,69
Tarragona	34	10,46
Terrassa	13	4
Tortosa	27	8,31
Urgell	108	33,23
Vic	17	5,23
TOTAL	325	100

Font: Catalonia Sacra (2010)

La selecció dels diferents elements s'ha fet des de les delegacions de patrimoni de cada un dels bisbats. Els criteris utilitzats, per tant, varien en funció de cada diòcesi, però en general s'ha tingut en compte que fossin elements representatius i rellevants dins del bisbat i que fossin aptes per poder-los incloure en una proposta d'itinerari. En l'estudi de cas s'analitzaran a fons aquests elements i la seva accessibilitat turística.

Tal com veiem a la taula 1, el bisbat que ha proposat un major nombre d'elements és el bisbat d'Urgell, que és, en extensió, el més gran dels bisbats de Catalunya (imatge 1). Deixant de banda aquest bisbat, la mitjana d'elements proposats per la resta de bisbats està al voltant dels 20 elements.

Imatge 1: Mapa de les diòcesis de Catalunya

Font: Conferència Episcopal Tarraconense (2012)

De fet, tal com podem veure en la imatge 1, la distribució dels bisbats no coincideix les divisions administratives de les comarques, les províncies ni les comunitats autònomes. En el cas de Catalunya, per exemple, veiem que el Bisbat d'Urgell inclou, a més del territori català, el país d'Andorra; i que el Bisbat de Tortosa estén els seus límits fins a la Comunitat Valenciana.

Podem observar, també, que el Bisbat de Girona compren part del territori de la província de Barcelona (Mataró), mentre que el bisbat de Vic compren algunes comarques que pertanyen a la província de Girona.

Per tal de conèixer els actius proposats per cada un dels bisbats, s'ha elaborat una base de dades per a recollir totes les dades significatives vinculades amb l'objectiu del projecte: l'elaboració d'itineraris que permetin la visita als llocs emblemàtics del patrimoni de l'església i la comprensió significativa i simbòlica d'aquest patrimoni. Aquesta base de dades pretén ser una eina de consulta i de gestió, no pas un element d'inventari del patrimoni religiós.

La base de dades del projecte Catalonia Sacra és l'eina principal per al disseny de les rutes i itineraris del projecte. Aquesta base de dades s'ha concebut com a una eina de treball amb la finalitat de recollir aquells aspectes relacionats amb la posada en valor turística i cultural dels recursos patrimonials, dades que no es recullen en altres inventaris ja existents del patrimoni cultural.

En aquest sentit dissenyar una nova base de dades que recollís els elements més significatius per al projecte ha estat fruit d'un esforç de conceptualització i de definició de la utilitat última d'aquesta base de dades: una eina de gestió, d'accés a la informació i de revisió i actualització dels elements a identificar, en funció del seu interès històric i patrimonial i sobretot el seu ús turístic. Cal posar èmfasi a més a la seva especificitat temàtica: tractem de patrimoni religiós, de patrimoni viu i per tant amb unes característiques concretes.

Per aquest motiu, no es tracta d'un inventari del patrimoni sinó d'una base de dades que a més de recollir dades sobre el patrimoni moble i immoble de l'església, en recull les seves particularitats i que fa que aquesta eina tingui un potencial molt més gran. D'altra banda l'adequació d'aquest patrimoni a un ús turístic queda ben recollida en la fitxa base que es planteja, que s'estructura en 8 àmbits:

1. Dades generals. Permeten identificar l'element i les seves dades més importants.
2. Dades d'accés. Permeten ubicar l'element pel que fa a l'accessibilitat.
3. Dades dels serveis turístics. Permeten identificar els serveis dedicats a un ús turístic propers a l'element.
4. Dades d'interès turístic del lloc. Permeten posar en valor l'element en relació als seus usos turístics de visita i interpretació, específicament relacionats a les característiques particulars del patrimoni religiós.

5. Dades d'interès turístic relacionades. Permeten relacionar l'element amb d'altres dades d'interès turístic properes o relacionades.
6. Propostes d'adequació turística. Permeten anotar algunes propostes de millora per a l'adequació turística de l'element.
7. Proposta de ruta. Permet vincular l'element amb una ruta radial de la diòcesis o ruta nuclear.
8. Resum. Permet destacar els aspectes més interessants i rellevants, així com curiosos, si s'escau, de l'element.

A partir de les dades recollides, s'ha creuat la informació de manera que es pugui analitzar, per una banda, la importància d'aquests espais com a llocs sagrats (per tant l'ús que es fa d'ells com a espais religiosos) i per altra banda, la importància del turisme i el pes que es dóna a la gestió turística, d'aquesta manera es poden interpretar les dades per veure quin és l'estat d'aquests elements en el context del turisme religiós.

L'aportació de l'autora en aquest camp és la metodologia d'anàlisi i creuament de dades.

Quarta fase

En la tercera fase s'han analitzat dos aspectes concrets de la realitat dels espais sagrats i la seva relació amb el turisme: la importància del patrimoni tangible i intangible i com es manifesta en aquests espais, per una banda; i per altra banda, el pes dels aspectes turístics en la gestió dels elements i la relació d'aquests amb l'entorn turístic.

L'anàlisi d'aquestes dues realitats permet creuar les dades i establir diferents tipologies d'espais sagrats per tal de poder elaborar una sèrie de propostes de gestió en funció de la realitat de cada d'aquests llocs.

1.4.- Estructura del treball

El treball s'estructura en diferents parts; deixant de banda la introducció i les conclusions, el treball es pot dividir en tres blocs.

El primer bloc és el que fa referència a l'estudi dels espais sagrats. Aquest bloc es divideix, a la vegada, en tres capítols. En el primer capítol del bloc (capítol 2) es fa una breu introducció al fenomen religiós per emmarcar els espais sagrats en el context més ampli de la religió. Es continua amb una aproximació a l'estudi del sagrat des de diverses perspectives, per tal de poder concretar, en el següent capítol (capítol 3), com es manifesta el sagrat i quin és el seu simbolisme. El darrer capítol (capítol 4) tanca aquest bloc. A tall de recapitulació o conclusions, recull les principals idees exposades ens els capítols anteriors i les aplica, passant del context global al local, a l'àmbit d'estudi d'aquest treball (el sagrat en la tradició catòlica).

El segon bloc fa referència a l'estudi de les relacions existents entre els espais sagrats i el turisme. Aquest bloc es divideix en quatre capítols. El primer capítol d'aquest bloc (capítol 5) posa en relació els espais sagrats amb el turisme, donant peu a parlar de la conceptualització i la relació de les diferents tipologies turístiques que es donen en aquests espais (capítol 6). Les tipologies analitzades són els pelegrinatges, el turisme religiós, el turisme espiritual i el turisme cultural.

Un cop analitzades quines són les relacions entre els espais sagrats i el turisme, en el capítol 8 es tracten els principals aspectes relacionats amb la gestió tenint en compte les diferents tipologies de visitants. En el capítol 8 es tracta de l'actualitat del turisme religiós i es mostren diferents propostes d'ofertes i productes turístics religiosos.

Tant el primer bloc com el segon són apartats eminentment teòrics que s'han realitzat a partir de la recerca bibliogràfica, el treball de camp i la síntesi d'informació.

El darrer bloc, el tercer, és l'estudi de cas i és on es posen sobre la taula les diverses dades obtingudes en la base de dades i el treball de camp del projecte *Catalonia Sacra* amb les aportacions teòriques realitzades prèviament.

En aquest darrer bloc proposem una metodologia d'estudi que forma part de l'aportació personal que es fa a aquest treball d'investigació, així com algunes propostes per a la millora de la posada en valor turística d'aquests espais.

Finalment, en les conclusions es fa una valoració global de l'estudi, de si s'han acomplert els objectius plantejats i es fa una reflexió general sobre l'estat de la qüestió.

PRIMERA PART: Transcendència i presència del fet sagrat

2.- Conceptualització del sagrat, transcendència i universalitat

"i dalt de la Muntanya,
Res..."
(Panikkar, Carrara, 2009)

Aquest capítol pretén dibuixar el marc conceptual de l'estudi del sagrat. El fet sagrat es vincula a les diferents creences religioses, per això el capítol comença amb una introducció al fenomen religiós. No es pretén fer una definició exhaustiva de religió, sinó plantejar la religió com a marc general en el qual trobem les diverses manifestacions del sagrat.

El capítol continua amb les diverses aproximacions que es poden fer a l'estudi del sagrat. Com molts altres elements, tant la religió com el sagrat, es poden analitzar des de diferents disciplines i en aquest punt es pretén fer un repàs d'aquelles que han tractat el fet sagrat amb més profunditat.

Es conclou aquest capítol amb una definició del concepte de sagrat, entès des d'una perspectiva global, per tant, no vinculat a cap creença ni fenomen religiós concret; el sagrat com un fet universal.

2.1.– El fenomen religiós en el context actual

Aquest epígraf comença amb algunes definicions del fenomen religiós, fetes per diferents autors i des de diferents perspectives, amb l'objectiu de contextualitzar breument el fenomen d'estudi i per tal de poder valorar la importància que té el fet religiós en el món contemporani.

El fet religiós és una part de la història humana. En totes les seves etapes trobem indicis suficients que ens permeten afirmar l'existència d'activitat religiosa. Però, que és la religió?

El terme religió prové del llatí *religió*, que Ciceró derivava del verb *relegere* (rellegir), conjunt de cerimònies i actes sagrats l'èxit dels quals depèn de l'exactitud amb la que es realitzin. Majoritàriament, però, es creu que el terme prové del verb *religare*, que significa unir, lligar. Generalment es refereix al conjunt de creences o dogmes prop de la divinitat, per tant, que uneixen a un grup de persones perquè comparteixen els mateixos sentiments de veneració i temor cap a Déu o als Déus, a més d'unes normes morals per a la conducta individual i social i pràctiques rituals, com l'oració i el sacrifici.

Segons Gaarder, Hellern i Notaker (2009) és habitual descriure la religió com la fe en un o varis Déus, però aquesta definició podria ser massa limitada. El budisme, per exemple, quedaria exclòs, perquè en principi no es basa en la fe en un Déu. Tampoc és suficient dir que la religió és la fe en alguna cosa sagrada, divina o sobrenatural (per sobre del ser humà); ja que no totes les manifestacions de fe en forces sobrenaturals poden ser considerades religió.

No és fàcil, per tant, explicar en què consisteix exactament la naturalesa del fet religiós. Tant és així, que davant l'ambigüitat del terme, no existeix un consens suficient. Tal com exposa Díez de Velasco (1998) es plantegen extrems molt diferents que van des de la definició fenomenològica segons la qual la religió és un "fenomen universal, innat i congènit a l'home que fa del ser humà un homo religiosus" (Díez de Velasco, 1998, 22) a les que, des d'una perspectiva atea, consideren la religió com una pura invenció humana.

Des d'una perspectiva agnòstica o atea, autors com Russell (1977) la defineixen com la por a allò desconegut.

> "La religiós es basa, al meu entendre, primordialment i principal, en la por. En part és terror a allò desconegut i, en part, desig de sentir que es compta amb una espècie de germà gran que estarà al nostre costat en totes les afliccions i disputes. La por és la base: por al misteri, por a la derrota, por a la mort." (Russell, 1977, 89)

En la mateixa línia, Feuerbach (1995) i Marx (1962) entenen la religió com un procés d'alienació, l'home busca l'essència fora de sí mateix abans de trobar-la dins seu; la religió és l'opi del poble.

> "La religió és l'escissió de l'home respecte a si mateix. Considera a Déu com un ser que li és oposat: Déu no és l'home, l'home no és Déu. Déu és infinit; l'home és finit. Déu és perfecte; l'home, imperfecte. Déu és etern; l'home és mortal. Déu és totpoderós; l'home impotent. Déu és sant; l'home, pecador. Déu i l'home són extrems oposats: Déu, allò absolutament positiu, la suma de totes les realitats; l'home, allò absolutament negatiu i suma de totes les negacions. L'home objectiva en la religió la seva essència profunda. Fa falta, doncs, mostrar que aquesta oposició, aquesta escissió entre déu i l'home, per la que comença la religió, constitueix una escissió entre l'home i la seva pròpia essència." (Feuerbach, 1995, 81)

Freud (1997) veu en la religió un desig idealitzat, una mera il·lusió humana fruit d'una determinada ideologia, una actitud i un sentiment infantil que ha d'ésser superat. I per Nietzsche (1968) la creença en Déu significa un menyspreu a la terra i al propi home. "Déu ha mort", és a dir, ja no està present en la nostra cultura perquè la societat ja no es mou per sentiments religiosos sinó per motivacions polítiques, econòmiques o científiques. El problema, al seu entendre, són els substituts que s'han col·locat al lloc deixat per Déu, perquè a l'ésser humà li costa viure sense cap tipus de transcendència.

També des del punt de vista de les persones que practiquen o segueixen una religió s'ha fet intents d'aproximació al concepte. Lluís Duch ens proposa una definició àmplia del terme:

> "La religió és l'articulació sociocultural de les disposicions predonades de l'ésser humà, la qual en cada temps i cada espai concrets atorga sentit a la totalitat de l'existència humana." (Duch, 197, 91)

Així, el fenomen religiós pot ser abordar des de dins del propi fenomen o des de perspectives externes. Des d'una perspectiva interna, per exemple, la teologia es proposa fer un estudi de la religió des de dins; per tant, l'objectiu és la comprensió de la fe i l'anàlisi de les seves implicacions per a la vida del ser humà. També podem mencionar la fenomenologia de la religió, que pretén descriure el fenomen religiós amb l'objectiu de comprendre'l i conèixer la seva estructura.

Però la religió també s'ha estudiat des de perspectives externes al fenomen, com per exemple la filosofia, la psicologia, la història i la sociologia.

A grans trets, la filosofia de la religió tracta de fer una reflexió sobre la racionalitat de les religions. Es pregunta per què existeixen, com es justifiquen racionalment, la raó de l'existència de Déu... En aquesta línia s'han plantejat debats com "fe o raó".

L'experiència religiosa te una dimensió personal perquè involucra a la persona que creu. Per tant, l'experiència religiosa és un important factor d'equilibri i maduració personal, que és l'àmbit que s'analitza des de la psicologia de la religió.

Per altra banda, la història analitza l'origen i el desenvolupament de les religions. Ja s'ha mencionat en el començament d'aquest capítol que en totes les etapes de la història trobem indicis d'activitat religiosa i la història de moltes civilitzacions no es pot entendre sense conèixer l'evolució històrica de la seva religió.

Finalment, les teories sociològiques estudien la religió com un fenomen social i, per tant, la seva influència en l'evolució de les comunitats i la seva incidència en la societat. Sociòlegs com J. Martín Velasco (1982) opinen que la religió és tot allò que dota de sentit a l'existència humana;

> "El fet religiós és una part de la història humana. En totes les seves etapes trobem indicis suficients per afirmar amb fonament l'activitat religiosa dels homes que les han protagonitzat. [...] El fet religiós acompanya la història humana en totes les seves etapes. Un estudi més aprofundit de les diferents formes que revesteix mostraria com va reflectint contínuament les vicissituds per les que aquesta història passa. A més, el fenomen religiós intervé en el desenvolupament de la història, essent sens dubte condicionat per ella, però determinant a la vegada en bona mesura aquest desenvolupament en tots els aspectes.
>
> El fet religiós conté, doncs, una enorme varietat de formes que reflecteixen la pluralitat de la història humana, segons les diferents èpoques, cultures i situacions. Però conté també una indubtable unitat que ens permet

> identificar fenòmens aparentment molt diferents; per exemple, la religiositat del primitiu i les elevades manifestacions religioses contingudes en el cristianisme o en el budisme, com formes o manifestacions d'un fet humà idèntic: el fet religiós, dotat d'una especificitat en relació amb altres fets humans com poden ser l'estètic, el moral, etc." (Martín Velasco, 1982, 299-301)

Autors com R. Otto (1965) consideren que la religió és tot allò que te a veure amb l'invisible, el transcendent i el sagrat; allò que ens admira, ens estremeix i ens atreu:

> "Considerem el més profund i íntim de tota commoció religiosa intensa, en tant que és alguna cosa més que fe en la salvació eterna, amor o confiança; considerem allò que, prescindint d'aquests sentiments connexes, pot agitar i omplir l'ànim amb violència pertorbadora; perseguim-lo per mitjà dels sentiments que a ell s'associen o el succeeixen, per introjecció en altres i vibració empàtica amb ells, en els arravatament i les explosions de la devoció religiosa, en totes les manifestacions de la religiositat, en la solemnitat i entonació de rituals cultes, en tot el que s'agita, palpita al voltant dels temples, esglésies, edificis i monuments religiosos. L'expressió més pròxima que se'ns ofereix per compendiar tot això és la de *mysterium tremendum*." (Otto, 1965, 24-25)

Com a fenomen social, la religió no és alguna cosa que l'individu hereti genèticament, sinó que es transmet i s'ensenya a través de la cultura. La religió compleix una funció socialitzadora; és una manera de regular la convivència per mitjans que no són sempre necessàriament la justificació de la desigualtat i el domini (encara que en molts casos sigui així). Díez de Velasco (1998) parla de tres funcions socials bàsiques de la religió:

- L'ecologia de les religions ha demostrat que la religió resulta un factor molt eficaç per consensuar l'acceptació cultural a l'ecosistema (per mitjà de tabús i altres mecanismes de protecció que minimitzen l'acció antròpica sobre certs recursos escassos o vitals).
- La religió ofereix un marc de convivència per a minimitzar els conflictes en el si d'una mateixa societat, ajuda a consensuar decisions i ofereix un marc referencial de comportaments i normes.
- La religió ha creat models per comprendre el paper del ser humà a la terra, el problema del bé i del mal, de la mort... és a dir, ajuda a crear un marc mental

d'explicació del món i un sistema de referències que serveix per ubicar els individus de cada cultura en la societat i l'entorn natural.

Autors com Esteve Secall (2000) i Díez de Velasco (1998) expliquen i justifiquen els fenòmens religiosos en clara relació amb els sistemes productius de diverses societats. Díez de Velasco (1998) proposa classificar les religions en tres blocs, tal com veiem en el taula 2.

El primer conjunt correspon a les societats preagrícoles, caracteritzades per l'estricta dependència de l'equilibri mediambiental i la petita escala de les agrupacions humanes. Les formes religioses generades per aquestes societats, dins de la varietat, presenten la característica fonamental d'actuar com a mecanismes molt potents d'adaptació i de minimització de l'impacte antròpic sobre el medi ambient.

El segon conjunt, el més extens, correspon a les societats que Velasco denomina tradicionals, s'estenen temporalment des del novè mil·lenni abans de Crist fins a la revolució industrial (finals del s. XVIII – inicis del s. XIX), i dins de les seves infinites varietats (geogràfiques, d'escala, d'època, de desenvolupament) posseeixen un criteri que les unifica: el pes primordial de la base agrícola que determina en gran mesura l'estructura de les creences i els rituals.

Dins d'aquest segon bloc, es proposen una sèrie de subgrups, dels quals destaquem el de les religions universals, que són les que persisteixen fins avui en dia i que retrobem en el tercer bloc.

Aquest tercer conjunt correspon a les religions de les societats industrials i post industrials, ja que s'ha de tenir present que les religions anteriors estaven "dissenyades" per una societat de base agrícola. Això explicaria la crisi religiosa del món actual. Aquest bloc és més difícil d'adequar a una sistematització cultural com a conseqüència de les tendències globalitzadores del món actual (Velasco, 1998, 495).

Taula 2: Classificació de les religions

Primer bloc: societats pre-agràries	Religions pobles nòmades Religions prehistòriques Chamanisme Societats pre-agràries modernes	
Segon bloc: societats tradicionals	Societats proto-agrícoles i preliteràries	El Neolític
	Societats originals	Mesopotàmia Egipte La Vall de l'Indus El Confusionisme Civilitzacions mesoamericanes Civilitzacions sud-americanes
	Religions gentilícies, cíviques i nacionals	Religions indoeuropees: bàltics, germans i escandinaus, celtes, eslaus, grecs, Romans i la religió vèdica El mazdeisme o zoroastrisme El sintoisme El judaisme
	Religions universalistes	Taoisme Budisme Hinduisme Religions minoritàries de la Índia (jainisme i sijisme) El cristianisme La religió islàmica
Tercer bloc: societats industrials i post industrials	Religions que no desapareixen	Religions universalistes
	Noves religions	La societat teosòfica El bahaisme Les religions científiques La síntesis new age

Font: Elaboració pròpia a partir de Díez Velasco (1998)

El paper de la religió en les societats industrials i post industrials segueix essent molt important i, el que és més significatiu, en els últims trenta anys ha augmentat. Davant l'agonia de les religions i de la religió, predicada per nombrosos pensadors dels segles XVIII i XIX (amb Marx potser en el lloc més destacat), a finals del segle XIX, tal com podem observar en el taula 3, assistim a un retornar de les formes de pensament religiós, especialment en els països més desenvolupats, l'explicació de la qual no sembla senzilla.

Taula 3: Evolució de les religions més practicades

(en milions)	1900	1970	1985	1990	2000	Creix.
Catòlics	225	670	875	970	1.150	++++
Musulmans	200	550	835	925	1.200	+++++
Hinduistes	200	465	660	690	860	+++
Protestants i altres	145	355	450	485	590	+
Budistes	130	235	300	325	350	+
Noves religions	6	75	110	170	250	+++++
Ortodoxos	115	145	170	180	200	=
Religions Preestatals	110	90	95	100	105	-
Religions xineses	380	215	220	230	250	=
Sijs	3	11	16	18	22	+++
Jueus	13	14	15	15,5	16	=
No religiosos	3	550	825	870	915	+++
Ateus	0,2	170	215	230	250	++

Font: Díez de Velasco (1998, 514)

Com en altres disciplines, cal dir que les estadístiques en el panorama religiós són aproximades, però malgrat tot permeten veure la tendència a l'alça d'algunes tradicions religioses. El panorama actual és complicat, doncs, perquè d'una banda es constata la tendència a l'alça d'algunes tendències religioses però, per altra banda, es parla de crisi de fe i de valors en determinades religions.

És ben coneguda en la literatura acadèmica la piràmide de les necessitats o motivacions de Maslow. Aquest autor identifica dues tipologies de necessitats, les primàries i les secundàries. Les primeres estan formades per les necessitats fisiològiques i les de seguretat; les segones són les socials, les d'estima i les d'autorealització. Un cop satisfetes les necessitats primàries sorgeixen altres

necessitats més subtils i ben conegudes en el passat com per exemple ritmar la vida, adaptar a la naturalesa, per fer comprensible i acceptable l'envelliment.

Durant un temps, i com a conseqüència del model industrial i de l'aplicació de les premisses capitalistes, s'ha associat l'assoliment de les necessitats més elevades en la piràmide a l'acumulació material; model que està en crisi a favor de l'autorealització. Per això, l'adaptació de les formes religioses actuals passa per la formulació de disciplines d'auto coneixement, en les que la psicologia i les tècniques de meditació assoleixin cada cop més pes.

Díez de Velasco (1998) defensa la hipòtesi que les religions tradicionals provenen d'un sistema agrari que es veu modificat per la introducció de la societat industrial. La industrialització comporta molts canvis en les formes de vida, tant a nivell productiu com social, però aquests canvis no s'han donat en el model religiós predominant en aquestes societat industrials. Per això, l'adaptació de les religions tradicionals s'ha de basar en tres premisses:

- El respecte cap al medi ambient i l'entorn natural. Les condicions mediambientals s'han vist degradades a causa del creixement productiu exponencial que tendeix a transformar la terra en una "gran deixalleria".
- El respecte cap als altres homes, cal una nova ètica mundial que permeti un marc vivencial suportable.
- El desenvolupament interior, l'auto coneixement i la transcendència, aspectes molt deixats de banda fins fa poc.

Tal com hem vist fins ara, la religió es pot definir des de diferents perspectives i de diferents maneres, però el que hauríem de tenir en compte és que implica una noció de transcendència, que es vincula a un conjunt de mites i que implica el compliment d'una sèrie de normes i la realització d'uns determinats rituals.

També s'ha constat que les religions són un fet històric, present des dels inicis de la humanitat. La comprensió del fenomen religiós ens ajuda a entendre l'organització, l'art i l'evolució de les diferents societats al llarg de la història. Per tant, veiem que hi ha diferents manifestacions del fenomen religiós i diferents tendències religioses.

> "La religió, en el sentit tradicional del terme, no està en declivi, més aviat pren diferents formes; les societats modernes Romanen religioses, però la religió ha esdevingut cada cop més desinstitucionalitzada." (Sharpley, 2011, 54)

El panorama actual, per altra banda, és complex. Algunes tradicions religioses van a l'alça mentre altres van a la baixa, i aparentment no hi ha raons que expliquin el perquè.

> "En el post modernisme actual estan experimentant un nou creixement, els motius de totes les possibles tradicions religioses, combinades entre si de totes les maneres imaginables, en una mena de teixit fet de retalls, fins al punt que la religió s'ha convertit en un producte de construcció personal." (Ohlig, K.H; 2004, 283)

Per tant, el fet que el fenomen religiós implica una experiència personal és fonamental; i això és el que es tractarà en el següent capítol.

2.2.- L'experiència religiosa, de la vivència interior a l'exterioització

La religió inclou no només les creences, costums, tradicions i rituals que pertanyen a una societat en particular; sinó que implica també les experiències col·lectives i personals dels diferents individus. L'experiència personal, més que tenir i produir, busca la realització de l'ésser humà. En l'espai i el temps sagrat, el creient viu un ambient especial, una sensació de trobar-se amb una força superior, el *mysterium tremendum et fascinosum* que menciona Otto (1965).

Pikaza defineix l'ésser humà com:

> "un animal d'experiència, situat davant el món i elevat davant de si mateix, ser que busca el sentit de la seva vida en un camí de tres direccions, en part paral·leles, en part convergents: mon, interioritat i història." (Pikaza, 2009, 19)

Aquests tres nivells es descriuen de la següent manera:

- Món (nivell objectiu). Les persones viuen i actuen en els límits d'un cosmos. En aquesta línia Pikaza evoca les religions de la naturalesa, l'home es trobava més determinat per l'entorn, de manera que captava i descrivia el diví en formes que podem precisar com objectives i mundanes.
- Interioritat (nivell subjectiu). Al mateix temps, l'individu és capaç de tornar sobre si mateix. Pikaza parla de les religions místiques, que destaquen el valor d'allò interior, la introversió en clau religiosa, accentuant així la subjectivitat.
- Comunitat i història (nivell d'experiència compartida). Pikaza hi vincula dos aspectes: un sincrònic (de comunicació simultània) i un altre diacrònic (desplegament al llarg del temps). Des del punt de vista diacrònic, ens trobem amb un procés que no té començament ni fi; aquí situem les anomenades religions de la història, més pròpies d'Occident; el mateix Déu ve a expressar-se revelant-se en un grup humà (un poble, una església).

Qualsevol vivència, ja sigui individual o col·lectiva, necessita ser exterioritzada d'alguna manera. Qualsevol d'aquestes tres formes d'experiència, tal com apunta Alessi (2004), es pot exterioritzar en dos nivells, a nivell racional i a nivell de culte.

2.2.1.- Exteriorització de l'experiència religiosa a nivell racional: dels mites a la teologia

L'experiència religiosa tendeix a exterioritzar-se sota la forma de múltiples manifestacions que s'estenen des de les modalitats més elementals fins a les més complexes, des dels mites primitius de les societats arcaiques fins a les elaboracions teològiques més perfeccionades. El mite és el relat que sol aparèixer acompanyat d'un ritual. Totes les grans religions mediterrànies i asiàtiques compten amb mitologies.

Eliade (1991) defineix el mite com aquell relat que narra una història sagrada; relata un esdeveniment que ha tingut lloc en el "temps primordial". El mite és el relat d'una creació, explica com una realitat (el cosmos, una illa, una espècie vegetal, un comportament humà...) ha vingut a l'existència gràcies a les gestes dels sers sobrenaturals. Els mites no relaten només l'origen del món, dels animals, de les plantes i de l'home, sinó també tots els esdeveniments primordials a conseqüència dels quals l'home ha arribat a ser el que és avui.

> "El mite, com fenomen religiós fonamental, té una dimensió específica: la del sagrat, del transcendent, d'alguna cosa que està per sobre del psiquisme humà i, per mitjà del qual, l'home entre en contacte amb una *altra cosa*." (Hani, 2005, 30)

Segons Eliade (1991) les característiques fonamentals dels mites de les societats arcaiques són:

- Constitueix la història dels actes dels sers sobrenaturals
- La història que narren es considera absolutament verdadera i sagrada
- El mite es refereix sempre a una creació
- El mite justifica els rituals; en els rituals es sol repetir l'acte relatat. Per tant, el ritual és el mite viscut.

El mite religiós té un sentit més profund que, per exemple, les llegendes i contes populars. El mite és una explicació il·lustrada de les preguntes bàsiques com ara

d'on venim i a on anem? Per què vivim i per què morim? Quin és l'origen del ser humà i del món? Els conceptes que s'expressen en els mites es poden agrupar en tres classes: el concepte de divinitat, el món i el ser humà (Gaarder, Hellern i Notaker, 2009).

Alessi (2004) parla de l'organització dels mites en un sistema coherent; la mitologia és l'agrupació de mites que transmeten una concepció del món o una visió de fe en la que els components divins, humans i còsmics s'integren en un tot, que és substancialment unitari i que es troba interconnectat.

Juntament amb les mitologies apareixen diferents doctrines de la fe que busquen l'elaboració conceptual de la visió religiosa. D'aquesta manera neix la teologia, que és l'estudi de Déu i dels fets i coses relacionats amb ell. Moltes teologies tenen la seva base en els llibres sagrats i fonamenten les tres grans religions monoteistes que persisteixen encara avui en dia; el Judaisme (Torà), el Cristianisme (Bíblia) i l' Islam (Corà). També en trobem altres exemples en els Vedes hinduistes.

Tant la mitologia com la teologia volen explicar la relació de l'ésser humà amb un més enllà transcendent i com aquest ha influït sobre la creació del propi ésser i de tot el que ens envolta en els temps que Eliade (1999) anomena *temps primordials.* Justament perquè els fets narrats van passar fa molt de temps, cal una reactualització d'aquests esdeveniments per poder entrar en contacte amb la divinitat, i aquesta reactualització és el que anomenem rituals.

2.2.2.- Exteriorització de l'experiència religiosa a nivell del culte: els temps i els espais sagrats

Tal com hem comentat en el punt anterior, els rituals són la reactualització dels mites. Quan s'invoca, s'agraeix o s'elogia a Déu o als déus, es fa segons unes regles establertes; les cerimònies religioses o els rituals solen seguir determinats models i pautes fixades. La suma de totes aquestes manifestacions configuren el culte i desenvolupen un paper molt important en totes les religions.

La paraula culte ve del llatí *colere* que significa honra o adoració que es tributa a Déu o a qualsevol altre ser o objecte sagrat.

> "El culte és el gest amb el que l'home es llança amb esperança cap a la transcendència." (Berger, 1975, 156)

Durant el culte té lloc el contacte amb el sagrat, raó per la qual els rituals solen realitzar-se en lloc sagrats on hi ha objectes sagrats. Les persones que dirigeixen el culte religiós també poden ser sagrades, o almenys especialment consagrades a aquesta tasca. Les paraules sagrades que es fan servir desenvolupen un important paper: oracions, invocacions, extractes dels llibres sagrats i, en especial, el mite que sovint està relacionat amb els diferents rituals (Eliade, 1999). Més endavant aprofundirem en les diverses manifestacions d'aquests espais i temps sagrats.

Gaarder, Hellern i Notaker (2009) fan referència a tres tipologies de rituals: l'oració, les ofrenes i els rituals de transició. Aquí caldria afegir-hi els actes de culte pròpiament dits, com la celebració de la litúrgia.

Quan els sers humans es dediquen a pràctiques tals com l'oració i la meditació, experimenten sentiments de pau interior i devoció religiosa. Segons Andrew Newberg (2012) en una entrevista a la Vanguardia publicada el dilluns 30 de gener, hi ha una xarxa d'estructures cerebrals implicades en aquests processos que permeten experimentar emocions poderoses. Newberg arriba a aquestes conclusions, entre altres, després d'escanejar cervells de monges resant i budistes mediant.

> "S'ha de reconèixer que les neurociències obren una visió inèdita de l'àmbit del pensament i de la psicologia basant-se en el procés de les neurones cerebrals. Es tracta d'un camp d'estudi prometedor, els resultats del qual han començat a modificar les nocions estàndard de l'antropologia, de la sociologia, de la religió, de la ètica [...]. No hi ha dubte de que les neurociències estan descobrint les complexes funcions del cervell, de manera que, si els seus resultats es revelen sòlids, podran exigir una nova comprensió del ser i de la conducta dels humans." (Tragan, Pius-Ramon; 2012, 255-256)

Les experiències derivades dels rituals no són només individuals sinó que es poden donar de forma col·lectiva, i també es veuen influenciades per l'espai on tenen lloc. És important que aquests rituals, per tant, es celebrin en els llocs sagrats. Hi ha molts llocs sagrats en els quals s'hi ha mantingut l'activitat cerimonial durant mil·lennis. Hi ha espais on s'hi ha celebrat culte ja en l'època neolítica i aquest s'ha mantingut malgrat el pas de diverses civilitzacions, essent avui en dia, per exemple, santuaris cristians. Així, la religió seria una forma transitòria mentre que l'essència del lloc transcendiria l'espai i el temps (Gray, 2010).

De tots aquests rituals se'n desprèn una gran varietat de formes, però hi ha alguns aspectes que podríem considerar comuns:

- Representen un moment de contacte amb la divinitat, per tant, es solen realitzar en llocs i temps sagrats i poden estar dirigits per un intermediari, persona que també és considerada sagrada.
- Tenen un alt valor simbòlic, és la reactualització d'un mite.
- Tot i poder ser individuals o col·lectius, cada ritual segueix unes pautes preestablertes; no són manifestacions esporàdiques ni improvisades; els passos a seguir, els gestos, les accions estan fixats i són inalterables.
- El so, la música i les substàncies aromàtiques juguen un paper molt important. "Sempre hi ha hagut consciència dels efectes musicals en les persones i la societat, pel que ha resultat necessària l'aplicació de la música en la curació de pacients, en l'educació, en l'expressió d'emocions i en moltes altres situacions." (Palacios, 2004, 1)

A més dels seus efectes terapèutics, els sons i la música s'han fet servir en contextos religiosos des de temps prehistòrics. Tal com apunta Pérez Treviño

(2008), cultures de tot el món han fet servir el so, creat per la veu humana i una extraordinària varietat d'instruments musicals, per alabar a allò diví i per despertar la ment a la consciència espiritual.

> "La música era, per tant, un canal perquè les persones ens poguéssim sentir part de l'univers. Els números i certes relacions perfectes adquirien així una dimensió espiritual gràcies a la música." (Perelló, 2008, 59)

Alguns dels exemples més coneguts de cants, que encara es practiquen, són els dels sufís islàmics, els monjos gregorians i els budistes Tibetans. Avui en dia podem escoltar la música sacra enregistrada, però quan es canta en els altars, el seu poder espiritual, tant per músics com per oients, es veu extraordinàriament amplificat.

Retrobem, per tant, la importància que juguen els llocs sagrats per la realització del culte. Tal com diu l'arquitecte Luís Barragán "la funció de l'arquitectura ha de resoldre el problema material sense oblidar-se de les necessitats espirituals de l'home" (Barragán, 2012). Per exemple, la construcció de les catedrals va proporcionar un entorn privilegiat i una acústica especial pel cant.

La finalitat última de tots aquests processos d'exteriorització de la religió és comprendre i entrar en contacte amb la divinitat, amb el sagrat, a través d'uns espais i uns llocs.

> "L'Absolut no seria l'Absolut sense la seva potencialitat d'exteriorització i, per tant, de repetició." (Shuon, 2000, 46)

Per poder entendre com es manifesta el sagrat en aquests espais cal, abans, comprendre què vol dir *sagrat*. I això és el que tractarem en el següent capítol.

2.3.- Aproximacions a l'estudi del sagrat

Fins ara hem vist el fenomen religiós com una experiència que ha de ser exterioritzada. Aquesta exterioització es pot fer de moltes maneres però sempre hi intervé algun element vinculat amb el sagrat (fent referència a un lloc, a un temps, a un objecte...). Arribats a aquest punt, és necessari intentar definir el fet sagrat, per tal de, més endavant, poder determinar com es manifesta la sacralitat i, sobretot, poder entrar en l'objecte d'estudi del treball, que són els espais sagrats.

Hem vist, també, que les perspectives des de les quals s'estudia el fenomen religiós i les seves manifestacions històriques són gairebé tantes com són les anomenades ciències humanes. El camp del sagrat és un àmbit específic d'estudi dins del fenomen religiós, per tant, també pot ser abordat des de diferents perspectives. Tot i així, des de fa un segle, aproximadament, i tal com exposa Ries (1989) són tres les corrents d'investigació que es reparteixen l'estudi del camp del sagrat: la investigació sociològica i etnològica; la investigació fenomenològica i la investigació comparada de les religions.

Les primeres teories sobre el sagrat es van elaborar en els cercles d'etnòlegs i sociòlegs. La teoria sociològica del sagrat té les seves arrels en les investigacions etnològiques sobre el *manà* i el *tòtem* i les principals aportacions provenen de l'escola de sociologia Francesa. Aquestes teories busquen l'origen del sagrat en la societat, sense fer referència a cap realitat transcendental i supranatural. El sagrat apareix com un conjunt de forces producte de la consciència col·lectiva. Les teories de Durkheim, Mauss i Hubert, entre altres, redueixen les religions a un factor social i cultural. Tal com exposa Durkheim (1993), el món està dividit en dos camps, un que inclou tot el que és sagrat i un altre que inclou tot el que és profà.

La recerca fenomenològica intenta entendre el fet religiós en el context existencial de l'*homo religiosus*. La religió s'ha d'estudiar no a partir de la societat, sinó de l'home religiós. El sagrat s'oposa al profà, com l'home religiós s'oposa a l'home no religiós. L'experiència del sagrat és l'experiència viscuda d'allò transcendent i d'allò inefable. La fenomenologia tendirà a la reducció del context històric de les religions, per tal d'arribar a l'essència de la religió. En aquest camp, Nathan

Söderblom (1966) afirma que el sagrat és el concepte més important en religió, fins i tot més que la pròpia noció de Déu. Rudolf Otto (1965) amb el seu estudi de les modalitats de l'experiència religiosa il·lumina els estadis i els continguts d'aquesta experiència. Otto creu que el sagrat és una categoria *a priori* en l'home, i que aquest fet permet a l'esperit de percebre el numinós com una revelació interior, com el *ganz andere*.

El mètode de la història de les religions, de la mà de Georges Dumézil (1985), col·loca la investigació sota el signe del *logos* i no del *manà*. S'ha de deixar un lloc especial a Friederich Max Müller en els estudis sobre el pensament indoeuropeu en el segle XIX. Max Müller està considerat com el fundador de la història comprada de les religions. Segons Müller la religió ha nascut d'un sentiment de dependència, d'una intuïció de la divinitat. Aquesta idea intuïtiva de la divinitat, unida a un sentiment de debilitat, unida també a la creença en una Providència i en una vida futura millor, condueix l'home a una recerca de la unicitat divina.

Utilitzant un mètode similar, Mircea Eliade (1972, 1978, 1981, 1983) treballa en l'ampli i heterogeni camp de les hierofanies i descobreix el sagrat com una realitat absoluta. Els seus treballs demostren l'existència d'una unitat espiritual de la humanitat. La seva recerca intenta entendre el sagrat en la seva totalitat, gràcies a un mètode integral que és històric, fenomenològic i hermenèutic a la vegada.

Ens els següents epígrafs aprofundirem una mica més en aquestes aproximacions.

2.3.1.- Les teories sociològiques i etnològiques

La qüestió central de la sociologia de la religió al s. XIX va ser l'anàlisi de les condicions socials que envolten el naixement de les religions i, en connexió amb aquesta problemàtica, l'intent de trobar la forma més primitiva de religió. Difícil de delimitar, pel que fa tant al seu objecte com al seu abast, la sociologia de la religió té el seu punt de partida en els materials proporcionats per l'etnologia i per la història de les religions i sol acreditar-se mitjançant l'aclariment de les relacions entre religió i societat. En aquest sentit mereix una atenció especial l'obra de M. Weber, *L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme* (1904-05), en què la doctrina calvinista de la predestinació és presentada com a factor determinant de les pràctiques del capitalisme. També ha tingut una gran rellevància la tendència representada per E. Durkheim, sobretot a partir de *Les formes elementals de la vida religiosa* (1912), i de l'anomenada escola sociològica Francesa (Mauss, Hubert, Lévy-Bruhl, etc.), que afirma la primacia de la societat en l'origen de la religió; entenent el fenomen religiós com a conjunt d'estats de l'ànima col·lectiva.

Grace (2011) cita entre els autors actuals més importants de la sociologia de la religió P. Berger, H. Desroche, Th. Luckmann, F. X. Faufmann i F. König, els quals, d'una manera o altra, busquen trobar un mètode que incorpori la sociologia de la comprensió de Max Weber i les teories més funcionalistes de Durkheim.

Durkheim concep la societat com una realitat *sui generis* que transcendeix a l'individu. Els fets socials tenen una existència pròpia independent de les manifestacions individuals, i poden exercir una certa pressió sobre l'individu. Un concepte clau de la seva investigació és la noció de consciència col·lectiva, que ell interpreta com el conjunt de creences i de sentiments comuns a la mitjana dels membres de la societat.

Durkheim està convençut que la religió no és més que una manifestació natural de l 'activitat humana,

> "és un sistema solidari de creences i de pràctiques en relació amb les coses sagrades, és a dir, separades, prohibides; creences i pràctiques que uneixen en la mateixa comunitat, anomenada església, tots els qui s'hi adhereixen". (Durkheim, 1993, 42)

Durkheim critica les definicions de la religió establertes a partir de la noció de sobrenatural o de misteri; la seva definició constata la diferenciació de tots aquells aspectes vinculats al fenomen religiós (allò sagrat) de la resta dels fenòmens humans (Martín Velasco, 1982). Així, elabora una definició de la religió basada en el sagrat:

> "La divisió del món en dues esferes que comprenen, una tot allò que és sagrat, i l'altra tot allò que és profà, és el tret distintiu del pensament religiós; les creences, els mites, els dogmes, les llegendes són o representacions o sistemes de representacions que manifesten la naturalesa de les coses sagrades, les virtuts i els poders que els són atribuïts, la seva història, les seves relacions entre si i amb les coses profanes." (Durkheim, 1993, 33)

La religió té com a finalitat l'administració del sagrat i és un fet universal i necessari en la vida col·lectiva. Les teories de Durkheim es basen en els seus estudis de les societats primitives australianes i el totemisme. Segons Durkheim, la societat crea allò sagrat, com una força anònima i impersonal, que alguns investigadors han descrit com el *manà*.

> "El tòtem simbolitza un poder superior equivalen al diví. Però al mateix temps simbolitza la societat de la que és emblema i llaç d'unió. El tòtem és, doncs, símbol de Déu i de la societat, i això es deu a que Déu i la societat són el mateix, o, en altres paraules, que la força superior simbolitzada pel tòtem no és altra cosa que la mateixa societat." (Martín Velasco,1982, 37)

Durkheim ha despullat el sagrat al oposar-lo a allò profà i després l'ha definit com una força col·lectiva que prové de la societat i s'afegeix a allò real per ser un element essencial de l'organització social. La potència del sagrat és el que fa néixer la religió, i les prohibicions vinculades a ella. Així, el sagrat dona origen al culte. (Ries, 1989).

Les tesis de Durkheim van trobar confirmació en els estudis de l'escola sociològica Francesa d'història de les religions, i particularment en els estudis de H. Hubert i M. Mauss sobre la màgia i el sacrifici.

Mauss es dedica a l'estudi de les funcions socials del sagrat i identifica el sagrat amb el *manà*, una essència, la font de vertadera eficàcia dels sers i de les coses. El *manà* és a la vegada una força i un ser, una qualitat, una acció i un estat. El *manà* constitueix el valor de les coses i de les persones, el valor religiós i valor màgic,

però també el valor social. Mauss, juntament amb Hubert, intentaran trobar el *manà* en altres religions per demostrar-ne la universalitat.

La noció fonamental hindú de *brahman* (concepte amb que es designa l'Absolut) perpetua el *manà* tant en els *Veda* com en els *Upanishad*. Mitjançant el neutre *brahaman* els textos vèdics designen l'oració, l'encant, el ritual, el poder religiós. El *brahaman* és el primer principi animat de l'univers.

> "La conclusió és l'existència universal d'una eficàcia pura, substància material i força espiritual a la vegada, impersonal en unes ocasions i en altres revistada de formes personals. Mauss estima que aquesta noció de *mana* és del mateix ordre que la de sagrat: es confonen amb freqüència les dues nocions. El *mana* és com la matriu d'allò sagrat." (Ries, 1989, 25).

Allò sagrat està situat en el centre de tot fenomen religiós; en ell arrela també la noció de Déu. Altres autors que, basant-se en les teories de Durkheim, s'han aproximat al fenomen religiós des de la perspectiva sociològica han estat Lucien Lévy Bruhl i Roger Caillois. Igual que Durkheim i Mauss, Lévy Bruhl (1978, 1986) creu que el sagrat té, clarament, una funció simbòlica,

> "intervé en les relacions de l'home amb els sers sobrenaturals ja que el sagrat es manifesta sobretot en els llocs que representen simbòlicament aquests éssers; són paratges revestits d'un caràcter sagrat pel fet de ser-ne la seva residència; això és el que explica la permanència dels emplaçaments sagrats en les diverses religions." (Ries, 1989, 34)

Caillois (1996), amb la seva obra *L'homme et le sacré*, considera el sagrat com un categoria sobre la que es basa l'actitud religiosa. La vida religiosa és la suma de les relacions que l'home manté amb el sagrat. Els rituals neixen de la necessitat d'organitzar aquestes experiències.

> "La repetició del ritu en l'espai i en el temps serveix perquè el món extra empíric esdevingui accessible i experimentable als humans. [...] Fortes ha posat de manifest allò que distingeix el ritu d'allò que no ho és consisteix en el fet que aquell està dirigit vers allò que és ocult; [...] que permet aprehendre allò que és ocult, és a dir, comprendre allò que es troba amagat en els esdeveniments i en els incidents que sobrevenen a la gent d'una cultura particular." (Duch, 1997, 163-164)

Així, el sagrat es presenta com una propietat, estable o passatgera, que afecta a uns sers, espais, temps o coses. Aquesta qualitat sacral no forma part de la seva essència sinó que s'afegeix a la seva essència real de manera misteriosa.

Tal com apunta Ries (1989), amb el naixement de les ciutats i els estats, la religió deixa de dependre de les col·lectivitats i passa a dependre de l'home, es fa interior i s'individualitza. Si fins ara hem vist el sagrat com un element d'equilibri en les societats primitives, com un producte d'aquestes societats, que estructurava i organitzava tot allò relacionat amb el sagrat, per oposició a tot allò que es considerava profà, a partir d'ara el sagrat s'entén dins el context de les grans religions.

2.3.2.- La fenomenologia del sagrat

La fenomenologia és la ciència, descripció o mètode que tracta dels fenòmens com a continguts de consciència. La religió té dos aspectes, l'aspecte del misteri i el de l'experiència viscuda. L'experiència religiosa és la resposta de l'home que es troba davant el misteri i que troba la potència misteriosa. Entre l'home i la potència es creen unes relacions que condicionen el seu comportament. La fenomenologia intenta descriure, comprendre i interpretar aquests fets i gestos, aquestes accions i aquests comportaments. Estableix el seu sentit, el que la porta al llindar de l'hermenèutica. El fenomenòleg no s'ocupa dels valors ètics, estètics i religiosos com a tals valors. S'acontenta amb establir el seu sentit.

Inseparable de la història de les religions, però alhora clarament diferenciada, la fenomenologia de la religió, més enllà de l'estudi dels fenòmens religiosos, té com a objectiu l'establiment de tipologies religioses, que, d'una manera o altra, es presenten de forma anàloga en les diverses religions històriques. La fenomenologia de la religió és una ciència comparada que intenta comprendre el fenomen religiós sense pretendre fer-ne una valoració; intenta ordenar i exposar l'univers de les manifestacions i representacions religioses en l'espai i el temps.

Un clar precursor de la fenomenologia de la religió fou N. Söderblom, ja que podem destacar en la seva obra un clar interès per obtenir una tipologia de les múltiples manifestacions religioses i per arribar a la comprensió del nucli essencial de totes aquestes manifestacions. Segons Söderblom, qualsevol historiador que vulgui abordar l'estudi de les religions, ha de començar per estudiar el fenomen del sagrat.

> "El sagrat és la paraula més important en religió; és fins i tot més important que la noció de Déu. Una religió pot existir realment sense una concepció precisa de la divinitat, però no existeix cap religió real sense la distinció entre el sagrat i el profà." (citat per Ries, 1989, 55)

Insisteix en la noció de força i vincula el sagrat a un poder o entitat misteriosa vinculada a certs éssers, coses o esdeveniments; per tant, s'orienta cap a una interpretació del sagrat percebut a partir de l'home religiós.

Un dels grans fenomenòlegs del sagrat és, sens dubte, Rudolf Otto, amb la seva obra *Das Heilige*, publicada el 1917, anàlisi històrica i psicològica dels conceptes de numinós i sant. Otto arriba a la conclusió de que la concepció religiosa del món sobrepassa la concepció científica i dedueix tres principis bàsics en la seva investigació: a) que les idees necessàries no cal demostrar-les perquè procedeixen de la raó pura, una font de coneixement independent de l'experiència; b) el misteri religiós no és passatger, és inefable, no es descobreix mai, de fet, la religió té com a missió salvaguardar el misteri en tota la seva integritat; c) per mantenir la integritat del misteri, la religió fa servir el llenguatge del símbol per mantenir el contacte amb les realitats superiors (Ries, 1989).

Segons Otto (1965), una aproximació conceptual al sagrat no donaria cap resultat perquè es tracta d'una categoria *sui generis* que no és objecte de definició en el sentit estricte del terme, perquè escapa a allò racional, essent el misticisme (ell parla d'aldarull místic) la forma més perfecta de la religió.

Otto fa servir el concepte *das Numinöse* (el numinós) per referir-se al sagrat com un fenomen fonamental en totes les grans religions; de la mateixa manera que Mauss feia referència al *mana*. D'aquesta manera Otto estudia el sagrat des de tres punts de vista: el sagrat en si mateix, com element numinós; el sagrat com a valor numinós o *sanctum*; i el sagrat com a categoria a priori present en l'esperit humà.

Otto parla d'una via de coneixement (o descobriment) del numinós que conté quatre etapes. La primera etapa és la del sentiment de criatura, la reacció que provoca l'objecte numinós en la consciència de l'home i que fa néixer un sentiment de dependència vers ell. La segona etapa és la de la percepció del numinós, del *tremendum*, l'experimentació del terror místic en presència de la *majestas* numinosa.

> "El contingut qualitatiu del numinós – que es presenta sota la forma de misteri – està constituït per una banda per aquest element abans descrit, que hem denominat *tremendum*, que deté i distancia amb la seva *majestat*. Però, per altra banda, és clarament alguna cosa que al mateix temps atreu, capta, embarga i fascina. Els dos elements, atraient i retraient, venen a formar entre si una estranya harmonia de contrast." (Otto, 1965, 53)

La tercera etapa és el *mysterium*; l'objecte numinós es presenta com un misteri, com un "completament altre" (*ganz andere*). La quarta etapa és la del valor

subjectiu, beatífic per l'home, que Otto anomena *fascinans*; que sedueix i fa entrar en la benaventurança. Es deriven l'amor, la compassió, la pietat, la benevolència, com a conseqüència de la presa de possessió del *numen*. Otto situa en aquesta etapa el que les religions anomenen salvació o experiència de gràcia. En la percepció del numinós, l'home experimenta el sentiment de criatura i després en un temor místic, s'aproxima a la *majestas* i al misteri fascinant.

Al contrari de Durkheim, que entén el sagrat com a producte de la consciència col·lectiva, Otto, basant-se en la teoria kantiana del coneixement, entén el sagrat com una categoria *a priori* de l'esperit, com una revelació interior: el numinós neix en les profunditats de l'ànima.

> "D'aquesta espècie és el numinós. Irromp de la base cognoscitiva més profunda de l'ànima, però no abans de posseir dades i experiències còsmiques i sensibles, sinó en aquestes i entre aquestes. Però no neix d'elles sinó a mercè d'elles. Les impressions sensibles són estímuls, instigacions per tal que el numinós es desperti per si mateix, es commogui, presentant-se al principi ingènuament barrejat i entreteixit amb allò còsmic sensible, fins que per gradual purificació el rebutgi i l'expel·li i fins i tot s'oposi a ell. La confirmació de que el numinós és un element pur i *a priori* del coneixement, s'assoleix per reflexió sobre si mateix i crítica de la raó. (Otto, 1965, 158-159)

Des de la perspectiva racional, aquesta és la categoria de les idees d'absolut, de perfecció i de necessitat; des de la perspectiva irracional o mística, aquesta categoria expressa els sentiments religiosos que broten en nosaltres quan reaccionem davant alguns fenòmens.

Al costat de la revelació interior del sagrat hi ha una revelació del sagrat en la història. Per Otto hi ha una doble manifestació del sagrat: per un costat la revelació interior del sagrat sobre la que es fonamenta la religió personal; i per altra, la manifestació del sagrat en la història gràcies als signes. En conseqüència, del que es tracta és de llegir els signes, que són els mitjans d'expressió del sagrat: el gest, la comunitat d'oració, les situacions sagrades, els ídols, el miracle, els llibres sagrats, la llengua i l'art sagrat, el buit, l'arquitectura i la música sacra. Si el sagrat és una categoria *a priori*, l'home està dotat d'una facultat per conèixer la manifestació del sagrat en el món dels fenòmens. Aquest és el fonament de la història de les religions i de la fenomenologia de la religió.

Es considera que Chantepie, amb el seu *Manuel d'historie des religions* publicat el 1887, fou el fundador de la fenomenologia de la religió; encara que el primer intent de donar un estatut científic a aquesta disciplina fou l'obra de Van der Leeuw, *Fenomenologia de la religió*, publicada el 1933.

> "Per ell la consideració fenomenològica es caracteritza, en oposició a l'explicació casual que persegueix la ciència, per buscar l'especificitat d'un fet a partir de les seves manifestacions històriques. La fenomenologia, precisa van der Leeuw, no s'acontenta amb la simple enumeració empírica dels fets, però tampoc busca fonamentar la veritat dels mateixos. Situada en continuïtat amb la història de les religions, que li procura els materials de la seva investigació, la fenomenologia es caracteritza per ser una ciència comprensiva que busca la significació dels mateixos fets religiosos dels quals la història de les religions n'estudia l'evolució històrica." (Martín Velasco, 1982, 51)

Van der Leeuw rebutja qualsevol teoria que pretengui explicar la religió a través d'alguna cosa diferent a ella mateixa, per això també col·loca el sagrat en el centre de la religió. El sagrat és, segons Van der Leeuw, una força transcendent, una potència misteriosa que l'home pot experimentar o descobrir en objectes, que pel fet desenvolupar aquesta potència, són concebuts com a sagrats. El profà està desproveït d'aquest potència i per això està clarament delimitat i separat d'allò sagrat.

2.3.3.- Una hermenèutica del sagrat: Mircea Eliade

L'hermenèutica és la teoria de la interpretació del discurs filosòfic; l'art d'interpretar els textos per determinar-ne el veritable significat. La importància de l'hermenèutica al s. XX és determinada pels treballs de Dilthey, Heidegger i Gadamer. El primer la definí com el mètode general de les ciències de l'esperit; fou el primer a postular l'existència del "cercle hermenèutic": la interpretació es fonamenta en un coneixement previ de les dades, però, alhora, refà el sentit que tenen aquestes dades. Fonamentant-se en la tasca de Dilthey, Heiddeger cerca el seu fonament: si l'hermenèutica és el mètode de les ciències de l'esperit, és perquè el seu sentit específic és el comprendre una dimensió intrínseca de l'home. Heiddeger identificà l'hermenèutica amb la fenomenologia.

A partir de Heidegger, Gadamer elabora una teoria pròpiament hermenèutica. L'acte de comprensió s'esdevé com a fruit d'una dialèctica entre els prejudicis i el resultat del mateix acte de comprensió; la interpretació esdevé, així, una tasca infinita. La proposta gadameriana implica una nova concepció de la veritat que es distingeix de la tradicional pel seu caràcter retòric i públic. Així mateix, hom pot advertir una tendència a utilitzar l'hermenèutica com a fonament de l'antropologia cultural.

El fenomenòleg s'aproxima al fenomen religiós, l'identifica, el classifica segons una morfologia i una tipologia, però té vetat el treball de comparació, reservat a l'hermeneuta. La funció de l'hermenèutica consisteix en fer la exègesis dels fets, interpretar-los i ordenar-los en una perspectiva general. Es tracta de desxifrar en els fets religiosos el seu contingut trans-històric per fer-lo intel·ligible i accessible a l'home d'avui. L'hermenèutica desvetlla els significats, crea valors nous i posa a l'home en contacte amb el món espiritual. Mostra que tota religió, fins i tot la més elemental, revela el ser de les coses sagrades. Eliade presenta una hermenèutica fundada sobre el sagrat i captada a través del llenguatge dels símbols i dels mites.

Eliade, com altres autors com Pettazzoni, utilitza el mètode de la història de les religions; cal estudiar moltes religions per poder comprar-les i comprendre

algunes modalitats i concepcions. Eliade atribueix a l' historiador de les religions una triple missió: històrica, fenomenològica i hermenèutica.

En primer lloc, l'historiador de les religions té una tasca històrica perquè tot fenomen religiós és, també, històric. L'experiència religiosa esdevé en un context històric-cultural molt determinat; el context social, econòmic, cultural i polític en el que s'ha desenvolupat.

També té una tasca fenomenològica perquè les experiències religioses només poden ser compreses en la seva totalitat si es transcendeixen els aspectes històrics i socioculturals.

Tot fet religiós constitueix una experiència *sui generis* suscitada per la trobada de l'home amb el sagrat, que es mostra com una realitat que pertany a un ordre diferent de l'ordre de la naturalesa. La tasca de la història de les religions és identificar la presència del transcendent en l'experiència humana.

Continuant els passos dels seus predecessors, Söderblom, Otto i van der Leeuw, Eliade estudia el comportament de l'home religiós, amb el seu univers espiritual que creu en una realitat absoluta, el sagrat, que transcendeix aquest món, però que es manifesta en ell. Igual que Otto, accepta com a demostrat el fet que les imatges i els símbols comuniquen el seu missatge fins i tot encara que l'individu no en tingui consciència.

L'home pren consciència del sagrat perquè es manifesta, es mostra com alguna cosa completament diferent al profà, com una potència d'ordre completament diferent al de les forces naturals. Eliade proposa el terme hierofania per indica aquest acte de manifestació del sagrat.

> "Hem proposat el terme de hierofania per indicar l'acte de la manifestació del sagrat. Tot fenomen religiós és una hierofania, una manifestació del sagrat a l'home. El sagrat en realitat es deixa descriure, perquè es manifesta en l'espai i el temps. Podria dir-se que la història de les religions des de les més primitives fins a les més elaborades està constituïda per una acumulació de hierofanies, per les manifestacions de les realitat sagrades. L'acte de manifestació del sagrat és sempre el mateix acte misteriós: la manifestació d'alguna cosa "totalment altra", d'una realitat que no pertany al món natural i profà". (Eliade, 1981, 75-79)

En tota hierofania intervenen tres elements: l'objecte natural, la realitat invisible i l'objecte mediador revestit de sacralitat.

Encara que el sagrat es manifesta com una realitat que pertany a un ordre diferent de l'ordre natural, el sagrat no es presenta mai en estat pur ni en si mateix; es manifesta a través d'alguna cosa diferent d'ell mateix; apareix en objectes, mites i símbols, però mai complet, ni de manera immediata ni en la seva totalitat.

D'aquesta manera les hierofanies presenten una heterogeneïtat de formes bastant desconcertant.

> "Perquè – segons hem dit – aquests documents [referint-se a les hierofanies] no són només heterogenis pel que fa al seu origen (uns procedeixen de sacerdots o iniciats, els altres de les masses, uns no presenten més que al·lusions, fragments; els altres, textos originals, etc.) sinó que són heterogenis també en la seva estructura. Així, per exemple, les hierofanies vegetals (és a dir, el sagrat revelat a través de la vegetació) es troben tant en els símbols (l'arbre còsmic) o en els mites metafísics (l'arbre de la vida) com en certs rituals populars (la processió de l'arbre de maig, les fogueres, rituals agraris), en les creences vinculades a la idea d'un origen vegetal de la humanitat, en les relacions místiques que existeixen entre certs arbres i certs individus o societats humanes, en les supersticions relatives a la fecundació pels fruits o les flors, en els contes ens els quals els herois assassinats covardament es converteixen en plantes, en els mites i els rituals de les divinitats de la vegetació i de l'agricultura, etc." (Eliade, 1981, 72)

Així, el sagrat es manifesta sota diferents modalitats situades en diferents nivells: mitologia, rituals, cosmogonies, símbols, mites, figures divines. Cada categoria o manifestació del sagrat té la seva pròpia morfologia que revela a la vegada una modalitat del sagrat i una situació particular de l'home en relació al sagrat. El sagrat es manifesta com una força i una potencia que signifiquen realitat, perennitat i eficàcia.

Eliade parla de la funció bàsica del sagrat com a mediador entre la realitat transcendent i l'*homo religiosus*; és el mitjà d'entrar en comunió amb el poder sobrenatural. El sagrat en la seva dimensió mediadora en l'interior d'una hierofania és el que dona a l'home religiós la possibilitat d'entrar en relació amb la font del sagrat, amb el sagrat en la seva dimensió absoluta, amb la transcendència. Eliade ha estudiat més especialment aquesta funció de mediació del sagrat sota tres aspectes: el símbol, el mite i el ritual.

2.3.4.- El concepte de sagrat i mètode per a l'estudi de les seves manifestacions

Un cop vistes les aproximacions a l'estudi del sagrat des de les diferents disciplines, intentarem resumir, a grans trets, els elements més rellevants exposats fins ara i proposar la nostra aproximació al concepte de sagrat.

Fins ara hem vist que el sagrat és un element central en la ciència de les religions i que s'ha estudiat des de tres grans perspectives: la sociològica, la fenomenològica i l'hermenèutica; analitzant el fenomen del sagrat i les seves funcions en la vida social i religiosa de l'home i les seves comunitats.

Les teories sociològiques i etnològiques, tributàries de Durkheim i la seva escola, busquen l'origen del sagrat en la societat, sense fer referència a una realitat transcendent i sobrenatural. Així, el sagrat es presenta com un conjunt de forces creades per la societat, un producte de la consciència col·lectiva. Aquestes teories reduccionistes encaixen el fenomen religiós en allò social i cultural. El sagrat, com producte de la societat, es converteix en el mitjà a través del qual la societat organitza la seva vida i realitza el seu ideal. Per Durkheim (1993), la religió és l'administració del sagrat; per tant, existeix una clara distinció entre el sagrat i el profà.

La investigació fenomenològica tracta de captar i de comprendre el fenomen religiós en el context existencial de l'home religiós. Otto (1965) descriu les etapes i el contingut d'aquesta experiència. L'home percep un primer aspecte del sagrat, el numinós, l'essència numinosa, el "totalment altre" (*ganz andere*). Aquest primer descobriment condueix al següent, el descobriment del *sanctum*, el valor numinós en presència del qual el profà apareix com un valor i el pecat com un contravalor. Aquí té el seu origen la religió que és essencialment la relació de l'home amb el sagrat. El tercer aspecte és el sagrat com a categoria *a priori*. Gràcies a aquesta disposició natural de l'esperit per captar el numinós, interpretar-lo i avaluar-lo, l'home es fa beneficiari d'una revelació interior, inefable, mística, que li permet rebre al "totalment altre". És el naixement de la religió personal.

La investigació de Mircea Eliade intentarà captar el sagrat en la seva totalitat, gràcies al seu mètode integral. Contrari a la reducció del fenomen religiós als nivells històric, sociològic, etnològic o psicològic, Eliade insisteix en la necessitat que té l' historiador de les religions de fer servir, integrar i articular els resultats obtinguts pels diversos mètodes d'aproximació al fenomen religiós.

L'home religiós descobreix el sagrat com una realitat absoluta que transcendeix el món, però que es manifesta en ell. L'home coneix el sagrat perquè el sagrat es manifesta. Una hierofania és una manifestació del sagrat, és a dir, un acte misteriós pel qual el "totalment altre" es manifesta en un objecte o en un ser d'aquest món profà. La història de les religions està constituïda per una acumulació de hierofanies el significat de les quals s'ha d'aclarir gràcies al mètode fenomenològic.

El que proposem a continuació és intentar definir el concepte de sagrat, basant-nos en la dicotomia sagrat – profà fonamental en els treballs de Durkheim i Eliade. Enfoquem aquest concepte des d'una perspectiva global, entenent que la definició de sagrat és un concepte universal, comú a tots els homes i religions, amb uns valors intemporals i eterns. Per això proposem revisar la terminologia emprada en les diferents religions per designar el sagrat.

En la taula 4 es recullen diferents maneres de designar el sagrat en diferents tradicions religioses. Malgrat que cada societat ha utilitzat els seus propis termes per designar aquest fenomen, podem veure que en el significat de cada mot hi ha una sèrie de trets comuns.

Taula 4: Significat a la paraula *sagrat* en diferents llengües

Llenguatge	Mots / termes	Significat
Hitita	Suppi	Expressa la noció del sagrat, fent referència a tota aquella realitat que no sigui profana. En deriven verbs com consagrar, fer sacre, fer reservat
Sumeri	*Kù-g*	Sagrat entès com a puresa original; és el diví en relació amb els orígens
	Mah	"Totalment sant" insisteix en la superioritat de déus, reis, del cel, de certes ciutats o muntanyes
Babiloni	*Kuddushu*	Clar, brillant
	Parkui	Puresa material o qualitat necessària
Egipci	*Tepzepi*	"La primera vegada", l'esdeveniment original pel qual tot és creat
Àrab	*Harâm*	És ambivalent: designa el sagrat quan es tracta de santedat i de puresa; assenyala la prohibició divina quan es tracta d'impuresa
	Quddûs	El santíssim, en primer lloc designa a Déu i tot el que li pertany: l'Esperit, el Llibre
	Baraka	Santedat, es pot parlar de *baraka* que emana dels cinc pilars de l'Islam, de mesquites i de sants
Grec	*Hagnos*	Sagrat de majestat o sagrat diví, davant la qual l'home experimenta un temor sagrat. Sagrat de consagració. Passem al ritual i al culte, els santuaris i els altars, els boscos reservats al culte i les aigües lustrals**
	Hagios	Designa el temple o la part del temple destinada als sacerdots
Llatí	*Numen*	Designa els diversos dominis de déu i també allò invisible i misteriós. A partir d'August, passa a ser el nom poètic de la divinitat
	Deus	És la més important, designa un ser personal i no un ser sagrat difús. També la trobem en la majoria de llengües indoeuropees.
	Sacer	Posa en relació persones i objectes amb els déus. També significa restringit i compensació.
Indoeuropeu	*Sancire* *Arrel sak-*	Designa les realitats fonamentals, l'estructura fonamental del cosmos i de les coses.
	De/o	Llum. En deriven la paraula lituana *devas*, l'antic prussià *deiws*, el llatí *deus*, l'irlandès *dia*, el gal *devon*

Font: elaboració pròpia a partir de Ries (1989) i Alessi (2004)

De la taula anterior, i abans d'entrar en la comparació, volem matisar-ne dos aspectes.

El primer és sobre el món musulmà i la paraula *harâm*, que hem vist que és un terme ambivalent que pot designar diferents categories; el sagrat com a puresa i el sagrat com a prohibició. Els llocs sacralitzats per la presència divina són *harâm* i en ells s'han de complir una sèrie d'actes; per poder entrar en aquests llocs el musulmà ha de ser pur (no ha d'haver pecat i ha de purificar-se abans d'entrar a través de les accions rituals). Aquests llocs estan prohibits als no musulmans sota la pena de mort.

Però *harâm* també fa referència a la impuresa, i llavors provoca una prohibició per part de Déu i, per tant, ens acosta al sagrat per la via de la prohibició. Citem entre aquestes coses prohibides: la carn de porc, les begudes fermentades, l'apostasia, l'assassinat, el robatori, la fornicació i el fals testimoni.

L'altre mot que també té diferents accepcions és el mot grec *hagnos*, que presenta tres sentits: en un primer sentit *hagnos* és el sagrat de majestat fundat sobre la naturalesa dels déus concebuts com a sers personals. El segon sentit ens condueix cap al sagrat de consagració que fa referència a les persones i als objectes dels déus. El ritual i el culte es funden sobre aquesta referència. El tercer sentit, el de puresa de l'home, depèn dels altres dos: els déus exigeixen la puresa moral i també la concedeixen. La conseqüència per l'home, davant els llocs consagrats i els déus, és la necessitat d'una puresa moral, d'un estat sacral: és el sagrat de separació.

Si posem en comú el que hem anat veient fins ara, tot i que el concepte sagrat representa nocions molt diverses i, fins i tot, a vegades contradictòries, veiem que les referències al sagrat les podríem aglutinar en les següents:

- El sagrat és tot el que és irracional i tot el que està marcat per alguna forma de transcendència.
- El sagrat com a designació de la divinitat, la realitat fonamental, l'existència pura; que en alguns casos també se l'associa amb termes relacionats amb la claredat, la llum, la puresa...

- El sagrat és allò espiritual i pur, per tant, separat del profà. A més, per oposició al profà, implica delimitació de comportaments i conductes no adequades. És el sagrat de prohibició i de separació.
- El sagrat com a elements que ens permeten acostar-nos a la divinitat, que el podem entendre com un sagrat de consagració.
- El sagrat és l'arrel de la vida espiritual i està marcat per la fascinació i el desenvolupament interior que pot desembocar en la plenitud.

El sagrat es diferencia clarament del profà, és allò ontològicament diferent; no té res d'humà ni de físic, sinó que es manifesta sempre com una realitat d'un ordre totalment diferent a aquell de les realitats naturals. Sagrat i profà representen dues maneres diferents de ser en el món.

> "El sagrat equival a potència en si, en definitiva, a la realitat per excel·lència. El sagrat està saturat d'ésser. Potència sagrada vol dir alhora realitat, perennitat i eficàcia." (Eliade, 1981, 20)

Segons Berger (1995), el fet sagrat és aquella qualitat de poder misteriós i inspirador de temor, extern a les persones però que tot i així té a veure amb elles, que es creu que resideix en determinats objectes de l'experiència.

El fet sagrat apareix com una propietat estable o efímera de certes coses (objectes de culte), determinats éssers humans reals (sacerdots), éssers imaginats (déus, esperits), determinats animals (vaques sagrades), determinats espais (temples, llocs sagrats), determinades èpoques o moments de l'any (Setmana Santa, Ramadà). És una qualitat superior que està en oposició al caos.

> "L'objecte apareix aleshores com a receptacle d'una força que el diferencia del seu mitjà i li confereix sentit i valor. Aquesta força pot residir en la seva substància o en la seva forma; una roca es mostra com a sagrada perquè la seva pròpia existència és una hierofania: incomprensible, invulnerable, és allò que l'home no és. Resisteix al temps, la seva realitat es veu duplicada per la perennitat. Una pedra de les més vulgars esdevindrà preciosa, és a dir, se la dotarà d'una força màgica o religiosa, en virtut de la seva forma simbòlica o del seu origen: una "pedra del llamp", que se suposa caiguda del cel; una perla, perquè ve del fons de l'oceà. Unes altres pedres seran sagrades perquè són l'habitatge dels avantpassats o perquè foren escenari d'una teofania o perquè un jurament les va consagrar." (Eliade, 1972, 14).

La divinitat es caracteritza per un doble contingut: el coneixement i la immortalitat; dimensions que estaven prohibides a Adam i Eva. El ser humà, en tant que fet a imatge i semblança de Déu, té en la seva essència la perenne aspiració a la divinitat.

Per Otto (1965), la semblança entre les formes i creences religioses de totes les religions són una prova de la unitat de les tendències més profundes de l'ànima humana. La consciència de l'*homo religiosus* genera un element que s'escapa de la seva quotidianitat i es presenta alhora com a inefable i com a terrible.

Per tal de poder analitzar les diferents manifestacions del sagrat proposem fer-ho des de la perspectiva de la història de les religions, mètode emprat, entre altres, per Eliade. Díez de Velasco (1998, 15) presenta la història de les religions com "l'aproximació analítica integral al fenomen religiós" i la caracteritza de la següent manera:

- La història de les religions no és moralista, no busca extreure conceptes de moral pràctica, ni criticar les formes religioses d'un poble; la finalitat de l'anàlisi històrico-religiós és comprendre la pràctica religiosa en el context social que li va donar origen i gràcies a això millorar el coneixement de la societat.
- La història de les religions no és exclusiva, es basa en el respecte per les creences alienes i requereix una actitud no dogmàtica per part de l'investigador a la vegada que llibertat personal per afrontar els molt diversos problemes que poden encallar una investigació històrico-religiosa.
- La història de les religions és diversa i no essencialista, parteix de la constatació de la diversitat de les experiències religioses i les seves manifestacions històriques. Les experiències religioses s'analitzen com a productes de la societat i el moment en que sorgeixen, sense caure en l'error de prejutjar-les en esquemes generals.

El nostre punt de partida és doncs aquest. L'experiència religiosa humana presenta manifestacions infinitament variades sense que cap d'elles pugui alçar-se en primacia de cap tipus i, justament, el que es pretén és buscar el que tenen en comú aquestes diferents manifestacions.

3.- La manifestació del sagrat i el seu simbolisme

> "El sagrat és la projecció d'allò Immutable en allò mutable; resulta d'això que el sentit del sagrat no només consisteix en percebre aquesta projecció, sinó també en descobrir en les coses la petjada d'allò Immutable, fins al punt de no deixar-se enganyar ni esclavitzar per allò mudable. Així és com s'ha de viure l'experiència de la bellesa per extreure d'ella un element durador, no efímer, per realitzar en un mateix, doncs, una obertura cap a la Bellesa immutable, no per enfonsar-se en la corrent de les coses." (Shuon,2000, 47)
>
> "Algunes zones de la terra són més sagrades que les altres, algunes a causa de la seva situació, altres per les seves aigües cristal·lines, i altres a causa de l'associació o morada dels sants". Mahabharata Anusanana (citat a Gray, 2010, www.sacredsites.com)

L'home no crea el sagrat, el descobreix. Això explica la continuïtat dels llocs sagrats en la història de la humanitat. Quina és la naturalesa real dels llocs sagrats? Què els fa sagrats, i què fa que la gent esperi obtenir alguna cosa de les visites a aquests llocs? Per què els sers humans els continuen visitant? Si analitzem quins són aquests llocs, veurem que hi ha moltes diferències entre ells. A més d'una àmplia varietat des del Paleolític i Neolític, fins als milers de llocs venerats per les religions històriques del judaisme, el cristianisme, l' hinduisme, el jainisme, el budisme, el sintoisme, el taoisme, l' islam... Alguns d'aquest llocs van ser d'origen natural, altres van ser identificats per una varietat d'estructures cerimonials fetes per l'home, com piràmides, anells de pedra, temples, mesquites, santuaris i catedrals. Molts d'aquests llocs s'han venerat des de l'antiguitat. Altres s'han convertit en centres de pelegrinatge des de fa poc. Això fa que, a vegades, no veiem els elements comuns d'aquests llocs sagrats.

La fenomenologia sol descriure el que els llocs i edificis sagrats han significat per l'home religiós i per les masses populars al llarg de la història. Tal com afirma Maldonado (1983), aquesta descripció té valor per nosaltres en la mesura que

aquestes sacralitats geogràfiques posseeixin el mateix significat que van posseir pels homes d'altres èpoques. El paper del fenomenòleg consisteix en aprehendre l'element mediador en quant a manifestació del sagrat i deduir d'ell el significat en quant a fenomen religiós.

Tot i les grans diferències culturals entre el passat i el present, sembla que hi ha alguns trets comuns en l'experiència anterior i l'experiència actual dels espais sagrats. Com i perquè els llocs es van convertir en llocs sagrats? En la majoria dels casos es pot demostrar que el caràcter sagrat d'un lloc està vinculat d'alguna manera als objectes naturals i característiques d'aquests: arbres, pedres, aigua, muntanyes, coves, i les formes del paisatge. A més, es pot demostrar que aquests objectes naturals estan en l'arrel de les formes usades per marcar o embellir un lloc sagrat.

Segons les fonts consultades es poden identificar diversos factors que contribueixen a la "identificació" de diversos espais com espais sagrats. Cal dir que, segurament, se'n podrien afegir més. de la mateixa manera, remarquem que l'ordre en el que s'exposen aquests factors no és per ordre jeràrquic, en funció de la seva importància, ja qualsevol d'aquests factors és important i pot ser determinant en la manifestació i el simbolisme del sagrat.

> "No hi ha al món un lloc més sagrat i cap factor contribueix a la potència d'un lloc més que un altre. És una constel·lació de factors en joc, que s'han de veure com una agrupació horitzontal i no com una classificació vertical o jeràrquica." (Gray, 2010, www.sacredsites.com)

No tots els llocs sagrats, o tots els tipus de lloc, tindran cada un d'aquests elements. És la combinació de diversos factors en un lloc determinat que produeix en l'ésser humà la reacció o el sentiment d'entrar en contacte amb allò transcendent (en paraules d'Eliade, amb la hierofania). El poder d'un lloc sagrat és un camp invisible d'energia que impregna l'àrea d'aquest espai; és una influència que s'estén en l'espai i Roman en el temps. Mites i llegendes dels espais sagrats parlen de llocs que tenen la capacitat miraculosa per curar el cos, il·luminar la ment, augmentar la creativitat i despertar l'ànima a un coneixement del seu vertader propòsit en la vida.

Per exposar aquests elements hem optat per diferenciar els aspectes naturals dels aspectes culturals, per això, parlarem del sagrat en la naturalesa i del sagrat com

espai construït. Els llocs sagrats es troben en diferents cultures, passades i presents, en tot el món, representats per elements de la naturalesa com muntanyes, coves i fonts. Aquests llocs solen ser marcats o embellits per estructures arquitectòniques. Cal explorar com l'art i l'arquitectura serveixen per exemplificar i posar de manifest, tant en el pla físic com en l'espiritual, la santedat o el misteri d'un lloc.

En definitiva, el que explorarem en aquest apartat és el simbolisme del sagrat. Mitjançant el símbol, el món parla; és el llenguatge de la hierofania perquè ens permet entrar en contacte amb el sagrat. El símbol, el mite, la imatge pertanyen a la substància de la vida espiritual (Rubio Hernández, 1991).

3.1.- La naturalesa com a manifestació del sagrat

Quantes vegades ens ha envaït una estranya sensació de pau i tranquil·litat contemplant un paisatge al cap vespre? Qui no ha sentit la infinitud del món i la nostra petitesa davant la immensitat d'una nit estrellada d'estiu?

> "Li pregunto per què alguns llocs són considerats més sagrats, si Déu és a tot arreu. M'explica que Déu es manifesta principalment en els llocs amarats de l'espiritualitat de les grans ànimes que han viscut allí la seva unió amb Déu; aquests ascetes sentiren al seu torn l'atracció d'aquests llocs, generalment remots, solitaris, deserts, on la seva profunda sensibilitat pogué copsar vibracions particulars, o simplement, on el silenci és més absolut." (Panikkar, Carrara, 2009, 67)

Hi ha preguntes que no tenen una resposta aparent, però que podem intuir. Perquè hi ha llocs sagrats? Com "es trien" aquests llocs? Hi ha autors com Devereux (1992) que atribueixen l'elecció de la ubicació dels espais sagrats, entre altres, a la interacció de fenòmens energètics amb els éssers humans; per exemple, determinades condicions atmosfèriques, variacions de temperatura o en la intensitat de la llum poden afectar profundament a les persones, tant físicament com psicològica.

El mateix es pot dir de diversos fenòmens geofísics, com el magnetisme, la radioactivitat, la gravetat, la presència d'aigua sota la superfície, la presència o concentració de determinats minerals, l'activitat volcànica, els terratrèmols i l'activitat sísmica... Els treballs de camp de viatgers com Gray (2010) o del mateix Devereux (1992) demostren que molts llocs sagrats antics estan situats directament sobre o prop d' àrees conegudes per tenir nivells inusuals d'aquests diferents tipus de fenòmens geofísics.

En quasi totes les religions del món antic, els pobles han venerat especialment els afloraments de roques, deus d'aigua, coves i boscos.

> "Totes les religions, en tant que fenòmens culturals, han emprat els símbols naturals per atansar-se al misteri del món." (Duch, 1988, 343)

Si bé no és cert en tots els casos, un gran percentatge dels llocs sagrats del món es troben en llocs que són, o van ser alguna vegada, llocs de gran bellesa visual. En son exemples les muntanyes de formes inusuals o formacions rocoses, llocs elevats amb visites impressionants, cascades, fonts minerals, guèisers, punts de trobada de rius, les ribes dels llacs, golfs amb forma de mitja lluna, illes dins de llacs, boscos, entrades de cavernes i grutes… La raresa i la bellesa d'aquests llocs ha commogut als sers humans des de temps ancestrals, despertant en ells sentiments de sorpresa, respecte, inspiració i pau.

> "No és possible no sentir-se sorprès, en efecte, davant la propensió que manifesten els antics a sacralitzar els espais i els fenòmens del seu entorn natural. Fan, per qualificar-los, un ús intensiu de l'adjectiu *hieros* que designa la idea del sagrat, amb el matis particular de "carregar de potencia". Innumerables són les realitats a les que s'atribueix aquest epítet: el cel, els astres, la llum, el foc celest, el dia, la nit, els núvols, els vents i, més sovint encara, la terra amb tot el que la particularitza i manifesta la seva vitalitat, els cursos d'aigua, les fonts, les onades del mar, les illes, les muntanyes, els cims, les cavernes i les grutes, les valls, les praderes, els pantans, els llacs, els golfs, els boscos, els bosquets o els arbres aïllats, etc. Poden ser també elements vegetals concrets com el blat, el llorer, l'olivera, la flor, o també animals com els ocells, les serps, les cigales, els peixos, els ramats. Tot, en la naturalesa, és susceptible de suscitar l'aprehensió del numinós." (Motte, 1997, 227)

Les característiques geogràfiques inusuals, a més de tenir una influencia estètica en l'ànima humana, també tenen un efecte a través del poder inherent al seu significat simbòlic. Des de sempre s'han atribuït diversos significats a les característiques espectaculars de la terra. En l'antiguitat, els cims de les muntanyes eren santificats com la morada dels déus i com llaços d'unió amb el cel, les estrelles i l'esfera celestial. Fer un pelegrinatge a una muntanya sagrada simbolitzava l'anhel del contacte amb el diví.

3.1.1.- El simbolisme del centre del món

> "El centre és, davant de tot, l'origen, el punt de partida de totes les coses. És el punt essencial, sense forma ni dimensions, per tant indivisible i, en conseqüència, la única imatge que es pot donar de la unitat primordial." (Guénon, 1995, 53)
>
> "Si en primer lloc el centre és un punt de partida, és també un punt d'arribada: si tot ha sortit d'ell, tot ha de retornar a ell. Donat que les coses només existeixen pel Principi, sense el qual no podrien subsistir, hi ha d'haver entre elles i ell un vincle permanent. [...]
>
> Tots els éssers, que en essència depenen del seu Principi, conscientment o inconscient, han d'aspirar a retornar a ell. Aquesta tendència de tornada cap al centre posseeix també, en totes les tradicions, la seva representació simbòlica. Ens referim a la orientació ritual, que és pròpiament la direcció cap a un centre espiritual, imatge terrestre i sensible del verdader centre del món." (Guénon, 1995, 59)

L'espai pot esdevenir sagrat perquè participa del simbolisme del "centre del món", és a dir, de "l'eix del cosmos", que constitueix l'arquetipus espacial per excel·lència.

El centre és un punt de convergència, d'intersecció (i per tant d'intercessió), de coordinació i ordenament, d'equilibri i harmonia (entre diversos punts, línies, plans, entre un dalt i un baix, un darrera i un davant). El caos és reduït a ordre, a cosmos. La *cosmització* d'un territori equival a la seva transformació en univers ordenat, harmònic, gràcies a aquest centre. Per això, aquest lloc "central" és considerat un lloc sagrat. Allò sagrat ens allibera del caos i la confusió; exerceix un poder salvador (Maldonado, 1983).

Entorn el centre es forma un àmbit natural i humà, un microcosmos constituït per l'home que posa un centre simbòlic en el lloc sagrat. Tot això simbolitza l'univers complet amb el seu centre invisible, Déu, un univers ordenat, harmònic, net i bell; un univers organitzat i orgànic en la seva correspondència entre l'orde natural i el sobrenatural, que permet la transparència de l'absolut, de l'etern, del totpoderós (Díez, 1989).

Però hi ha espais que no tenen prototips ordenats: les regions desertes, els territoris no cultivats, els mars desconeguts poblats per monstres, etc. Totes

aquestes regions estan assimilades al caos, segueixen participant de l'estat indiferenciat i amorf d'abans de la creació. És per això que quan s'inicia l'exploració d'un territori, es crea un nou assentament o es cultiva la terra, es realitzen rituals que repeteixen la cosmogonia. D'aquesta manera, la regió és primerament integrada en el cosmos, i després habitada per l'home (Cervelló Autori, 2001).

En les comunitats agrícoles del neolític el territori s'organitza al voltant d'un nucli que constitueix l'eix de l'espai vital, és el centre del món. Els monuments megalítics del neolític europeu, asiàtic i africà responen a aquest tipus de creences (Cervelló Autori, 2001). de la mateixa manera, també podem referir-nos a la ubicació de la majoria d'esglésies i catedrals cristianes construïdes, inicialment, en els centres de pobles, viles i ciutats.

Si bé inicialment els temples cristians estaven situats a les afores de les poblacions, a partir del s. XI s'anaren ubicant en el centre de pobles i viles, no només perquè exercien com espais de culte sinó per motius de seguretat.

> "La situació de temples parroquials al bell mig del nucli de població es generalitzà al s. XI, amb la introducció de la "pau i treva de Déu". Entre la normativa que regí les limitacions de la violència d'aleshores, una disposició establia que seria sagrat l'espai de trenta passes a l'entorn de les esglésies, espai que prengué el nom de "segrega". És comprensible que moltes persones construïssin la seva llar dins el terreny on la pau era assegurada; en aquest cas el temple va atreure la població."(Marquès, 2000, 24)

També és cert que en molts casos, en nuclis rurals de població disseminada, en les proximitats de les esglésies es van construir petits nuclis de cases que han donat lloc, més endavant, a poblacions. Les esglésies, amb les seves torres i campanars, han esdevingut el punt a partir del qual, tradicionalment, han crescut els nostres pobles i ciutats.

El centre del món no només és el punt a partir del qual s'ordena la resta, sinó que, tal afirma Guénon (1995), és l'inici de tot.

> "La propietat axial del centre del món deriva d'un fet cosmogònic: és allà on va començar la creació. Per això es tracta de llocs carregats de força genèsica, on se celebren els rituals que impliquen repeticions de la cosmogonia. Trobem diversos exemples de mites de creació a partir d'una llavor primordial. Per exemple, en el Rig-Veda, l'univers es va formar per expansió

> des d'un punt central i l'home va ser creat en aquest punt. Pels budistes, l'inici de la creació se situa en la cúspide d'una muntanya. [...]
>
> Segons la tradició mesopotàmica i bíblica, l'home va ser creat en el centre del món. Això explica, per exemple, que el Gòlgota es vinculés a Adam, el qual segons la tradició jueva va ser creat a Jerusalem, el centre de la terra, o que Babilònia i Jerusalem es trobessin respectivament sobre l'Apsu i el Tehom, que eren les aigües primordials anteriors a la creació, que van quedar amagades sota del món visible i que només eren accessibles a través del "centre". La construcció del temple de Jerusalem sobre el mont Moriah i sobre aquestes aigües primordials fa que participi doblement d'aquesta cosmogonia." (Cervelló Autori, 2001, 65)

Juntament amb la imatge del centre apareixen tota una sèrie de significats evocadors de la mateixa funció comunicativo-ordenadora. Així, el lloc sagrat esdevé eix del món (axis mundi), pilar, columna, post sacrificial, escala, tronc d'arbre, liana.

> "El simbolisme del centre del món es pot sobreposar al de l'eix del món i relacionar-se amb tots aquells que signifiquen aquest eix. En particular amb els símbols de l'arbre (Arbre de la Vida) i la muntanya, i tots els indicadors de punts de conjuntura en la geografia i la història sagrada, els que s'han manifestat al llarg del temps i en diferents llocs." (González, 2004, 18-19)

Algunes construccions sagrades s'edifiquen expressant aquest simbolisme. Així, el simbolisme del centre del món no s'acaba amb la muntanya, hi ha altres entitats dotades del mateix simbolisme, com veurem més endavant. Tota aquesta simbologia intenta expressar el que els fenomenòlegs anomenen la ruptura de nivell, és a dir, l'obertura cap el més enllà, cap a l'altura (o la profunditat), cap allò transcendent (Maldonado, 1989).

3.1.2.- La muntanya, l'axialitat i l'ascensió

Un altre dels grans significats simbòlics dels espais sagrats, directament relacionat amb les creences sobre el centre del món, ens remet cap a les altures d'allò celest participant del simbolisme de la muntanya sagrada. Els llocs alts i les regions elevades tenen a tot arreu un caràcter transcendent i sobrehumà. Les muntanyes tenen gran importància en qualsevol paisatge i han estat investides de caràcter sagrat per molts pobles de tot el món. L'eix vertical de la muntanya, des del cim cap a la base, es vincula amb l'eix del món i, com el cas de l'arbre còsmic, s'identifica amb el centre del món.

Al cim de la muntanya la terra ascendeix cap a les alçades. I al cel, la Divinitat descendeix en forma de núvol, pluja, neu o trons, trobant-se amb ella i fecundant-la. Els homes poden participar de la transcendència de l'altura quan accedeixen a la muntanya, ja sigui a través de la seva ascensió física (el pelegrinatge) o bé a través de processos d'ascensió místics o rituals. En qualsevol dels casos, el procés suposa abandonar l'espai profà per integrar-se en un espai sagrat, en aquest cas la muntanya.

Cervelló Autori (2001) cita com exemples de muntanyes sagrades d'aquestes característiques les que es troben a Mesopotàmia, a Palestina, a l'Índia, al Japó, a Escandinàvia i a Finlàndia i en moltes altres regions del planeta.

L'esquema de la muntanya té forma de triangle amb el vèrtex cap amunt, igual que una piràmide o un monticle. A Mesopotàmia, els santuaris prenien la forma arquitectònica d'un ziggurat, una torre escalonada per la qual pujaven els sacerdots (transcendint la seva condició humana) fins arribar a dalt de tot, on hi residia la divinitat. També els maies construïen piràmides escalonades (imatge 2). I a la Índia hi ha rituals on el sacerdot puja per una escala cerimonial per tal d'ascendir al cel i arribar als déus. Un altre dels simbolismes clarament vinculat amb la muntanya i l'ascensió és el de l'escala (Guénon, 1995, dedica un capítol a tractar aquest element).

> "Un altre símbol molt difós i afí és el de l'escala. Constitueix també un símbol axial; com diu A. K. Coomaraswamy, l'eix de l'univers és com una escala per la

> qual s'efectua un perpetuo moviment ascendent i descendent." (Guénon, 1995, 251)

El rei Salomó edificà el primer temple de Jerusalem en el turó més alt de la ciutat, el mont Moriah. El cim és un lloc de trobada entre allò superior i inferior, el dalt i el baix, el cim i l'arrel, el cap i el fonament, el diví i l'humà. La muntanya evoca el desig profund, tant de Déu com de l'home, de comunió última i definitiva (Maldonado, 1983).

Imatge 2: Piràmide escalonada de Chitchen Itzà (Mèxic)
Font: Elaboració pròpia

La història religiosa posterior d'aquest lloc sagrat emfatitza encara més el seu caràcter de "centre del món". Segons la tradició islàmica, la mesquita més remota era la de Jerusalem, construïda on abans s'havien alçat les dues edificacions del temple de Jerusalem. Mohammed va fer un viatge extàtic (miraculós o en una visió) a Jerusalem, on va visitar la ciutat terrestre i després va ascendir al cel per una escala que des de la roca de l'antic temple s'enlairava cap a les altures. Amb l'ajuda de l'àngel Gabriel, Mohammed hi ascendeix i arriba fins a Al·là, que li revela que ha estat l'escollit i li confia l'Alcorà.

En la mitologia grega trobem nombroses muntanyes sagrades, des del Mont Olimp, residència dels déus, el Mont Helikon on residien les muses, el Mont Parnàs associat a Apol·lo (Delfos) o Atenena vinculada a l'Acropolis d'Atenes, punt més elevat de la ciutat.

A Xina hi ha nou muntanyes sagrades. Les muntanyes són un mitjà de comunicació a través del qual les persones es comuniquen amb els immortals i els poders de la terra primitiva. Es creu que les muntanyes sagrades de Xina són llocs de gran abast sobretot pel poder tel·lúric, una força sagrada o energia coneguda com la corrent

del drac que corre a través de la terra mateixa. Les muntanyes són considerades com la personificació de tot el *yang*, la força.

Imatge 3: Mont Fuji (Japó)
Font: http://www.japan-guide.com/e/e2172.html

Altres exemples d'aquesta creença els trobem al Mont Tabor dels israelites i el Mont Meru dels hindús. Al Japó, el mont Fuji és venerat pels sintoistes com espai sagrat dedicat a la deessa Sengen-Sama, el santuari de la qual està a la cima (imatge 3). Al Tibet, el mont Kailasa, un dels pics més alts de l'Himàlaia, prop del naixement del Ganges, és centre de pelegrinatge per hindús, jainistes i budistes.

> "Hi ha molts espais sagrats en el món, molts llocs sagrats de pelegrinatge. La sacralitat del Kailasa i del Manasarovar ens ajuden a adonar-nos que qualsevol espai sagrat és únic. Però llur caràcter sagrat no és delimitat en un lloc: no hi ha un altar, ni claustre, ni edifici. És l'espai buit que manifesta la seva sacralitat, o sigui la seva realitat última. L'aspecte meravellós del pelegrinatge és que l'espai buit esdevé visible, o més ben dit, transparent: el buit s'omple de pura llum, l'espai és pla de vacuïtat. El Kailasa no és el límit sinó el centre." (Panikkar, Carrara, 2009, 21)

A més de monts naturals, són nombrosos els exemples de muntanyes artificials o construïdes per recordar la muntanya sagrada, com els ziggurats a Mesopotàmia, les piràmides d'Egipte, les piràmides precolombines (imatge 2) o la muntanya de Borobudur.

En alguns dels casos, en els cims de les muntanyes s'hi han ubicat santuaris, ermites, capelles i altars per tal de venerar la divinitat. Així, santuaris i ermites han humanitzat el paisatge, a vegades abrupte i feréstec.

3.1.3.- La cova, la *imago mundi*

Les coves o grutes són espais ambigus perquè ofereixen protecció i refugi, però també poden atrapar i empresonar. La cova és una cavitat dins de la terra que pot ser natural (per l'acció de l'aigua o el desplaçament tectònic) o artificial. Degut a la seva ubicació dins de la terra, que moltes cultures han identificat com un element femení, la cova ha estat associada amb el ventre de la Mare Terra, i relacionada amb el naixement i la regeneració. Però la seva sacralitat no prové només d'aquest simbolisme sinó que es relaciona clarament amb la muntanya i amb el simbolisme de l'eix del món.

> "Existeix, doncs, una relació estreta entre la muntanya i la cova, al ser considerades, ambdues, símbols de centres espirituals, com ho són també, per raons evidents, tots els símbols axials o polars, dels que un dels principals és precisament la muntanya. Recordem que la cova ha de situar-se sota la muntanya o en el seu interior, de tal manera que es troba igualment sobre l'eix." (Guénon, 1995, 167)

Tant les coves naturals com les artificials han servit a la humanitat des de temps immemorials i han estat focus de veneració. Ja a l'època prehistòrica, els primers llocs sagrats més reconeguts són coves, com les de Lascaux (França) o les d'Altamira (Espanya). En diverses cultures, per tant, les coves han sigut escenari per la celebració de diversos cultes i misteris.

Imatge 4: Monument megalític de Newgrange (Irlanda)
Font: http://www.newgrange.com/images.htm

A vegades les coves i grutes es troben prop de fonts, a les que moltes vegades se'ls han atribuït propietats curatives o endevinatòries; com per exemple ha passat al Santuari de Lourdes (França) on prop de la gruta on es va aparèixer la Verge hi ha una font d'aigua a la que se li associen propietats curatives.

De la mateixa manera, les coves apareixen amb freqüència en els relats mitològics i religiosos. Segons la mitologia grega, Zeus va néixer en una cova d'una illa de Creta. de fet, a Grècia trobem nombroses coves sagrades; per exemple, a Creta s'han trobat coves plenes d'ofrenes votives.

Coves sagrades també en trobem en totes les èpoques i tradicions religioses. Per citar alguns exemples més, podem mencionar les coves sagrades d'Adjanta i Ellora, a la Índia, magnífics temples excavats en les roques i bellament adornats amb talles i frescos.

Imatge 5: Cripta de Sant Vicenç de Cardona
Font: www.cardonaturisme.com

Igual que trobem muntanyes construïdes; podem trobar coves construïdes o artificials; per exemple, a Egipte, es van construir coves a l'interior de les piràmides o a Abu Simbel. També es pot argumentar que alguns monuments megalítics funeraris prehistòrics, com Newgrange (Irlanda) (imatge 4), es van construir com una cova artificial, de la mateixa manera que les tombes de Micenes i dels etruscs.

Abans dels temples, els rituals religiosos es feien en coves. Gimbutas (1997) parla de cavernes en les que es celebraven cerimònies de regeneració amb símbols que representen l'arbre de la vida, en les cultures minoica i micènica. Dietrich (1997) posa de relleu diversos trets de la religió cretomicènica que es troben a Grècia més tard, com llocs de culte. En aquest sentit es pot argumentar que els temples de l'antiga Grècia i Roma van ser el substitut de la cova. La *cella* o *naos* del temple clàssic es va fer a semblança de la cova: sense finestres ni obertures, per tal que estigués obscur, i amb un únic accés. Un ambient similar al de la cova que també s'experimenta en algunes esglésies cristianes romàniques (aquest punt serà tractat més endavant, quan es parli del simbolisme de l'arquitectura sagrada) (imatge 5).

3.1.4.- La pedra, la immutabilitat

Una roca o una pedra es mostra com a sagrada perquè la seva pròpia existència és una hierofania: incomprensible, invulnerable, és allò que l'home no és. Les pedres simbolitzen allò permanent i immutable. Trobem pedres sagrades en la majoria de les religions del món, des de les més antigues; pedres de tot tipus i mides que han estat investides de caràcter sagrat i venerades des dels primers temps.

Ja a l'Europa prehistòrica es van erigir megàlits (pedres de grans dimensions) en línies o en cercles (Stonehenge, Anglaterra, imatge 6) o disposades en relació amb el moviment de terres generalment descrites com a túmuls funeraris (Newgrange, Irlanda, imatge 4). Però trobem exemples en tots els països del món. A Àfrica es coneixen conjunts de megàlits a tot el Magreb (Tunísia, Algèria, Marroc) i a l'Àfrica

Imatge 6: Stonehenge (Anglaterra)
Font: http://www.sacred-destinations.com/

Imatge 7: Moais (Illa de Pascua)
Font: Jason Devitt, http://www.sacred-destinations.com/

Sub-sahariana. Un dels més impressionants és el conjunt megalític de Bouar (República Centreafricana). Entre altres exemples rellevants podem citar els cercles de pedra de Tatetsuki a Okayama (Japó) o els *moai* de l'illa de Pasqua (imatge 7).

Des del punt de vista de la manifestació del sagrat, a part d'aquestes grans i extraordinàries alineacions de megàlits, l'essència del sagrat es manifesta en pedres de petites dimensions, els betils. La paraula betil prové de la paraula *Bet-el*, que significa, morada de Déu. de fet, al Gènesi llegim:

> "Sortí, doncs, Jacob de Beersabé i se n'anà cap a Haran. Arribà a un lloc i hi passà la nit, perquè el sol ja s'havia post. Prengué una de les pedres del lloc, se la posà per capçal i dormí en aquell lloc. I tingué un somni: veia una escala dreta descansant a terra, el cim tocava el cel, i uns àngels de Déu hi pujaven i hi baixaven. Jahvè s'estava al cim, i li digué: Jo sóc Jahvè, el Déu d'Abraham, el teu pare, i el Déu d'Isaac [...]. Jacob es despertà del seu son, i digué: En veritat, Jahvè és en aquest lloc i jo no ho sabia. I s'espantà i digué: Que paorós és aquest lloc! No és sinó la casa de Déu i la porta del cel! Jacob es llevà de matí, prengué la pedra que s'havia posat per capçal, la dreçà en monument i escampà oli al seu damunt. I anomenà aquell lloc Betel." (Gènesi, 28, 10-19)

El betil és la representació del centre del món que s'identifica amb l'habitacle diví. Al santuari de Delfos de l'antiga Grècia es venera una pedra situada a l'entrada del temple d'Apol·lo que s'anomenava *omphalos* (melic) i es considerava que era el centre del món. Diu la llegenda que Zeus va enviar dues àligues, una des de cada extrem de la terra (recordem que per als grecs la terra era plana) i el punt on es van trobar van deixar caure aquesta pedra per marcar el centre del món.

Trobem exemples de veneració de pedres en època Romana. El déu Terminus (representat per un cap col·locat sobre una pedra piramidal) protegia les fites (de pedra) que marcaven els límits de les terres, utilitzades fins a èpoques recents. A Catalunya es conserven els pedrons, indret relativament apartat de l'església, marcat per una fita de pedra amb una creu a sobre, que marca el punt de reunió dels fidels abans de dirigir-se a l'església.

La deessa Romana Cibeles també s'associa al culte de les pedres, doncs la seva representació és una pedra negra. Guénon (1995) afirma que el mot Cibeles no és d'origen grec sinó hebreu i que significa "deessa de la muntanya".

> "Tal significat del nom de Cibeles encaixa bé amb la pedra negra que era el seu símbol. En efecte, aquesta pedra era de forma cònica i, com tots els betils de la mateixa forma, ha de considerar-se una imatge esquemàtica de la muntanya en tant que símbol axial." (Guénon, 1995, 232)

En aquesta línia, un altre betil famós és la Pedra Negra, al santuari de la Kaaba, a la Meca, venerada pels musulmans en el seu pelegrinatge obligatori a aquesta ciutat sagrada.

Un altre exemple, pot ser la Pedra de la Coronació (recentment retornada a Escòcia i exposada al castell d'Edimburg). Es diu que aquesta pedra és el betil de Jacob, que s'havia mantingut al temple de Jerusalem, i que, segons la llegenda, va ser portada

a Escòcia per una filla d'un faró egipci. Aquesta pedra es va fer servir per a les coronacions dels reis escocesos durant l'Edat Mitjana, fins que al segle XIII el rei Eduard I la va traslladar a Londres, on s'ha utilitzat per a la coronació dels monarques britànics.

La divinització de les pedres persisteix avui, per exemple, en els jardins de pedra japonesos, ja que tradicionalment les pedres s'han considerat símbol de forces sobrenaturals i morada dels déus.

Les diverses manifestacions del sagrat i els seus simbolismes estan clarament relacionats. Així, s'hi s'han construït temples en muntanyes o a semblança de les muntanyes, també s'han construït temples prop de prominències rocoses, com el santuari hitita de Yazilikaya (Turquia), els monestirs ortodoxes de Meteora (Grècia), el temple de Petra (Jordània), el propi Temple de la Roca (Jerusalem). A Catalunya també trobem exemples, com el monestir de Montserrat, el santuari de Rocacorba (Girona, imatge 8) o el santuari de la Roca (Tarragona).

Imatge 8: Santuari de Rocacorba
Font: Elaboració pròpia

3.1.5.- L'arbre, la vida, el coneixement

Tal com hem vist anteriorment, els arbres participen del simbolisme de l'eix del món. En el Gènesi es diu que hi ha dos arbres que creixen al mig del Jardí de l'Edèn, l'Arbre de la Vida i l'Arbre del Coneixement; en la mitologia escandinava, l'arbre de la vida, Yggdrasil, es connecta amb les seves branques al cel i les seves arrels arriben fins al cor de la terra. Nombroses religions fan referència a l'arbre de la vida, l'arbre de la llum, l'arbre de la ciència o l'arbre del coneixement, tema àmpliament representat en la història de l'art (imatge 9).

> "Igualment l'arbre és assimilat a la verticalitat, o sigui a la ruptura de nivell, i també a la irrupció de la vida, a la generació i fructificació en el pla horitzontal. Unànimement ha estat conegut aquest Arbre de la Vida (o el seu equivalent en l'àmbit ritual, l'obelisc, la columna, o el menhir); està present en la Càbala Hebrea [...] com en la civilització maia, l'arbre sagrat del qual era el capoquer, que encara avui està plantat al mig de la plaça central dels pobles d'aquesta àrea; també per egipcis, grecs, Romans, celtes, i aborígens nord-americans, africans i australians. (González, 2004, 33-34)

Podríem citar-ne nombrosos exemples. A l'antic Egipte diverses espècies d'arbres apareixen en la mitologia egípcia i l'art; associant-los a representacions de les divinitats. D'acord amb el *Llibre dels Morts*, sicòmors bessons estaven a la porta oriental del cel, de la que el déu sol Re sorgia tots els matins. Aquests arbres es plantaven prop de les tombes i els taüts es feien amb la seva fusta. El plàtan s'ha considerat una manifestació de les deesses Nut, Isis i Hathor; el salze estava consagrat a Osiris. En les terrasses del temple funerari de Hatshepsut es van plantar jardins i arbres de mirra que es van fer portar d'una expedició a Punt (país llegendari d'on provenia l'encens i la mirra i que probablement està situat en una regió de Somàlia. Tal com diu Gestoso (2011), trasplantar arbres des d'àrees

Imatge 9: L'arbre de la vida, Gustav Klimt
Font: http://www.artehistoria.com

perifèriques cap al centre va ser un recurs conegut en el Pròxim Orient Antic. Els arbres, com a símbol de vida, fertilitat, prosperitat, canvi, eren transportats de les regions més fèrtils a les que no ho eren tant.

De la mateixa manera, es creu que en les terrasses dels ziggurats mesopotàmics també s'hi van plantar arbres, com per exemple en els anomenats Jardins Penjants de Babilònia, una de les meravelles del món antic.

Els arbres també ocupen un lloc destacat en la cultura i la mitologia gregues i Romanes; per exemple, el roure es relacionava amb Zeus i el llorer era símbol dels emperadors Romans. Però, potser, una de les civilitzacions que més veneració a mostrat pels arbres (i els boscos) ha estat la celta.

Els antics celtes només transmetien la seva cultura per tradició oral, per tant, no hi ha hagut mai escrits que il·lustrin la seva fe i els seus cultes; s'ha hagut de recórrer a fonts indirectes de l'època,sobretot autors grecs i llatins (Campanile,1995). Tot i així, podem saber que els celtes creien que els arbres eren font de saviesa sagrada: l'avellaner s'associa amb la saviesa dels druides, el teix era símbol d'immortalitat i els roures eren la morada dels morts i el lloc on es realitzaven la majoria dels rituals.

En el cristianisme a part de l'Arbre de la Vida hi ha altres arbres sagrats o amb significats importants, com la palma, símbol de la victòria sobre la mort (recordem el diumenge de Rams) o la importància que ha adquirit l'olivera com a símbol de pau. També en la tradició islàmica trobem exemples d'arbres sagrats:

> "En la sura En-Nûr, es cita un arbre beneït, o sigui, ple d'influxos espirituals, que no és "ni oriental ni occidental", el que defineix netament la seva posició "central" o "axial". L'arbre és una olivera l'oli de la qual alimenta la llum d'una làmpada. Aquesta llum simbolitza la llum d'Allah, i en realitat és Allah, doncs, com es diu al començament del mateix versicle, "Allah és la llum del cel i de la terra". Per què una olivera? Pel poder il·luminador de l'oli que s'extreu del seu fruit i per la seva intrínseca naturalesa ígnia i lluminosa." (Guénon, 1995, 244-245)

Alguns arbres es tornen sagrats pels fets que van passar en les seves proximitats. Va ser sota un arbre on Siddhartha Gautama va assolir la il·luminació a través de la meditació (Nirvana) i es va convertir en el Buda. El Bodhi és l'arbre que ara és el centre d'un important temple sagrat budista conegut com Bodh Gaya (imatge 10).

Imatge 10: Bodhi Gaya (India)
Font: www.thezensite.com

A la Índia, es creu que el Daitya Braham, els fantasmes de brahamans, viuen en les figueres en espera de l'alliberació o reencarnació. La identificació dels arbres sagrats com a símbols de la renovació és molt estesa. de les quatre branques de l'Arbre de la Saviesa budista sorgeixen els rius de la vida.

Al Japó, arbres com els cedres es veneren en els santuaris sintoistes. El sintoisme afirma l'existència de divinitats o sers espirituals (*Kami*) que es poden trobar en la naturalesa. Així, el santuari és el temple (o altar) i l'àrea natural que el rodeja i la naturalesa adquireix gran importància. D'aquí també la importància que tenen els jardins en la cultura japonesa.

El santuari d'Ise, o Gran Santuari, és el santuari més important del Japó, al qual acudeixen nombrosos pelegrins any rere any. Aquest santuari és un conjunt de temples dedicats a diversos *kami* al centre dels quals hi ha l'edificació més important, que està feta amb fusta de cedre, sense claus, només amb encaixos, i amb un gran pilar de fusta al mig, simbolitzant el pilar de la terra. D'acord amb la creença que la naturalesa mor i reneix, els santuaris d'Ise són desmantellats i reconstruïts en el mateix estil cada 20 anys.

Així es podria elaborar una llarga llista amb exemples d'arbres sagrats, de boscos sagrats, de flors i plantes sagrades, en les diverses tradicions religioses.

3.1.6.- L'aigua, la purificació

La identificació de rius, recs, fonts i pous com a sagrats és molt antiga. Fonts i pous eren percebuts com la morada dels sers sobrenaturals, i històries i llegendes van créixer al seu voltant. Sovint es deia que les aigües van curar ferits o malalts, considerant el riu com un santuari sagrat.

L'aigua és un element primordial en la base dels mites de creació i històries de tot el món. Per exemple, en la cosmogonia egípcia la vida neix de l'aigua, que és un element purificador i impulsor de la vida. Existeixen diferents cosmologies de la creació a Egipte, ja que cada localitat col·locava el seu déu al capdavant de la creació. Tot i així, hi ha una sèrie d'elements comuns; un d'ells és l'existència de les Aigües Primordials (Nun) d'on naixeran els déus i d'on prové tota la vida. A la Xina el naixement de les divinitats prové de la fusió de dos principis: un, la llum, el sol i el foc (representats per un ocell), l'altre, la foscor, la lluna i l'aigua (representats per una serp). En la mitologia asirio-babilònica, en primer lloc els déus i, posteriorment, tots els sers van sorgir de la fusió de l'aigua salada (Tiamat) i l'aigua dolça (Apsu). Els llibres sagrats dels hindús expliquen que tots els habitants de la terra van sorgir del mar primordial. Al Japó els primers déus creen dues divinitats a les que encarreguen la creació de la terra, donant-los una llança que van agitar en l'oceà primordial. Els esquitxos d'aigua que van caure de la llança són els que van formar les illes. En el Corà, trobem les paraules "Hem creat tots els sers vius de l'aigua".

Al principi de la història judeocristiana de la creació, l'esperit de Déu és descrit com agitació sobre les aigües, i, més endavant, Déu crea un firmament per dividir la terra de l'aigua. Trobem exemples d'aigua sagrada en aquesta tradició. L'aigua del riu Jordà és sagrada perquè Jesucrist va ser batejat en ella per Sant Joan Baptista. La font a Lourdes és sagrada per les seves propietat curatives en relació amb l'aparició de la Verge a Bernadette.

L'aigua és un dels quatre elements amb característiques fonamentals. L'aigua sol ser senyal de purificació i neteja, significa la puresa i la simplicitat de la vida flexible. Per això forma part de nombrosos rituals. A l'entrada de les mesquites hi

ha la font d'ablucions per purificar-se abans d'entrar en el recinte sagrat. de la mateixa manera, en les esglésies cristianes hi ha la pica amb aigua beneïda per santificar-se.

L'aigua pot ser sagrada o venerada en totes les seves formes: fonts, pous, rius, llacs.

Els rius són objecte de culte en moltes religions, en la mesura que hom els considera centres regeneradors on el diví es manifesta. El Ganges és el riu sagrat per excel·lència de tota la Índia. D'acord amb la tradició teològica hindú, la seva aigua té virtuts salvadores i purificadores. El bany al Ganges allibera del pecat, la purificació cap a l'exterior que actua com a suport simbòlic de la purificació interior. La font del Ganges es troba a l'Himàlaia, a les muntanyes dels déus, i descendeix a les planures de la Índia com si baixés del cel (imatge 11). Els hitites també sacralitzaren els rius i els associaren a figures femenines vinculades al culte a la fertilitat. El bany de purificació també és important en la tradició jueva. Els miqvé són els banys de purificació espiritual, mitjançant la immersió total del cos en aigua.

Imatge 11: Bany purificador al Ganges (Varanasi)
Font: http://www.trekearth.com

Es creix que pous, deus i fonts d'aigua podien garantir vida, salut i abundància. La deessa de la lluna de Babilònia, Istar, es va associar a fonts sagrades i els seus temples estaven situats en grutes naturals de les que sortien rius.

Grecs i Romans veneraven les deus i fonts d'aigua perquè creien que hi habitaven les nimfes, que eren divinitats. També els celtes veneraven les fonts naturals d'aigua pel seu valor sagrat i medicinal.

3.2.- L'espai sagrat com un espai construït

Fins ara hem estat veient l'entorn o la ubicació natural d'aquests espais sagrats. Inicialment la celebració dels rituals i cultes, sobretot en les religions que anomenem arcaiques, es duien a terme en aquests espais, sense necessitat de construir físicament un temple. Si bé és veritat que un nombre determinat de religions van edificar temples amb la finalitat de servir al culte; citem per exemple els temples grecs, els temples Romans, els ziggurats de Mesopotàmia, els temples egipcis, etc.; i en alguns casos s'han edificat temples en llocs on prèviament ja hi havia hagut culte.

Un cop vist, per tant, el simbolisme del sagrat en la naturalesa, amb aquest capítol es vol explicar el simbolisme del sagrat en els temples, com a espais de culte i, per tant, espais sagrats per excel·lència.

3.2.1.- L'origen de les construccions: relíquies, miracles i aparicions

Tal com s'ha mencionat abans, l'elecció d'un lloc per a la construcció d'un temple, moltes vegades, està justificada per la seva ubicació en l'entorn natural (hem citat exemples de muntanyes sagrades on s'hi veneren temples dedicats a diverses divinitats, per exemple).

Però la construcció d'un temple no es pot reduir, només, a aquest aspecte. Hi intervenen molts altres factors, entre els que podem destacar la presència de relíquies o el fet que hi hagi tingut lloc determinats fets com miracles i/o aparicions.

El culte a les relíquies

El magnetisme espiritual de certs llocs de pelegrinatges deriva en part de diversos objectes venerats per tenir un poder sagrat. Els exemples inclouen les relíquies de persones santes, objectes cerimonials antics i misteriosos, icones miraculoses, estàtues i escultures.

Un gran nombre de santuaris de pelegrinatge, a través d'una àmplia varietat de cultures, han desenvolupat al seu voltant tombes i restes de persones santes. Aquesta pràctica és especialment comuna en el cristianisme, el budisme i l'islam. Les tradicions d'aquestes religions afirmen la creença de que el sant Roman viu en el santuari, almenys en el pla espiritual.

Les relíquies es poden entendre com una resta sobrenatural, sagrada, que fa acte de presència en la vida quotidiana de les persones. El culte a les relíquies adquireix més autonomia en les cultures on els grans personatges (reis, sacerdots, herois mítics, sants, etc.) es veneren tant en vida com després de morts.

El culte a les relíquies és molt antic. A Grècia es veneraven suposades relíquies de déus i herois mítics (Teseu, Dionís, Cronos, etc.). Entre els egipcis, al costat de les tombes reials i dels cementiris, hi va haver nombrosos sepulcres d'Osiris.

> "El culte a les relíquies, però, va adquirir una nova dimensió amb les religions històriques, especialment el budisme i el cristianisme. En diversos santuaris indis es veneraven fragments del cos de Buda; a Hebron les tombes dels patriarques jueus foren objecte de gran devoció; a Constantinoble es visitava la barba de Mahoma; d'aquesta manera nombrosos pelegrins acudien a veure els sepulcres dels personatges venerats pels musulmans i jueus." (Miró Vinassa, 2001, 13)

En el cristianisme el culte als màrtirs conegué una gran expansió sobretot a partir del segle IV dC. quan, a més dels cossos dels sants màrtirs, es van començar a venerar els instruments del martiri. Amb les croades es dona un auge de la comercialització de relíquies d'Orient cap a Europa. Santuaris, esglésies, altars, es consagraren arreu, i es multipliquen els reliquiaris per exposar les relíquies a la veneració dels fidels. El culte de les relíquies i els miracles locals crearen, ja a l'edat mitjana, centres universals de devoció i pelegrinatge, com ara el santuari de Sant Jaume de Galícia (Santiago de Compostela). de fet, molts dels nostres santuaris havien estat inicialment dedicats a sants màrtirs i ermitans; tot i que després es dediquessin a la Verge.

També hi ha llocs sagrats que atreuen gran nombre de pelegrins no per la presència de relíquies sinó per la presència d'objectes de poder, como pedres d'importància mitològica antiga, estàtues i pintures de divinitats (alguns dels quals, inexplicablement, ploren, sagnen, suen, fan olor, mouen els ulls) i els objectes cerimonials que s'han usat durant cents o milers d'anys..

La manifestació de la divinitat a través dels miracles i aparicions

També cal fer referència als miracles com a origen dels santuaris i com a forma de manifestació de la divinitat en un espai físic o un objecte. Entenem per miracle un fenomen extraordinari i sorprenent que s'esdevé en l'univers de l'experiència humana i que, en no poder o no voler explicar-se per causes naturals, s'atribueix a la presència i l'acció d'una entitat última o divina. El miracle és vist, per aquell que el viu, com un fet sobrenatural que es desvia de les lleis conegudes de la naturalesa i les supera (Miró Vinassa, 2001).

La creença en esdeveniments miraculosos és una característica de gairebé totes les religions històriques, per bé que cada miracle té una funció, una naturalesa, un

objectiu i una explicació diferent segons el context social i cultural (teològic, filosòfic) en què es doni.

En les religions monoteistes occidentals, l'existència d'un creador personal i omnipotent implica la concepció dels miracles com a intervencions deliberades de Déu per canviar o millorar la situació dels que el viuen. Per això les vides dels grans personatges (Buda, Jesús, Zaratustra, Mahoma, etc.) s'acompanyen sempre d'accions miraculoses, que són una mena de testificació de la seva missió i força sobrenatural; actuen en nom de Déu i mereixen la consideració de sants, sagrats o divins. El Nou Testament és ple d'exemples de miracles fets per Jesús: ressuscita els morts, guareix els malalts, retorna la vista als cecs, fa caminar els paralítics, multiplica els pans i els peixos, converteix l'aigua en vi a les noces de Canà, etc.

Molt vinculat als miracles hi ha les aparicions o troballes d'imatges. Llegendes sobre el descobriment de llocs sagrats també han exercit un efecte poderós, sobretot quan el descobriment d'un lloc sant era el resultat d'esdeveniments miraculosos. Aquest esdeveniment pot ser la manifestació de la divinitat en una cova, un animal que assenyala un lloc específic, una persona santa que té visions... Aquests esdeveniments miraculosos confereixen un magnetisme espiritual sobre els llocs sants.

Si realitzéssim un estudi de les llegendes de creació dels diferents santuaris veuríem que molts estan vinculats o bé a un fet miraculós que s'atribueix a un sant, eremita o bé a la Verge Maria; o bé amb l'aparició d'una imatge que, a través d'actes sobrenaturals, dóna a conèixer la seva ubicació o manifesta la seva voluntat de romandre en el lloc on ha estat trobada.

A propòsit de la trobada llegendària dels llocs sagrats, diu Eliade:

> "El lloc no és escollit per l'home, sinó simplement, descoberts per ell, és a dir, el lloc sagrat d'alguna manera o altra se li revela". (Eliade, 1999, 106)

Aquesta idea de que els llocs sagrats es donen a conèixer als sers humans és evident en moltes de les llegendes i els mites dels llocs sagrats de tot el món (Nolan i Nolan, 1989). L'existència de llegendes són una font d'atracció de pelegrins. Sabent que els miracles s'han produït en els llocs sagrats en èpoques anteriors, els pelegrins confien que poden passar una altra vegada, i en les seves pròpies vides.

Per això s'han edificat temples en els llocs on es creu que els miracles han esdevingut.

3.2.2.- El simbolisme del temple cristià

> "Una visita a la catedral de Lleó o a Nostra Senyora de París, fins i tot per aquell que no hi va amb una intenció religiosa, és una dilatació de l'ésser. Puc, físicament, creuar-la en línia recta, de la porta a l'altar. Unes línies de força invisibles s'apoderen de mi, em criden a seguir els deambulatoris de les naus laterals, a passar de columna en columna, d'arc en arc, com si no acabés mai d'entrar, de franquejar portes, en una mena de ritu iniciàtic, de pelegrinatge on, fins i tot estant sol, em sento envoltat per una multitud fraternal, acompanyat per ella, habitat per ella. En el nucli de l'absis, després de la marxa silenciosa més enllà de tants llindars, em sento transportat a una terra nova, il·luminada per altres sols, les rosasses dels vitralls amb el blau dominant, talment com si el sol il·luminés la nit sense destruir-la, la "nit lluminosa" que cantava Sant Joan de la Creu. El silenci, per la mateixa paradoxa, murmura sordament un diàleg amb les voltes on va néixer el cant gregorià." (Garaudy, 1994, 93-94)

Existeix una extensa bibliografia sobre el simbolisme de l'art, sobre l'art sagrat, sobre les relacions de l'art amb l'espiritualitat, etc. Voldríem dedicar aquí un apartat al simbolisme en concret del temple cristià, justament perquè és un dels punts que està relacionat amb el cas d'estudi que es proposa. Per a la realització d'aquest apartat s'ha partit, fonamentalment, de tres autors, Guénon (1995), Burckart (2000) i Hani (1996, 2005).

Els estudiosos de l'art sacre afirmen que no existeix "l'art per l'art"; quan es parla d'art sagrat res és casual, tot té un sentit. Igual que la bellesa de les diferents característiques geogràfiques pot inspirar i transformar les persones espiritualment, així també pot fer-ho la bellesa de les estructures erigides en els llocs sagrats. El temple ha de ser visitable pels déus que habitaran en ell durant les seves visites a la terra. També ha de ser visible per la mirada dels humans.

La documentació de la història de les religions ens subministra milers de descripcions de morades sagrades, de temples, d'esglésies, de catedrals, de basíliques, de ciutats santes. En les grans religions assistim a la valoració del temple a la vegada com *imago mundi* i com a reproducció terrestre d'un arquetip celeste. Per exemple, les províncies d'Egipte reproduïen els "camps celestials", les regions en què estava dividit el cel. El rei Gudea de Lagaix, a l'antic Sumer, rebé

dels déus les indicacions per a la construcció del temple de la ciutat. Els etruscs construïen les seves ciutats prenent com a model l'estructura del cel. A l'Índia, totes les ciutats reals estaven construïdes segons el model mític de la ciutat celestial on en el Temple Primordial va viure el Sobirà Universal (Burckhart, 2000).

> "Qui no ha sentit alguna vegada el màgic encant que exerceix la descripció dels temples de Karnak o del temple de Edfú, o fins i tot la simple vista geogràfica del temple egipci, com la basílica romànica o la catedral gòtica, ens arravata del món profà i, sense que ho vulguem, ens projecta cap a l'esfera del sagrat, del diví; aquí, el monument ens acosta per totes parts per la fora invisible i misteriosa d'una presència materialitzada en pedra". (Hani, 2005, 211)

El temple cristià es concebia a imatge de la Jerusalem Celestial. Ja en el passat, el Tabernacle de l'Arca de l'Aliança s'havia construït segons un arquetipus transcendent, revelat per Déu a Moisès:

> "I [els fills d'Israel] em faran un santuari, perquè jo pugui residir enmig d'ells. El fareu igual que el model que et vaig mostrar del tabernacle i de tots els seus atuells"; i "tingues compte a fer-ho segons el model que se t'ha mostrat a la muntanya [del Sinaí]." (Èxode, 25, 8-9 i 40)

Quan Salomó construeix el temple, ho fa també seguint un arquetipus sobrenatural, que Déu havia mostrat al seu pare David:

> "David donà a Salomó, el seu fill, el model del pòrtic, el model del temple i de les seves cambres dels tresors, i cambres altes i cambres interiors, i de la cambra del propiciatori; i el projecte de tot el que li havia vingut al pensament per l'esperit (...). Tot això era en un escrit de mà de Jahvè, segons el qual [David] entengué tots els treballs del projecte." (1 Cròniques, 28, 11-19)

I així, Salomó proclama:

> "M'has dit que edifiqués un temple en la teva muntanya santa i un altar sacrificial en la ciutat que et fa d'habitacle, imitant la tenda santa que vas preparar des d'un principi." (Saviesa, 9, 8)

A través de l'art sagrat i l'arquitectura les persones poden expressar físicament l'amor del diví i la seva exaltació de la bellesa del món. A més de la seva bellesa visual, qualsevol peça d'art sacre té les funcions de contenidor i conducte de poder espiritual.

> "L'art no és sagrat pel fet que estigui destinat al culte, de la mateixa manera que moltes pintures no són sagrades pel fet que tractin d'un tema "religiós". L'art *és sagrat quan no em deixa intacte, quan em fa participar en una vida més gran*." (Garaudy, 1994, 94)

Per tant, el temple, des del punt de vista arquitectònic, és l'espai físic on es materialitza l'espai sagrat; per això la seva arquitectura no té res de casual, sinó que cada part simbolitza o participa d'algun dels simbolismes que representen el concepte de sagrat.

> "El temple és la mansió temporal dels déus a la terra, la recreació del cosmos a la terra, la fortalesa terrenal dels déus. La relíquia central és, metafòricament, Sumeru, el Kailash. El devot hi penetra a través de les portes per iniciar el seu viatge; fa la circumval·lació dels amplis espais a l'exterior i va avançant cap endins, vers uns petits espais, fins que finalment penetra en "la mansió de l'úter" (*garbhgriha*) i, en darrer terme, al lloc sant que representa la llavor de tota creació. Des de la llum exterior avança vers les àrees de foscor física; aquest és, si més no, el seu estat físic. La llum natural disminueix gradualment. Des d'un món de multitud de formes, el samsara, i en la ignorància i foscor del seu estat físic, el devot es desplaça interiorment vers el santuari que el portarà a la llum i la claredat. Les portes de la percepció s'han obert físicament i psíquicament a través de les portes, de les entrades i de les façanes, de les mítiques deesses de les aigües, dels guardians dels stupes i dels temples. El viatge del pelegrí devot comença aquí, i aquestes concretes estructures són els símbols del seu viatge interior, provisional o perdurable." (Vatsyayan, 1997, 42-43)

Tal com apunta Hani (1976) no ens ha d'estranyar que en el nostre art sagrat es trobin elements del simbolisme cosmològic barrejats amb els temes pròpiament cristians (teològics), amb els quals es van harmonitzar perfectament pel fet de la seva conformitat a les normes sagrades universals.

La relació de l'esfera amb el quadrat (o el cercle amb el cub) és fonamental en tot l'art sagrat, i a partir d'aquesta relació es concep tot l'edifici. En l'ordre metafísic representen la perfecció divina: el cercle, sense principi ni fi, representa la unitat i infinitat de Déu; el quadrat és la imatge de l'eternitat i l'immutabilitat. En l'ordre cosmològic simbolitzen la naturalesa creada: el cercle és la forma del cel, el quadrat és la forma de la terra.

Molts temples es redueixen a l'esquema de la cúpula i el cub; la cúpula que remata el cub de la nau; com el cel s'assenta sobre la terra. Per això moltes vegades podem trobar cúpules pintades de blau i amb estrelles. Retrobem el simbolisme en el semicercle de l'absis (imatge 12), que és el lloc més celeste a la terra, el punt més sagrat del temple perquè hi ha l'altar. També el podem observar en el pòrtic, que és un rectangle rematat per una arquivolta; i en el cimbori que corona l'altar.

Imatge 12: Absis de Santa Maria de Taüll (Vall de Boí)
Font: Elaboració pròpia

En l'arquitectura cristiana trobem l'esquema del cub i el cercle en les plantes de creu llatina inscrita en el cercle. El temple representa el Cos de Crist i, segons Hani (1996), pot ser considerat des d'un triple punt de vista: com la Humanitat de Crist, com l'Església i com l'ànima de cada fidel.

El temple cristià es concebia d'acord amb el significat còsmic de l'eix est-oest, l'altar s'orienta cap al "naixent" i, cap al "ponent", la porta que separa l'àmbit profà del sagrat.

> "La progressió oest-est equival al pas de la mort a la vida i s'inicia en el caos de l'espai exterior, ingressa en l'atri dels catecúmens o del cementiri, travessa la porta inscrita en la portada del judici final o de l'arc de triomf i s'incorpora finalment en l'àmbit interior de l'església que culmina amb la seva capçalera sobre l'altar." (Burbridge, 1992, 75)

El santuari es situa sempre, espiritualment parlant, en el centre del món. Això s'expressa en la forma del temple: al acusar les direccions cardinals, aquesta forma ordena l'espai en relació al seu centre. És una síntesis del món.

Un altre dels simbolismes fonamentals del temple cristià, compartit amb altres tradicions religioses, és el de la porta. Creuar la porta del temple per penetrar en l'espai sagrat és un acte ple de sacralitat, un ritual del qual el fidel n'és plenament conscient. Un temple és com una porta que s'obre al més enllà. Per consegüent, la porta resumeix a la seva vegada, i des del mateix punt de vista simbòlic, la

naturalesa del temple sencer, que és el que expressa la iconografia tradicional de la portalada de l'església (Hani, 1996).

Un cop franquejat el llindar de la porta, es penetra en el temple. En paraules d'Otto (1965), experimentem el *mysterium tremendum et fascinosum*, la fascinació que ens produeix l'espai sagrat, sentim palpitar l'ànima del temple. Aquesta sensació obeeix a l'existència d'un centre del que irradien unes línies que engendren, seguint la divina proporció, formes, superfícies i volums.

> "L'eix organitzador, en efecte, no és necessàriament el d'un moviment real; més bé representa una direcció simbòlica que unifica un cert nombre d'elements entre sí, i moltes vegades els relaciona per formar un tot més ampli. Amb freqüència, no obstant, camí i eix són idèntics. [...]
>
> No oblidem, però, que tot camí porta a un lloc o forma un anell al voltant d'un lloc, en el que entren en acció forces centrípetes i centrífugues. Lloc i camí són necessaris, es compenetren i interrelacionen, no poden existir independentment. Els temples cristians des del seu origen van veure en aquests dos elements de l'espai arquitectònic la plasmació òptima, ja que aquest espai interior és un lloc diferent del món exterior, que està interpretat com un camí: imatge de la vida humana del cristià, que té com a fi trobar a Crist. Com veurem aquest tema del camí sagrat assolirà en l'església gòtica la seva més esplèndida representació." (Sebastián, 1994, 45)

Del vestíbul al santuari, el fidel recorre la via de la salvació que l'església reprodueix d'alguna forma amb el seu traçat: el pòrtic facilita la transició entre l'espai profà i el sagrat; la nau, que pot incloure representacions de passatges de la Bíblia, és l'espai d'adoració, reflexió, el camí; per últim, el santuari, centrat en l'altar, és el lloc de la Divina Presència.

El centre del que tot irradia i al que tot convergeix és l'altar. L'altar és l'objecte més sagrat del temple, la raó de la seva existència i la seva essència mateixa. L'altar apareix en el culte de totes les religions i existeix abans que el temple; els pobles nòmades ja utilitzen l'altar sense necessitat de construir un temple al seu voltant. Per tant, l'altar queda situat, simbòlicament, en el centre del món i sobre l'eix del món.

> "No és necessari que aquest eix estigui sempre materialment present; tampoc l'eix del món apareix físicament a cap lloc;i aquell és imatge d'aquest. L'important és que el centre del terra de l'edificació, és a dir, el punt situat directament sota la cúpula, s'identifiqui sempre amb el "centre del món".

> Aquest no és un lloc en el sentit topogràfic i literal del terme, sinó en el sentit transcendent i primordial. Per tant, pot prendre "cos" en qualsevol "centre" regularment establert i consagrat. D'aquí la necessitat dels rituals que fan de la construcció d'un edifici una verdadera imitació de la formació del món. El punt en qüestió és, doncs, una vertader *omphalos* i, en molts casos, aquí s'ubica l'altar." (Guénon, 1995, 198).

El lloc de l'altar està en la intersecció amb el creuer o en el centre del semicercle de l'absis. En el primer cas, l'altar ocupa el centre del gran cercle rector de l'edifici; en el segon, el centre d'un cercle que és el centre real de l'edifici i que es complementa amb la cúpula rodona que el cobreix. Si l'església simbolitza el cos de Crist, l'altar n'és el cor.

Tradicionalment els altars s'han construït en pedra. La pedra, com hem vist, és un element sagrat, sorprèn per la seva força, la seva duresa, la seva permanència. Recordem que la immutabilitat és una qualitat del sagrat. També de pedra solen ser les piles d'ablucions, que situades a l'entrada del temple reprodueixen el ritual del baptisme per tal de preparar el fidel per accedir a l'espai sagrat.

Els temples cristians medievals participen del simbolisme de la caverna, a través de la cripta (imatge 5) on, generalment, es trobaven la relíquies. Les criptes arrelaven el temple a la terra-mare i són una reminiscència dels primers santuaris construïts en grutes i coves. Aquestes criptes també simbolitzaven el ventre de la mare, la fertilitat i la fecunditat.

Les catedrals gòtiques realitzen un altre aspecte del cos místic de l'Església; la seva transfiguració per la llum de la gràcia: l'arquitectura diàfana, les altes cúpules que recorden els calzes de les flors i l'art del vitrall, que fa translúcides les parets al mateix temps que protegeixen la intimitat del santuari. La llum trencada pels vidres de colors ja no és la cruesa del món exterior, és esperança i beatitud.

> "Hem de veure que el vitrall gòtic de l'època clàssica respon a dues funcions: la configuració simbòlica de l'espai i la de ser vehicle de programes iconogràfics d'acord amb el sentit iconològic de la catedral.[...]
>
> La concepció mística de la llum ha donat origen a una sèrie de metàfores literàries i visuals, que van assolir un desenvolupament notable sota la influència del simbolisme. Devem a Nieto Alcaide un recent plantejament i sintetitzem la seva brillant exposició. Ja els textos evangèlics ens parlen d'ella, doncs associen Crist a la "Llum Vera", especialment Sant Juan, que posa en boca de Crist: "Jo sóc la llum del mon, el que hem segueix no camina en

> tenebres, sinó que tindrà llum de vida" (8,2), i sobretot fa referències en el capítol primer del seu evangeli". (Sebastian, 1994, 345)

Un mètode d'il·luminació utilitzat en la construcció dels temples era el de guiar la llum del sol cap als espais sagrats, a través de vitralls, finestres, pantalles amb obertures... Com que l'angle del sol canvia amb el pas de les hores, els raigs de llum creen preciosos patrons i jocs de llum i ombra. Citem, per exemple, l'efecte aconseguit pels vitralls en les catedrals gòtiques. Els constructors han utilitzat la llum i el color per millorar el poder transformador dels espais sagrats. Fins i tot avui en dia, amb l'ús quasi universal de l'electricitat, no és estrany trobar ciris il·luminant l'interior dels temples, tant hindús, budistes com cristians.

Un altre element representatiu és la torre del campanar, que té un simbolisme ascensional. La torre, amb la piràmide i l'agulla que la remata, s'enlaira cap al cel, i és una imatge de la muntanya còsmica. Com hem vist, la muntanya és un element sagrat en moltes religions.

Per tant, el temple és, tot ell, una manifestació dels diferents simbolismes del sagrat i és on té lloc la celebració dels rituals i cerimònies que hem vist en l'apartat 2.2.

4.- Recapitulant, el simbolisme del sagrat en la tradició cristiana

> "És més fàcil captar el sagrat que definir-lo. Comprenem que ni el prohibit, ni el tabú, ni el que està separat de la vida quotidiana, ni allò inviolable, ni el sentiment de reverència religiosa, són el sagrat; però sentim que tot això en forma part." (Daumas, 1997, 89)

Com hem vist fins ara el sagrat és un concepte complex que es pot definir i/o estudiar des de diverses perspectives però que, en definitiva, podem definir per oposició a allò profà. El sagrat és present en totes les tradicions religioses com allò que ens apropa a la divinitat, com una manifestació seva (hierofania).

El sagrat es pot manifestar de diverses maneres i a través de diversos simbolismes, el més rellevant dels quals és el del centre del món. Segons Eliade (1978) aquest simbolisme revesteix les tres dimensions següents:

- Natural: en el centre del món hi ha una muntanya sagrada on es reuneixen el cel i la terra. La muntanya, que puja cap al cel, és un factor geogràfic carregat de sacralitat perquè participa del simbolisme transcendent de les altures i de la verticalitat i perquè la seva cúspide és el punt on conflueixen el cel i la terra. Per això, les muntanyes són el domini per excel·lència de les hierofanies celestes i atmosfèriques, i també la residència dels déus. En diverses tradicions religioses i cultures trobem elements que participen d'aquest mateix simbolisme. La verticalitat i l'ascensió també estan simbolitzats per l'arbre.

- Arquitectònica: qualsevol temple, palau o ciutat s'identifica amb el centre. Els espais artificials consagrats, com ara temples, palaus i ciutats, es construeixen de manera que s'assemblin a les muntanyes per fer-los participar de la condició de "centres". Aquests espais s'identifiquen màgicament amb la muntanya sagrada, adquirint les seves propietats.

- Cosmològica: tot centre és travessat per un *axis mundi*, l'eix del món, i per això és un punt de trobada del cel, la terra i el món subterrani. L'eix del món

> permet el contacte entre les tres regions còsmiques verticals: el cel, la terra i els inferns i, per tant, entre els éssers que les habiten: els déus, els homes i els morts.

La manifestació del sagrat a través de tots aquests simbolismes configura el que anomenem espais sagrats. És en aquests espais sagrats on es pot produir el contacte amb el més enllà, amb allò transcendent i numinós, a través d'una sèrie de rituals i cerimònies, que anomenem culte.

Sense entrar en la conceptualització del símbol, el pare Duch proposa algunes de les característiques del símbol, que són:

> "Per dir-ho molt breument, les notes que caracteritzen el símbol són: 1) els símbols trameten a alguna cosa que es troba més enllà dels "artefactes simbòlics". Malgrat que és un fet incontestable que tots els símbols empren "materials" presos de l'entorn de l'ésser humà i, sovint fins i tot, del mateix ésser humà, la direcció vers la qual apunten tan sols pot ser copsada d'una manera mediata, indirectament, per al·lusió; 2) el símbol participa de la realitat d'allò que ha simbolitzat. Així, per exemple, el lloctinent d'una persona o d'una institució participa de l'honor dels representats encara que no sigui ell l'objecte d'honor, sinó la persona o la institució per ell representades; 3) els simbolismes, encara que en cada cas concret es refereixin expressivament a cultures determinades i a valors ben precisos, posseeixen un arrelament estructural en l'ésser humà perquè aquest és fonamentalment capax symbolorum. Per això pot afirmar-se que la capacitat simbòlica de l'home és indestructible malgrat que en unes determinades èpoques històriques les expressions simbòliques que havien tingut vigència en una cultura concreta puguin esdevenir irrellevants; 4) els símbols autèntics tenen la capacitat d'obrir dimensions de la realitat que habitualment no són perceptibles ni experimentables d'una manera immediata i que, en conseqüència, tan sols són accessibles simbòlicament; 5) la història antiga i moderna mostra a bastament que una nota característica del simbolisme és que el bon ús dels símbols aporta guarició, reconciliació, integració, mentre que el mal ús dels símbols produeix indefectiblement destrucció, col·lapse, desintegració." (Duch, 1997, 213-214)

Certament, tots aquests aspectes són presents en les diverses manifestacions simbòliques que s'han analitzat. Totes aquestes manifestacions i simbolismes es donen en les diverses tradicions religioses. Això ens permet parlar del concepte de sagrat com un fenomen universal; però que es representa i simbolitza de diferents

maneres segons la tradició religiosa en la que s'inscriuen les diverses manifestacions, parlant, doncs, d'un component local.

Així, des de la primera perspectiva, els espais sagrats participen d'unes característiques universals que fan que els entenguem com espais de comunió amb allò transcendent comú a tots els homes, de totes les cultures i de totes les religions. En destaquem els següents aspectes:

- Són llocs sagrats perquè s'hi ha manifestat una hierofania (representació d'allò sagrat), independentment de l'acció humana.
- Són centres de poder o energia espiritual, espais propicis per la trobada de l'home amb si mateix; espais per meditar, renovar-se, obrir-se als altres.
- Són espais universals que reprodueixen múltiples discursos religiosos, amb capacitat per obrir-se a altres cultures i fomentar el diàleg i la relació entre els éssers humans.
- Com a espais sagrats estan delimitats i separats de l'espai profà; són espais no quotidians, que tenen com a atributs la immortalitat, l'eternitat, l'estabilitat.
- Solen estar ubicats en entorns que podem denominar paisatges culturals, on el paisatge natural té un significat espiritual. Són llocs imponents i inabastables per l'home on la natura mostra la seva grandesa i davant els quals l'esperit de l'home resta empetitit i pot, a través de la reflexió i la contemplació, entrar en contacte amb la transcendència. Per tant, són espais de trobada entre els homes i la divinitat.
- Reprodueixen uns simbolismes sagrats que són comuns a totes les religions, per això, poden donar lloc a discursos interreligiosos i a espais de trobada entre els homes de diferents procedència, tant en el passat, com en el moment present i, encara més, per a les generacions futures.
- Simbolitzen el centre del món, l'eix del cosmos, un punt d'equilibri i harmonia.
- Són símbol de verticalitat i ascensió; entesa com el punt de contacte entre allò terrenal i allò celestial o còsmic.

- Alguns espais naturals també participen del simbolisme de la pedra. La pedra és un element sagrat perquè simbolitza la fortalesa, la permanència, allò que no canvia.
- Altres espais també participen del simbolisme de l'aigua (ja sigui en forma de rius, de fonts, etc.). L'aigua és font de vida i un element de purificació.
- En el cas concret d'alguns d'aquests espais, tots aquests simbolismes es donen més en l'entorn físic on estan ubicats que no pas en la construcció arquitectònica del temple.
- Els espais sagrats són un símbol múltiple, síntesis del simbolisme de la naturalesa i del simbolisme de l'art.

Al mateix temps, però, en les diferents tradicions religioses, aquests simbolismes es doten d'uns trets específics i es converteixen en centres devocionals d'una àrea més o menys gran (local, comarcal, nacional) per a les comunitats de creients que es reuneixen al seu voltant. En el cas de la tradició cristiana, els temples cristians:

- Simbolitzen el centre del món, ja sigui perquè estan construïts (en un inici) en el centre de la comunitat de creients o bé perquè estan ubicats en espais naturals on convergeixen els simbolismes mencionats anteriorment.
- Independentment del seu entorn natural, s'hi ha manifestat una hierofania vinculada amb la tradició religiosa cristiana, en aquest cas en forma de relíquies, miracles o aparicions, que són l'element clau de la devoció i que expliquen l'origen del culte cap a aquests llocs.
- El contacte amb la divinitat es manifesta a través de rituals i cultes. Per això, els santuaris són espais de pregària, on es celebra la litúrgia i on tenen lloc diverses manifestacions de la religiositat popular com romeries, aplecs, exvots, rogatives, etc.
- El temple cristià (església, santuari, ermita, catedral), per tant, no s'entén sense una comunitat de fidels que s'hi reuneix.
- També són llocs de celebració dels sagraments. Recordem que la majoria dels sagraments de la tradició cristiana (com també en les altres tradicions) responen a rituals de pas associats a diferents etapes de la vida de l'home.

- Són llocs d'evangelització, de transmissió de la fe.
- Tenen un fort component local, el territori de gràcia és l'àrea devocional del temple, que pot ser més o menys gran segons la seva importància (local, comarcal o nacional).
- Més enllà dels valors religiosos i de culte i dels valors espirituals que transmeten, també podem identificar-hi valors culturals i socials clarament vinculats a la identitat de la comunitat que hi resideix.
- La construcció dels temples, com tot art sagrat, també respon a un simbolisme determinat. D'aquesta manera participa del simbolisme del centre del món, entenent que el temple és l'eix del cosmos i el centre de la comunitat de fidels; del simbolisme de la pedra a través de l'altar (que també participa del simbolisme del centre); del simbolisme de la verticalitat i l'ascensió cap al cel a través del campanar; del simbolisme de l'aigua a través de la pica d'aigua beneïda.

Així, els espais sagrats cristians són espais de devoció local amb vocació universal. La sacralitat d'aquests llocs i espais es pot perdre o pot minvar quan hi acudeixen un nombre molt elevat de persones amb actituds clarament diferenciades. Per tant, passem a veure què passa quan en aquests espais hi entra en un joc un altre element que clarament contraposa la localitat i la globalitat: el turisme.

SEGONA PART. Turisme religiós, entre el pelegrinatge i el turisme

5.- Els espais sagrats i la seva relació amb el turisme

En la primera part s'ha definit el concepte de sagrat i s'han vist les seves diverses manifestacions. Cada comunitat creient dóna als seus espais una personalitat determinada i una simbologia concreta que ajuden i faciliten el trobament amb el sagrat. L'ésser humà és ara i aquí, temps i espai, i ha de fer ús del que és material per construir portes cap a l'infinit. Aquestes manifestacions es concreten en un temps i un espai sagrat, que es diferencien del temps i l'espai profà.

En aquesta segona part, es parlarà del fet turístic; en concret del turisme religiós i d'altres tipologies turístiques que tenen lloc en els espais sagrats. L'objectiu és analitzar quina és la relació dels espais sagrats amb el turisme. Quins beneficis esperen rebre els visitants d'un lloc sagrat? Oportunitat de pregària, adquisició d'un mèrit espiritual, estatus, nostàlgia, educació? Esperen, potser, rebre una sèrie de serveis com informació, accessibilitat, comoditats? (Shackley, 2002).

Els recursos artístics i culturals vinculats a la religió atreuen gent que volen satisfer diferents necessitats. En conseqüència hi ha dues funcions d'ús que poden ser identificades: una està relacionada amb la seva funció religiosa (valors pastorals, teològics i litúrgics), i l'altra amb la seva funció profana (valors educatius, històrics, estètics). Però totes dues inclouen aspectes historicoartístics i aspectes religiosos-sagrats, que conviuen en un mateix espai i al mateix temps (San Petrillo, 2003).

Per això, abans d'entrar en la conceptualització del turisme religiós, creiem que cal fer una reflexió sobre la relació entre el fet sagrat i el fet turístic; entre els espais sagrats i els espais turístics.

5.1.- Espais i llocs sagrats, aproximació conceptual

Fins ara hem utilitzat el terme espai, indistintament per referir-nos a lloc i a espai. En la terminologia anglesa hi ha una clara diferència entre el que és el lloc (*place*, *site*) i l'espai (*space*). Segons l'enciclopèdia catalana, l'espai és el "medi que hom es representa en principi com a il·limitat, continu i tridimensional i com a continent de tots els objectes sensibles, dins el qual aquests poden canviar de posició". El concepte es pot abordar des de diferents perspectives, geogràfica, social, teatral, arquitectònica, musical, geomètrica...

El lloc és "una porció determinada de l'espai". Cresswell (2005, 7) defineix el lloc com una localització amb significat. Què lliga l'habitació d'un nen, un jardí urbà, el mercat d'un poble, la ciutat de Nova York, Kosovo i la Terra? Què els fa llocs i no simplement una habitació, un jardí, un poble, una macro-ciutat, una nova nació i un planeta habitat? Una resposta és que tots ells són espais que la gent ha fet significatius. Són espais als quals la gent hi està vinculada, d'una manera o d'una altra.

Per tant, en sentit estricte, quan parlem d'aquests espais sagrats hauríem de referir-nos al concepte de llocs sagrats, que són significatius per un col·lectiu de persones.

Cresswell (2005) defineix el lloc com una manera de mirar, de conèixer i d'entendre el món. El concepte d'espai és un concepte més abstracte que el de lloc.

> "El que comença com un espai indiferenciat esdevé lloc quan el coneixem millor i li donem un valor... Les idees d'espai i lloc es necessiten mútuament per definir-se. de la seguretat i estabilitat del lloc on estem a l'obertura, la llibertat, i l'amenaça de l'espai, i vice-versa. Si pensem en l'espai com aquell que permet el moviment, llavors el lloc és la pausa; cada pausa en moviment fa possible la transformació de l'espai en lloc." (Tuan, 1977, 6)

L'espai s'ha vist com el reialme sense significat. Quan els humans investeixen de significat una porció de l'espai i s'hi lliguen o s'hi relacionen d'alguna manera aquest esdevé un lloc. El terme espai sagrat fa referència a un lloc que s'ha investit

d'un significat vinculat amb unes creences i al qual les persones s'hi relacionen a través d'una sèrie d'accions rituals.

Així els llocs, a part de tenir una localització (han d'estar ubicats en algun espai físic) i una forma material visual; també han de tenir alguna relació amb els humans i amb la capacitat humana de produir i consumir significat. Basant-se en les teories d'Agnews, Cresswell (2005) es refereix al "sentit del lloc" com el vincle emocional i subjectiu que tenen la gent cap a un lloc. Shackley (2001) fa servir el terme "esperit del lloc" per referir-se a l'atmosfera que envolta els espais sagrats i que es pot veure alterada per culpa del comportament inadequat d'alguns turistes i/o visitants.

L'exemple més familiar de lloc i del seu significat és la idea de casa (entesa com a llar). La llar es veu com un centre de significat i un lloc del que tenir cura. És un espai íntim on l'experiència és particularment intensa. Seamon i Sowers (2008) recullen la idea de Relph (publicada en el llibre *Place and Placeless*) de que l'essència del lloc és la seva definició com a centre profund de l'existència humana. Per això, la localització, la visualitat (els paisatges, les edificacions) o el sentit de comunitat que generen no són suficients per explicar la importància del lloc en l'existència i l'experiència humana. Per això cal anar a la fenomenologia i analitzar i comprendre quines relacions i accions tenen lloc en aquest espai.

Hem vist abans que el centre és un concepte fonamental en la definició del sagrat i la seva simbologia. A més, si partim de la base del que s'ha mencionat anteriorment de que els llocs sagrats, els temples sobretot, són al casa de Déu, aquests llocs adquireixen un fort component emocional i experiencial.

Segons Bremer (2006) hi ha dues característiques fonamentals del lloc; que és una construcció social i que mostra una dimensió temporal; característiques, per altra banda, clarament relacionades.

Els llocs són socials perquè impliquen relacions entre diversos individus i grups de gent. La importància del lloc en les relacions socials va més enllà del seu paper com a espai on la gent interactua; això és especialment evident en els llocs religiosos. El caràcter especial d'un lloc sagrat dota als seus ocupants d'un cert grau de prestigi (Bremer, 2006).

Al mateix temps, els llocs són construccions socials. Dir que una cosa és socialment construïda vol dir que l'home té el poder de canviar-la. Relacionat amb el lloc, hi ha dos aspectes importants: el significat i la materialitat (Cresswell, 2005, 30).

Els llocs no són immutables, els llocs canvien. El lloc canvia els seus significats a mesura que canvien els individus i les comunitats que el troben distintiu. Un lloc pot veure alterat el seu significat segons les comunitats que es reuneixen al seu voltant i les relacions que hi estableixen. Com a conseqüència, la materialitat d'aquest lloc es pot veure alterada; els edificis, parcs, carreteres, etc. que s'hi construeixen estan al servei d'una societat determinada.

Per tant, el vincle amb la segona característica, la temporalitat, és fonamental. Tots els llocs mostren una dimensió temporal. Els llocs esdevenen en la intersecció dels dominis espacials i temporals. La localització espacial té poc significat sense la localització temporal; els llocs inclouen passats, presents i futurs. Les percepcions del lloc també coincideixen amb els supòsits sobre com el temps operarà sobre el futur d'aquest lloc (Bremer, 2006).

Totes les religions construeixen l'espai i el temps a través dels seus compromisos ontològics específics, i d'això es dedueix que, per tal d'entendre la naturalesa dels paisatges religiosos, les representacions i les pràctiques, cal contextualitzar-ho en el marc temporal i espacial (Brace et al., 2006).

Els interessos que diversos grups poden tenir en un lloc poden ser econòmics, polítics, religiosos, morals... de manera que quan els interessos de diferents grups estan en contradicció en un mateix espai, els llocs poden esdevenir focus d'intensos conflictes. Aquest punt queda ben demostrat en relació amb els espais sagrats, com veurem més endavant, quan posem en relació els usos sagrats amb els interessos del turisme.

De fet, Brace et al. (2006) argumenten que, per tal de comprendre la construcció i el significat de la societat i l'espai, és de vital importància reconèixer que les pràctiques religioses, tant en termes d'organització institucional com d'experiència personal, són fonamentals no només per a la vida espiritual de la societat, sinó també per a la constitució d'aquesta.

> "Malgrat uns començaments prometedors, només és en els últims 10-15 anys, que les religions han atret l'atenció d'uns pocs geògrafs interessats en les

> polítiques d'identitat, l'espai com a producte social i la interacció de significats sagrats i seculars al seu lloc. [...]
>
> De fet, la majoria dels geògrafs reconeixen que els aspectes de la religió (la fe, el caràcter sagrat i l'espiritualitat) es creuen amb la geografia en tot moment: des de la comprensió de la construcció de la identitat o el sentit de les pràctiques corporals en l'àmbit personal, per no caminar per les complexes relacions i la política d'espai institucional i el lloc a nivell regional o nacional." (Brace et al., 2006, 29)

Cresswell (2005) recull el terme que fan servir Lefebre (1991) i Smith (1991) d'espais socialment produïts, que en molts sentits, juguen el mateix paper que el de lloc. En aquest grup, per tant, incloem el concepte d'espai sagrat.

Brace et al. (2006) recullen les teories de Tuan (1978), Kong (2001) i de Rogatis (2003) que consideren que els espais sagrats i els profans estan clarament delimitats i separats; però que els espais no s'han de llegir només des d'aquesta perspectiva, sinó també com a punt de contacte cultural i religiós.

Els espais sagrats, per tant, es doten no només d'un significat, sinó també d'una materialitat, que en aquest cas correspon amb els elements analitzats en el capítol 3 sobre el simbolisme i la manifestació del sagrat.

Cresswell (2005) afegeix el llenguatge com a un altre aspecte fonamental en la construcció d'un lloc (o d'un espai sagrat), tant important com el procés material de construcció del paisatge. Posar nom és una altra de les maneres a través de les quals l'espai pot adquirir un significat i esdevenir un lloc. Posar nom és poder fer visible allò invisible.

Posar un nom pot centrar l'atenció dels llocs cap a narratives culturals concretes. Els llocs són fets per l'experiència humana, i les històries que la gent expliquen d'aquestes experiències donen al lloc el seu significat i els manté com a distintius locals en el paisatge. En altres paraules, el lloc guanya el seu significat i reté la seva importància en la narrativa.

Augé utilitza l'expressió de Certeau de relats d'espais, referint-se als relats que "travessen i organitzen els llocs" (Augé, 1993, 89). La paraula no crea una separació entre la funcionalitat quotidiana i el mites perduts: crea la imatge, produeix el mite i al mateix temps el fa funcionar (Augé, 1993, 99).

En aquest sentit, i referent als espais sagrats, seria interessant analitzar les narratives específiques sobre la creació i la fundació dels llocs (les llegendes de miracles, aparicions, etc. que s'han mencionat en el punt 3.2.1) així com observar els noms que reben els espais sagrats, o parts d'aquests espais. Per exemple, un anàlisi dels atributs de les imatges sagrades de diferents santuaris cristians permet conèixer l'origen de la devoció i el significat particular que tenen per a una comunitat de creients determinades (Mare de Déu de la Llet, Mare de Déu dels Àngels, etc.).

Cresswell (2005, 69-70) proposa definir el concepte de lloc a partir dels següents aspectes:

1. El lloc és un procés. No és absolutament estàtic, donat que les interaccions socials que els donen lloc són processos oberts i en canvi constant.
2. El lloc és definit pel fora, però no entès com un límit o un tancament, sinó pel vincle o relació que manté amb l'exterior.
3. El lloc és un espai amb múltiples identitats i històries, per tant, ple de conflictes i tensions.
4. La unicitat del lloc es defineix per les seves interaccions, el lloc és únic per a una comunitat que s'hi relaciona d'alguna manera.

Un altre concepte important a tenir en compte a l'hora de parlar de llocs, és el de la identitat. Hem vist que el lloc es construeix socialment a partir de les relacions que una comunitat o grup d'individus estableixen entre ells i entre ells i el lloc. Per tant, el sentiment de pertinença i el d'identitat estan clarament vinculats amb el concepte de lloc. Això també és així, o potser més acusat i tot, en el cas dels espais sagrats.

> "La construcció d'un lloc, sagrat o un altre, sempre implica la creació d'identitats. També al revés, la construcció de la identitat sempre implica la construcció de llocs. Per una banda, el contingut significatiu d'un lloc particular depèn de la producció tant dels subjectes que viuen en el lloc com dels subjectes que observen, comenten i interpreten el lloc, incloent els de dins i els de fora. [...] Així, lloc i identitat emergeixen junts en una relació de simultaneïtat. (Bremer, 2006, 33)

Existeix, per tant, un lligam efectiu entre la gent i el lloc; el lloc es relaciona amb els conceptes de valor i pertinença.

> "Vivim en un lloc, treballem en un altre, juguem en un altre. Però també volem protegir el nostre lloc d'aquells que no hi pertanyen i moltes vegades sentim nostàlgia dels llocs que hem deixat. Aquestes respostes revelen la profunda significació dels llocs per al ser humà". (Cresswell, 2005, 21)

Els espais sagrats, també, com els llocs, són signe d'identitat d'un poble, per tant, la manifestació de la consciència col·lectiva d'un grup humà. La població s'implica en un lloc (o un espai sagrat); aquesta implicació passa per néixer, créixer, casar-se, treballar, fer créixer la mainada i morir en un lloc (Gow, 1995). I ja hem vist que els espais sagrats estan clarament relacionats amb diversos rituals de pas que marquen canvis o transicions en la vida de les persones.

Cresswell (2005), basant-se en les teories de Seamon, parla de rutines en l'espai i el temps que es tradueixen en una sèrie de gestos i moviments (individuals i col·lectius) que generen un fort sentit de lloc. El lloc és fet i refet en base a les rutines diàries i les accions ordinàries de la vida quotidiana; aquesta és la matèria primera per la producció de la identitat i del sentit de pertinença. A través de la participació en aquestes rutines es coneix un lloc i es té la sensació de pertinença. Al mateix temps, permet veure clarament els que són de fora del lloc perquè no coneixen aquestes rutines.

Així, una de les finalitats dels rituals (a més de les que hem vist en el capítol 2) és fer que el grup humà expressi i retrobi la seva pertinença auto definitòria, ja sigui marcant les diferències amb els de fora (rituals de separació), ja sigui congregant i reunint els membres diversos i dispersos del mateix grup humà (rituals d'integració) (Maldonado, 1983).

Tal com afirma Kollas en el seu estudi de cas sobre com el turisme afecta a la creació del lloc a Shangri-LA,

> "durant segles, la representació de rituals per part dels propietaris de la muntanya (sagrada) ha servit per crear un sentit de comunitat." (Kollas, 2004, 265)

Les estructures socials desenvolupen sistemes de relació entre els seus membres amb la finalitat d'augmentar la cohesió social interna. Els sistemes de relació poden tenir com a principis ideològics bàsics diversos motius com ara les creences,

les relacions de parentiu o relacions socials dels membres del grup, o les relacions de dependència econòmica.

> "Es sap poc sobre com les identitats comunitàries en llocs específics es construeixen al voltant d'un sentit compartit de pertinença religiosa. Tal com va dir Foucault, la cultura no es pot entendre per ella sola, sense primer entendre la seva connexió i el seu desenvolupament en relació amb la construcció de les pràctiques i creences religioses." (Brace et al., 2006, 30)

Els aspectes vinculats amb la religió intervenen en la construcció dels llocs i en la reproducció de les identitats del dia a dia. En els llocs sagrats s'hi reuneix una comunitat que té un fort sentiment de pertinença i tenen una identitat comuna.

En totes les civilitzacions i cultures es fan esforços per fer els llocs més distingits i visibles i per oferir sensació d'orgull i pertinença. Sovint, tal com apunta Harvey (1990), aquests esforços prenen la forma del patrimoni, on el sentit d'estar vinculat amb el passat i amb el lloc és ofert al consum dels locals i els turistes. Tot això forma part de la recerca d'autenticitat i arrelament.

> "El monument, com ho indica l'etimologia llatina de la paraula, es considera l'expressió tangible de la permanència o, al menys, de la durada. Són necessaris altars pels déus, palaus i trons pels sobirans per tal que no siguin avassallats per les contingències temporals. Així permeten pensar la continuïtat de les generacions." (Augé, 1993, 65)

Per tant, les construccions sagrades no només responen a les finalitats i simbolismes presentats en el capítol 3, sinó que també responen a la voluntat de construir els llocs i reforçar el sentiment d'identitat i permanència. Per tant, s'erigeixen com a símbols d'identitat. No es pot imaginar Girona sense el perfil de Sant Feliu i la Catedral. Això fa que, al mateix temps, aquests espais esdevinguin reclams turístics i els converteix, com hem vist, en espais de conflictes interns.

5.2.- L'espai sagrat com heterotopia

> "L'època actual potser sigui, per sobre de tot, l'època de l'espai. Estem a l'època de la simultaneïtat: estem a l'època de la juxtaposició, l'època del prop i del lluny, del costat a costat, dels dispersos. Estem en un moment." (Foucault, 1986, 22)

Michael Foucault va ser un dels primers en denunciar l'obsessió que el segle XIX i gran part del XX va demostrar per la història i el temps, reivindicant que la nostra època és l'època de l'espai. El temps probablement se'ns presenta només com una de les diverses operacions de distribució que són possibles pels elements que es propaguen en l'espai.

El 1967 Foucault va plantejar un terme actualment inevitable en qualsevol discurs sobre la ciutat contemporània: el de heterotopia, l'espai del món contemporani per excel·lència.

A l'Edat Mitjana hi havia un conjunt jeràrquic de llocs: llocs sagrats i llocs profans; llocs protegits i llocs oberts; llocs urbans i llocs rurals (tots referits a la vida real dels homes). L'espai actual és heterogeni, és una xarxa de relacions. Avui, el lloc es defineix per les relacions de proximitat entre punts o elements. El concepte d'heterotopia com un espai heterogeni és de vital importància per definir, no només la xarxa global que caracteritza el territori capitalista, sinó la pròpia ciutat contemporània.

Malgrat tot, la nostra vida encara està governada per un cert nombre d'oposicions que són inviolables, que institucions i pràctiques no s'han atrevit a trencar: espai privat i espai públic; espai familiar i espai social; espai cultural i espai útil; espai d'oci i espai de treball; espai sagrat i espai profà.

Per introduir el concepte d'heterotopia, Foucault parla primer de les utopies, concepte definit per Thomas More. Utopia és un mot que deriva del llatí i que vol dir "no lloc". Les utopies són els llocs que no tenen un lloc real. Presenten una societat en una forma perfecte, per tant, són espais essencialment irreals.

Hough (1990), seguint les teories de Rusell, comenta que la vida en la utopia seria molt avorrida perquè la diversitat és essencial per a la felicitat i en la utopia

pràcticament no n'hi ha. Fa servir el mot de Geddes eutopia, en el sentit de "bon lloc", aquell lloc on els processos culturals i ecològics d'una societat són vius i formen part de l'evolució i el disseny del lloc, modificant ciutats i paisatges culturals.

Foucault (1986) introdueix el concepte d'heterotopia, referint-se a llocs reals (en oposició a les utopies) però que queden fora de la resta de llocs, encara que pugui ser possible indicar-ne la seva ubicació real. Aquests llocs són absolutament diferents de tots els llocs.

Segons Foucault, els principis o característiques de les heterotopies són sis.

- Les heterotopies són universals. Probablement no hi ha una sola cultura en el món que no construeixin heterotopies. És una constant de cada grup humà, però poden adoptar formes molt variades, no hi ha una forma universal. Foucault parla d'heterotopies de crisi i d'heterotopies de desviació, fent referència a aquells espais reservats per persones que, en relació amb la societat, estan en estats de crisis (adolescents, ancians, etc.) o tenen comportaments anormals en relació amb la mitjana requerida o la norma (hospitals psiquiàtrics, presons, etc.).

- Les heterotopies poden tenir una mateixa funció però poden variar la seva ubicació segons les comunitats del seu voltant. També al revés, el mateix espai pot variar la seva funció. Un exemple del primer cas seria el dels cementiris, que han anat modificant la seva ubicació del centre de les ciutats a les afores a mesura que han anat evolucionat les societats, però mantenen la mateixa funció.

- L'heterotopia és capaç de juxtaposar en un únic lloc espais reals varis, diversos llocs que són incompatibles entre si. Prenen la forma de llocs contradictoris. Són espais heterogenis, en aquest sentit.

- Les heterotopies sovint estan vinculades a talls en el temps. Comencen a funcionar quan els homes arriben a una espècie de ruptura amb el seu temps tradicional. Hi ha heterotopies que s'han convertit en formes d'acumular el temps, per exemple els museus. En ells el temps mai es para d'acord amb la idea d'acumular en un sol lloc tots els temps, totes les èpoques, formes,

sabors, etc.; la idea de construir un lloc de tots els temps que es quedi fora de l'abast del temps i que escapi als seus estralls, el projecte d'organitzar d'aquesta manera una espècie d'acumulació perpètua i indefinida del temps en un lloc immòbil, és una idea pròpia de la cultura occidental del segle XIX. També hi ha les heterotopies vinculades al temps i a les seves formes més transitòries, el temps a mode de festa, com per exemple els recintes firals o les ciutats de vacances.

- Les heterotopies suposen sempre un sistema d'obertura i de tancament que tant les aïlla com les fa penetrables. En general, solen ser llocs que no són d'accés lliure: o bé l'entrada és obligatòria (com en el cas d'una presó) o bé l'individu ha de realitzar algunes accions rituals per accedir-hi.
- El darrer tret és que tenen una funció en relació amb l'espai que queda al voltant. Foucault parla de les heterotopies de la il·lusió i de les heterotopies de compensació segons quina sigui la seva funció. En el primer cas, la seva funció en relació amb l'espai exterior és la de crear un espai d'il·lusió que exposi tots els llocs. En el cas de les heteretopies de compensació, la seva funció és la de crear un espai perfecte, meticulós i organitzat en contraposició a l'espai on vivim diàriament que és desordenat, brut, etc.

Augé (2004) defineix els no-llocs com les heterotopies de Foucault entenent-los com:

> "el lloc on es nua la doble i contradictòria necessitat de pensar i de situar allò universal, d'anular i de fundar allò local, d'afirmar i de recusar l'origen." (Augé, 1993, 115-116)

Shackley (2002) aplica el concepte d'heterotopia als espais sagrats. És un espai que es troba fora de tots els llocs però que en realitat és localitzable. Els espais sagrats són espais complets per si mateixos, aconseguint un sentit d'estar fora del temps (o bé, d'omplir tot el temps). És en aquest sentit, el d'omplir el temps, que els visitants dels llocs sagrats els perceben però són incapaços de descriure, i això crea un poderós esperit del lloc que afecta als visitants, al mateix temps que és afectat per ells.

Tal com hem vist en el capítol 2, el fenomen sagrat és un fet present en totes les cultures i civilitzacions, independent de les creences religioses que tinguin. Per

tant, i d'acord amb les característiques de les heterotopies, coincideix plenament amb el primer principi, que és que no hi ha una sola cultura en el món que no constitueixi heterotopies. I en aquest cas parlaríem d'heterotopies de crisi més que de desviació, referint-se, sobretot a espais reservats per persones que estan en estats de crisi. Recordem que els espais sagrats i els rituals que en ells hi tenen lloc moltes vegades es relacionen amb rituals de pas i amb moments de transició.

Seguint amb les característiques definides per Foucault, la segona és que les heterotopies poden anar variant la seva funció o la seva localització segons canviïn les societats del seu voltant (recordem que hem dit, en els punts anteriors, que els llocs són espais socialment construïts i que canvien). Això també és vàlid en el cas dels espais sagrats. Un espai sagrat es pot mantenir com espai sagrat encara que canviïn les societats del voltant, però cada societat l'anirà adaptant segons les seves creences i els rituals a realitzar.

La celebració del culte i els rituals també es vincula amb la idea d'heterotopies vinculades amb les formes transitòries de temps, donat que els rituals es celebren en unes dates i uns moments determinats. Al mateix temps, però, l'espai sagrat és també un espai d'acumulació de temps.

S'ha dit que per entrar en l'heterotopia cal un permís especial o bé realitzar accions rituals o gestos determinats. En el cas dels espais sagrats, cada comunitat estableix quines són aquestes accions rituals: fer el senyal de la creu amb aigua beneïda a l'entrada en el cas de les esglésies cristianes, descalçar-se i rentar-se els peus en el cas de les mesquites, etc. A més, tal com afirma Shackley (2002) en el cas dels espais sagrats no només hi ha unes accions rituals per poder entrar, sinó que també hi ha unes normes de comportament a seguir dins d'aquests espais.

Els espais sagrats són heterotopies de compensació, creen un espai perfecte, meticulós, organitzat. Els espais sagrats (ho hem vist en el capítol 3) són el centre del món a partir del qual s'organitza la resta de l'espai. Són una utopia efectivament realitzada. L'heterotopia sagrada existeix fora del temps, és un espai complet i s'auto-referencia.

> "L'espai ofereix compensació per aquells que no poden trobar o experimentar la identitat i la història en el reialme de la vida quotidiana." (Shackley, 2002, 351)

Finalment, tal com hem vist, l'heterotopia és capaç de juxtaposar en un únic espai varis llocs que són incompatibles entre si. Això passa amb els espais sagrats avui en dia, entrant en conflicte, com veurem més endavant, devots, pelegrins i turistes. Per tant, són espais heterogenis i plens de conflictes interns.

Soja (citat a Cresswell, 2005, 38) parla del tercer espai com una crítica a les nocions binàries o oposicions com objectiu – subjectiu, material – mental, real – imaginat, espai – lloc. El primer espai es el terme que es fa servir per descriure els fenòmens empíricament mesurables. El segon espai és l'espai concebut, és el domini de la representació i la imatge. El tercer espai, o espai viscut, és un espai practicat i viscut, més que només ser material (concebut) o mental (percebut).

És en aquest sentit que els espais sagrats poden ser font de conflictes i tensions internes ja que el mateix espai pot ser viscut de diferents maneres. Aquest punt serà tractat en el següent capítol.

5.3.- L'espai sagrat com a espai turístic

> "... un dia, assegut en un penyal a prop del Partenó i contemplant els turistes que pul·lulaven per allà [...] de sobte se'm va ocórrer la idea: el turisme és la nova religió mundial. Catòlics, protestants, hindús, musulmans, budistes, ateus... l'únic que tenen en comú és que tots ells creuen en la importància de veure el Partenó. O la Capella Sixtina, o la Torre Eiffel...
>
> Li estic fent al turisme el que Marx va fer al capitalisme, el que Freud va fer a la vida familiar. L'estic deconstruint. Veurà, jo no crec que en realitat la gent vulgui anar de vacances, més del que realment vol anar a l'església. Els han rentat el cervell per pensar que els faran un bé o els donaran la felicitat. de fet, les enquestes demostren que les vacances causen quantitats increïbles d'estrès..." (Lodge, 1995, *Notícies del Paradís*)

A partir del que s'ha anat exposant podem concloure que la irrupció del sagrat separa un lloc de l'espai que el rodeja.

> "Quan el sagrat es manifesta per qualsevol hierofania, no només hi ha una ruptura de la homogeneïtat de l'espai, sinó també la revelació d'una realitat absoluta que s'oposa a la no-realitat de la immensa extensió que el rodeja." (Eliade, 1981, 22)

Com hem vist fins ara, el sagrat es pot manifestar en l'espai en llocs imponents i inabastables per l'home, en plena naturalesa, o bé en espais construïts com temples i santuaris. Moltes vegades el lloc natural, amb la seva capacitat i força evocadora del diví, subratlla i serveix d'entorn per a l'edificació del temple.

Segons Esteve Secall (2002), quan Déu castiga a Adam i Eva amb l'expulsió del Paradís després d'haver comès el pecat original neix la diferència entre l'espai sagrat i l'espai profà. Per consegüent tot espai sagrat queda associat a un lloc on habiten els Déus o on es manifesta la divinitat; i, per extensió, a qualsevol lloc escollit pels homes per apropar-se a la divinitat.

Allà on els religiosos han creat llocs d'interacció amb els poders sagrats, les pràctiques turístiques poden establir un lloc que val la pena ser visitat (Bremer, 2006, 25). És innegable que els llocs sagrats són visitats per gent amb motivacions molt diverses, que van des dels devots i els que busquen tenir una experiència

transcendent fins als que hi van per motivacions relacionades amb la naturalesa, l'art, etc.

Tal com afirma Shackley (2002) la naturalesa de l'experiència oferta per un espai sagrat als seus visitants és altament complexa; essent intangible i incloent elements com la nostàlgia, la proximitat a la divinitat, l'atmosfera, l'obtenció d'un mèrit espiritual, que són impossibles de valorar econòmicament. Un espai sagrat pot tenir diverses funcions, incloent la de ser un lloc de testimoniatge d'un sistema de valors, una localització que permet trobar-se amb el numinós i un artefacte interessant per dret propi (pot contenir obres d'art o ser arquitectònicament rellevant).

> "La gent visita les catedrals per moltes raons. Alguns busquen una experiència que els canviï la vida, altres simplement volen refugiar-se d'una tarda plujosa. Alguns volen resar, altres meravellar-se o simplement explorar." (Shackley, 2002, 346)

Tal com es pregunta Graburn (1983), si el turisme té la qualitat de ritual d'oci que esdevé en un lloc fora de la vida de cada dia i implica un viatge, no és idèntic al pelegrinatge?

> "El turisme és un dels breaks necessaris de la vida ordinària que caracteritza totes les societats humanes. És la fórmula, que caracteritza moltes de les societats industrialitzades modernes, que implica viatjar i que cau en el bloc de comportaments no-ordinaris que també inclouen el joc, les cerimònies rituals, els estats alterats de consciència, la meditació, la pregària, el pelegrinatge, etc." (Graburn, 1983, 11)

Per Turner (1989) la peregrinació és un fenomen liminal amb caràcter iniciàtic. Es pot definir la iniciació com un procés destinat a aconseguir el passatge espiritual d'un estat considerat inferior a un altre de superior; la transformació d'allò profà en "iniciat" per mitjà d'una sèrie d'actes simbòlics, de proves morals i psíquiques que donen a l'individu la sensació de morir per després renéixer a una nova vida. L'home que per mitjà de la iniciació arriba al coneixement d'allò sagrat continuarà vivint en el món profà, però ho farà de millor manera gràcies al suport adquirit. Així, alguns autors han estudiat el pelegrinatge a partir d'una aproximació antropològica, com un ritual d'iniciació.

Alguns antropòlegs, com MacCannell (2003), han aplicat el model d'estudi dels pelegrinatges de Turner a les activitats turístiques, en base a l'argument de que si

el pelegrinatge es pot definir com el viatge a llocs sagrats emprès per tal d'obtenir un guany individual, sigui mèrit, estatus, salut o simplement aventura, també pot ser definit com a tal el turisme, sobretot el turisme cultural. La gent marxen de casa (separació) per tal d'emprendre un viatge de descobriment / diferència on poden ser anònims (liminalitat) per reentrar en la societat possiblement amb alguns beneficis de salut, i amb un estatus més alt com a conseqüència d'haver estat en algun lloc que valia la pena.

> "El viatge d'entrada s'identifica com una obertura cap al món exterior, en aparença ben lluny del nostre món interior i personal. Però el viatge, que confronta el viatger a circumstàncies noves i diverses, pot també ser un útil que inciti la reflexió o la introspecció." (Rial, 2009, 34-35)

Així, tant en el turisme com en el pelegrinatge trobem unes formes de comportament comunes:

- Sortir de la vida quotidiana.
- Entrar en un espai diferent, no quotidià.
- Viure una experiència diferent.

Hi ha una extensa literatura explorant la idea que el procés del turisme en ell mateix representa un viatge sagrat; entre els quals podem destacar Graburn (1989), Cohen (1992) i MacCannell (2003). Aquests autors consideren que el pelegrí no deixa de ser un turista o que el turista és un pelegrí. Els papers de turista i pelegrí es juxtaposen formant un continu d'elements inesperables.

Al igual que el pelegrí, el turista es mou d'un lloc familiar a un altre distant on participa en "l'adoració" d'uns determinats espais o elements.

> "El turista és el pelegrí que ha de veure els llocs on s'encarnen les seves creences. Va a Europa i ha de veure París, va a París i ha de veure Notre Dame, la Tour Eiffel i el Louvre. Aquestes mateixes atraccions són rituals en la mesura que estan basades en les fórmules i els models que transporten els individus fora d'ells mateixos i de la seva vida quotidiana subjectiva." (MacCannell, 2003, 57-58)

Igual que l'espai religiós és un espai sagrat diferent de l'espai profà, el turisme precisa d'uns espais d'oci diferents als del treball. Per aquestes raons bàsiques, els viatges turístics actuals estan imbuïts dels mateixos fonaments que sustenten el viatge religiós.

Tal com exposa Esteve Secall (2000), si la peregrinació busca la regeneració espiritual i la consecució de l'equilibri entre el cos i l'esperit, el viatge turístic busca la recuperació de l'equilibri psicofísic i la regeneració física de l'home per poder seguir en la feina quotidiana del dia a dia. Si el pelegrinatge als llocs sagrats tenia per objectiu apropar-se i trobar-se amb la divinitat, avui el viatge turístic modern també està imbuït de l'ànsia de contacte amb la natura i de coneixement – encara que sigui superficial – dels llocs visitats.

Es poden veure molts paral·lelismes entre el turisme, en un sentit recreacional, i visitar un lloc sagrat. MacCannell (2003) argumenta que el turisme esdevé un substitut secular de la religió organitzada. Urry (2002) usa el terme *performance* per caracteritzar l'experiència turística en uns paràmetres especials i també aplicable a les cerimònies religioses. Recreació i religió es veuen afectats pel benestar personal, l'autorealització i la qualitat de vida.

Les vacances són el temps sagrat per la societat materialista occidental; i els espais turístics adquireixen un cert caràcter de sacralitat i són espais en els que s'admeten valors inacceptables en els temps-espais profans. MacCannell (2003) sosté que usualment hi ha un procés de sacralització que converteix un artefacte natural o cultural en un objecte sagrat del ritual turístic, tal com hem vist quan es parla de la construcció social de l'espai.

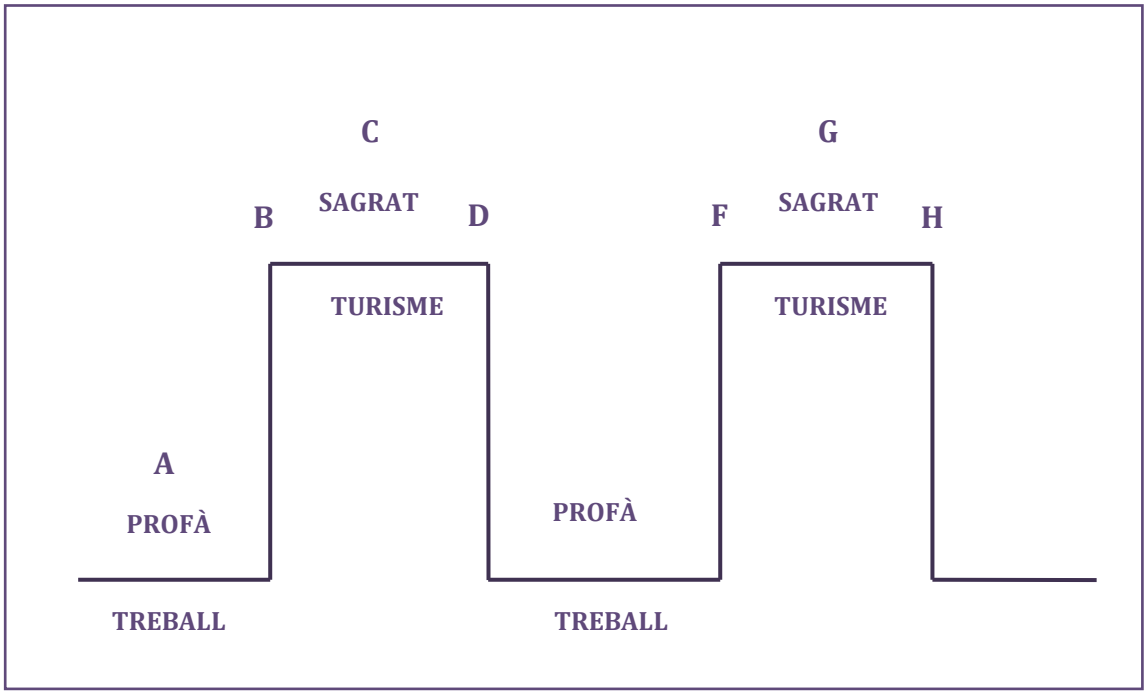
El turisme representa el contrast entre el temps de treball quotidià i el temps extraordinari, no quotidià, del període de les vacances. Les vacances moltes vegades impliquen viatjar, accentuant la diferència entre l'espai quotidià (casa) i l'espai no quotidià (el destí de les vacances).

El temps santificat va ser instituït, tal com es narra en el Gènesis, per Jahvé que va establir el descans setmanal i, sobretot, el va sacralitzar. L'origen del temps sagrat està en l'oposició amb el temps profà o quotidià; el temps sagrat és un temps festiu de parada de l'activitat laboral.

A partir de les idees de Durkheim de separació entre allò sagrat i allò profà, Leach (1961), en el seu assaig titulat "Time and False Noses" (Temps i Nassos Postissos), suggereix que la repetició periòdica d'alternances d'allò sagrat i allò profà delimita importants períodes de la vida social. El transcurs de l'any està delimitat per una successió de festes, cada una de les quals representa un canvi temporal de l'ordre

d'existència que podríem anomenar normal/profà, per passar a l'ordre anormal/sagrat, i tornar a començar (citat a Graburn, 1992).

Gràfic 1: Temps profà i temps sagrat



Font: Leach, 1961, citat a Graburn, 1992

El turisme s'identifica amb la recreació, la renovació de la vida, el carregar les piles, tant necessari per la salut mental i física. El turisme és un "ritual modern" (MacCannell, 2003) en el que ens escapem de la rutina diària. Aquesta relació fa que l'escenari turístic sigui percebut d'una forma idealitzada, que suposa una "sacralització" del destí. És a dir, que el turisme modern podria arribar a complir les funcions que desenvolupava la religió en el passat.

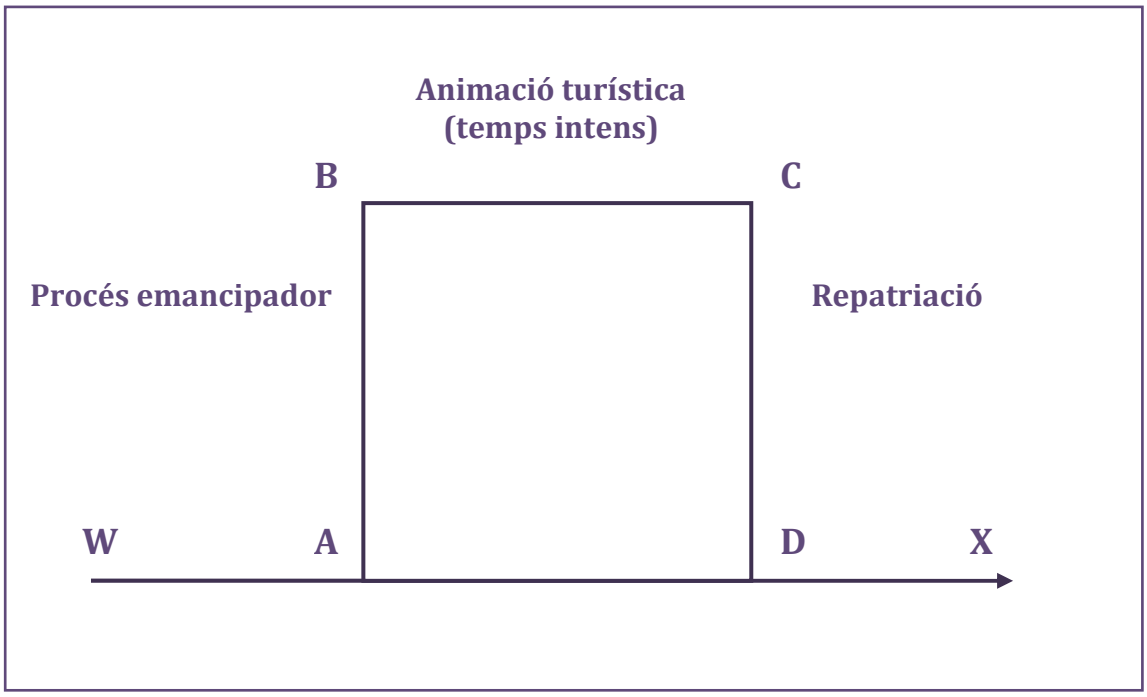
Aquesta idea també la recull Shackley (2002) que en el seu estudi sobre els visitants de les catedrals afirma que l'augment en el nombre de visitants a les esglésies angleses arriba en un moment en el que les comunitats de devots estan decreixent en nombre. Això planteja la qüestió de si la visita a la catedral és només una peça més del turisme cultural; o si la visita està esdevenint, en certa manera, un substitut de l'assistència als serveis eclesiàstics.

Graburn (1992) s'inclina per aquesta visió suposant que el turisme, fins i tot en les formes més recreacionals (sol i platja) és una expressió ritual (individual o col·lectiva) d'una sèrie de valors sobre la salut, la llibertat, la naturalesa i, la superació personal, una re-creació ritual paral·lela als pelegrinatges.

Aquesta idea també és recollida en el model elaborat per Jafar Jafari (1988, 1989), en el qual es fa servir la metàfora del trampolí (gràfic 2) per explicar el model turístic. En aquest model també es marca una contraposició entre la vida quotidiana i l'experiència turística que es desenvolupa en un "temps intens". A la vegada, s'assenyalen dos moments (els espais AB i CD de la figura), que suposen un "procés emancipador" (fase de separació) el primer, en una preparació per l'animació turística, i una "repatriació" (fase d'integració) en el segon, que suposa el retorn a la vida quotidiana.

Graburn arriba a la conclusió que no hi ha una línia clara entre el pelegrinatge i el turisme, fins i tot quan el paper del turista i del pelegrí es combinen són necessàriament diferents formes d'un mateix continu d'elements inseparables (Graburn, 1992).

Gràfic 2: Metàfora del trampolí

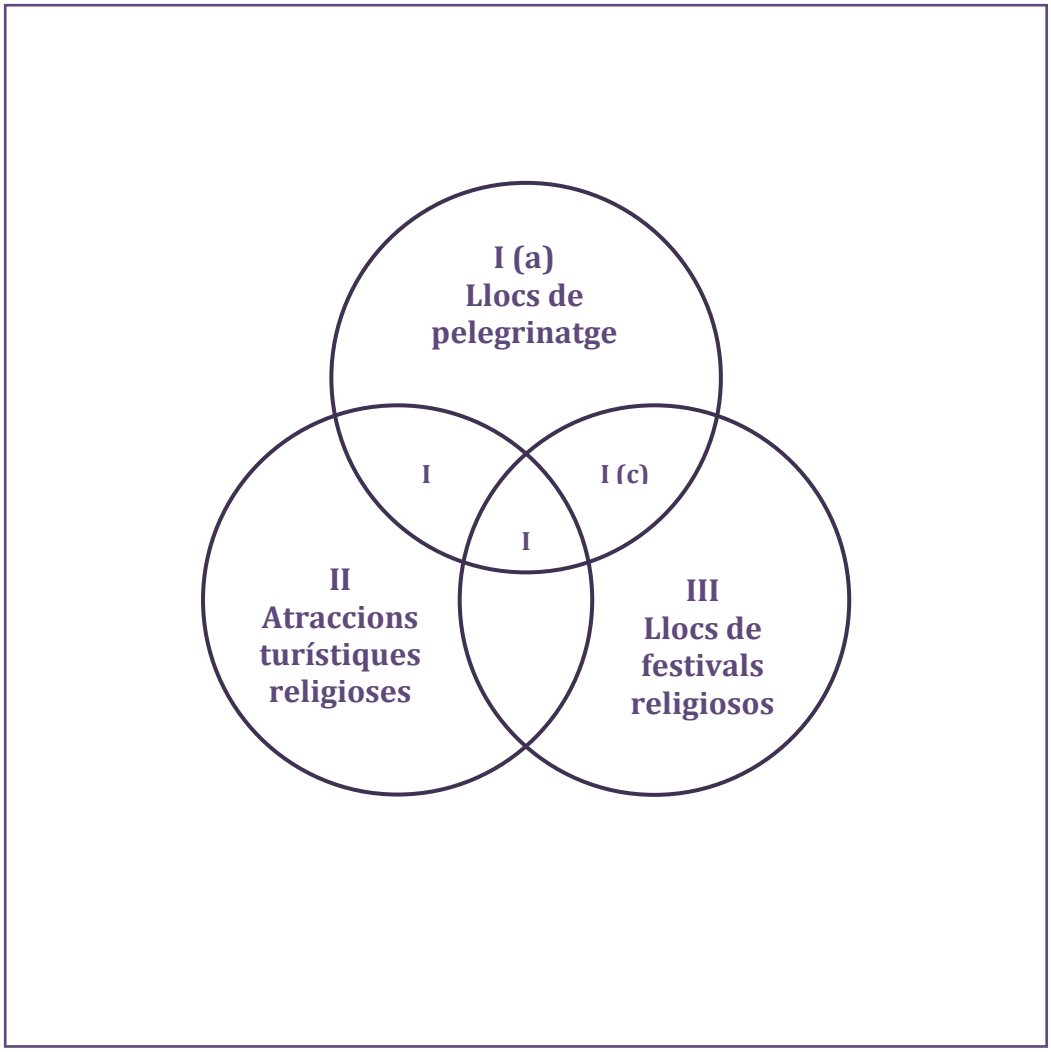


Font: Jafari, 1988, 32

Podríem afirmar que les relacions entre turisme i religió cada cop són més estretes i les fronteres conceptuals cada cop són més difoses. La connexió més visible entre turisme i religió són els milers d'edificis sagrats que són d'interès turístic i són visitats pels turistes. Cal afegir que la raó del seu interès, però, s'ha de buscar, cada cop més, en el seu valor cultural i històric com a element patrimonial, més que no pas per la seva finalitat religiosa.

La classificació més coneguda de les atraccions de 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, 4-19).

Gràfic 3: Classificació de les atraccions de turisme religiós



Font: Nolan i Nolan, 1989

Tal com veiem en el gràfic 3, Nolan i Nolan (1989) proposen una classificació dels recursos de turisme religiós basada en tres tipologies que s'interseccionen entre elles, parlant de temples de pelegrinatge (I), atraccions turístiques religioses (II) i llocs de festivals religiosos (III). La diferència que estableixen entre els temples de pelegrinatge i les atraccions turístiques religioses és que els primers són objectiu de viatges de peregrinació i tenen escàs valor turístic mentre que els segons són visitats tant per turistes com per devots però no es consideren llocs de pelegrinatge. En aquest grup Nolan i Nolan situen la majoria de monestirs i catedrals.

En la intersecció entre el grup dels temples de pelegrinatge i de les atraccions turístiques religioses trobem el que ells anomenen com a grup I (b), que són temples de pelegrinatge amb alt valor com atracció turística. En aquests llocs és fàcil que els turistes, fins i tot, superin en nombre als pelegrins ja que solen ser llocs famosos per l'art, l'arquitectura i/o les característiques del lloc.

El tercer grup (III) inclou els llocs de festivals religiosos, per tant, on es celebren importants esdeveniments com processons de Setmana Santa i Corpus, celebracions de Nadal o Pasqua, per exemple. Aquest grup també pot relacionar-se amb el dels temples de pelegrinatge, donant lloc al grup I (c), que són aquells temples de pelegrinatge on també tenen lloc importants esdeveniments religiosos.

Nolan i Nolan (1989) no hi fan referència però també podríem parlar d'una altra tipologia d'atraccions, que són les que trobem en la intersecció de les atraccions de turisme religiós i els llocs de festivals religiosos, que són aquells llocs sagrats que tenen un important valor turístic i on celebren rituals i actes que són un reclam turístic important.

Si que parlen, però, del punt de confluència entre les tres tipologies, que en el gràfic es representa amb el punt I (d) i que inclou tots aquells temples que combinen la importància turística, els festivals de pelegrinatge i la significació cultural. Un clar exemple podria ser Santiago de Compostela.

És bastant lògic d'arribar a la conclusió que un temple de pelegrinatge pot ser o no una atracció turística en virtut dels seus valors artístics, històrics i arquitectònics.

Això queda clarament palès a Europa, on cal mencionar que hi ha un nombre relativament gran de temples locals i regionals que atreuen l'atenció marginal d'uns pocs 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.

Per tant, malgrat que la funció original de la majoria dels llocs sagrats està vinculada amb la religió; podríem afegir una altra funció relacionada amb el turisme, tal com proposem en la taula 5.

Taula 5: Classificació del patrimoni religiós en el turisme

	Patrimoni moble	Patrimoni immoble
Funció religiosa	Objectes de la litúrgia en ús en els espais religiosos	Espais religiosos i temples en ús (propietat de les comunitats religioses)
Funció turístico-cultural	Objectes de la litúrgia en desús, exposats en museus	Espais religiosos en desús – monuments (generalment no pertanyents a les comunitats religioses) Edificis de suport pertanyents a les comunitats religioses

Font: Elaboració pròpia

Una altra distinció fonamental que cal fer, quan parlem de recursos turístics religiosos, és diferenciar clarament entre el patrimoni immoble i el patrimoni moble religiós. Els objectes sagrats mobles són importants pels turistes - visitants, però bàsicament com a objectes d'art excepcionals pel seu valor històric i cultural, mentre que al seu significat religiós se li dona poca importància.

La seva primera funció és la seva funció original, la d'edificis en els quals els creients poden satisfer les seves necessitats religioses; i la segona funció és la d'edificis de més o menys valor històric, cultural o artístic en els qual els turistes religiosos i els no religiosos admiraran aquests valors com ho fan en un museu. La segona funció és una funció pagana d'aquests edificis i pràcticament eclipsa la seva funció religiosa, donat 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.

També cal afegir que dins d'aquesta segona funció trobem un grup d'elements religiosos que inclou nombrosos edificis que no tenen un caràcter religiós en el sentit tradicional de la paraula, que molt freqüentment pertanyen a organitzacions religioses i que també són utilitzats pels creients. Es tracta d'edificis que es poden incloure dins l'oferta de serveis turístics i que són utilitzats per proveir serveis als visitants (independentment o no de la seva motivació): monestirs, convents, seminaris, escoles religioses, etc.

A grans trets, tal com diu Alois Riegl (1987), existeixen dues postures que pot tenir el visitant en presència del monument sagrat: el manteniment del culte en el seu sentit original de respecte religiós; o bé el culte fet als monuments físics de la memòria col·lectiva. Certament, els gestors dels temples més visitats comencen a entendre, cada cop més, que els turistes tenen expectatives i necessitats diferents a les dels pelegrins.

MacCannell (2003) defineix la continuïtat dels rols del pelegrí i del turista introduint el concepte d'autenticitat, entès com l'equivalent modern de la tradicional experiència sacra. MacCannell afirma que el turista busca experiències autèntiques, per això defineix el turista com un pelegrí secular que busca donar sentit a la seva vida mitjançant aquestes experiències que es desenvolupen en un espai diferent al de l'habitual.

Segons Cohen (1979, 27-28) es distingeixen quatre tipus de situacions turístiques:

1. Situacions autèntiques. Aquesta és una situació que és alhora objectivament real, així com reconeguda com a tal pels turistes i es dóna fora dels espais turístics.
2. Situacions d'autenticitat organitzada. Aquesta és la situació descrita per MacCannell, en la qual l'establiment turístic prepara l'escena per al turista, però el turista no té coneixement de la posada en escena i per tant l'accepta com una veritat. L'organització turística està interessada en la presentació dels seus artefactes com a reals i, per tant, fa esforços per mantenir el turista

inadvertit de la posada en escena. Cohen proposa el nom “d’espai turístic encobert".

3. Situacions de negació de l'autenticitat. En aquesta situació, l’escena és objectivament real però el turista, que ha après de l'experiència anterior de situacions aparentment autèntiques que han estat deliberadament manipulades per enganyar-lo, posa en dubte la seva autenticitat. Desenvolupa la sospita que s'ha manipulat però, en realitat, no ha estat el cas.
4. Situacions artificials. Aquesta és una situació en la qual l'escena està organitzada pels amfitrions, i el turista n’és plenament conscient. Cohen proposa el nom "d’espai turístic obert". Un bon exemple d'aquest espai turístic són els pobles que han estat especialment creats per mostrar al turista la forma tradicional de vida d'un poble que ha desaparegut o ha estat adulterat. Un altre exemple podria ser el de les representacions de danses tradicionals i rituals, que són produïts especialment per als turistes, en llocs i en temps que certament no són els originals.

Una actitud inautèntica cap al lloc és essencialment no tenir sentit del lloc, això implica no tenir consciència dels significats profunds i simbòlics dels llocs i no apreciar la seva identitat. Una actitud inautèntica cap a un lloc es transmet a través d’un nombre de processos, o potser més ben dit, de mitjans, que directa o indirectament afavoreixen l’anonimat del lloc i que suposen l’afebliment de la identitat (Cresswell, 2005).

En els llocs religiosos el discurs turístic sobre l’autenticitat coincideix amb aquest mateix discurs. de fet, “tant els turistes com els devots tenen un afilat interès en l’experiència autèntica del lloc” (Bremer, 2006, 32). Quan turisme i espais sagrats es posen en relació cal evitar que aquests llocs perdin la seva identitat i el seu sentit de ser.

> “La catedral com a atracció del turisme patrimonial també és un espai sagrat, identificat com a tal per la majoria dels seus visitants fins i tot encara que no coneguin les formes de comportament correctes i siguin incapaços d’articular la importància de la seva immutabilitat com un component de la seva experiència. Esdevé important que la catedral apareix com un element “intocable” en el món modern, encara que en termes pràctics és romàntic però impossible donat que l’edifici ha estat contínuament modificat des de la

> seva construcció. El turista, de totes maneres, el veu com un espai que ha de ser preservat més que utilitzat, contemplat més que canviat (Urry, 1990)." (Shackley, 2002, 350)

La inserció de l'activitat turística en aquests espais pot generar transformacions en la seva realitat territorial i ambiental, i també pot deixar empremta en els trets socioculturals que caracteritzen aquests espais.

La pràctica turística implica el consum de llocs i l'adaptació d'aquests a la pràctica turística per sistemes d'intermediació, interpretació, representació i transformació. Els llocs turístics són espais que han de ser simbòlicament recognoscibles i mantenir una dialèctica entre el que és segur i el que és confortable, i entre allò desconegut i allò sorprenent. Per aquesta raó, requereixen unes formes i continguts apropiats (Anton i González, 2009).

La comprensió religiosa d'un lloc crea un conjunt d'espais, mentre que les interpretacions turístiques produeixen uns tipus diferents d'espais. Certament, aquesta simultaneïtat de llocs ofereix abundants oportunitats de sobreposar-se i convergir: allò sagrat pels devots, allò estètic i mercantilitzat pels turistes.

> "El desenvolupament turístic genera noves tensions, entre l'ús dels llocs com a destinacions turístiques i el manteniment de les nocions de "sacralitat" de l'espai. Hi ha un risc important de que alguns monestirs es trobin envaïts per nombres creixents de turistes. Songtseling, per exemple, rep un gran nombre de grups turístics (organitzats) cada any i la venda de tiquets als turistes és en l'actualitat un ingrés clau per al monestir, així com una font d'ingressos per al govern del país. Les preocupacions econòmiques han portat a una situació on els grups i els seus guies són admesos al monestir del matí al vespre, sense tenir en compte si es fan o no rituals. La presència de grups i guies deambul·lant per les instal·lacions pot ser molesta. El monestir ha presentat queixes al govern local sobre això, però el problema de moment està lluny de resoldre's." (Kollas, 2004, 274-275)

Justament per això, alguns països han adoptat polítiques per evitar el turisme. Per exemple, el regne de Butan, a l'Himàlaia, ha imposat la prohibició d'accedir a determinats llocs a les persones de fora per tal de protegir la seva cultura. Aquest país ha decidit que el benefici anual que aportava el turisme no compensava els problemes, que incloïen el robatori de relíquies, la dessacralització i el saqueig de monestirs i la corrupció de la població local (Hough, 1990).

Encara que devots i turistes ocupen el mateix lloc al mateix temps, les seves pràctiques són diferents i la interpretació resultant del lloc crea diferents realitats. D'aquesta manera els espais sagrats mantenen el que Bremen (2006) anomena simultaneïtat del lloc. L'experiència d'un individu pot ser transversal entre la religió i el turisme, quan els turistes participen en les activitats religioses o quan els seguidors religiosos complauen als turistes en les atraccions turístiques del recinte sagrat.

Graburn (1983, 29), en relació al turisme, conclou que:

1. El turisme, encara que sovint s'etiqueti com a frívol i superficial, és sentit per milions de persones com una mesura de la seva qualitat de vida, i és una compensació important i necessària per trobar l'equilibri que falta en la vida ordinària de treball.
2. El comportament dels turistes i les seves aspiracions són indicadors directes o indirectes del que és significant i significatiu en la vida de la gent, de les seves percepcions, la seva classe o identitat de grup, i les seves aspiracions socials.
3. Els estils de turisme poden ser els principals indicadors dels canvis fonamentals que poden estar latents en les institucions més restrictives del món cada dia, perquè turisme és la secció curta de la vida en què les persones creuen que són lliures d'exercir fantasies, per millorar física i culturalment, i d'ampliar els seus horitzons.

Les formes de turisme unides als espais sagrats i a la religió representen, des del punt de vista del turista, una recerca d'allò autèntic i una experiència del sagrat. Es tracta, per tant, d'un turisme amb connotacions espirituals que permetrien pal·liar la fugacitat i la falta de sentit aparent de la vida quotidiana (Gil de Arriba, 2006).

Per això quan parlem d'espais sagrats i turisme hi caben tipologies turístiques diferents; no podem parlar només de turisme religiós en espais sagrats, sinó que cal ampliar el camp d'estudi a altres tipus com el cultural o l'espiritual.

6.- Conceptualització del turisme religiós

"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

En el capítol anterior hem vist quina és la relació dels espais sagrats amb el turisme, vinculant, cultura, turisme i religió. Amb el Directori *Peregrinans in terra,* l'Església va centrar, el 1969, la seva atenció pastoral al fenomen turístic, en uns moments en que el turisme s'oferia com a plataforma de moltes possibilitats pel progrés de les persones i dels pobles. El turisme podria convertir-se en 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, les seves costums..., fa descobrir els llocs i paisatges que ajuden a comprendre l'ànima dels pobles... Aquest enriquiment es recíproc, tant pels que els reben com pels 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; esbargir 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 següent manera. 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 pelegrinatges, el turisme espiritual i el turisme cultural. Els llocs sagrats són objecte de la mirada turística, però no podem entendre el turisme com un fet únic i global, sinó que podem trobar-nos amb diferents tipologies de turisme que estan vinculades a aquests espais sagrats i per això cal analitzar-les i veure quines repercussions tenen sobre ells.

Es presentaran les opinions de diferents autors sobre el concepte de turisme religiós i les vinculacions que té amb les altres tipologies; per assajar finalment una definició de turisme religiós. A partir d'aquesta definició s'intentarà identificar alguns aspectes claus que s'hauran de tenir presents per a l'estudi posterior dels paràmetres de gestió turística i l'anàlisi de casos.

6.1.- El turisme religiós

En aquest punt farem 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 fervor i devoció religiosa han estat presents a la humanitat; responent a la necessitat d'establir algun tipus de relació amb la divinitat (Secall, 2000). Els motius religiosos han estat considerats 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 realitzen anualment viatges a diversos i molt variats santuaris en destins de tot el món. Els motius que amaguen són diferents, com fer una ofrena, demanar un favor o complir una tradició. Recorreguts per esglésies romàniques, catedrals gòtiques o monestirs grecs estan 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 marketing 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)

Per exemple, Blackwell (2007) classifica els visitants als llocs sagrats entre els pelegrins que visiten els llocs sagrats (que tenen un fort significat per a ells); els turistes religiosos, els turistes seglars, els pelegrins que visiten llocs sagrats que no tenen un significat religiós per a ells (però hi van perquè estan en el camí cap al seu destí final del pelegrinatge) i els participants a festivals i esdeveniments religiosos.

Hi ha molta diversitat de motivacions, i les línies divisòries són molt fines, essent pràcticament impossible poder-ne fer una distinció, tot i que a nivell conceptual intentarem fer-ho.

Més enllà de que en el desplaçament cap a un lloc sagrat s'hi pugin sumar altres motivacions; la situació també es pot donar a la inversa, que en viatges no empresos per motius religiosos s'hi barregin motivacions o pràctiques vinculades al turisme religiós. Així, Oliveira (citat a Santos, 2003) planteja el terme de religiositat turística, que inclou determinats moviments d'inspiració religiosa però no restringits a espais sagrats institucionalitzats, responent a necessitats de renovació espiritual o retir temporal. En aquest marc d'anàlisi, fins i tot els santuaris religiosos poden ser, per alguns, el pretext per 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. Aquí es pot intuir l'estreta relació entre el turisme religiós i el turisme espiritual.

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 part de 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 a 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. L'ús d'aquest terme indiscriminadament i sense consens pel rigor té l'avantatge pràctic de permetre moltes formes de moviments motivats religiosament; però pot portar a l'assimilació de conceptes que de fet són diferents, implicant la renúncia a definicions més específiques com la del pelegrinatge (Santos, 2003).

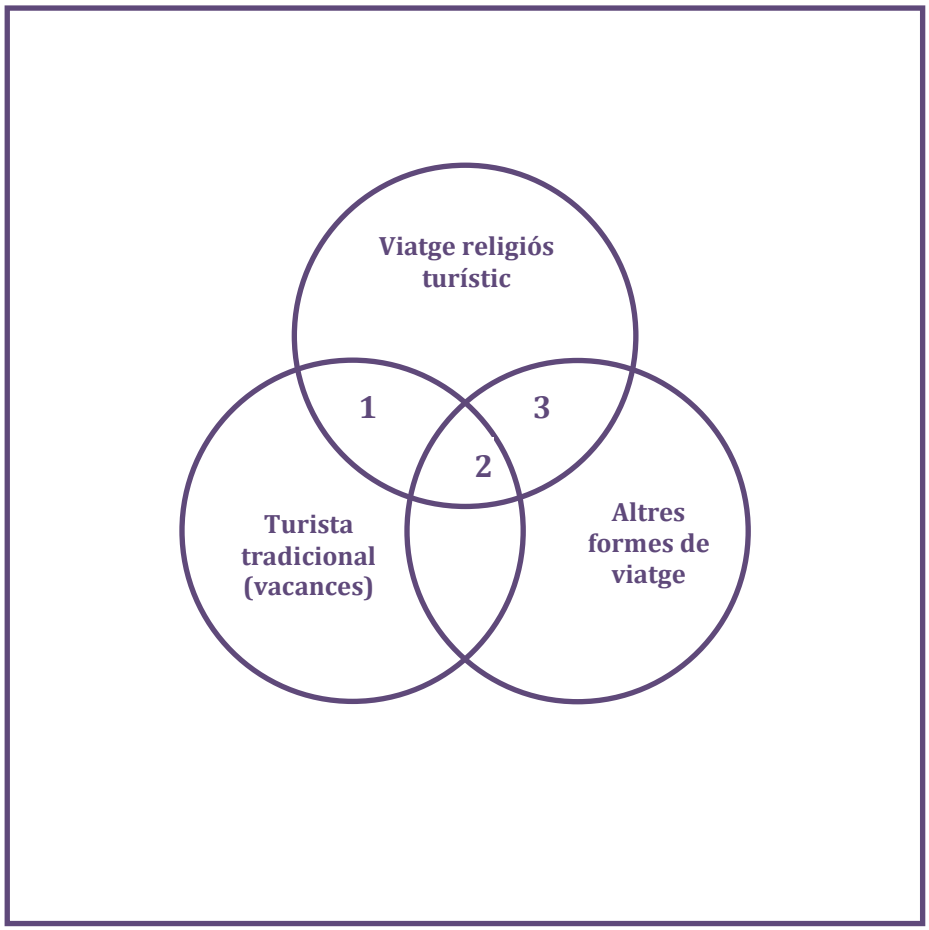
El turisme religiós pot ser definit com a tot tipus de turisme (voluntari, temporal i no pagat) motivat per la religió (en combinació o no amb altres motivacions) i que té com a destinació un lloc religiós (d'àmbit local, regional, nacional o internacional) però pel qual el viatge en ell mateix no és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

Lefeuvre (1980) matisa que en aquests espais o llocs religiosos hi ha d'haver una sèrie de serveis als visitants per cobrir les seves necessitats, encara que l'espectre de visitants que va des dels devots als seglars és tant 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, 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 l'assistència a esdeveniments familiars o socials, com bateigs, primeres comunions sempre que comportin un desplaçament.

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 en el gràfic 4 fan referència a tipologies com el turisme cultural i el turisme espiritual.

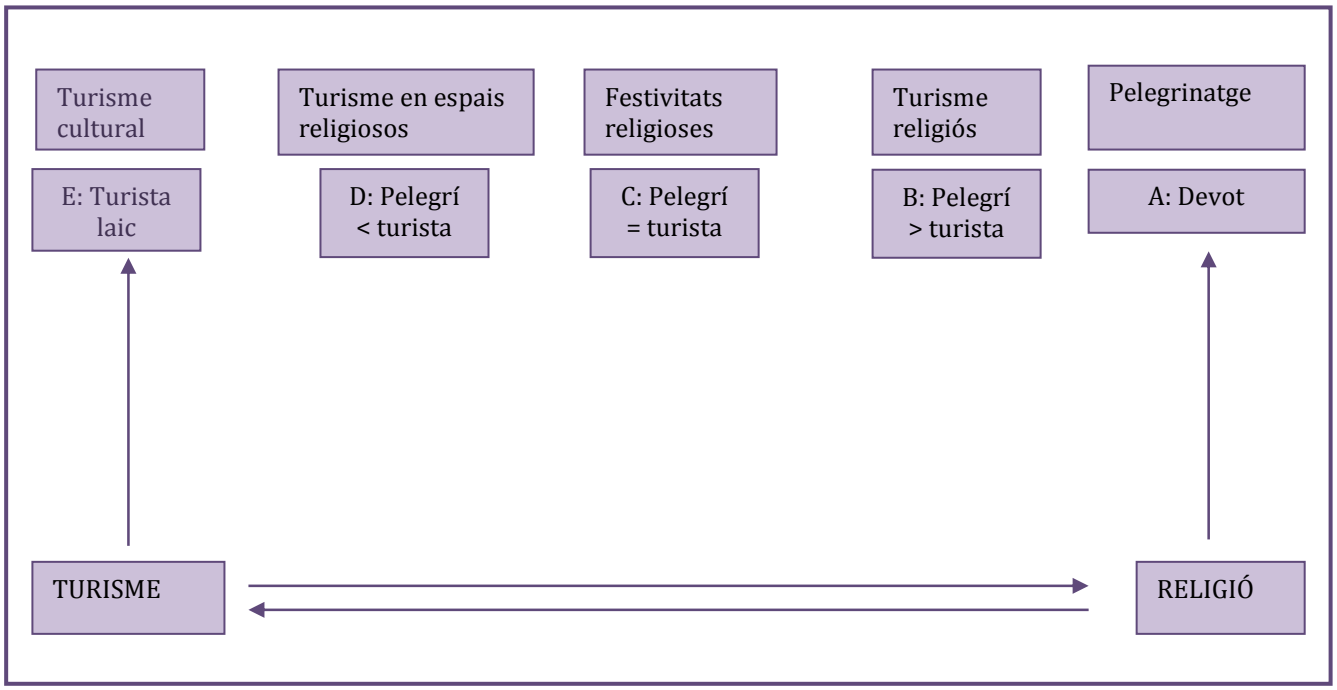
Gràfic 4: Classificació del turisme religiós segons les motivacions



Font: Vukonic, 1996

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 sigui part integrant del sistema turístic. Per la seva dimensió espiritual escapa de les nomenclatures habituals com el turisme de negocis, el turisme de lleure o el turisme verd. Tal com veiem en el gràfic 5, 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 continuo que va des de les motivacions més estrictament religioses a les que no ho són, passant per diferents graus de motivació i d'implicació.

Gràfic 5: Diagrama de les interrelacions entre turisme i religió.



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

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 els que 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. Per un pelegrí, viatjar a un santuari té només una significació espiritual. Ell no se sent com un turista encara que faci ús d'alguns

dels serveis turístics com el suport logístic, i tampoc es comporta de la mateixa manera que un turista.

Santos (2003) percep el turisme religiós com un continuo 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 podem identificar com a pelegrins > turistes en el gràfic 5.

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

Així arribaríem 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 complementarietat 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 a nivell personal, comprendre les coses des d'un punt de vista subjectiu a través de la meditació o una certa interiorització. Aquí parlaríem 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 veiem en la taula 6.

Taula 6: Perspectives del turisme religiós

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**

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

La primera perspectiva és la que ve delimitada per les relacions espirituals de l'home amb determinats espais directament relacionats amb les seves creences; originant desplaçaments cap a llocs amb especial significat per 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 (tingui en l'actualitat 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 se li doni un ús que no té res a veure amb la religió que el va crear (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 al turista a assistir a aquests actes solen ser també de caràcter cultural, encara que també poden tindre-hi 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 de la vessant espiritual i cultural, donant lloc a la interacció entre persones i cultures.

Encara que es divideixi el turista religiós en aquests tres segments, la realitat és molt més complexa perquè les manifestacions a les que hem fet referència solen estar superposades. S'ha de reconèixer l'existència de productes – destins turístics complexes en els que es reuneixen els tres aspectes examinats (com el Camí de Santiago).

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 "genius 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 sagraments." (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 desmarcar-se d'altres tipologies turístiques.

6.2.- Els pelegrinatges

En aquest capítol s'aprofundirà en el concepte de pelegrinatge i en les similituds i diferències que els diferents autors troben amb el turisme. Tal com hem vist abans, el turista pot ser un pelegrí, o el pelegrí un turista; al mateix temps que alguns autors associen el turisme modern al pelegrinatge.

El viatge és un tema casi universal d'explicació i descripció de la vida, perquè el viatge està marcat per un final i un principi, i per una successió de fets tot al llarg d'ell. Recordem els versos de Kabafis: "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". El pelegrinatge és un viatge físic que simbolitza i reflecteix el nostre viatge personal en la vida. La necessitat de posar en una recerca física un objectiu espiritual és comú a tota la humanitat.

> "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 la receptivitat, purificació (l'aigua es purifica lliscant per les 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 afinitat amb l'esperit." (Alzamora, 2006, 49)

Segons Esteve Secall (2000) el relat bíblic del primer desplaçament és l'expulsió del Paradís; un viatge que presenta la característica de l'emigració que es tradueix en l'abandonament forçat de l'espai sagrat de la divinitat i, per tant, en l'obligació d'habitar en un espai profà. Aquest viatge té la connotació de càstig o penitència i es vincula a la pèrdua de la immortalitat i de la felicitat. Els pelegrinatges constitueixen una espècie de retorn al Paradís i la vida adquireix el caràcter de pelegrinatge.

> "Tradicionalment i històrica, el pelegrinatge s'ha definit com el viatge físic a la recerca de la veritat, a la recerca del que és sagrat." (Vukonic, 1996, 80)

Es defineix com peregrinació el viatge emprés per motius de fe a un lloc que es considera sagrat per realitzar-hi uns determinats actes, de devoció i penitència (Document de la Santa Seu sobre el Peregrinatge, 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.

Els teòlegs interpreten els pelegrinatges com un acte espiritual i de fe. Monsenyor Giovanni Cheli, president emèrit del Pontifici Consell per la Pastoral dels Immigrants i Itinerants, defineix el pelegrinatge com:

> "un acte d'Església, un moment de llibertat i de disponibilitat per veure, per entendre, per recordar, per retrobar, per donar testimoniatge, per celebrar i per pregar per un retorn joiós a Déu i vers els germans". (Cheli, 1991, 26)

Tal com hem vist anteriorment, és freqüent associar peregrinació, religió i turisme; però aquests conceptes responen a pràctiques ben diferents. Si realitzem un anàlisi històric, podem comprovar que les peregrinacions són molt anteriors a les religions formals que coneixem en l'actualitat. Els pelegrinatges són comuns a totes les religions, essent punts àlgids per a l'expressió de la fe, des dels orígens de la humanitat.

> "Els jueus van a Jerusalem, i també els cristians. Els hindús visiten el Ganges, els musulmans fan el seu camí cap a la Meca, els budistes a Sarnath prop de Benarés... Tots estan implicats en la recerca d'un sentit i en el creixement espiritual i el seu pelegrinatge dramatitza la seva recerca del diví." (Davies, 1988, 1)

El turisme és l'últim escaló d'una cadena, en la qual s'està donant un procés de transformació de la realitat, fins el punt de convertir temples i llocs sagrats en centres que es venen com supermercats d'emocions per una societat àvida de treure plaer a tot el que la rodeja (Pardellas, 2005).

Hem vist en el capítol 5.3 que per Turner i Turner (1989) la peregrinació és un fenomen liminal amb caràcter iniciàtic. Considerant l'essència profunda dels pelegrinatges veiem que compleixen amb el simbolisme de les tres fases del camí iniciàtic: ritual de separació, ritual de marginació o liminalitat i ritual d'agregació (Vilar Álvarez, 2005).

El ritual de separació porta a l'individu des del seu estat inicial a un de transició durant el qual realitzarà la preparació i el camí de pelegrinatge amb totes les seves

proves; és la fase de conscienciació, presa de decisió, preparació de la persona i de l'equip necessari i inici del viatge.

El ritual de marginació, en el que el pelegrí es manté físicament separat de la gent, té lloc en el santuari on el pelegrí es troba amb la divinitat, experimenta directament el sagrat i queda "contaminat" de santedat, en un estat que no és l'habitual, fora de temps i de lloc (recordem que en el punt 5.2 s'ha fet referència als espais sagrats com a heterotopies).

L'últim pas és el ritual d'agregació, que és la reintegració a la vida normal, però amb un estatus més elevat, com una persona millor, transformada per l'experiència viscuda de la qual sempre en queda alguna cosa.

Ja hem vist en el punt 5.3 que hi ha una extensa literatura explorant la idea que el procés del turisme en ell 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).

Per les societats tradicionals, les compensacions de les peregrinacions consistien en l'acumulació de gràcia i autoritat moral en la persona del pelegrí. Les compensacions del turisme modern es formulen en termes de valors que ens semblen dignes de reverència: salut mental i física, categoria social i experiències diferents i exòtiques. En bona part del turisme les obligacions quotidianes es suspenen o s'inverteixen; hi ha una llicència per a la conducta "no seria", permissiva i enjogassada. Per Urry (2002) la necessitat del turista de consumir múltiples llocs fa que la seva mirada no sigui espiritual.

Urry suggereix que aquesta tendència a mirar quantitats de llocs més que seleccionar els llocs que tenen un sentit simbòlic profund per l'individu és el reflex de la falta de religiositat portada a la mirada del turista. Per tant, turista i pelegrí, en alguns aspectes, també Urry els considera diferents.

Segons Secall (2002), les funcions o sentits que acompleix el pelegrinatge són:

- Pel que fa a la funció social, mentre que en el viatge profà (turístic o no) té lloc una desagregació social; el viatge sagrat és el mitjà fonamental pel que s'aconsegueix la unió dels que estan separats. Les cerimònies religioses, festes i celebracions són sovint les ocasions per aquest moment de fusió.
- El contingut del pelegrinatge també és expiatori o penitencial. Aquest sentit penitencial, que no és exclusiu del cristianisme, tenia connotacions pràctiques importants, és el viatge que purifica i que allunya el pecador de les ocasions de pecar.
- Un nou sentit de la peregrinació és el del viatge cap a allò sagrat i l'aïllament simultani d'allò profà; és a dir que adquireix el caràcter de viatge místic o d'al·legoria del viatge de l'ànima cap a Déu.
- El peregrinar és una afirmació del concepte espiritual de la vida, però aquesta ascensió espiritual es fa en estreta vinculació i dependència de la matèria, posant en moviment conjuntament ànima i cos cap a un mateix objectiu. La recerca de l'harmonia entra l'ànima i el cos és un altre dels sentits profunds que té el pelegrinatge.

Per tant, veiem que algunes de les funcions del pelegrinatge escapen de les funcions o sentits que tradicionalment s'associen al turisme, com el sentit místic o el sentit expiatori.

Si bé en general turisme religiós i pelegrinatge es consideren com dues realitats diferents; alguns autors les veuen com realitats oposades i altres com a realitats molt semblants.

> "En la majoria de la literatura, els turistes i els pelegrins es veuen com dues perspectives diferents. La primera visió, i més popular, és la de que els turistes i pelegrins són similars, si no el mateix, fins i tot quan el paper dels turistes i els pelegrins és combinen, ells són necessàriament diferents però formen un continuo d'elements inseparables." (Olsen, Timothy, 2006, 7)

Des d'aquest punt de vista, la majoria dels autors avui no distingeixen entre pelegrins i turistes i s'accepta el pelegrinatge com una forma de turisme perquè comparteix les mateixes característiques en termes d'ús de transports, serveis i infraestructures.

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 pel 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 gaudir amb l'entorn (tant la cultura, material i immaterial, com la natura) és un component essencial de les peregrinacions contemporànies. El renaixement actual del fenomen pelegrinatori té molt a veure amb la recerca de l'harmonia entre l'home 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 del ser humà amb aquesta.

L'altra visió és la que defensa que pelegrinatge i turisme religiós són dues realitats clarament diferenciades, sobretot per la motivació final i la intensitat de les experiències.

La idea de que el turisme religiós és diferent dels pelegrinatges neix a Europa en la postguerra, com a resultat del declivi de la pràctica religiosa, la creixent popularitat dels viatges en cotxe o autocar, la secularització de la societat, i en alguns països, la reducció dels fluxos de pelegrinatges tradicionals.

El pelegrí es situa totalment fora del turisme. El pelegrinatge no és una excursió turística, sinó un aïllament espiritual que demana sacrifici i motivacions profundament religioses. Es tracta d'una experiència purament religiosa i transcendental que no té res a veure amb el lleure o el joc de les obres d'art o amb la banalitat i frivolitat del consum turístic. El pelegrinatge és la transformació substancial més que l'experiència transitòria (Devereux, 2003).

En aquesta línia, una de les principals aportacions és feta per Cohen (1992) que argumenta que els pelegrins es desplacen cap a un centre, que és el destí de pelegrinatge, per obtenir una experiència transcendent; mentre que els turistes es desplacen cap a la perifèria (escapada de la rutina) per obtenir experiències lúdiques i recreacionals.

En la taula 7 hem intentat resumir les aportacions de diferents autors, per tal de poder-ne fer una comparativa.

Tot i les diferents aportacions i matisos, els autors coincideixen en la dificultat de separar un de l'altre. Comparant la peregrinació amb el turisme religiós es posa de manifest la dificultat pràctica de distingir entre els dos conceptes ja que la base per diferenciar-los és la intensitat dels elements religiosos que caracteritzen el viatge. La peregrinació és el desig d'aconseguir el lloc sagrat, l'element essencial és la fe, però és precís introduir alguna pausa en les experiències religioses, fins i tot els pelegrins desitgen satisfer la seva curiositat humana, conèixer nous llocs, monuments, persones, divertir-se. El turisme religiós és una proposta que requereix menys esforços que una peregrinació, aquest turista es caracteritza també per la seva fe, encara que dins del seu programa de monuments religiosos o esdeveniments religiosos, també s'hi afegeixin tradicionals excursions turístiques.

Com que les dues situacions impliquen un viatge motivat religiosament, aquests viatges es veuen com a formes "suaus" (turisme religiós) i "dures" (pelegrinatge), amb una àmplia franja entre aquestes dues on es donen diverses formes de viatge amb gradacions d'intensitat entre cada tipus de viatger.

Taula 7: Diferents visions de les relacions entre pelegrinatge i turisme

Són conceptes similars		Són conceptes diferenciats	
Jackowski (1987)	Inclou els pelegrinatges en l'àmbit del turisme, en base a que són activitats no professionals	**Cohen (1992)**	Diferencia entre els pelegrins, que viatgen cap al centre, i els turistes que viatgen cap a la perifèria
Vukonic (1996)	Agrupa pelegrins i turistes religiosos perquè tots dos estan motivats per la fe i tenen com a destinació llocs religiosos	**Smith (1992)**	Són extrems oposats dins un mateix continuo
Rinscehde (1992)	Parla del viatge motivat religiosament però que s'apropa al turisme vacacional (turisme pelegrinatge)	**Santos (2003)**	Són concepcions totalment diferents per la diferència de motivacions i la intensitat de les experiències
Jackson i Hudman (1992)	Combinen el viatge de plaer amb les creences religioses (pelegrinatge turístic)	**Ostrowski (2002)**	El pelegrinatge és un acte de culte, mentre que el turisme religiós no
Lozato-Giotart (1993)	Parla de turistes pelegrins	**Pardellas (2005)**	El turisme religiós és l'últim escaló d'una cadena que suposa la comercialització i banalització dels espais sagrats
Eade (1992)	Turistes i pelegrins no es poden diferenciar, vesteixen igual, compren productes similars, participen en les mateixes activitats...		
Talec (1993)	Cultura i espiritualitat es complementen (turistes en medi religiós)		

Font: Elaboració pròpia

Es constata que en els últims anys hi ha un renaixement de les experiències de pelegrinatge, sobretot entre la gent jove. Està freqüentment connectat a una certa nostàlgia pel redescobriment d'una forma d'espiritualitat en la qual

> "a través de l'esforç físic, silenci i/o pregària, fe (pràctica religiosa) s'aprofundeix; un descobreix el patrimoni material i immaterial (oci); i s'experimenta a ell mateix (enfocament terapèutic)." (Julliard, 1996, 180)

Però, també hi ha autors que parlen de l'extensió del mot pelegrinatge cap a un àmbit fora de l'espai sagrat, complicant encara més les distincions entre tipologies.

> "El pelegrinatge s'ha estès cap al reialme d'allò "religiós" per incloure el viatge a llocs que simbolitzen valors i ideals nacionals (Zelinsky, 1990; Guth, 1995); llocs del desastre, com la Zona Zero de Nova York o el lloc del bombardeig de la ciutat de Oklahoma (Foote, 1997; Blasi, 2002; Conran, 2002), memorials de guerra i cementiris (Johnstone, 1994; Lloyd, 1998; Goug, 2000; Seaton, 2002), New Age i llocs profans (Attix, 2002; York, 2002), llocs relacionats amb les vides d'escriptors literaris i l'emplaçament de les seves novel·les (Herbert, 2001), llocs associats a estrelles musicals, com la casa d'Elvis Presley (Graceland) a Memphis, Tennessee, o el monument de John Lennon, Strawberry Fields, a Nova York (Alderman, 2002; Davidons et al. 1990; King, 1993; Kruse, 2003), atraccions turístiques nostàlgiques (per exemple, Walt Disney World) (Knight, 1999), esdeveniments esportius (Gammon, 2004), viatges genealògics (Kurzwell, 1995), centres comercials (Pahl, 2003), i fins i tot el ciberespai (Kong, 2001; MacWilliams, 2002)." (Olsen, Timothy, 2006, 6)

Podem concloure que, més enllà de les diferents definicions i aportacions, el pelegrinatge comporta dos aspectes clau, l'espiritual (motivació de viatjar) i la pràctica (desplaçament, estada...); i això desencadena una xarxa complexa d'efectes que comporten intenses transformacions a nivell del territori, la societat i l'economia local. Si la motivació religiosa del viatge no pot ser considerada, en sentit estricte, com turística, les conseqüències socials i econòmiques d'aquestes masses humanes impulsades per un mateix ideal, són pràctica i teòricament iguals a les de qualsevol altre tipus de viatge.

Des del punt de vista espiritual, turisme i pelegrinatge no és el mateix, i així ho consideren diversos autors. Sembla que el pelegrinatge requereix una intensitat de motivació (acció de gràcies, espiritualitat, etc.) que no és fàcil de trobar en el turisme religiós. Mentre que el pelegrí participa en actes religiosos i visita llocs religiosos, el turista religiós no participa d'aquestes característiques en la mateixa intensitat.

Des del punt de vista d'impacte econòmic i infraestructures, és el mateix o molt similar.

Tot i que s'ha de fer una distinció entre turisme religiós i pelegrinatge, això no vol dir que sigui una dicotomia, més aviat cada una d'aquestes formes de viatge

corresponen a diferents graus d'intensitat de motivació religiosa. Donat que en moltes circumstàncies és difícil determinar les principals motivacions dels visitants i la seva intensitat, és temptador utilitzar l'expressió de turisme religiós per incloure'ls a tots-

Però, almenys conceptualment, el terme pelegrinatge no s'ha d'abandonar a favor del terme turisme religiós. El pelegrinatge és un camí vers el nostre jo profund, vers alguna cosa, algun lloc, vers algú que ens ajuda a retrobar el centre de la nostra experiència vital, a retrobar-ne el sentit.

6.3.- 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 centre de la persona, com obertura a l'infinit i trobada amb el Misteri, i com 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 la que el ser i la vida són guiats per l'esperit de Déu, és la vida segons l'esperit de Déu (Devereux, 2003).

A partir del s. XII es comença a estendre una visió simplista de les idees de Sant Pau, que confonen l'espiritualitat amb el desdeny pel cos i allò material; l'esperit és bo i el cos és dolent. Només a partir del 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)

Ha estat recentment que 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 evoquin un sentit particular de l'espai capaç de contribuir al rejoveniment 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 ATLAS, celebrada a Fátima el 2003, és la que entén el turisme espiritual com

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

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

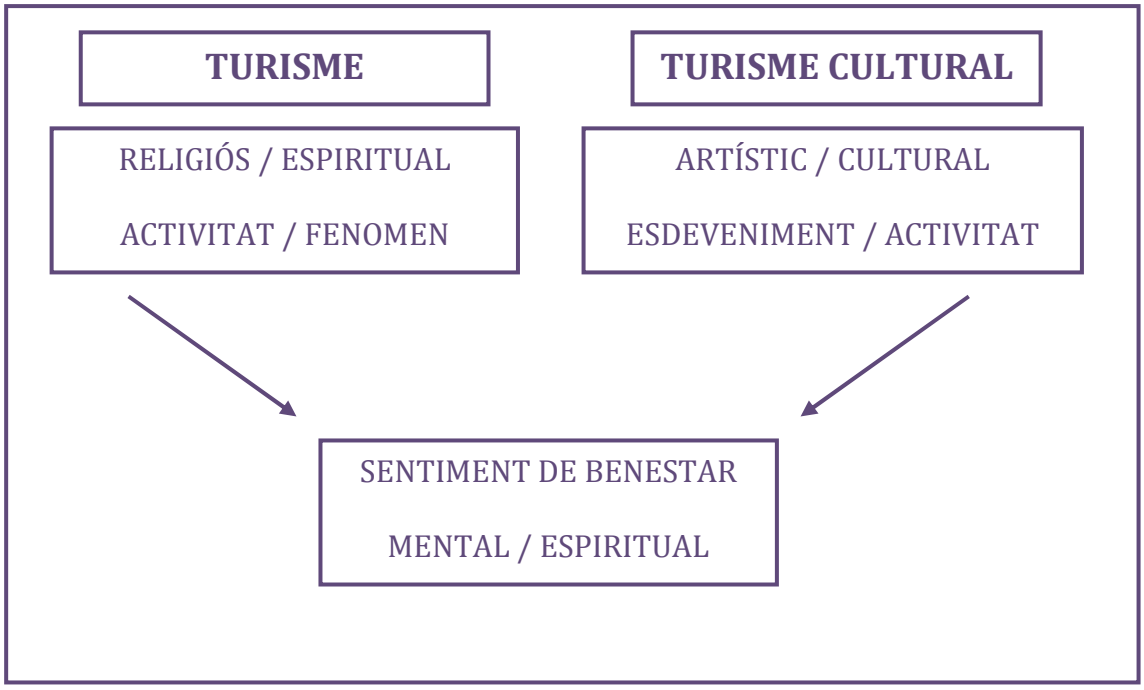
McGettigan (2003) ens presenta el vincle entre turisme espiritual i turisme cultural (gràfic 6). En essència, al cor del turisme espiritual hi ha el desig de gaudi intel·lectual, significació espiritual i benestar; valors que també podem trobar en el turisme cultural de forma general.

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

- Cultural es pot entendre com el conjunt de possibilitats que s'ofereixen objectivament a qualsevol persona que vulgui cultivar-se humanament.
- Espiritual 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, en la mesura que pot afavorir un benestar espiritual, proposant un plantejament interior.

Gràfic 6: Motivacions en el turisme espiritual i el turisme cultural



Font: McGettigan (2003)

Aquest gràfic ens dibuixa un marc molt interessant. El turisme ha afavorit el desenvolupament de recers i altres sessions religioses que, avui dia menys dirigides i enquadrades que abans, permeten als interessats 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, composat 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)

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 i/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 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 contemplen la visita dels llocs i monuments i l'experiència de la forma de vida i cultura de les àrees visitades, però no aprofundeixen en 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, donat 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, estan considerats com a 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, l'home 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, millor 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 ésser interpretat com el vehicle d'un turisme cultural que acompliria una funció de suplement espiritual més o menys reeixida; i podem 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 motivacions espirituals més àmplies, cosa que està obrint una àmplia gamma de nous productes i destinacions.

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

Descrivint el pelegrinatge i l'espiritualitat associada a ell, l'exemple del camí que porta des de molts llocs d'Europa a Santiago de Compostela és un bon exemple pràctic; com també ho és el cas de Taizé que porta cada any a 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 crea una petita comunitat sota les premisses de la senzillesa i la bondat. Avui la comunitat reuneix 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 aquells que estan interessats 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 pesada 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 temps d'oci "normal". Per això les vacances s'estan convertint en un espai cada cop més important per al desenvolupament personal, l'espiritualitat i la creativitat.

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 la que el consumidor té l'oportunitat de ser canviat per l'experiència. Així el turisme esdevé una activitat d'auto desenvolupament. El turisme pot oferir als visitants l'oportunitat de desenvolupar el seu potencial a través de la participació en cursos i experiències d'aprenentatge característiques de la destinació que han escollit com a lloc de vacances o com a punt final del seu viatge.

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 diferent 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.

Donat que l'espiritualitat està basada en una experiència viscuda i que l'aprenentatge i el gaudi intel·lectual i espiritual és 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 de permetre'ls 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?

> "El turistes busquen satisfer una enorme varietat de necessitats personals i espirituals, per tant, classificar tot el turisme com a 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 donat 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.

6.4.- El turisme cultural

El turisme cultural ha estat identificat com una de les àrees amb més creixement dels últims anys en el turisme en general. S'ha escrit molta bibliografia sobre turisme cultural, especialment en la darrera dècada, per això el que pretenem es 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, en la mesura en que no es pot considerar com una pràctica cultural pròpiament dita ni participa totalment del mateix conjunt de trets característics del turisme (Coelho, 2000).

Igual que en el cas del turisme, hi ha qui s'aproxima al terme des d'un punt de vista economicisita (posant èmfasi en la qualitat dels serveis prestats i els ingressos que se'n deriven) i qui ho fa des de la 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 la OMT i la UNESCO el 1985, que l'entenen com "tots els moviments de persones... perquè 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 vacacional 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 més bé com a conseqüència d'unes tendències socials i econòmiques que marquen el període de la postmodernitat (Harvey, 1989).

Donaire (2008) parla de diferents significats del turisme cultural:

> "És evident que el terme "turisme cultural" aixopluga experiències molt diferents i, en alguns casos, antagòniques. 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 significat: 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 en vist en el punt anterior, un dels elements claus 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 contemplen com a 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, confusió entre el turisme, el turisme religiós i algunes formes de pelegrinatge.

Tot i així, 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 extremadament 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 des 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, a un monument, etc.).

En aquest context, s'han fet nombrosos intents de tipificar i classificar els tristes culturals. Stebbins (1996) identifica el turista cultural general com el que visita diferents llocs geogràfics com països, ciutats i regions, prenent formes culturals com art o 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 el seu coneixement cultural del lloc 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.

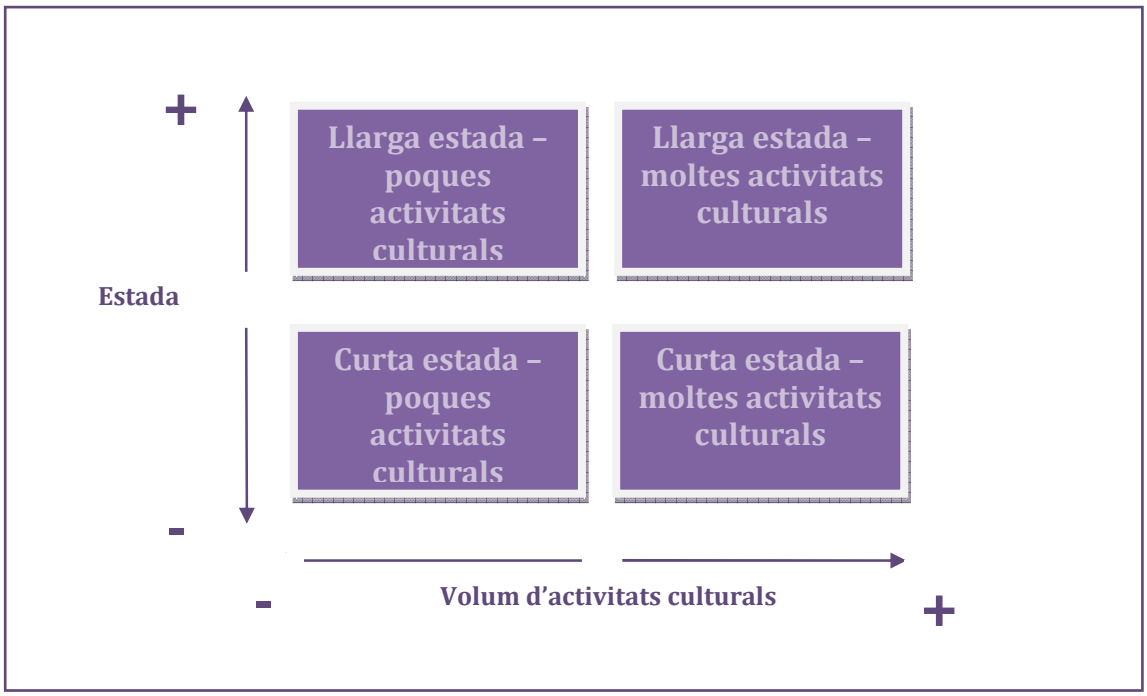
Segons aquests autors, el turista motivat culturalment escull la destinació de les vacances en funció dels serveis culturals que ofereix. És un tipus de turista que està molt motivat per aprendre. Generalment passa varis dies a la mateixa destinació, preparada acuradament el viatge, té un nivell alt 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 ofertes més reconeguts però no aprofundeix en una destinació i/o oferta.

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

Galí (2011) fa una proposta de tipificació dels turistes culturals en funció de l'estada i del volum de les activitats culturals que realitzen en el destí (gràfic 7). Les activitats culturals inclouen multiplicitat d'experiències com visitar un monument, un museu o un lloc històric o artístic, consumir una mega activitat cultural (com un festival, una fira, un ritual); consumir cultura de masses (teatre, dansa, concerts); o provar la gastronomia local, entre altres.

Gràfic 7: Tipologies de Turisme cultural



Font: Galí (2011)

En funció de la durada de l'estada i les activitats realitzades, Galí (2011) proposa tres nivells de culturització: el baix, el mitjà i l'alt, tal com veiem en la taula 8.

Taula 8: Nivell de culturització

Experiència	Curta estada (1-4 dies)	Mitja estada (5-10 dies)	Llarga estada (11-17 dies)	Estada excepcionalment llarga (< 17dies)
Cultural baix	1-2 activitats	3-4 activitats	5-6 activitats	7 o + activitats
Cultural mig	3-4 activitats	5-6 activitats	7-8 activitats	9 o + activitats
Cultural alt	5-6 activitats	7-8 activitats	9-10 activitats	11 o + activitats

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 busca 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 estan i participen 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 prop del destí religiós.

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 l'ubica en un continu que va des del sagrat (pelegrinatge) al profà (turisme recreacional). Juntament amb les motivacions estrictament religioses n'hi ha d'altres de culturals relacionades directament a l'entreteniment i indirectament a la religió.

Per altra banda, 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 religiós són evidents, no només per la coincidència en els mateixos espais, sinó també per la barreja de motivacions, al nostre entendre són dues realitats que cal entendre per separat i no com tipologies subordinades (el turisme religiós no és un subgrup del turisme cultural, ni a l'inversa).

6.5.- Les relacions entre les diferents tipologies turístiques en els espais sagrats

Fins ara hem exposat la complexitat a l'hora de definir les diferents tipologies turístiques relacionades amb els espais sagrats. Per concloure aquesta segona part proposem fer un breu recull de les aportacions més rellevants presentades fins ara i establir, al nostre entendre, quines són les relacions que s'estableixen entre les diferents tipologies tractades fins ara en els espais sagrats.

D'entrada sembla que les principals diferències entre unes tipologies i unes altres estan en les motivacions. Sembla que el pelegrinatge i el turisme religiós requereixen una intensitat de motivació (acció de gràcies, espiritualitat, etc.) que no és fàcil de trobar en les altres tipologies turístiques, però que, en diferents graus i formes, si que podem trobar en el turisme espiritual i el cultural.

Sembla que la imatge del turista sol associar-se a la banalitat, frivolitat i consum, mentre que la del pelegrí sol estar associada a la seriositat i el compromís. El turisme religiós no comparteix la visió de que el turisme és un fet totalment oposat al pelegrinatge, ja que hi ha desplaçaments turístics que no tenen lloc merament per oci. El turisme religiós pot ésser interpretat com el vehicle d'un turisme cultural que acompliria una funció de suplement espiritual més o menys reeixida; a través d'aquest apassionament per l'art sacre, en totes les seves formes, es perfila una certa quota d'espiritualitat.

Així, nosaltres proposem definir el turisme religiós com un tipus de turisme motivat per la religió (en combinació o no amb altres motivacions) i que te com a destinació un lloc religiós (d'àmbit local, regional, nacional o internacional). Pot estar vinculat o no a la participació en cerimònies i activitats religioses, a part de la visita del destí, i pel qual el viatge en ell mateix no és una pràctica religiosa.

El pelegrinatge és un acte espiritual i de fe que consisteix en un viatge, individual o col·lectiu, emprès per motius de fe a un lloc que es considera sagrat per realitzar-hi uns determinats actes religiosos, de devoció i penitència, o per retrobar-se amb Déu (i amb un mateix). El pelegrinatge demana un sacrifici i un aïllament

espiritual, és un ritual iniciàtic que consta de tres fases (separació o marginació, mort iniciàtica i agregació o nou naixement); i per tant, la fase del recorregut o viatge forma part d'aquesta experiència.

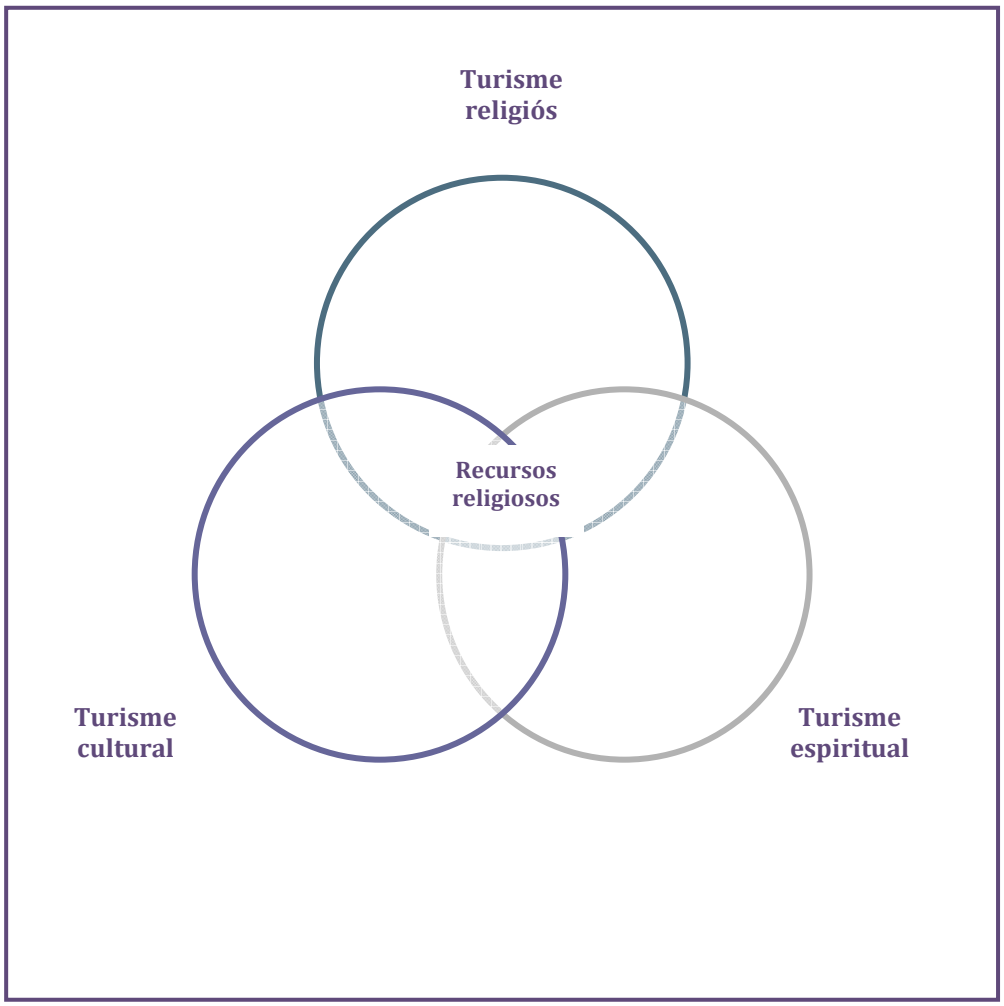
Tant el pelegrí com el turista religiós tenen, en els espais sagrats, una actitud de veneració i respecte i busquen tenir una experiència que els posi en contacte amb la divinitat i amb un més enllà transcendent.

El turisme espiritual és una forma de turisme, que pot ser orientat religiosament o no, que és satisfaent emocionalment i que comporta un gaudi i un benestar per a l'esperit. Pot implicar visitar temples arquitectònicament significants, participar en recessos o recórrer rutes de pelegrinatge europees; però també es pot desenvolupar en entorns culturals i naturals així com també pot incloure activitats de relaxació i benestar per al cos.

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

El diagrama que presenta McGettigan (2003) presenta la relació entre turisme cultural, turisme religiós i turisme espiritual, tenint en el punt central els recursos religiosos o espais sagrats.

Gràfic 8: Relacions entre turisme cultural, turisme religiós i turisme espiritual basada en els recursos religiosos comuns a les tres categories



Font: McGettigan (2003)

Per tant, i com hem anat veient fins ara, hi ha dos elements clau en la diferenciació entre unes tipologies turístiques i unes altres, que són l'espai i les motivacions.

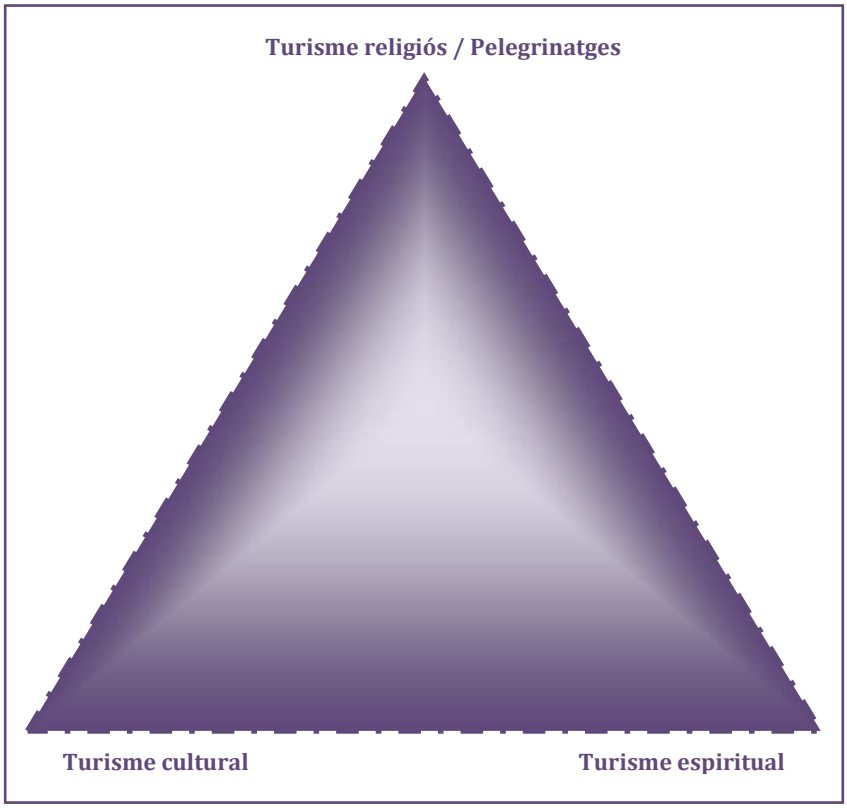
Cada cercle del gràfic 8 representa uns espais o recursos, vinculats cada un, a una forma o tipologia turística específica. El punt de convergència de les tres tipologies són els recursos religiosos que es troben en el centre.

Per tant, si l'espai és comú en totes aquestes tipologies, l'element que les diferencia és la motivació i el comportament dels turistes en aquests espais. Les esglésies estan buides de devots mentre s'omplen de turistes, sovint aliens a les creences religioses vinculades a aquests espais (Volozinskis, 1991). La presència de visitants

no religiosos en espais tradicionalment deguts a la religió porta a noves formes d'intercanvi i interacció entre la religió i els diferents tipus d'activitat turística. Així, en aquests espais, podríem parlar de pelegrins, turistes religiosos, turistes espirituals, turistes culturals i turistes en general. Les relacions entre ells, tal com hem vist, són altament complexes.

D'acord amb el gràfic 8, i com hem anat veient, el turisme cultural i el turisme espiritual es poden donar en altres espais diferents als sagrats. El nostre objecte d'estudi són els espais sagrats, per tant, centrem la nostra atenció únicament en aquests espais. Per això, nosaltres proposem el gràfic 9 on, enlloc d'entendre les diferents tipologies turístiques com esferes que es relacionen entenem que la diferència està en una gradació de diferents motivacions entre una tipologia turística i una altra.

Gràfic 9: Relacions entre tipologies turístiques en els espais sagrats



Font: Elaboració pròpia

S'ha optat per representar les relacions en una forma triangular on en cada un dels vèrtexs es situa una de les tipologies turístiques. En aquest cas s'ha optat per agrupar el turisme religiós i els pelegrinatges ja que considerem que les diferències entre un i l'altre són mínimes i, pel que fa a les motivacions, són pràcticament inexistents. de fet, tal com s'ha vist fins ara, s'ha considerat que els pelegrinatges es poden considerar turisme ja que participen de les mateixes característiques i que, la principal diferència, al nostre entendre, amb el turisme religiós, és que en el cas del pelegrinatge el viatge en si ja es considera part important d'aquesta experiència mentre que en el cas del turisme religiós l'experiència es té en el punt de destí. Si tenim en compte les relacions de les diferents tipologies turístiques en els espais sagrats, el viatge cap a aquest lloc no es contempla i l'actitud dels turistes religiosos i els pelegrins en aquests espais és molt similar.

Si ens centrem en les relacions entre les tres tipologies, per concloure i fer un resum de les aportacions vistes fins ara, caldria dir que l'estudi de les similituds i diferències entre les diferents tipologies es pot fer, a grans trets, des de dues vessants o perspectives; des de la perspectiva economicista i des de la perspectiva social.

Des del punt de vista economicista, totes les tipologies participen de les mateixes característiques del fenomen turístic, fins i tot els pelegrinatges, perquè utilitzen les mateixes infraestructures i generen una sèrie d'impactes econòmics similars.

A més, tal com apunta Smith (1992), tant els pelegrinatges com les diferents formes de turisme tenen en comú que per tal de portar-les a la pràctica es precisa de temps lliure (vacances), ingressos i recursos per poder emprendre i realitzar el viatge i que comporten una apreciació social.

Per contra, si l'anàlisi el fem des del punt de vista social, apareixen les diferències, tant a nivell de motivació, com a nivell dels impactes socials i culturals que generen sobre els recursos. Així, tot i que cal establir una distinció entre les tres tipologies, més que una dicotomia o fenòmens clarament separats, és una gradació entre diferents graus d'intensitat en les motivacions religioses, espirituals i culturals.

Cap motiu del viatge es dona en estat pur, participa d'altres motius, en el turisme religiós i en les altres tipologies estudiades els visitants tenen en comú els espais sagrats. Partint del gràfic 9, un visitant es pot situar en diferents punts del triangle

segons predomini en ell una motivació o una altra. Així, en els vèrtexs del triangle es situarien les motivacions úniques, la religiosa, l'espiritual i la cultural; però en el centre del triangle es poden ubicar les altres motivacions.

En aquest cas, entenem que una motivació no necessàriament exclou la resta, sinó que es poden complementar. Així, el turista religiós pot participar, en algun moment, de motivacions culturals i tindre una experiència espiritual; com també el turista espiritual pot participar de l'experiència religiosa i/o estar motivat en part o totalment per la cultura.

Tal com apunta Olsen (2010), però, el debat entre les similituds i diferències entre les diferents tipologies es fa en base a que turista i pelegrí són *tipus ideals* (en la terminologia de Weber) socialment construïts. La classificació en tipologies és un argument passat de moda, les tipologies permeten identificar regularitats, però s'han d'entendre com a formes per descriure diferents pràctiques turístiques més que diferents tipus de persones.

En aquest capítol s'han intentat definir aquestes regularitats o pautes, però cal ser conscient que, a la pràctica, la distinció entre uns i altres serà pràcticament impossible. És important, però, perquè a partir d'aquestes regularitats o pautes es poden ajustar els sistemes de gestió, no només per garantir experiències satisfactòries, sinó també per preservar i conservar la naturalesa dels espais sagrats.

7.- La gestió dels espais sagrats

Un cop hem definit què són els espais sagrats i com es relacionen amb les diferents tipologies turístiques que hi podem trobar, en aquest capítol volem fer una introducció a la gestió d'aquests espais, tenint en compte les seves especificitats i la convivència de diferents tipus de públic amb motivacions molt diferents.

> "Molta gent viatja cap a una àmplia varietat de llocs sagrats no només per propòsits religiosos o espirituals o per tenir una experiència amb el sagrat en el sentit tradicional, sinó perquè s'han promocionat com a atraccions culturals que s'han de consumir." (Olsen, Timothy, 2006, 6)

Tot i que l'existència de llocs de pelegrinatge sempre ha estat propici pel desenvolupament d'activitats comercials vinculades amb el transport, l'allotjament, el menjar i la venda d'articles religiosos, el que és nou actualment és que el propi lloc es ven com una destinació turística; així el patrimoni és ofert als turistes com a principal reclam.

Tot i així, l'existència de recursos patrimonials i culturals no garanteix la seva conversió en producte turístic-cultural si no va acompanyat d'una sèrie de serveis. És necessària l'existència de serveis i equipaments que permetin al turista cobrir les seves necessitats bàsiques i gaudir dels atractius del destí.

> "Part del misteri de la catedral com a heterotopia és la seva alteritat, la seva eliminació del món de les limitacions del temps i el comerç. Fer pagar per entrar porta al visitant de peus a terra perquè és incapaç d'ubicar un perímetre espiritual i temporal al voltant del lloc. Això provoca confusió perquè el lloc ja no representa un espai al marge de la vida diària i del treball, sinó una simple extensió d'aquest. La catedral perd la seva alteritat i tant el visitant com allò visitat esdevé incòmode." (Shackley, 2002, 351)

Com gestionar les tensions internes que això genera?

7.1.- Els espais sagrats com a espais de tensió interna

En aquest primer punt es tractaran alguns aspectes generals de la gestió dels espais sagrats on conviuen diferents motivacions i tipus de visitants. Entenem que també cal definir que és el que s'ha de gestionar, quins serveis, quins espais, i per quines funcions, religioses, turístiques i culturals.

> "Donat que el turisme religiós es desenvolupa sobre una base comercial de manera molt ràpida i que respon a motius profunds pel conjunt de la humanitat, ha d'afrontar una sèrie de problemes operatius que poden incidir negativament en la sostenibilitat dels equipaments, dels espais pels que discorre i sobretot del seu patrimoni." (Lanquar, 2007, 4)

Gestionar grans volums de visitants comporta grans reptes, 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 respectar la seva 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 de la paraula 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.

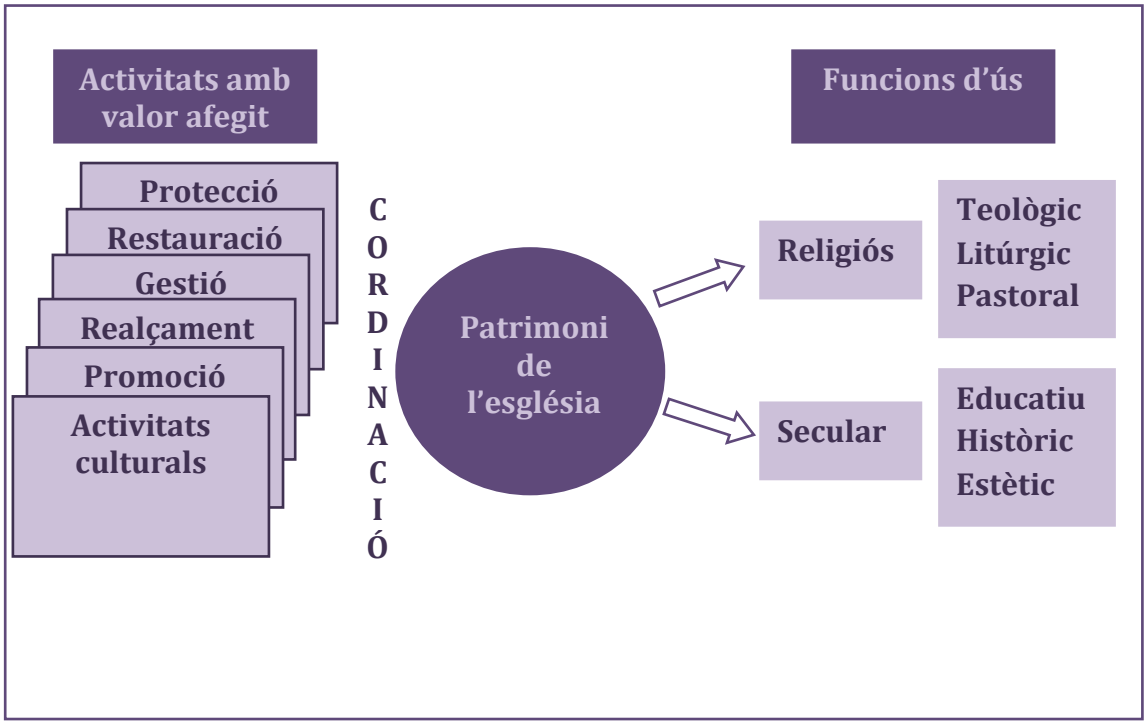
La trobada en un mateix lloc, al mateix moment, de visitants amb expectatives diferents (pelegrins, curiosos, enamorats de l'art, apassionats de la història o del folklore) pot produir conflictes. El turisme ofereix ingressos per pagar salaris, festivals, mantenir esglésies... però el preu d' il·limitar i incontrolar 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 la falta de respecte i silenci. Per això cal buscar pautes de gestió adequades a totes les necessitats.

La qüestió per 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 contemplar 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*, que l'excessiva comercialització de productes vinculats als llocs sagrats (llegendes, característiques especials, pràctiques religioses) no els faci caure en la banalització.

El gràfic 10 mostra la vinculació entre les diferents activitats de creació de valor en la gestió dels espais sagrats.

Gràfic 10: Competències, activitats de creació de valor i funcions d'ús



Font: Petrillo, 2003

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 que es mencionen les

funcions educatives, històriques i estètiques, vinculades amb els valors culturals del patrimoni religiós.

Les activitats que generen un valor afegit són les que poden ajudar a millorar l'experiència turística i per a la seva realització, entén Petrillo (2003), cal un esforç extra de coordinació entre els diversos agents implicats. Les tasques que s'han de desenvolupar per part dels responsables inclouen atendre a 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 uns; saber i coneixement pel altres; lleure i festa pels tercers. Les paraules clau són cohabitació i segmentació.

En la gestió d'aquests espais, i tal com hem vist en el gràfic 9 del triangle de les motivacions, hi ha tres factors que poden intervenir:

En primer lloc, i abans que tot, 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 servis religiosos han d'atendre a 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, als serveis d'interpretació i informació als visitants, a l'organització d'esdeveniments, al control de fluxos... S'ha de concebre els llocs religiosos com un "espai pedagògic", diferent del monument en sí 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.

Tal com hem vist, també, en alguns d'aquests espais hi poden haver serveis complementaris com restaurant o hostatgeria, aspectes que han de ser tinguts en

compte. Cal veure la gestió d'aquests serveis des de la idiosincràsia d'un lloc sagrat, però també d'un lloc patrimonial i un lloc de servei als visitants.

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

- Catedrals, basíliques i grans esglésies. Poden comptar amb serveis d'acollida dels visitants, eines d'interpretació vàries i botiga. No compten amb serveis com hostatgeria o restaurant, però, generalment, per la seva ubicació, disposen d'aquests serveis en un radi de proximitat. També podem trobar-hi museus.
- Esglésies parroquials. No solen tenir serveis als visitants, a part dels serveis d'acollida de la parròquia. Per altra banda, els serveis dels entorns dependrà de la importància de les poblacions on estiguin ubicades. 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 comptar amb 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'hospedatge.
- 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.

A continuació proposem veure algunes de les especificitats d'aquests espais en relació amb la seva gestió.

7.2.- La responsabilitat de la gestió

S'ha parlat de diferents aspectes a gestionar i s'ha parlat de la necessitat de coordinació. Per tot això és imprescindible disposar d'una bona estructura de gestió i entendre com s'impliquen i es coordinen els diferents agents entre ells. Els espais sagrats són una realitat complexa en la qual intervenen (o poden intervenir) multiplicitat d'agents. En conseqüència, les estructures de gestió i les formes d'organització poden variar molt d'un cas a un altre.

7.2.1.- La titularitat i l'enfocament teòric de la gestió

Per estudiar els agents implicats en la gestió dels espais sagrats cal veure quina és la seva titularitat, quines relacions s'estableixen entre els agents interns i també amb els agents de fora. És necessari que existeixin institucions que estructurin l'organització interna i externa.

> "Molts llocs sagrats són rígidament gestionats per estructures jeràrquiques dominades clericalment que han funcionat de la mateixa manera durant molts anys. Aquestes estructures no es veuen afectades per les tendències de gestió modernes amb excepció, a vegades, de les activitats perifèriques. Alguns llocs sagrats sembla que no estiguin gestionats." (Shackley, 2001, 90)

Els llocs sagrats que no tenen estructures formals de gestió solen ser gestionats per religiosos més que per administracions seglars. I és inevitable que les seves prioritats recaiguin en el foment del culte i l'evangelització i no en la gestió dels visitants. La presència, però, d'activitats perifèriques (com diu Shackley), és a dir, de serveis com allotjament, records, llibreria, etc. requereix la cooperació entre diferents agents privats, com també amb el voluntariat i, en molts casos, també amb agents de l'estament públic.

Camarero i Garrido (2004) ens parlen de diferents enfocaments de la gestió del patrimoni; parlant de les organitzacions dependents (que depenen d'un organisme públic); organitzacions autònomes (depenen d'un organisme públic tutelar però tenen un cert nivell d'autonomia en la gestió); organitzacions independents no lucratives (reglamentades per la llei corresponent però amb l'objectiu d'oferir un servei a la comunitat); i les organitzacions privades.

Generalment es diu que la gestió pública té un objectiu social, ja que la seva gestió va encaminada a la maximització dels beneficis socials per davant dels beneficis econòmics. L'objectiu en l'àmbit cultural és simplement difondre la cultura, potenciar la investigació o desenvolupar una actitud positiva cap a la cultura i la natura. Alguns autors consideren que les institucions religioses, encara que són privades, també comparteixen aquests mateixos objectius.

Una altra tipologia de gestió, pròpia del sector privat, correspon a la gestió basada en la demanda del mercat i que té com a objectiu maximitzar el benefici econòmic.

Consisteix en identificar les necessitats dels visitants i donar resposta als seus desigs. Avui en dia, aquesta tipologia de gestió s'ha convertit en el centre d'atenció de molts gestors del patrimoni (museus, monuments històrics...) que volen atreure més visitants.

Aquest enfocament aplicat als espais sagrats pot presentar alguns problemes. El més important és el risc de *comodificació*, l'excessiva comercialització i adaptació a les necessitats turístiques pot portar a la pèrdua d'autenticitat i a la banalització, fent que la població local ja no es senti identificada amb els espais sagrats i, per tant, perdent la seva finalitat principal.

En el capítol 6 hem recollit algunes de les motivacions del turistes religiosos, espirituals i culturals, una de les quals és obtenir una experiència intensa. En els darrers anys s'ha generat el debat sobre si les experiències espirituals i/o religioses es poden "empaquetar" com a productes turístics o no, i si l'excessiva intervenció en la gestió d'aquests espais pot provocar la minimització d'aquestes experiències. Aquí introduïm aquesta qüestió que serà tractada més endavant, en el punt 7.6.

En tot cas, en els espais sagrats l'enfocament de la gestió passa per tenir en compte els dos paràmetres: la missió principal d'aquests espais al mateix temps que l'activitat turística. Val a dir que fins i tot des dels punts de vista més directament relacionats amb la gestió turística es té en compte la importància de les experiències espirituals.

> "Hi ha la necessitat d'identificar i transferir les millors pràctiques als llocs de pelegrinatge, així com l'imperatiu de desenvolupar aproximacions més professionals de la gestió i el marketing d'aquests llocs en tant que destinacions turístiques. de totes maneres, les experiències espirituals / religioses que emanen del pelegrinatge Romanen en el punt central de l'èxit d'una destinació que és capaç de satisfer les necessitats espirituals dels seus clients i no poden ésser substituïdes per cap altre factor." (Pavici, Alfirevic, Batarelo, 2007, 62)

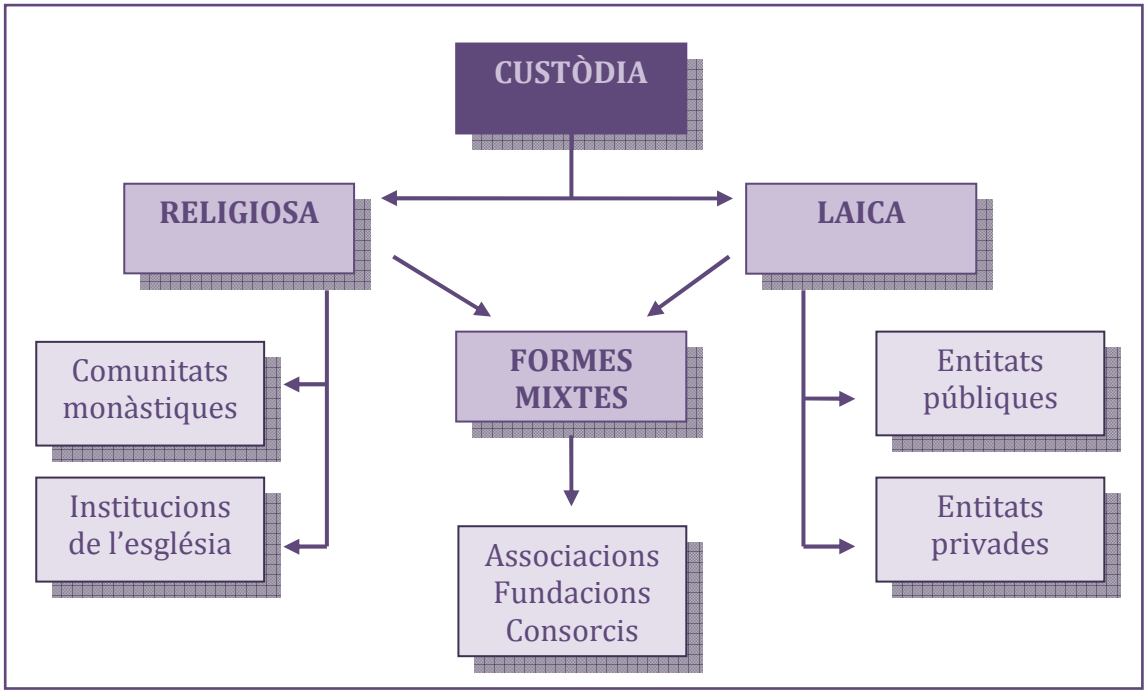
Knerr (2000) proposa que és necessari afegir a la gestió del patrimoni cultural dos aspectes: a) la noció del servei al consumidor i b) els mètodes de la direcció per projectes. L'objectiu del primer dels aspectes és el d'orientar el patrimoni cultural al seu públic objectiu a través de la interactivitat, la descentralització, la

comunicació i la individualització del contingut informatiu a les expectatives, interessos i necessitats del públic objectiu. El segon dels objectius senyalats, la direcció per projectes, persegueix un doble fi: d'una banda, aconseguir una major eficiència i, de l'altra, aconseguir una major efectivitat i millorar la qualitat del producte, la comunicació i els procediments de treball.

Quan parlem de la titularitat dels espais sagrats, generalment, ens referim a qui té la custòdia d'aquests espais, podent recaure en diverses persones o entitats. La forma organitzativa depèn de cada element, pot ser un patronat, una associació, etc. però cal que programi, gestioni i porti el control de l'espai, juntament amb els serveis i les activitats.

Quan parlem de custòdia fem referència a la responsabilitat de la gestió, al manteniment, al seu dia a dia... Són els guardes o encarregats. I aquí cal distingir entre religiosos i laics, tal com mostrem en la gràfic 11.

Gràfic 11: Formes de custòdia dels espais sagrats



Font: Elaboració pròpia

En la majoria dels casos, la custòdia sol ser religiosa, recaient sobre les estructures eclesiàstiques ja establertes. Així, en funció de la tipologia dels elements podem parlar de diferents responsables, essent la parròquia la unitat més petita, que sol gestionar les esglésies (parroquials i no parroquials) i les petites capelles; passant a jerarquies superiors com els capítols de les catedrals (que depenen directament del bisbat). Cal fer menció, igualment, de les comunitats monàstiques, que també gestionen i es fan càrrec d'alguns espais sagrats, sobretot monestirs i convents, però també d'alguns santuaris i temples.

Moltes vegades el fet que un mateix capellà es faci càrrec de diverses parròquies o de diverses esglésies i ermites dins el terme parroquial fa que necessiti de la col·laboració i ajuda dels laics. Les formes de col·laboració han anat variat i evolucionant amb el temps. Seria interessant conèixer les activitats i responsabilitats d'aquests laics en els diferents elements, ja que poden variar segons els llocs i poden anar des d'obrir i tancar l'església, netejar-la, ocupar-se de les flors, etc. com altres tasques relacionades amb la gestió dels serveis (restaurant, hostatgeria, informació, acolliment, botiga...) i la cura dels entorns

(jardins, aparcament, barbacoes, etc.). Igualment interessant és saber-ne les condicions; si tenen un sou i qui el paga, si tenen una participació en els ingressos d'algun dels serveis o bé si paguen un arrendament a canvi de l'explotació d'aquests.

Més enllà de la col·laboració dels laics, cal tenir en compte, també, els casos en què la custòdia recau sobre persones o institucions laiques; podent ser públiques o privades. En alguns casos la gestió dels elements patrimonials s'ha cedit a institucions públiques i en altres casos a persones o empreses privades.

També hi ha exemples de col·laboració i fórmules mixtes que integren els responsables religiosos d'aquests elements amb persones físiques i/o jurídiques de l'àmbit laic.

Aquesta també és una manera d'implicar la població local, així com altres agents a tenir en compte, com per exemple els agents turístics, fent referència a l'ampli ventall d'agents que poden operar en la regió o zona de proximitat.

Hem vist que els espais sagrats tenen uns clars valors turístics, per tant, és molt important la bona relació amb agents turístics com oficines de turisme locals i comarcals i patronats de turisme; així com també la vinculació amb empreses turístiques privades com agències de viatge; o fins i tot empreses que poden facilitar serveis turístics. També són fonamentals les relacions amb les associacions de guies.

Donat que aquestes institucions i relacions varien molt d'un lloc a un altre, caldria fer un estudi de quines són les més rellevants en cada cas i quines són les estratègies que es poden desenvolupar per tal de millorar la relació o implicar els agents directament, per exemple, a través de la inclusió de representants en els patronats i associacions.

7.2.2.- Entitats de suport a la gestió

A part de la custòdia i les diferents formes en les que pugui recaure, poden existir altres entitats o institucions vinculades que ajuden al bon funcionament. Moltes d'aquestes formes són una manera per intentar integrar els laics en la gestió.

En paraules de Mn. Llorenç Lladó,

> "la participació i corresponsabilitat dels laics és fonamental per a la bona organització, formada per aspectes com l'acollida, la pregària, la pietat, la pastoral, la gestió econòmica i de personal laboral, la conservació i restauració del patrimoni històric i artístic, l'interès per donar-lo a conèixer, l'edició de fulls informatius i moltes altres manifestacions de tot tipus." (Lladó, 2002, 23)

Això vol dir que, més enllà d'ajudar i col·laborar en determinades tasques, els laics s'han d'implicar més en aspectes relacionats amb la gestió, com la gestió de personal, la gestió econòmica, etc.

> "Cada cop més, la majoria de les catedrals es gestionen de manera més professional, sobretot gràcies al suport dels laics en les tasques de gestió dels capítols catedralicis. Els laics qualificats també poden gestionar els serveis als visitants, les botigues, els serveis de menjars i, sovint, s'impliquen en departaments relacionats amb l'educació, els esdeveniments i conferències i la conservació. de totes maneres, tampoc és infreqüent de trobar totes o alguna d'aquestes funcions gestionada unilateralment per clergues sense formació." (Shackley, 2001, 92)

Així, trobem que l'església implica els laics (professionals de la gestió de diversos àmbits) en la gestió d'alguns dels seus espais; però no en tots els casos. En els casos en que es donen aquestes circumstàncies seria interessant conèixer quines formes prenen aquestes col·laboracions, en quins aspectes es concreten, com afecten el dia a dia, etc.

Aquestes institucions, que Prat (1989) anomena de recolzament, poden tenir diferents formes jurídiques: obreries, confraries, patronats, fundacions, juntes, associacions... En la majoria dels casos, aquestes associacions, formades eminentment per laics (moltes vegades voluntaris), solen comptar amb la presència del capellà i/o d'altres capellans de la parròquia o la diòcesi. A

continuació citem les formes més comunes, que són, les confraries i germandats, les associacions d'amics i els patronats i fundacions.

Confraries i Germandats

Confraria i germandat són conceptes sinònims que posen en relleu el sentit d'associació fraternal entre laics. Les motivacions dels confrares a participar són diverses: perquè són creients i així expressen la seva fe, perquè és una tradició familiar, perquè hi van amics i companys, perquè pertany a la cultura del poble, per rutina, perquè sempre s'ha vist així, perquè volen recuperar les arrels simbòliques culturals, perquè es senten més lliures que en la parròquia, perquè tenen molta devoció a una imatge o santuari, perquè troben un ambient acollidor i participatiu, perquè és un mitjà d'expressió del sentiment religiós, entre moltes d'altres (Prat, 1989).

Les confraries són, segurament, la forma més antiga d'agrupació dels laics; podem datar les primeres dels segles XV i XVI i encara en queden alguns exemples.

La confraria té una sèrie de càrrecs, com qualsevol organització, amb tresorers, comptables, secretari, almoiner, etc. Tradicionalment s'ocupaven de recollir i administrar fons, el pagament de misses, el toc de campanes, el res del rosari i similars.

Aquestes formes han anat evolucionant i actualment poden fer-se càrrec de l'organització d'actes com processons, romeries i aplecs i, en molts llocs com Andalusia, poden arribar a ser els propietaris i/o a fer-se càrrec d'ermites i santuaris.

Associacions d'amics

La forma tradicional de les confraries es concreta, avui en dia, en associacions d'amics. L'associació d'amics és una forma jurídica que compta amb una junta directiva, amb un president, un secretari, un tresorer i diversos vocals, que són els que prenen les decisions; i els socis, que participen en les diverses activitats i poden realitzar o no una aportació econòmica periòdicament.

La junta directiva es sol reunir periòdicament per revisar l'estat de comptes i anar organitzat i participant en les activitats del dia a dia i en activitats extraordinàries que es puguin dur a terme. Per tant, solen tenir sistemes d'informació entre els socis per comunicar totes aquestes activitats i actuacions.

Patronats i fundacions

Igual que en el cas de les associacions, els patronats i fundacions són formes organitzatives que es constitueixen en persones jurídiques. Són formes institucionals que poden variar en nombre i funcions, però que es composen, en general, per un consell de patrons i unes estructures de gestió amb la funció d'administrar uns béns o unes activitats determinades.

Entre les seves possibles tasques en aquest àmbit podem citar, a tall d'exemple:

- Impulsar l'estudi, la investigació i la difusió de les dades històriques, culturals i populars relacionades amb el lloc.
- Vetllar per la conservació i millora de les construccions, instal·lacions, serveis, accessos i l'entorn natural.
- Donar a conèixer i fer promoció, en tots els seus valors, siguin religiosos, culturals i ecològics.
- Promoure que els visitants es sentin sempre acollits.
- Organitzar l'aplec anual, romiatges, pelegrinatges, així com altres trobades i activitats adients.

- Dur a terme campanyes a diversos nivells, per tal d'obtenir recursos i col·laboracions econòmiques per al finançament de les obres de rehabilitació i conservació.
- Vetllar perquè els diversos serveis siguin els adients en tant que part d'un espai sagrat.

Una forma similar a la dels patronats, és la de les fundacions. Amb poques diferències, bàsicament en l'àmbit jurídic, les tasques i el plantejament és el mateix que el dels patronats.

Sigui quina sigui la forma de gestió, i siguin quines siguin les entitats de suport, aquestes cal que es facin càrrec dels tres aspectes que s'han mencionat anteriorment, la gestió religiosa, la gestió dels serveis perifèrics i la gestió cultural.

7.3.- La gestió religiosa

Tot i que hem anomenat aquest apartat "gestió religiosa", no pretenem fer un desenvolupament exhaustiu i aprofundit de com hauria de ser aquesta gestió sinó que proposem veure quins aspectes (excloent els serveis i instal·lacions de que disposa) haurien de ser tinguts en compte.

Hem vist que els encarregats de la custòdia són els responsables de l'obertura i tancament de l'església, així com de la seva neteja i manteniment; i que aquesta responsabilitat pot recaure tant en el capellà, com en els ermitans, com en altres entitats i formes jurídiques vinculades.

Els espais sagrats, tal com hem vist en el punt 2.2, són espais de culte, per tant, que han de mantenir viva aquesta funció, i això vol dir tant el culte regular (la celebració de la litúrgia diària) com els actes rituals puntuals. En aquest punt veurem, breument, alguns aspectes relacionats amb la gestió del culte.

7.3.1.- La celebració de la litúrgia

Ja hem vist que el culte està compost per diferents actes; també hem vist que l'acte principal és la celebració de la litúrgia. No entrarem aquí a veure quins haurien de ser els horaris i la freqüència d'aquestes celebracions perquè varia enormement entre els diferents espais segons les circumstàncies de cada un. El que sí que és molt important és que es faci la difusió suficient dels horaris de les misses i els actes varis que tenen lloc en aquests espais.

Això es pot fer amb plafons i cartells a l'entrada de l'església, així com en altres llocs (a la botiga de records, a l'aparcament, a la recepció de l'hostatgeria, al restaurant, etc.) i també a través de mitjans externs, com poden ser en altres esglésies de la parròquia i la diòcesis, a través de fulletons, pàgines web, etc.

A part de les celebracions litúrgiques més o menys habituals, hi ha celebracions extraordinàries, com poden ser l'administració de sagraments (sobretot casaments i aniversaris). Cada espai sagrat té les seves pròpies celebracions, donant lloc un calendari litúrgic que ajuda a configurar la identitat específica de cada un.

7.3.2.- Altres actes i celebracions religioses

Hi ha altres actes que estan vinculats a la celebració del culte, sobretot en els llocs de pelegrinatge, com poden ser rogatives, novenes, rosaris, romeries i pelegrinatges, la celebració de l'aplec, etc. Tots aquests actes també s'han de tenir en compte en la gestió religiosa i, per tant, recauen sobre qui en tingui la custòdia, juntament amb les tasques pastorals i d'evangelització.

Els aplecs i trobades, tot i el seu component lúdic i festiu, han de ser vistes com una celebració de l'església. No poden quedar ni en una estricta celebració penitencial, ni en el buidatge de continguts religiosos. També els pelegrinatges s'inclourien en aquest apartat.

Tot i que el pelegrinatge pot ser estructurat com un viatge de casa al lloc sagrat, freqüentment son més elaborats, implicant la visita a diferents llocs i la realització de rituals. Per tant és interessant que el capellà custodi es posi en contacte amb l'organització dels diferents pelegrinatges i actes per tal de poder-los acollir millor a la seva arribada.

7.4.- La gestió dels serveis turístics

De la mateixa manera com en l'apartat anterior hem vist quines haurien de ser les tasques de la gestió religiosa, en aquest apartat veurem quins aspectes relatius a les instal·lacions i serveis cal tenir en compte. L'espiritualitat de l'acolliment ha de comptar amb les infraestructures adequades per tal de poder transmetre el missatge espiritual. Tal com diu el pare Parellada,

> "És molt important que les instal·lacions siguin adequades a allò que el lloc sagrat vol oferir: si les convivències, reunions, trobades són un bon instrument pastoral, això demana que hi hagi cel·les ben arranjades, o sales àmplies de reunions, sales per menjar i dormir per grups més grans, llocs exteriors per les festes, menjars de germanor,... i també llocs especialitzats per a la pregària personal i comunitària com llocs de silenci: d'escolta orant, de música, de conservació fraterna, de diàleg pastoral i cristià, aules per audiovisuals: catequesi, biblioteca." (Parellada, 1997, 17)

Les diferents tipologies d'espais sagrats, segons la seva dimensió i importància, poden tenir diferents instal·lacions que serveixin a les diferents tasques que ha de realitzar. Per un coneixement més aprofundit, caldria estudiar-los de manera individualitzada. Hem de dir aquí que un dels principals problemes que tenen les destinacions de turisme religiós i de pelegrinatge és el dèficit d'infraestructures d'allotjament i comunicació.

> "Moltes de les nostres catedrals i esglésies, i molts dels nostres santuaris i monestirs tenen deficiències d'infraestructura, bé pels llocs on es troben, bé per les inclemències del temps. La majoria de santuaris i monestirs no tenen les hostatgeries en condicions de rebre aquesta riuada de turisme. S'han de fer unes hostatgeries dotades d'una infraestructura hotelera. Al mateix temps, també es molt important tenir un personal preparat per donar acolliment. Hem de dotar monestirs i santuaris de professionals aptes i capaços de prestar un bon servei als visitants." (Batalla, 2002, 34-35)

En diferents espais sagrats, principalment a Europa, s'han agregat serveis diversos motivant una major estada dels peregrins a aquests llocs, com són museus, recorreguts especials i activitats alternatives. Els serveis que s'han implantat en molts d'ells han estat sense planificació i atenent només a una necessitat

immediata o bàsica, però que no tenen estàndards de qualitat o no són els serveis idonis pels perfils dels visitants.

En alguns santuaris on s'han desenvolupat productes turístics s'han conformat una sèrie de serveis en base als seus recursos patrimonials, culturals i naturals. Entre els santuaris planificats podem mencionar el cas del Santuari de Lourdes, a França. Segons la informació de la seva pàgina web rep 6 milions de visitants de 150 països diferents. Compta amb 270 hotels i 13 zones de càmping. Hi ha 48 complexes d'edificis com el Centre d'Acollida de Malalts, basíliques, esglésies, menjadors, sales de reunions, impremta i una central elèctrica. Té 400 treballadors i, en temporada alta, 100.000 voluntaris. Té un hospital amb 1.300 llits que fa uns 7.500 dinars al dia. Entre els serveis religiosos disposa de 60 sacerdots, amb un mitjana de 52 misses cada dia en sis llengües diferents (anglès, francès, castellà, italià, alemany i holandès) (Bondu, 1993).

No cal dir que el turisme religiós té una repercussió econòmica que, en la majoria dels casos, és molt important. L'Església, en general, no ha fet un plantejament seriós en aquest sentit quant a les seves catedrals o santuaris.

Cal afegir-hi que hi ha espais, tal com hem vist, que estan ubicats en entorns naturals, això implica que també han de tenir cura de la natura del lloc (la flora i la fauna, les muntanyes i els camins, els rius, els llacs...) a través de la conservació dels accessos, edificis, instal·lacions, de la neteja i d'una utilització adequada de tots aquests recursos. Cal trobar l'equilibri entre facilitar l'accés i preservar el silenci del lloc fent que aquest sigui acollidor com a lloc de pregària.

A continuació veurem amb una mica més de detall alguns d'aquests serveis.

7.4.1.- Els serveis d'hostatgeria i restauració

El disposar o no d'hostatgeria és important des de diversos punts de vista. Per una banda, el turisme es defineix a partir del llindar de pernoctació, amb implicacions econòmiques i també sociològiques (el fet de dormir fora de casa suposa trencar amb la rutina). Per tal de poder articular un producte turístic, és important tenir l'opció d'allotjar-se, o bé en espais habilitats, sobretot en el cas de convents, monestirs o santuaris, o bé en l'entorn més proper.

En el cas dels espais sagrats que disposen d'habitacions per acollir els pelegrins i els turistes no han de ser hotels de diferents categories, sinó hostatgeries que tinguin un bon servei, tant d'acollida com de recursos i instal·lacions i que estiguin dins la legalitat. Aquests equipaments són complementaris al lloc sagrat i, per tant, han d'estar lligats al programa comú de serveis.

En el cas concret de Catalunya, la normativa turística de la Generalitat contempla la modalitat d'hostatgeria com a especialitat d'allotjament (decret 211/1995, de 27 de juny, que es manté en el darrer decret sobre establiments d'allotjament turístic, el decret 183/2010, de 23 de novembre).

Segons aquesta la normativa, s'entén com hostatgeria "l'edifici que forma part d'un conjunt amb una església, capella o santuari, amb culte obert al públic, de renom popular a Catalunya" i que, havent de contemplar els requisits mínims exigits als serveis hotelers, a més, disposa d'un servei d'informació de la persona encarregada de l'atenció a l'església.

Nombrosos monestirs, convents i santuaris arreu del món ofereixen la possibilitat d'allotjar-se; en alguns casos com un servei d'allotjament més, en altres casos amb la possibilitat de compartir aspectes de la vida monàstica amb els amfitrions.

> "Què tenen en comú un arquitecte belga de seixanta anys, catòlic i casat; un vell pensionista grec, ortodox i divorciat; un teòleg alemany de mitjana edat, protestant i solter; un jove estudiant universitari espanyol, ateu; i un estudiant egipci copte? Entre tots ells hi ha una gran varietat de característiques, creences, nacionalitats, aspectes de comportament i diferències sociodemogràfiques. Tot i aquestes diferències, tots ells són visitants d'un temple grec, exclusiu per homes, en el Mont Athos, conegut

> també com la Muntanya Sagrada, on tots fan servir els mateixos mitjans de transport, obeeixen les mateixes normes, dormen en el mateix monestir (i a vegades en el mateix dormitori) i es troben a l'hora dels àpats a la mateixa taula, encara que fins ara no s'havien trobat mai." (Andriotis, 2008, 64)

Trobaríem nombrosos exemples. Andriotis estudia el cas dels monestirs ortodoxos del Mont Athos (Grècia) per veure com transmeten als seus hostes les normes de comportament i respecte mentre els ofereixen la possibilitat de compartir amb la comunitat monàstica part de la seva rutina diària. Podem citar altres exemples, a diferents escales i envergadures, segons la importància dels llocs.

La relació que s'estableixi entre l'hostatgeria i els gestors de l'espai sagrat pot ser de diversa naturalesa. Batalla (1994), en un treball intern del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i les Illes Balears, defineix tres tipus de relació:

- En primer lloc, que l'hostatgeria sigui regentada per la mateixa institució que té la custòdia de l'espai o comunitat eclesiàstica, com en l'exemple citat abans del Mont Athos, però també, per exemple, en el cas del monestir de Poblet.
- Una segona modalitat és que sigui llogada a una empresa que se'n faci càrrec. En aquest cas les obligacions i deures depenen de la relació que s'estableixi, tot i que seria convenient que en el contracte d'arrendament hi haguessin algunes clàusules que garantissin el respecte a la idiosincràsia del lloc. Un exemple d'aquesta modalitat seria el cas del Monestir de Montserrat, també el del monestir de les Avellanes; o bé el cas d'alguns santuaris del bisbat de Girona que es gestionen des d'una fundació privada.
- Finalment poden ser lliures, és a dir, al marge de la propietat del santuari. Un exemple d'aquest darrer cas serien, per exemple, els establiments d'allotjament que trobem als entorns del santuari de Lourdes.

Les comoditats, infraestructures i els serveis que s'ofereixin dependran de la relació que s'estableixi. Semblaria que la fórmula més acceptada és la segona, encara que la varietat d'opinions, els arguments a favor i en contra, demostren que, encara no hi ha un criteri prou definit de la qüestió (Batalla, 1994).

De la mateixa manera, les condicions d'allotjament poden variar. Així, al costat d'hostatgeries que funcionen de manera similar als hotels en trobem d'altres on

l'opció de pernoctar està subjecta a condicions o restriccions vinculades amb les formes de vida de les comunitats que se'n fan càrrec. Per exemple, al monestir de Oseira (a la província d'Orense) es demana als hostes que acompanyin a la comunitat en les seves oracions i que l'estada sigui superior a 3 dies i inferior a 8.

Alguns tour operadors internacionals s'estan interessant cada cop més en aquest tipus d'oferta d'allotjament. Aquest és el cas de TUI Espanya que l'any 2003 va patrocinar i fomentar el naixement de l'Associació d'Hospederies Monàstiques d'Espanya. Els objectius de l'Associació són la promoció, difusió i coneixement del patrimoni religiós, històric i cultural dels associats; impulsar l'hostatgeria monàstica del segle XXI, basat en el foment dels valors espirituals; la representació, defensa i promoció dels interessos econòmics, socials, culturals i religiosos dels seus associats; i el coneixement, tracte i ajuda mútua entre els socis. Poden formar part de l'associació tots aquells edificis, santuaris, hostatgeries, centres i llocs en propietat de comunitats religioses o en les que es desenvolupi vida religiosa.

Per tant, cada cop més, monestirs, santuaris i temples ofereixen les seves infraestructures com a espais d'acollida i allotjament, no només per donar a conèixer el patrimoni i les tradicions vinculades a aquests centres, sinó també perquè representa una font d'ingressos que permet el manteniment de les infraestructures de la comunitat.

7.4.2.- La botiga i la venda de records

> "En certa manera, tots els viatges estan realitzats per ser reproduïts en el lloc d'origen. Per això, els signes turístics també són reconstruïts." (Donaire, 2008, 143)

Tal com apunta Palou (2006), el souvenir es pot analitzar des de dues dimensions, la que té a veure amb el seu consum econòmic i la que té a veure amb el consum simbòlic. La venda de records ha de ser entesa com una eina de promoció i una font d'ingressos complementaris. Però els objectes exposats i venuts han d'estar en consonància amb les línies generals del lloc sagrat i amb la seva singularitat. A més, aquest és un dels terrenys on caure en l'excessiva mercantilització i en la banalització és més fàcil.

> "El sagrat inspira reverència, temor i compromís que es veuen ressaltats pel procés del viatge cap al lloc sagrat. En contrast, el profà és ordinari, mundà, mancat de significat religiós. Però les coses profanes poden esdevenir sagrades a través d'un procés de transformació. Aquí hi ha una àrea gris sobre com els productes profans adquireixen un estatus sagrat. La compra d'un llibre en la llibreria adjunta a un lloc sagrat sembla que, d'alguna manera, investeix al llibre amb una part de la sacralitat del lloc, com si fos contagiós. Els records comprats en un lloc sagrat adquireixen la mateixa propietat fins i tot quan el lloc ha esdevingut mercantilitzat. El procés de mercantilització crea productes comercialitzables dels recursos, en aquest cas, dels llocs sagrats. Això sovint passa amb un gust qüestionable, com si en el desenvolupament dels ítems religiosos allò *kitsch* domini la venda al detall en la majoria dels llocs cristians. Però, pel que un és *kisch*, per un altre és una peça amb propietats sagrades. Els recursos d'un llocs (la seva aparença, la llegenda, les característiques particulars) poden ser mercantilitzades per la interpretació i el seu embalatge en tot, des de tasses de té a tovalloles. Sembla que no hi ha límit del que es pot comercialitzar, incloent aigua del riu Jordà, sorra del desert de Judea, fins i tot aire de Terra Santa." (Shackley, 2001, 86)

Justament per intentar evitar això, la selecció dels records s'ha de fer de manera acurada. Igual que en el cas de les hostatgeries i els serveis de restauració, la botiga pot ser responsabilitat de qui té la custòdia del lloc, es pot cedir a una empresa perquè en faci la gestió o bé pot ser independent a l'espai sagrat.

És evident que en grans ciutats i en llocs de reconeguda importància turística, com el Mont Saint Michel, Lourdes o el Vaticà, més enllà dels objectes que es puguin

vendre en el lloc sagrat, hi ha una important indústria dels souvenirs que escapa al control de les institucions que gestionen l'espai sagrat. Però, en els casos en que es pugui, és important escollir bé els objectes a vendre perquè, a més, aquests formaran la imatge que el visitant s'emportarà a casa després de la visita.

> "La raó de ser de tot objecte souvenir és una qüestió indiscutiblement simbòlica, té un component de ritualitat: a través del producte un pot comunicar-se amb l'experiència del viatge i pot certificar i declarar davant els altres la seva vivència extraordinària, fet que li confereix prestigi, aporta èxit." (Palou, 2006, 281)

En la nostra opinió, alguns objectes que haurien de ser presents, tal com apunta Aulet (2005), són:

- Publicacions: monografies i llibres sobre el lloc i sobre altres llocs similars,, també pot ser interessant tenir llibres de la regió, amb altres llocs a visitar, així com guies i mapes amb excursions i itineraris. També s'hi poden incloure llibres de pregària i similars. En els llocs on sigui possible, i un dels temes que es pot desenvolupar, és el de les publicacions infantils. També trobem exemples d'espais que venen gravacions musicals de les escolanies, cors i orgues que trobem en aquests espais.

- Productes artesans. Tradicionalment, sobretot en els monestirs, s'han elaborat productes, tant alimentaris com ceràmiques, teixits, etc. Aquests productes es poden oferir als visitants i, en aquest cas, realment són una font d'ingressos que repercuteix directament en les comunitats. També es poden identificar productes artesanals de la regió i vendre'ls en els espais sagrats, en una iniciativa que posaria en relació aquests espais amb els petits productors locals.

- Objectes religiosos. Evidentment, cal que hi hagi objectes religiosos, des de medalles i imatges de sants i verges passant per estampes, ciris, rosaris...

En moltes de les botigues trobem altres tipologies de records, en la línia del que apuntava Shackley (2001), molt estandarditzats i poc relacionats amb el lloc. Però també és cert que les botigues, cada cop més, es veuen com a importants fonts d'ingressos com ho demostren iniciatives com la de la pàgina web "Monasterios y Conventos" (www.monasteriosyconventos.com) que, gestionada des d'una

organització sense ànim de lucre, ven on-line productes artesans (alimentaris) elaborats en convents de clausura. En aquest cas, tots els ingressos generats per aquesta activitat es destinen als monestirs participants.

Imatge 13: Pàgina web de la botiga on-line de Montserrat

Font: http://botiga.montserratvisita.com/

Un altre exemple el trobem en el monestir de Montserrat (imatge 13) que recentment ha inaugurat una botiga on-line que permet adquirir els mateixos productes que es poden adquirir a les botigues del monestir.

Així, doncs, la venda de records esdevé un element important a tenir en compte en la gestió d'aquests espais sagrats.

7.4.3.- Altres serveis complementaris

A part dels serveis que s'han mencionat fins ara, que segurament són els principals, hi ha altres serveis turístics que hi podem trobar. En nombroses ocasions l'espai exterior és molt important, sobretot en aquells elements que estan ubicats en paratges naturals. Per això els responsables n'han de tenir cura: tallar l'herba, podar els arbres, ocupar-se de tenir plantes i flors per tal que donin alegria a l'entorn, ocupar-se del mobiliari exterior (bancs, papereres, para-sols...).

Un element molt important és l'existència de lavabos a l'exterior. En cas de que no hi siguin, és important que els responsables (restaurant i hostatgeria) permetin l'ús d'aquests serveis a tots els visitants i no només als clients del seu establiment.

Hi ha llocs que tenen una zona de picnic. En el cas que hi sigui els responsables també se n'han de fer càrrec, tant de les barbacoes, com de les instal·lacions (taules, bancs, papereres, fonts...). Les zones de joc pels infants també són importants. En alguns santuaris on l'espai del seu entorn és més extens, fins i tot, podem trobar-hi zones d'acampada, com per exemple en el Santuari de Lluc, a Mallorca.

Tots aquests elements es consideren serveis complementaris als serveis principals però són importants si volem que els visitants tinguin una experiència positiva i altament satisfactòria.

7.5.- La gestió cultural

Diferenciar on acaba la gestió religiosa i on comença la gestió cultural en un espai sagrat és una tasca molt complicada perquè les relacions que s'estableixen són molt estretes i les barreres, difoses. En la majoria dels casos, a més, els dos aspectes solen recaure en les mateixes persones / entitats i sovint no hi ha suficients recursos per tenir un responsable d'aquestes tasques.

Malgrat tot, proposem tractar aquest tema per separat perquè creiem que ha d'estar relacionat no només amb els aspectes religiosos sinó també amb els aspectes turístics.

Entenem per gestió dels serveis culturals tot el que fa referència a les eines d'interpretació, els serveis de visites guiades, els serveis didàctics, les biblioteques, els arxius, els museus...

Visitar una catedral hauria de ser una experiència emotiva i la seva gestió hauria de preservar la qualitat referida a "l'esperit del lloc" i gestionar els conflictes entre els devots que van a pregar i els visitants. Una de les maneres de gestionar aquests conflictes és a través de la informació.

En tot cas, gestionar cultura vol dir gestionar serveis culturals que es materialitzen en programes i activitats. Per tant, el gestor o gestora cultural és aquella persona que té la responsabilitat d'afavorir el desenvolupament cultural en qualitat de mediador entre els fenòmens expressius o creatius i el públic.

Els camps d'actuació en l'àmbit de la gestió cultural són molt amplis però sigui quin sigui el sector en el qual actuï, tots els gestors culturals han de tenir una base de coneixements comuns que es concreten en tenir capacitat d'interpretar el territori per poder detectar les seves singularitats i potencialitats i tenir coneixement dels diferents sectors culturals i artístics, així com dels agents que actuen en cada un d'ells.

D'acord amb diversos autors (Ballart, 1999; Carvajal, 1995; ICOMOS, 1993), entre les funcions de l'equip de gestió d'un recurs cultural hi ha:

- Conservació i investigació
- Equilibri entre l'ús del recurs i la seva preservació
- Sensibilització del públic cap al patrimoni
- Control dels fluxos de visitants
- Control del pressupost i captació de recursos
- Comunicació, informació i imatge del recurs
- Integració local i territorial del patrimoni

En el cas dels espais sagrats, aquestes funcions s'han de coordinar amb les funcions religioses i seria bo que els responsables de la custòdia religiosa els incorporessin o bé els tinguessin presents a l'hora d'establir les línies d'actuació. En el cas dels espais sagrats, la gestió cultural inclou, en primer lloc, i en tant que monument, mantenir els horaris d'obertura i difondre'ls. Segons Batalla (2002), excepte els grans monuments coneguts universalment, com per exemple algunes catedrals i santuaris, que tenen recursos financers suficients per mantenir amplis horaris de visita, vigilància, il·luminació i guies, la major part dels llocs d'interès estan sotmesos a restriccions en l'horari d'obertura, que sovint es limiten als horaris de culte. Per tant, les limitacions en quant a eines d'interpretació i serveis culturals és encara major, fent que siguin, moltes vegades, inexistents.

L'afluència turística durant les festes i celebracions importants, com l'aplec, és més elevada que durant altres dies i és fàcil que part dels visitants ho entenguin més com un acte superficial i lúdic, sobretot els visitants de fora l'àrea devocional. Per tant seria interessat pensar en sistemes i mètodes per mantenir l'essència dels esdeveniments i ajudar als visitants a percebre la seva riquesa religiosa, simbòlica i cultural.

També seria interessant realitzar un calendari amb totes les festes de cada espai i també les festes religioses més importants en el calendari litúrgic, així com programar esdeveniments o actes vinculats que ajudin a donar-los a conèixer.

Volem dedicar un apartat específic a les eines d'interpretació com als principals mitjans que es poden utilitzar per donar a conèixer l'especificitat dels llocs sagrats. de la mateixa manera, dediquem un punt als guies com agents importants a tenir en compte en la difusió d'aquests valors.

7.5.1.- Les eines d'interpretació i informació

La informació que es doni en els espais sagrats és clau per garantir un bon acolliment; però també és bàsic per explicar als visitants la naturalesa del lloc on es troben sigui quina sigui la seva procedència. Per això cal tenir en compte les eines d'interpretació i informació que es poden posar a disposició dels seus visitants.

> "La recerca per part de les destinacions de diferenciar la seva oferta turística d'altres proveïdors esdevé també una font de transformació simbòlica dels recursos locals genuïns en productes de recreació turística com a part de la tendència a reforçar les tradicions i identitats culturals locals. Cada cop més i més hi ha una intensiva connexió entre aquestes dues tendències de representació com a identitats locals, religioses, històriques i culturals i com a experiències turístiques." (Scheer i Williams, 2003, 62)

Interactuen dues tendències importants: per una banda, hi ha el creixent interès de la societat europea pel patrimoni cultural; i per l'altra banda, hi ha un aparent canvi en el consum dels recursos turístics, més sensible, visual i sensitiva. I aquestes dues tendències també han de conviure en la interpretació i presentació del patrimoni religiós, sense caure, com hem apuntat abans, en una excessiva banalització o turistificació d'aquesta oferta.

En la interpretació de la cultura local, també hi ha dues possibles tendències. Per una banda, la integració de les economies regionals en el sistema econòmic mundial a través de processos de globalització que tendeixen a intensificar la homogeneïtzació econòmica, política i cultural. Per altra banda, es descriuen l'emergència de cultures locals diferents i l'enfortiment de la diferencia regional i local.

En aquest marc de creixent interès pel patrimoni cultural els recursos socioculturals esdevenen més i més importants, i les eines d'interpretació un element clau. En el cas dels espais sagrats, com a espais representatius de la identitat cultural, és important que les eines d'interpretació posin èmfasi en la diferenciació regional.

Les estratègies de comunicació basades en la interpretació, tal com apunten Camarero i Garrido (2004), tenen en compte aspectes com el comportament del consumidor, l'aprenentatge recreacional i la psicologia educacional; solen ser utilitzades per educadors, intèrprets i professionals de la comunicació que treballen en contacte amb els visitants amb l'objectiu de "traslladar la història d'un objecte o del lloc del llenguatge de l'expert al llenguatge del visitant".

Per tant, el missatge que es comunica al visitant ha de:

- Cridar l'atenció o la curiositat dels visitants.
- Estar relacionat amb les seves vides o amb experiències i exemples que entenguin.
- Revelar l'essència del missatge.
- Combinar amb colors o dissenys d'acord amb el missatge.

Es poden identificar tres àmbits o esferes d'interpretació (Castells, 2001):

(a) L'esfera emocional o sensitiva. La presentació dels objectes, així com la decoració de l'exposició, els disseny i l'elecció dels materials, colors o llums, pot provocar varis efectes en el visitant: majestuositat, sacralització, trivialitat, dramatització, etc.

(b) L'esfera ideològica, que genera, entre altres, una explicació històrica, econòmica, sociològica o religiosa de la realitat territorial.

(c) L'esfera instrumental, que ajuda a l'espectador a comprendre la complexitat del que veu a través de reconstruccions, esquemes, plànols esquemàtics o detallats, maquetes animades, immòbils o interactives, fotografies, audiovisuals i pel·lícules, instruments interactius, etc.

Per al cas concret dels espais sagrats caldria veure quines eines són les més adients segons les característiques de cada lloc. Aquestes eines d'interpretació poden estar ubicades tant a l'església com en els entorns i en diferents espais de les instal·lacions i, entre d'altres, nosaltres proposem com a possibles:

- Plafons informatius o cartells que informin de la naturalesa del lloc i les seves característiques. Poden informar sobre normes de comportament, sobre aspectes vinculats amb la pastoral i sobre aspectes històrics, artístics i

culturals. També poden contenir informació relativa a horaris de missa, horaris i dates d'activitats (visites guiades, aplecs, etc.), serveis que tenen a disposició els visitants... Poden estar col·locats a l'entrada de l'església o bé en els exteriors, en l'aparcament o a l'entrada de les instal·lacions.

- Fulletons informatius que ajudin a fer la visita i a entendre el lloc. Poden estar a disposició del visitant a l'entrada de l'església o bé a l'entrada dels serveis de restaurant, botiga o hostatgeria. Cal diferenciar-los clarament dels fulletons promocionals.
- Visites guiades organitzades o bé en dies i hores determinades o bé prèvia reserva. Per la importància que tenen aquest aspecte serà tractat en el següent punt.
- Depenent dels llocs i quins són els aspectes a destacar de cada un, a part de les instal·lacions de què disposa, es poden oferir al visitant audioguies, maquetes, sales d'exposicions, circuits interpretatius, etc.
- Les noves tecnologies són un suport important a tenir en compte, sobretot perquè permeten transmetre informació sense necessitat d'omplir les parets dels espais dessacralitzant la seva naturalesa. Així, opcions com descàrregues d'informació des de pàgines web, codis QR o bé sistemes de realitat augmentada són molt vàlides.

Cal tenir en compte que en aquests espais, sobretot els més complexos en quant a les infraestructures i equipaments de què disposen, la informació i sensibilització del visitant no s'ha de limitar a l'espai del temple; en cas de comptar amb espais annexos aquests també han de participar en aquestes tasques. Per exemple, en cas de que disposin de botiga, tal com ja hem vist, la informació i sensibilització es pot fer a través de publicacions i de material divers que els visitants puguin adquirir. Igualment, l'hostatgeria també hauria de contemplar aquesta possibilitat, oferint material divers als hostes, ja sigui a les habitacions com destinant un espai específic a contenir aquesta informació.

D'aquesta manera, per exemple, a les habitacions hi pot haver una Bíblia o un Nou Testament, juntament amb un llibert o fulletó amb algunes pregàries bàsiques; i també material relatiu a la història del lloc, informació sobre altres espais propers,

sobre visites que es puguin realitzar, etc. També és important que a les habitacions i en llocs visibles de l'entrada de l'hostatgeria i el restaurant, hi hagi els horaris de les misses i les dates de les celebracions més importants, així com informació sobre altres activitats que es facin.

Posem com exemple el Monestir de Montserrat on a les habitacions hi ha un petit dossier informatiu amb una breu explicació sobre la naturalesa del lloc i amb informació sobre el funcionament de tots els serveis del santuari, tant de les instal·lacions annexes (horaris de botigues, restaurants, telèfons) com informacions sobre els horaris de les celebracions.

En referència a habilitar un espai, aquest pot ser una sala sencera o bé un espai en una de les sales existents. Aquest espai hauria de ser un espai a disposició dels visitants per tal que puguin consultar bibliografia específica del lloc. Per tant, s'hi haurien de trobar llibres sobre el lloc (història, llegendes, la verge...) i sobre els altres espais religiosos de la demarcació o similars. En aquesta línia, també hi poden haver llibres de pregàries i d'espiritualitat, etc.

També hi pot haver també llibres i guies de la regió per ajudar als visitants a preparar i organitzar la seva estada. Igualment, poden ser punts d'informació sobre els recursos dels entorns. Per això, creiem, és important col·laborar amb les oficines de turisme i les autoritats turístiques de la regió.

Un darrer punt que volem comentar, i que ens sembla fonamental, és que moltes vegades la majoria d'aquests llocs ja disposen d'algunes eines d'interpretació, però un aspecte que sovint s'oblida és la presència de diferents idiomes. Molts d'aquests espais disposen d'informació en la llengua local, però no en altres idiomes, deixant als visitants de fora al marge de totes aquestes informacions.

Per exemple, al santuari de Lourdes, centre internacional de pelegrinatge, la preocupació per les llengües és constant, de manera que les cerimònies es celebren en sis llengües, que també són utilitzades en els serveis (anglès, italià, espanyol, alemany, holandès i francès). La major part dels documents posats a disposició dels pelegrins d'altres cultures o nacionalitats són traduïts a la seva pròpia llengua, del xinès al polonès.

Un dels aspectes als que no fem referència són les accions de màrqueting i promoció, que entenem que és un pas més un cop l'estructura organitzativa i les tasques a realitzar estan ben definides, però si que volem apuntar la necessitat de que, en totes les accions que es facin i els materials promocionals que s'editin (fulletons i pàgines web especialment) hi hagi informació sobre la naturalesa del lloc, així com sobre els valors religiosos i culturals del lloc.

7.7.2.- Les visites guiades i el paper dels professionals

Segons Batalla (2002), el patrimoni religiós és l'expressió, no només de la història i les arrels de la població, sinó també de la concepció de la vida i el destí de l'home. No es pot oblidar que la finalitat del patrimoni de l'església catòlica és la d'honorar a Déu i procurar la santificació de tots els creients que celebren la seva fe amb les catedrals, monestirs i esglésies. No admiren pas les seves pedres o la decoració, sinó el sentit profund i l'expressió de la fe que representen.

> "Quan diem guia turístic ens ve al cap la imatge d'un personatge (a vegades estrafolari) amb un paraigües groc (o qualsevol altre objecte de colors cridaners) que alça per sobre del seu cap, i que al ritme de les paraules "segueixin-me!!" condueix a un grup de persones amb màquines de fotografiar cap a diversos recursos turístics. És un tòpic, com tants n'hi ha en turisme.
>
> El guia és més que això, el guia és un acompanyant, certament, però també és un comunicador, l'ambaixador d'una destinació turística, és part de la imatge i el record que els visitants s'emportaran a casa seva." (Aulet, 2009, 261)

El guia actua com a pont entre l'obra i el visitant. El paper del guia dins d'un monument o museu és proporcionar informació als visitants. Ha de ser capaç de col·locar el seu grup correctament en relació amb l'objecte, oferir explicacions conformes al nivell intel·lectual i als interessos del grup, i no sobrecarregar al visitant amb fets avorrits, incloure informació rellevant relacionada amb el lloc d'origen dels visitants quan sigui apropiada, etc.

Les visites guiades són un bona eina d'interpretació que permet explicar diversos factors i elements que trobem en l'espai sagrat, així com de l'entorn. Sovint la realització de visites es veu dificultada per la dimensió dels llocs, ja que moltes vegades es tracta d'espais petits o amb visitants insuficients per tenir els serveis d'un guia professional.

A l'hora de planificar les visites guiades, tal com apunta Picazo (1999), cal tenir en compte els següents factors:

- Característiques del client.
- Temps del que es disposa.
- Dia. El moment del dia, el dia de la setmana, els esdeveniments especials.
- Agents climàtics.
- Dinàmica del propi grup.

Aplicat als espais sagrats, això vol dir que a l'hora de planificar les visites caldrà pensar per a quin públic objectiu es fan, si per als devots, per als visitants, per la gent del lloc, per la gent de fora, etc. Això es tradueix en diferents propostes de visites guiades, amb diferents nivells de profunditat en les explicacions. També voldrà dir si cal pensar en l'opció d'oferir visites en diferents idiomes o si cal pensar en programes pedagògics dirigits a les escoles.

Tenir en compte aquests aspectes és fonamental, però no són els únics factors a tenir en compte. És important el temps del que es disposa, per determinar quina és la durada de la visita guiada. El temps està en funció del que es vulgui explicar i ensenyar del lloc, però també en funció de la disponibilitat horària dels nostres visitants. No és el mateix si venen amb grups organitzats, per exemple, en un circuit en el que visiten altres espais en el mateix dia, que si són grups que visiten un únic lloc.

Aquest factor està també directament relacionat amb el dia. Quan Picazo (1999) parla del dia fa referència al moment del dia en el que es fa la visita i també al dia de la setmana. Aquí hauríem de diferenciar entre les visites guiades a l'oferta i a la demanda. Les primeres són aquelles que es posen a disposició dels visitants amb un calendari fixat prèviament (dia i hora concreta) i que poden ser amb prèvia reserva o no. Les segones són aquelles que es fan a petició dels visitants, i per tant, en el dia i hora que ells ho sol·liciten, si és possible.

En el cas de les visites guiades a l'oferta és importat marcar un calendari amb les visites guiades proposades a cada lloc, els dies i les hores. Es poden organitzar diferents tipologies de visites, però d'entrada seria interessant que hi hagués una

visita guiada general, a partir d'aquí es podrien proposar, i sempre d'acord amb les característiques del lloc, visites tematizades. És important tenir en compte el dia, que sigui el dia que millor vagi als visitants (diumenges, dissabtes, períodes de vacances). L'horari ha d'estar en funció de l'horari de culte de cada lloc. És important aprofitar els dies que hi ha culte perquè són els dies on la presència de visitants sol ser més nombrosa, per tant, abans o després serien moments òptims.

Els darrers factors que Picazo proposa tenir en compte són els agents climàtics i la dinàmica del propi grup, i són aspectes que poden afectar més al desenvolupament de la visita guiada que no pas a la seva organització. Si les visites es realitzen a l'exterior, cal preveure alternatives en cas de mal temps, per exemple. I cal tenir en compte les hores de sol per tal de determinar l'horari de les visites. També hem de tenir en compte si el grup es coneix prèviament o no, perquè la dinàmica a l'hora de guiar i dinamitzar el grup serà diferent, però aquesta és una tasca que un guia professional ha de dominar.

Els guies han de ser professionals i han d'estar formats. En els espais sagrats, degut a la gran diversitat d'espais que hi ha, podem trobar moltes formules diferents. Els guies poden anar des dels propis responsables dels espais sagrats fins a voluntaris, passant per personal contractat i professionals lliures que acompanyen grups.

En el primer cas, les explicacions estan supervisades pels responsables del lloc, garantint que s'explicarà la naturalesa sagrada de l'espai, la seva significació, etc. Per contra, moltes vegades, tot i ser persones amb un gran coneixement del lloc, manquen de formació turística específica en l'àmbit del guiatge.

I a l'inversa, moltes vegades els guies professionals tenen una llarga experiència en el guiatge, amplis coneixements sobre la regió, però els manca formació específica sobre els espais sagrats, els aspectes vinculats amb la religió, el simbolisme d'aquests espais, etc.

Evidentment aquests aspectes dependran també de la normativa específica en quant a guiatge de cada país, o bé de cada comunitat autònoma en el cas espanyol.

En el cas de Catalunya no existeix una formació específica pels guies, i menys en la temàtica religiosa. Segons el decret 5/1998, de 7 de gener sobre l'activitat de guia de turisme de la Generalitat de Catalunya, un dels requisits per accedir a les proves

per a l'obtenció de l'acreditació de guies de Catalunya, entre altres, és tenir titulació superior de turisme a nivell de diplomatura (ara també grau), o una llicenciatura universitària o haver aprovat el cicle superior de formació professional en l'especialitat d'informació i comercialització turístiques.

El guia ha de tenir una part d'auto formació important, ja que els continguts que pot rebre en les diferents titulacions universitàries són incomplets. Molts dels guies i professionals, tot i tenir formació acadèmica, no tenen coneixements específics sobre l'art sagrat, la religió, els espais sagrats i la seva simbologia de manera que no sempre poden dur a terme una visita guiada aprofundida. És importat que els guies tinguin una formació adequada, de manera que no deformin la imatge de l'església, dels objectes i les imatges. Cal anar més enllà de l'explicació històrica i artística, cal incloure-hi l'expressió i la cultura religiosa que representen les peces d'art, ja que en l'art sagrat totes aquests obres artístiques tenen un sentit i un significat.

Hi ha un interès creixent per part del col·lectiu de guies en cursos de formació continuada especialitzats. En són proves la gran afluència experimentada en els cursets dedicats a la difusió de coneixements essencials del Cristianisme i de l'art i del patrimoni cristià en iniciatives com els Cursos de Formació Continuada per a guies turístics (novembre 2007) o el Curs per a Guies Turístics "Com ensenyar el patrimoni de l'Església?" (novembre 2006). L'any 2011 es van a organitzar a Montserrat les II Jornades Universitàries de Turisme Religiós que van tractar el tema de la simbologia religiosa i van tenir al voltant dels 100 inscrits.

També existeix la possibilitat que siguin associacions o agrupacions culturals les que s'encarreguin de les visites. El grup Ars et Fides té com a objectiu ajudar al visitant a recollir el significat profund d'un edifici religiós, i això en totes les dimensions que representa: no només la històrica o l'artística sinó també la religiosa. El monument esdevé pel visitant el primer testimoni d'una església viva.

Una altra proposta, que feia Gaspar Espuña en la trobada de la Pastoral de Turisme del Bisbat de Girona, feia referència al voluntariat. Camarero i Garrido (2004) afirmen que els museus solen disposar de voluntaris, persones que realitzen contribucions de forma gratuïta per millorar l'atenció i el servei al públic; també els espais sagrats podrien disposar de grups de voluntaris, que en aquest cas

poden realitzar aquestes tasques d'informadors i, amb l'adequada formació, també fer-se càrrec de les visites guiades. També es poden ocupar de l'obertura i vigilància de l'església en els casos en que les ermites estiguin tancades. Aquests voluntaris tenen un grau de contacte amb el públic important, per tant, han d'estar informats dels plans, activitats o esdeveniments que es facin.

En general, en qualsevol destinació, la figura del guia és molt important i no es pot menystenir. Cal una valorització de la figura del guia turístic, així com una professionalització i especialització en l'àmbit dels espais sagrats.

7.6.- L'experiència del visitant i l'esperit del lloc

En aquest capítol farem referència a un aspecte que ha anat sorgint en diverses ocasions al llarg del treball, l'experiència del visitant. Molt relacionat amb l'experiència del visitant hi ha un altre aspecte important, que és el concepte d'acolliment.

Tal com apunta Olsen,

> "És sorprenent que amb l'excepció de Shackley (1996, 1998, 1999, 2001,2002, 2003) i l'ajuda d'altres (O'Guinn i Belk, 1989; Hobbs, 1992; Jackson i Hudman, 1994; Langley, 1999; Bremer, 2001, 2004; McGettigan i Burns, 2001; Olsen i Timothy, 2002; Digance, 2003), molts pocs investigadors han examinat els complexos aspectes de la gestió en els llocs importants on el turisme i la religió coincideixen. Probablement, això és degut a que els llocs patrimonials religiosos, les cerimònies, els festivals, i els paisatges, tradicionalment es consideren part del producte de patrimoni cultural de la destinació i es centren en els aspectes de la gestió i planificació del patrimoni cultural en general (Shaw i Jones, 1997; Graham et al. 2000)." (Olsen, 2006, 105)

Per això ens sembla important dedicar un capítol específic a aquest punt. Una paraula clau en els espais sagrats és "acollida". L'acolliment ha d'estar present en l'espai i en tots els seus serveis.

L'home i la dona d'avui volen ser escoltats i desitgen respostes adients als seus problemes reals. Els espais sagrats, a més de llocs de pregària, han de ser llocs d'acollida, de diàleg i de reconciliació. En general, en la literatura de serveis, es sol posar molt èmfasi en el fet que el producte turístic és intangible. Moltes vegades el que realment compta, el que determina si el client torna o no, és, no tant les infraestructures del lloc, sinó l'amabilitat del personal.

> "Les formes de turisme unides a allò religiós representen, des del punt de vista del turista, una recerca d'allò autèntic i una experiència del sagrat. Es tracta, per tant, d'un turisme de connotacions espirituals que permetrien pal·liar la fugacitat i la falta de sentit aparent de la vida quotidiana." (Gil de Arriba, 2006, 78)

Justament per aquest motiu l'experiència que el visitant obtingui de la visita és fonamental. Una paraula que s'utilitza sovint en aquest context és la d'acolliment. En general, les principals barreres a l'acolliment són (Batalla, 1994):

- Les esglésies estan sovint tancades per por de robatoris o malvestats.
- Molt vinculat, la falta de capellà custodi i/o ermitans dificulta enormement l'acolliment dels visitants.
- Les esglésies són sovint l'únic contacte amb l'Església per tant la seva imatge és molt important, cal netejar-les i arranjar-les, però també treballar per mostrar una comunitat més viva.
- Molts visitants no tenen coneixements religiosos, per tant cal donar-los les eines per entendre el que veuen.
- Les esglésies també són llocs culturals a partir dels quals s'ha d'encoratjar el respecte a aquests valors.

Quan parlem d'acolliment es sol diferenciar entre les infraestructures i els recursos humans (personal d'acollida o acolliment personal). Tal com ens explica Mn. Carreras (1995, 16) acolliment és:

Infraestructura + Manteniment + Informació = Acolliment

Les infraestructures són el nivell bàsic de l'acolliment, els aspectes materials i superficials. La paraula infraestructura indica el conjunt d'elements de base que fan possible, o faciliten, el funcionament d'un sistema. Els espais sagrats han de ser acollidors en ells mateixos, sigui quina sigui la seva història, estil, riquesa artística, senzillesa, entorn geogràfic, etc. Cadascun ha d'afirmar la seva pròpia originalitat, personalitat i funció. L'equilibri entre la senzillesa i una certa comoditat no és fàcil. A això cal afegir-hi un altre aspecte, tant o més important, com és l'acolliment personal. Cal distingir entre dos mots molt diferents: rebre i acollir. Acollir és més fort i alhora més càlid que rebre, perquè suposa una activitat personal interior; una actitud acollidora convida, manifesta activament un desig de compartir, mentre que rebre pot ser passiu o interessat. Rebre pot no comportar cap compromís, mentre que acollir suposa sempre una exigència.

Per això, per exemple, i tal com diu Cheli (1995), és important que en la celebració eucarística s'adoptin aquells mitjans que facin possible la participació de tots, turistes i residents, amb el principi fonamental de preservar el caràcter propi de la celebració: introduir llengües pròpies dels turistes sense obstaculitzar la participació de la comunitat local; distribuir fulles impreses amb les lectures o disposar un temps d'introducció, abans de la celebració, que permeti als turistes prendre part de forma plena.

L'acollida proporcionada en llocs de valor artístic o històric no pot limitar-se a una acurada informació històrica o artística, sinó que ha de posar de manifest la seva identitat i finalitat religiosa; intentant no pertorbar el normal desenvolupament de les celebracions religioses i programant les visites dels turistes d'acord amb les exigències del culte.

Tot això condicionarà l'experiència dels visitants. La naturalesa de l'experiència que ofereix un lloc sagrat als seus visitants és altament complexa, sobretot perquè és intangible i inclou elements com la nostàlgia, la proximitat a Déu, l'atmosfera, el mèrit espiritual de la visita, elements que no tenen un valor econòmic. Els elements que composen l'experiència del visitant al llocs sagrat són (Shackley, 2001, 20):

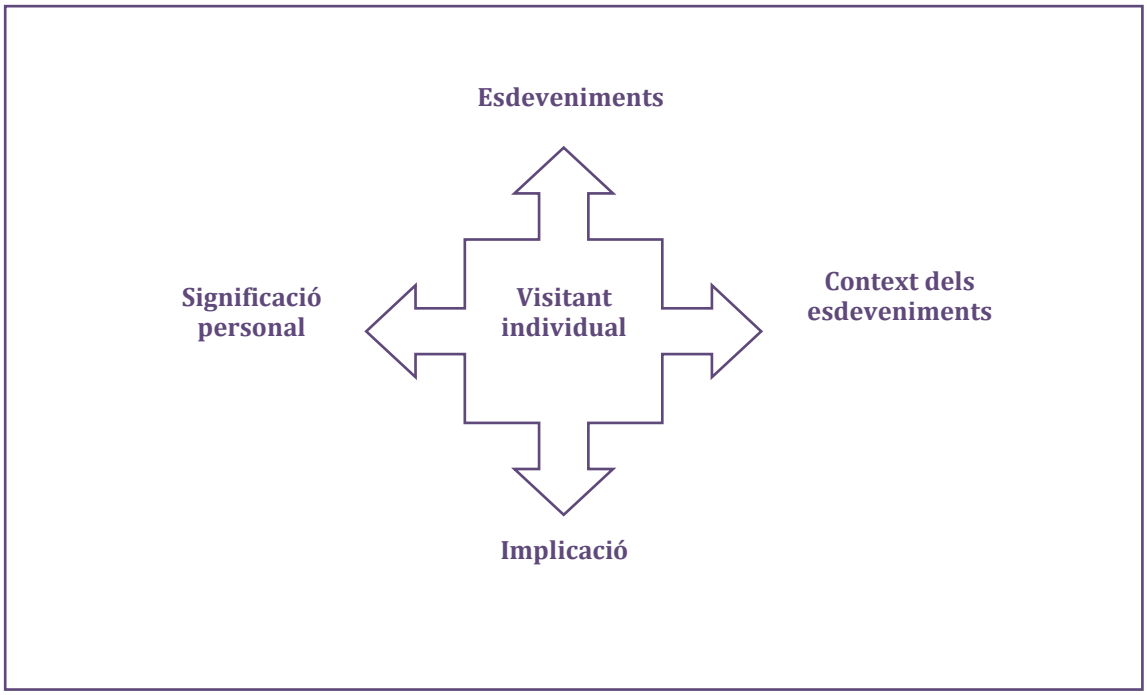
- el viatge per arribar al lloc;
- les característiques i atmosfera del lloc;
- la influència del personal i la gestió;
- els serveis als visitants;
- que tinguin lloc festivals, esdeveniments especials, etc.

El visitant arriba al lloc amb unes expectatives generades prèviament. L'experiència es veurà modificada pels serveis que pugui rebre com interpretació, transport, aparcament, allotjament, restauració, guiatge, botigues de records i per l'actitud del personal, ja que aquest també és percebut com a part de l'experiència i la seva importància recau en la interacció amb el visitant.

El canvi i la distància cultural condicionen molts aspectes de l'experiència: vestits, llums, encens, colors, olors, ciris, cerimònies, música... afegeixen valor a l'experiència. No és el mateix una cerimònia litúrgica del dia de l'aplec per un

català francès, que per un ortodox alemany o bé per un japonès. L'experiència és diferent per cada un perquè intervenen també prejudicis, valors, actituds, expectatives...

Gràfic 12: Experiència patrimonial del lloc



Font: Sigala, 2005, 178

D'acord amb Sigala (2005) l'experiència del visitant (gràfic 12) depèn de la significació personal que aquests espais tinguin (condicionada també per les imatges prèvies que s'hagin format del lloc) així com dels esdeveniments que hi tenen lloc i de com es desenvolupin aquests esdeveniments.

Molts llocs sagrats tenen una alta freqüència de repetició si l'experiència percebuda és de qualitat. El mateix visitant, però, tindrà reticències a tornar si la naturalesa de l'experiència no ha estat del tot positiva (sobre freqüentació, pagament d'entrada, falta d'acolliment, falta de neteja...).

La satisfacció és una resposta emocional holística a una situació que respon a les expectatives. Conèixer el que esperen els visitants és el tret més important però hi ha una manca de dades en aquest àmbit.

> "Els pelegrins religiosos i seculars sovint comparteixen la característica de buscar una experiència mística o màgica. Aquestes experiències es descriuen de diferents maneres: com a transformacions, il·luminacions, esdeveniments que canvien la vida, i esdeveniments que canvien la consciència. Les paraules semblen inadequades per descriure aquestes experiències, que no es poden vincular a la raó." (Collins-Kreiner, 2010, 445)

Ja hem vist que els visitants dels llocs sagrats es poden dividir entre els que la motivació principal és la religiosa i els que la motivació és el turisme (de diversa índole, patrimonial, monumental, cultural). Tant en un cas com en l'altre, però, la primera motivació de la visita se centra en l'experiència del visitant i com en el lloc convergeix el missatge espiritual, l'esperit del lloc.

Juntament amb el concepte d'acolliment, un altre concepte fonamental és el de l'esperit del lloc, que menciona Shackley (2001). La visita a un lloc sagrat significa trobar-se amb allò numinós, un dels reptes de la gestió és mantenir aquest sentit, aquest esperit, malgrat l'afluència de visitants. Consisteix en tenir una experiència en un espai que els fa sentir insignificants, emocionats i implicats en "l'esperit del lloc" en l'atmosfera que ofereix l'oportunitat de tenir una experiència fora de les seves vides normals. Com més baix és el nombre de visitants més fàcil és la gestió de l'impacte dels visitants, mantenir "l'esperit del lloc" i garantir la qualitat espiritual. Per això el control de visitants és un element molt important en aquells llocs sagrats que acullen grans volums de visitants.

Un altre concepte que afecta a l'experiència és el de l'autenticitat. Molts visitants a Israel hi van esperant més autenticitat, esperant trobar l'esperit del lloc inalterat des dels temps bíblics i molts queden decebuts.

> "La recerca d'autenticitat ha estat un dels temes claus de la literatura acadèmica en turisme. MacCannell (1973), que va iniciar el debat, posa èmfasi en el paper central que els assentaments turístics juguen en la recerca d'autenticitat. Va notar que el desig dels pelegrins d'estar en un lloc associat a significats religiosos era comparable a l'atracció dels turistes a llocs amb significats socials, històrics o culturals." (Belhassen, Caton i Steward, 2008, 668)

Els llocs sagrats, com a espais patrimonials molt vinculats a la identitat cultural de la comunitat local són espais que poden oferir una experiència autèntica. El concepte d'identitat cultural apunta cap a un sistema de representació de les relacions entre els individus i el seu territori. En el nucli central de la identitat

cultural apareixen la tradició oral (llengua, llengua sagrada, narracions, cançons), la religió (mites i rituals col·lectius, del qual en són exemple les peregrinacions) i comportaments col·lectius formalitzats.

És en les celebracions com aplecs, litúrgia, pelegrinatges i esdeveniments especials on els visitants poden percebre la identitat de la comunitat que visiten, però cal anar amb compte perquè és una arma de doble fil. La presència de visitants pot alterar l'atmosfera de la celebració.

En moltes regions els turistes només poden veure les "regions frontals" de les destinacions i els espais especialment preparats per ells (MacCannell, 2003) però hi ha festivals que no es fan només pels turistes oferint la possibilitat de veure l'espai de darrera on tenen lloc les vides reals.

Els passos que afecten a l'experiència són:

En primer lloc, hi ha el procés de decisió. En la mesura en la que és deliberat, no impulsiu, el procés de decisió inclou les cinc etapes següents: aparició de la necessitat, recopilació d'informació, avaluació de la decisió, execució de la decisió i valoració i acció després de la decisió (Camarero i Garrido, 2004).

En el moment en que apareix la necessitat, seria interessant conèixer quins són els desigs o les expectatives del visitant.

En el segon procés, el de recerca d'informació és important conèixer les fonts d'informació del visitant i saber si ha realitzat o no algun tipus de preparació cultural i/o religiosa pel viatge, ja que l'experiència que rebrà estarà en gran part influenciada per la informació que hagi recollit abans. Com a resultat de la informació recopilada, el visitant té una imatge més clara de les eleccions que té, i acaba escollint una destinació, o un monument, o un santuari...

Un cop el visitant o turista es posa en marxa, seria important saber com es desenvolupa el seu viatge, sobretot quan parlem de les visites a espais sagrats, on el pelegrinatge és un element important, i a vegades els visitants poden incloure rituals en el desplaçament cap al lloc de destí. Tots aquests elements condicionen l'experiència que tindrà el visitant en el lloc sagrat.

La visita, com hem vist, es veu afectada per les preconcepcions i el viatge. En el retorn a casa, el visitant acumula les principals característiques de l'experiència viscuda, i les recorda en forma de fotografies, records que hagi adquirit al lloc, etc.

Les memòries intangibles poden ser molt significatives i inclouen els beneficis espirituals percebuts, el sentiment actual i altres aspectes del desenvolupament personal. El principal benefici del visitant dels llocs sagrats és intangible i subjectiu, incloent l'atmosfera i l'experiència espiritual.

8.- El turisme religiós en el marc contemporani

En els capítols anteriors d'aquest bloc hem vist com es relacionen els espais sagrats amb el turisme i quines tipologies turístiques es poden donar en aquests espais. També s'ha constatat que el turisme religiós, tot i ser un fenomen que es remunta temps enrere en la història, és un fenomen que manté la seva actualitat. En aquest capítol volem fer un breu repàs del volum que representa avui en dia el turisme religiós, sense ànims de ser exhaustius i tenint en compte la manca de dades que hi ha al respecte.

Com ja s'ha apuntat anteriorment, els pelegrinatges són una forma de desplaçament present des dels inicis de la humanitat, assolint gran importància sobretot a l'Edat Mitjana. Els pelegrinatges són presents en totes les tradicions religioses, islam, judaisme, budisme, cristianisme...

És evident que els desplaçaments per motius religiosos també es van veure afectats pel boom turístic dels anys 60. Els canvis socials i tecnològics que van facilitar l'aparició del turisme de masses també van facilitar el desenvolupament dels viatges en general.

El boom turístic i l'augment dels desplaçaments també repercuteix en el turisme religiós. Des de finals dels 70 s'ha constatat un clar creixement a nivell de molts llocs de culte, essent aquesta afirmació avalada pel desenvolupament dels santuaris i la seva àrea d'influència. Creixents quantitats de turistes es comporten com pelegrins quan visiten diversos espais sagrats senyalats a les seves guies de viatge. La idiosincràsia dels pelegrins també es modifica: els joves comencen a freqüentar cada cop més aquests espais, en són exemples els camins de Chartres, Compostela o Czestochowa.

> "Alguns autors (Morinis, 1983; Poutet, 1999-2000) consideren que durant el segle XIX i la primera meitat del XX es va produir una crisis dels llocs cristians de pelegrinatge, però malgrat tot entre el 1950 i el 1970 es constata un nou període de creixement, associat a la freqüentació d'alguns grans

> santuaris europeus com el propi Vaticà i altres centre de pelegrinatge marià com Lourdes, Czestochova i Fàtima; i hispanoamericans com Guadalupe i Lujan a Mèxic i Argentina respectivament. de fet, en les últimes dècades, un desenvolupament ràpid d'aquests centres de pelegrinatge catòlic ha tingut lloc durant el pontificat de Joan Pau II." (Gil de Arriba, 2006, 81)

El turisme religiós és més que només els pelegrinatges i Cohen (1998) remarca, per exemple, que molta de la gent que visita Israel no només visita els llocs sagrats sinó també l'atmosfera jueva. També remarca que les visites a les catedrals més famoses del cristianisme no són pelegrinatges però segurament es podrien considerar com a turisme religiós. És interessant remarcar que l'atracció més visitada d'Europa és Notre Dame de París, amb 12 milions de visitants anuals. Unes altres sis capelles (Mont Saint-Michel, Sagrat Cor, les catedrals de Rheims, Chartres, Vezelay i la Sainte Chapelle) estan entre els 20 llocs més visitats a França (Bywater, 1994). Sant Pere, i altres esglésies de Roma, i Sant Pau i, altres esglésies de Londres, també s'haurien de considerar en aquest context (Maureen Griffihs, 2003). Un dels principals aeroports de França és a Lourdes, que és la segona ciutat hotelera de França després de París.

Per poder explicar millor els moviments dels creients seria necessari recórrer a estudis específics, quasi inexistents, amb grans dificultats per separar el turisme religiós d'altres segments del turisme, tal com hem vist anteriorment. El que proposem és fer una pinzellada dels principals destins i d'algunes de les xifres de les que es disposen per tal de fer-nos una idea de la magnitud i la vigència actual d'aquest fenomen turístic. Per això ho farem a tres escales, internacional, nacional i local.

8.1.- El turisme religiós al món

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 220-250 milions de persones, dels quals, aproximadament 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 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. La OMT estima entre 300 i 330 milions els nombre de persones que visiten els principals llocs del pelegrinatge del 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 i Fàtima, 4 milions i mig.

> "El turisme religiós s'internacionalitza, passant d'un turisme en gran part nacional a un turisme en el que convergeixen diferents nacionalitats i fins i tot en alguns destins diferents espiritualitats i religions. El desenvolupament espectacular dels destins de turisme religiós durant els últims trenta anys ha permès que els pelegrinatges recuperin la notorietat passada, que les trobades religioses reuneixin a desenes de milions de persones i que les rutes de pelegrinatges i els itineraris religiosos recuperin el seu paper d'unió entre els pobles i les nacions." (Lanquar, 2007, 1)

S'han fet estimacions del turisme religiós i espiritual per part de la OMT que el situen al voltant del 20% del turisme mundial com a motiu del viatge, ja sigui turisme internacional i nacional, excloent les excursions. Lanquar (2007), i d'acord amb la OMT, apunta que és un fenomen internacional i amb perspectives de creixement en tots els països,

> "El turisme religiós s'internacionalitza i es modernitza. La seva base demogràfica és considerable i es desenvolupa remarcablement, sobretot en els països en vies de desenvolupament on, a partir del moment en que els seus ingressos ho permeten, les classes superiors i mitjanes viatgen. Això és cert per Índia i Xina, però també per Àfrica, Àsia i Amèrica del Sud. [...]

> Una enquesta del novembre del 2007 de la Travel Industry Association mostra, per exemple, que el 25% dels americans voldrien participar en vacances espirituals (recessos religiosos o pelegrinatges, estades d'espiritualitat, etc.). Segons les conclusions d'aquesta enquesta, això significaria que 70 milions d'americans voldrien passar les seves vacances en un programa que posés l'accent en la fe. L'octubre de 2006, a Xipre, la Conferència Internacional sobre el turisme religiós (Icoret) va iniciar l'anàlisi del volum d'aquest segment de mercat. Alguns observadors avancen que, a Europa, 225 milions de persones haurien participat el 2005 en un viatge o una excursió de tipus religiós." (Lanquar, 2007, 20)

Per al cristianisme, si hi ha un destí per antonomàsia en turisme religiós, aquest és, sense cap dubte, Terra Santa; que no es pot limitar a Israel i Jordània; també cal tenir present Egipte i Turquia com a Terra Santa, recordem l'Èxode (el llarg viatge d'Abraham per Egipte en busca de la terra promesa) o la ruta de Sant Pau per Turquia.

Segons un estudi de Kaplan i Bar-on (1988) fet a petició del Ministeri de Turisme d'Israel es constata que de les arribades a l'aeroport de Jerusalem el 55% dels viatgers eren catòlics i el 40% apunten la seva persona com a pelegrí a Terra Santa, és a dir, prop d'un quart del total dels visitants tenen com a motivació el pelegrinatge. Cal sumar-hi 540.000 jueus i 40.000 musulmans, també molts en pelegrinatge; recordem que la ciutat de Jerusalem és ciutat santa no només pel cristianisme, sinó també pel judaisme i l'islam.

Roma i el Vaticà continuen convocant la major quantitat de pelegrins, cinc milions. El Vaticà és visita obligada pels valors artístics que acull però és, sobre tot, un lloc espiritual pels catòlics per ser la seu del Papa i per la multiplicitat de trobades religioses que la plaça de Sant Pere concentra. Altres punts importants a Itàlia són Loretto i Santa Catalina de Siena, Sant Antoni de Pàdua i Sant Francesc d'Assís. Al voltant de 1500 santuaris reben una mitjana de deu mil viatgers cada un, essent la freqüentació total a la península itàlica superior als quinze milions de pelegrins a l'any.

El Sant Sudari feia 10 anys que no s'havia exposat al públic; i va ser exposada a la catedral de Torí entre el 10 d'abril i el 23 de maig del 2010. El nombre de visitants va superar, en aquest breu període de temps, els dos milions.

Juntament amb aquests punts de pelegrinatge, trobem altres llocs destacables com Czestochowa (a Polònia), Fàtima (Portugal), Lourdes o la comunitat de Taizé (França). A França cal destacar, també, l'existència de la xarxa "Villes sanctuaries de France", una associació que reuneix les oficines de turisme i els santuaris d'un grup de ciutats amb l'objectiu comú de "millorar l'acolliment del visitant, turista o pelegrí, a la recerca de l'espiritualitat del lloc que descobreix o per aprofundir sobre el coneixement de l'entorn turístic i religiós del santuari". (www.villessanctuaries.com). Aquesta associació vol posar a disposició dels possibles visitants les eines necessàries per facilitar l'organització de la visita i l'estada a les diferents ciutats membres de l'associació, que són Ars, Chartres, la Salette, el Mont Saint Michel, le Puy en Veley, Lisieux, Lourdes, Notre Dame du Laus – Gap, Nevers, Paray le Monial, Pontmain, Rocamadour, Sainte Anne d'Auray i Vezelay.

Però Europa no és l'únic destí dels pelegrinatges cristians. A l'Àfrica, per exemple, després de la mort del pare Foucauld, les seves ermites al Sàhara i la seva tomba a El Golea – on van ser enviades les seves despulles el 1929 – són l'objectiu de grups de pelegrins. A Estats Units es calcula que prop d'uns deu milions de pelegrins acudeixen regularment a diferents santuaris arreu de la geografia del país. Per la seva banda, al Canadà, el santuari de Santa Anna de Beaupré rep més d'un milió de visitants i la basílica de Sant Josep de Mont-Royal (Montreal) en rep més de dos milions. Però dels santuaris americans, el que rep més visitants és la basílica de Nostra Senyora de Guadalupe, a Mèxic, que acull tretze milions de pelegrins cada any.

El pelegrinatge també és un fenomen present en la religió islàmica. Quan Mahoma funda l'Islam ja imposa als seus devots la necessitat de pelegrinar a diverses ciutats santes: Medina, Jerusalem i altres, però en especial a la Meca, transformada en la capital espiritual del món àrab. Molt abans de l'Hègira, els musulmans ja anaven en pelegrinatge a la Meca, a la misteriosa Kaaba, tosc altar de pedra negra, la fundació del qual s'atribueix tradicionalment a Abraham.

> "El concepte islàmic de turisme posa l'accent en l'objectiu sagrat de sotmetre's als camins del Senyor. [...] Els musulmans són animats a viatjar arreu de la terra per apreciar la grandesa de Déu a través de l'observació dels

> "signes" de bellesa i bondat de la Seva creació, que es poden veure a tot arreu, tant en el reialme de passat com del present." (Din, Kadir; 1989, 551-552)

El pelegrinatge en l'Islam és especialment important, ja que un dels pilars de la fe d'aquesta religió comporta l'obligació de tot musulmà de realitzar, almenys una vegada a la vida, el pelegrinatge a la Meca (o *Hajj*). El *Hajj* és un acte d'adoració igual que el *Salat* (cinc oracions diàries) i que el *Saem* (dejuni durant el mes del Ramadà). Musulmans de tot el món es reuneixen a la Meca en l'últim mes del calendari musulmà en compliment d'aquesta obligació. Des de mitjans del segle XIX, el nombre de pelegrins a les ciutats santes de La Meca i Medina no para d'augmentar: 50.000 el 1850, 250.000 el 1925, 400.000 el 1960, 2.000.000 el 1985 i prop dels 3.000.000 el 2.000 (Peters, 1994).

A part de la Meca, hi ha altres àrees sagrades. Medina a Aràbia Saudita pertany a aquelles ciutats que es distingeixen per les seves mesquites, llocs d'enterrament, i escoles del korà. Els musulmans solen visitar la ciutat després d'haver realitzat el *Hajj*. Un altre destí sagrat important és el Noble Santuari de Jerusalem per visitar la Mesquita Al-Aqsa (Cúpula de la Roca). Es creu que el profeta Mahoma va ser transportat a aquesta mesquita durant el Viatge Nocturn (Isra i Miraj) i després va ser portat al cel per ser mostrat a Déu. A més a més, hi ha encara una sèrie de llocs regionals i locals al cor islàmic d'Àfrica del Nord, el Pròxim Orient, i el sud-est d'Àsia que són també objectiu de viatges religiosos (Jackowski 1987; Lanczkowski 1982; Martin 1987; Roussel 1954, 1972).

També a l'Extrem Orient es donen les mateixes circumstàncies urbanes de ciutats que neixen i perviuen com a centres de pelegrinatge. Entre els pobles de l'Índia, des de fa quasi quinze segles abans de Crist, els desplaçaments religiosos s'associaven als rituals hindús. La ciutat santa és la formada al llarg del temps a conseqüència de determinats esdeveniments, organitzant l'estructura de la ciutat al voltant dels llocs sants visitats pels pelegrins. Això passa, per exemple, a Varanasi, a les ribes del Ganges. L'aigua ha exercit des de sempre en l'home del sud asiàtic una influència molt especial; d'aquí neix la veneració pels rius. Pelegrinar a les ribes dels cursos d'aigua garantirà als fidels la purificació, el perdó dels pecats i la salvació.

En l'Hinduisme el viatge religiosament motivat jugava un paper molt important des dels seus inicis. Rius i corrents d'aigua, especialment el Ganges, són en l'Hinduisme d'Àsia del Sud les destinacions de pelegrinatge més importants.

Alguns dels punts més importants de pelegrinatge són els quatre llocs de celebració del *Kumbhamela*. El *Kumbhamela* és un pelegrinatge que es realitza quatre vegades cada dotze anys i té lloc, rotativament, en els llocs sants de Prayag (nom hindú de Allahabad, a Uttar Pradesh), Haridwar (a Uttaranchal), Ujjain (a Madhaya Pradesh) i Nasik (a Maharashtra). Es diu que en aquests quatre llocs es van vessar accidentalment les gotes de l'elixir de la immortalitat (*amrti*) que era transportat en una gerra per l'au celestial Gaurda.

Cada cicle de dotze anys inclou una gran celebració a Prayag en la que participen diversos milions de persones, el que fa que probablement sigui el major pelegrinatge que es celebra en el món. Les estimacions consideren que en les tres setmanes de l'últim *Majá Kumbhamela* (celebrat el 2001) hi van acudir prop de 70 milions de persones.

A part de la celebració del *Kumbhamela* i els pelegrinatges als llocs vinculats amb aquesta festa, també hi ha els pelegrinatges al *Char Dham*. Literalment, *Char Dham* vol dir "les quatre llars" de déu, en les quatre direccions de la Índia: Puri a l'est; Rameshwaram, al sud; Dwarka, a l'oest, i Badrinath, al nord. Aquests punts van ser escollits pel filòsof Adi Shankara (s.VIII) com l'arquetipus de tots els pelegrinatges. El viatge consisteix a visitar tres llocs consagrats a Vishnu i un consagrat a Shiva.

El budisme accentua el significat del pelegrinatge i promet l'entrada directa dels pelegrins que moren a la Nirvana celestial. Els llocs de pelegrinatge estan associats predominantment a la vida de Buda, les seves activitats i llegendes.

Abans de la seva mort, Siddharta, a qui els seus fidels van anomenar Gautama (el "Buda", o "l'il·luminat"), va imposar als seus seguidors pelegrinatges als llocs sacralitzats pels esdeveniments de la seva vida: la ciutat natal (Lumbini), el lloc on va rebre la revelació (Bodh Gaya), la ciutat on s'inicia com a predicador (Sarnath) i el bosc proper a la ciutat de Kasia, on va morir el 483 aC (Kusinara o Kushingar).

El Lamaïsme, una forma especial de budisme practicat a Tibet, té el seu centre religiós a Lhasa. Els pelegrins del Tibet busquen llocs naturals com coves, fonts,

llacs, i muntanyes. Els viatges de pelegrinatge a aquests llocs són sovint associats als festivals especials celebrats cada 12 anys, als quals es reuneixen més de 10.000 pelegrins.

El pelegrinatge s'ha desenvolupat fortament al Japó en totes les seves religions practicades: Budisme, sintoisme, i nombroses noves religions (Lanczkowski 1982; Schijller 1984, 1986). L'hàbit de pelegrinar va arrelar amb tanta força al Japó, que no va decaure ni en èpoques de disturbis interiors i de guerres com durant els segles XV i XVI. Molts dels antics llocs de pelegrinatge, així com el circuit de pelegrinatge a 33 llocs sagrats, són no només objectiu de nombrosos pelegrins en l'actualitat, sinó que també s'han convertit en reclams importants pel turisme.

Així, tot i la manca de dades específiques sobre turisme religiós, ja que no es fan estudis de motivació en els llocs i no podem distingir turistes de pelegrins ni diferents tipus de turistes, si que podem observar que a grans trets els desplaçaments cap a espais sagrats es mantenen vius en la societat contemporània arreu del món i en les diferents tradicions religioses.

8.2. - El turisme religiós a Espanya

El document de perspectives del turisme pel 2020 (Plan de impulso 2020) apunta que el turisme religiós és un dels segments emergent a Espanya. L'any 2007, per invitació del govern d'Espanya, la OMT va celebrar la "Conferència Internacional sobre turisme, religions i diàleg entre cultures", demostrant l'interès creixent per aquest segment de mercat.

Des de temps ancestrals Espanya ha estat considerada com un país devot i amb gran tradició religiosa. Tres de les cinc principals ciutats Santes del món són espanyoles. Juntament amb Jerusalem i Roma es troben Santiago de Compostela, Caravaca de la Cruz i Santo Toribio de Liébana. Però a més d'aquests tres destins, al llarg de tota la geografia espanyola són innombrables els esdeveniments religiosos, com els passos de Setmana Santa, processons, ofrenes a un Sant, adoracions a la Verge, que atreuen milers de visitants a ciutats i pobles de tota Espanya. En general, tota Espanya compta amb una gran tradició i devoció religiosa que cada any provoca un gran moviment turístic a moltes comunitats autònomes, en diferents èpoques de l'any, afavorint així la desestacionalització i el diversificació de l'oferta.

En l'àmbit del turisme religiós, com en altres tipologies turístiques, hi ha una gran manca de dades.

> "Saber el nombre de turistes que arriben a Espanya, és relativament senzill, el 2010 Espanya va rebre 52,7 milions de turistes estrangers (IET, enquesta Frontur 2010) però afinar el nombre de turistes religiosos és una tasca quasi impossible." (Cànoves i Blanco, 2011, 121)

Es poden deduir dades a partir dels estudis realitzats per l'Institut d'Estudis Turístics (Frontur i Familitur) però en aquests no es recull ni la motivació ni el perfil específic del turisme religiós. Cal recórrer a dades de monuments i esdeveniments, però que no diferencien entre les diverses motivacions dels visitants.

El 2010, segons indica l'enquesta de Moviments Turístics dels Espanyols de l'Institut d'Estudis Turístics, els espanyols van realitzar un total de 162 milions de

viatges, el 91,6% dels quals van ser interiors i el 8,4% es van fer cap a l'exterior. D'aquest total no hi ha xifres específiques per la turisme religiós.

En la pregunta sobre les motivacions, la motivació religiosa es contempla de manera conjunta sota el nom "d'altres" juntament amb els viatges d'estudis i altres motivacions, situant-se en un 7,2% del totals dels viatges. El que si que sabem és que el 6,5% dels viatgers van participar en esdeveniments religiosos (opció que es contempla quan es pregunta per les activitats realitzades), representant una quantitat aproximada de 10,5 milions.

Per altra banda, una dada a destacar és que en el còmput de la despesa mitjana, el turisme religiós apareix com el segment de més despesa, amb 57,9€ diaris, seguit pel turisme de negocis, amb 54,8€ de despesa diària (Familitur, 2010).

Pel que fa a les arribades de visitants internacionals, el 2010 Espanya va rebre 93,7 milions de visitants internacionals. Com en el cas de les estadístiques dels visitants nacionals, no es recullen dades específiques de turisme religiós. Aquesta motivació es computa com a "altres" i representa, en aquest cas, un 2% del total (Frontur, 2010).

Val a dir que, com hem vist abans, moltes vegades les visites a espais sagrats i llocs religiosos es vinculen amb les motivacions culturals. Aquestes van representar una mica més de la meitat de les activitats realitzades pel turisme interior (55%) i uns 7,5 milions de visitants per al turisme internacional.

Cal destacar que l'any 2010 es van celebrar les Jornades Mundials de la Joventut a Madrid, amb més d'un milió de joves procedents de 139 països dels cinc continents, prop de 30.000 voluntaris, 800 bisbes i 14.000 sacerdots.

Val a dir, però, que malgrat la riquesa de recursos culturals i religiosos, Espanya no té una imatge consolidada en el sector turístic, tal com apunten Rubio i Estevan:

> "Malgrat aquesta riquesa aparent de turisme cultural, Espanya no té una forta imatge de destí de turisme cultural com França o Itàlia. D'acord amb Serra i Pujol (2002), aquest fet es pot atribuir a dos raons principals: la forta imatge de destinació de sol i platja i la no existència de productes patrimonials (tot i l'existència de recursos)." (Rubio Esteban; 2008, 423)

Per tant, si el turisme religiós és una de les línies en els que es vol treballar, cal major implicació de les entitats relacionades per tal d'articular una oferta que sigui

capaç de crear i posicionar una imatge global de destí de turisme religiós, més enllà de les imatges ja consolidades del Camino de Santiago i els esdeveniments religiosos de la Setmana Santa.

A Espanya trobem diverses agències especialitzades en la promoció dels destins i l'oferta de turisme religiós, entre les que es poden citar: Holy Places (proposa viatges i pelegrinatges catòlics a Espanya i Portugal), Integral Viajes (agència especialitzada en pelegrinatges pels llocs cristians d'Europa i Pròxim orient), Turismo Religioso (agencia que ofereix viatges religiosos pel món i també promociona el turisme religiós a través de la col·laboració amb els propis usuaris de la pàgina web, elaborant una recopilació de notícies sobre el tema).

Aquest darrer portal ofereix un servei de consultoria religiosa que consisteix en aportar coneixement i estratègies. Els serveis de consultoria també comprenen l'assessoria en projectes estratègics, estudis sobre la implementació de serveis o activitats en esdeveniments religiosos, anàlisis del funcionament del sector del turisme religiós, estudis del mercat, etc.

Indiscutiblement, el Camino de Santiago, és el producte estrella del turisme religiós a Espanya. Malgrat tot, hi ha altres destins, sobretot de turisme domèstic, que tenen més o menys rellevància segons l'àmbit devocional que abarquen i el ressò internacional que han aconseguit, tal com mostrem en la taula 9.

Taula 9: Principals destinacions de pelegrinatge a Espanya

Localitat	Nom	Mitjana de visitants
Andalusia	Setmana Santa andalusa Virgen del Rocío	 1,5 M (romeries)
Galícia	Santiago de Compostela	4 – 6 M
Huelva	Monestir de la Rábida Mesquita de Almonaster La Real (anualment s'hi celebra un congrés islàmic)	
Castella i Lleó	Rutes i itineraris relacionats amb el ric patrimoni arquitectònic de l'església (Via de la Plata, ruta del Preromànic, ruta del Romànic, ruta del Mudèjar, ruta de les Juderies, ruta de les Catedrals i ruta dels Monestirs) Festivitats religioses, destacant també la Setmana Santa (sobretot a Lleó, Salamanca, Valladolid i Zamora) Àvila, Centre d'Interpretació del Misticisme i ruta Teresiana	450.000 participants en activitats religioses
Madrid	Itineraris religiosos: ruta de Sant Isidre Festes de Sant Isidre (patró de la ciutat) Nombroses advocacions marianes en esglésies, convents i ermites, sobretot la catedral de l'Almudena i la Basílica d'Atotxa	34.000
Múrcia	Caravaca de la Cruz, cinquena ciutat santa del món	150.00
Astúries	Santuari de Covadonga	900.000
Cantabria	Santo Toribio de Liébana	1 M
País Basc	Producte: Ruta "tres temples, un viatge interior": Santuari de Loiola (Sant Ignasi) Santuari de Aranzazu Ermita de Nuestra Señora de la Antigua	 100.000
Navarra	Roncesvalles	56.000
Aragó	Santuari del Pilar Santuari de Torreciudad	7 M 400.000

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Hosteltur, Turespanya i Editur

Un dels elements a destacar són les festes i tradicions religioses, entre les que s'ha de posar especial èmfasi en les celebracions de Setmana Santa, moltes de les quals han rebut el reconeixement de festa d'interès turístic internacional. Hi ha moltes

altres festes religioses d'interès, com el Misteri d'Elx o la celebració del Corpus Christi a Toledo, també s'han de destacar les romeries anuals.

També podem veure que hi ha un ric patrimoni arquitectònic religiós. En primer lloc cal destacar les catedrals de les diòcesis espanyoles (León, Burgos, Palma, Sevilla, etc.) però també un nombrós conjunt d'esglésies, ermites i monestirs. També cal destacar el gran nombre de santuaris que trobem esquitxant la geografia espanyola i que són focus de mostres de devoció popular molt arrelades, com romeries i pelegrinatges.

Destacar, per la innovació que suposa en les propostes d'activitats, el Centre d'Interpretació del Misticisme d'Àvila (CIEM). El CIEM es crea el 1990 amb l'objectiu de crear un producte turístic-cultural diferenciat i únic a Europa i vinculat a un dels principals elements identitaris de la ciutat. El centre s'ofereix com un compendi de la mística universal i com una obra d'art de trets místics, ja que no només es va dissenyar el contingut sinó també el contenidor. A més, compta amb un actiu programa d'ensenyament, investigació, documentació i difusió de temàtiques relacionades amb el misticisme. Aquesta s'ofereix juntament amb l'itinerari espiritual de Santa Teresa.

De tots aquests productes, com hem dit abans, el que té més rellevància és el del Camino de Santiago i per aquest motiu li dediquem una especial atenció.

El Camino de Santiago

És cap a Santiago de Compostela on es dirigeixen les corrents més nombroses de pelegrins espanyols i estrangers. El Camino de Santiago s'ha erigit en un dels màxims representats contemporanis de les rutes de pelegrinatge. Diferents camins de pelegrinatge es reuneixen a Santiago de Compostela, tots ells plens d'obres d'art i creacions arquitectòniques. El patrimoni cultural al llarg d'aquestes rutes és immensament ric i representa el naixement de l'art romànic, l'esplendor i l'influencia dels monestirs i l'evolució cap a les catedrals gòtiques. El Camino passa a través de cinc Comunitats Autònomes i 166 ciutats i pobles, i inclou més de 1.800 edificis d'interès històric.

> "El camí de Santiago s'ha convertit en els últims anys en un dels productes turístics de més èxit en l'oferta no només gallega, per suposat, sinó també espanyola i fins i tot europea. Com marca de destí és perfectament identificable fins i tot entre amplis sectors de demanda com Estats Units o Austràlia. També el propi mot *camino* està essent incorporat com un neologisme en la llengua anglesa per designar precisament aquesta via de pelegrinatge que arriba fins a Santiago de Compostela." (Santos Solla, 2006, 136)

Tot i així, el sentit del pelegrinatge actual està molt imbuït del caràcter modern dels desplaçaments turístics; les motivacions per fer-lo transcendeixen l'àmbit del pelegrinatge i s'endinsen en un altre àmbit més ampli, en el que la introspecció personal, el turisme esportiu, l'aventura i el turisme cultural es donen la mà..

La tradició del pelegrinatge a Santiago no ha cessat amb els anys encara que la seva popularitat va decaure en els últims segles. Malgrat tot, des que va ser declarat el primer Itinerari Cultural Europeu pel Consell d'Europa el 1987, ha recuperat el rol espiritual que va desenvolupar a l'Edat Mitjana i cada any milers de pelegrins segueixen el seu recorregut a peu o en bicicleta.

Els Itineraris Culturals Europeus, avui gestionats per l'Institut d'Itineraris Culturals Europeus, responen a una triple finalitat, fer més visible la identitat cultural comuna europea; protegir i posar en valor el patrimoni cultural europeu i donar als ciutadans noves possibilitats d'expansió dins el temps d'oci a partir del turisme cultural i pràctiques afins.

Per itinerari cultural europeu s'entén el recorregut que cobreix un o més països o regions, i que s'organitza al voltant de temes d'interès històric, artístic o social, ja sigui en funció d'un traçat geogràfic de l'Itinerari, ja sigui en funció de la natura o de la importància del seu contingut i la seva significació. La qualificació d'un itinerari com europeu implica una significació i una dimensió cultural més que purament local. L'elecció del camí de Santiago de Compostela com a primer itinerari cultural tenia el mèrit de fer-se present en l'esperit de tots els europeus, de situar el recorregut cap a un objectiu final (el pelegrinatge) i de constituir un itinerari real i imaginari a la vegada.

Aquest itinerari serveix com a model de cooperació cultural en diversos àmbits ja que per a l'acompliment dels objectius fixats va ser necessària la implicació de

nombrosos i diversos agents. Per tal de revitalitzar aquest itinerari, el Consell d'Europa es va fixar els següents objectius:

- treballar amb especialistes de tot Europa per identificar les rutes i establir els mapes
- crear un emblema comú que permeti visualitzar el conjunt de camins sobre el territori europeu
- coordinar un conjunt d'accions que s'associen a col·laboradors públics i privats, en particular associacions, i arribar a la posada en escena d'una animació que respecti les diferents sensibilitats dels pelegrins i les expectatives dels turistes.
- adreçar-se particularment als joves que busquen noves formes de pràctiques culturals i d'oci facilitant també la seva inserció social i la presa de consciència de la seva identitat cultural.

En la mateixa línia, el 1993 la UNESCO el declara Itinerari Patrimoni de la Humanitat, d'acord amb els criteris II, IV i VI; és a dir, posant en valor que és el testimoni d'un intercanvi d'influències considerable dins d'una àrea cultural del món; que és un exemple excepcional d'un paisatge que il·lustra una etapa important en la història humana i que estar directament relacionat amb esdeveniments i tradicions vives de significat universal.

Santos (2006) afirma que la primera afluència massiva de l'època contemporània va ser l'any 1965, estimant-se uns 2,5 milions de visitants a la ciutat de Santiago, però és el 1989 el que es pot considerar com l'inici del boom turístic de la ciutat.

És difícil fer un seguiment del nombre de turistes. L'INE parla en els últims anys d'un total de 400.000 viatgers i unes 900.000 pernoctacions, valors que l'Any Sant 2004 van ser de 600.000 viatgers i 1,3 milions de pernoctacions. Un estudi realitzat pel Pla de Marketing Estratègic de Turisme revela que en un any normal arriben a Compostela uns 1,3 milions de turistes i 3 milions d'excursionistes (Santos, 2006).

Segons Chias (2003) hi ha una gran coincidència entre les opinions dels professionals del sector turístic (enquestes a agències i tour operadors especialitzats en turisme cultural realitzades el 2000) i el comportament dels

turistes actuals (estudi de la demanda actual del turisme cultural, 2001). Considerant els dos estudis es pot establir que els productes estrella de l'oferta turística cultural d'Espanya són 5 ciutats, 1 regió i 2 temes. Les ciutats són Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Còrdova; la regió és Andalusia i els dos temes són el Camino de Santiago i el Guggenheim (Bilbao). Conceptualment, el Camino de Santiago, al costat de Madrid, Andalusia i Barcelona, és un dels productes estrella.

Segons l'estudi de Huéscar, Goy, Bote i Sánchez (2003) sobre els productes turístics culturals el Camí de Santiago ocupa el tercer lloc en els paquets turístics que s'ofereixen en el mercat europeu i el primer lloc del mercat espanyol.

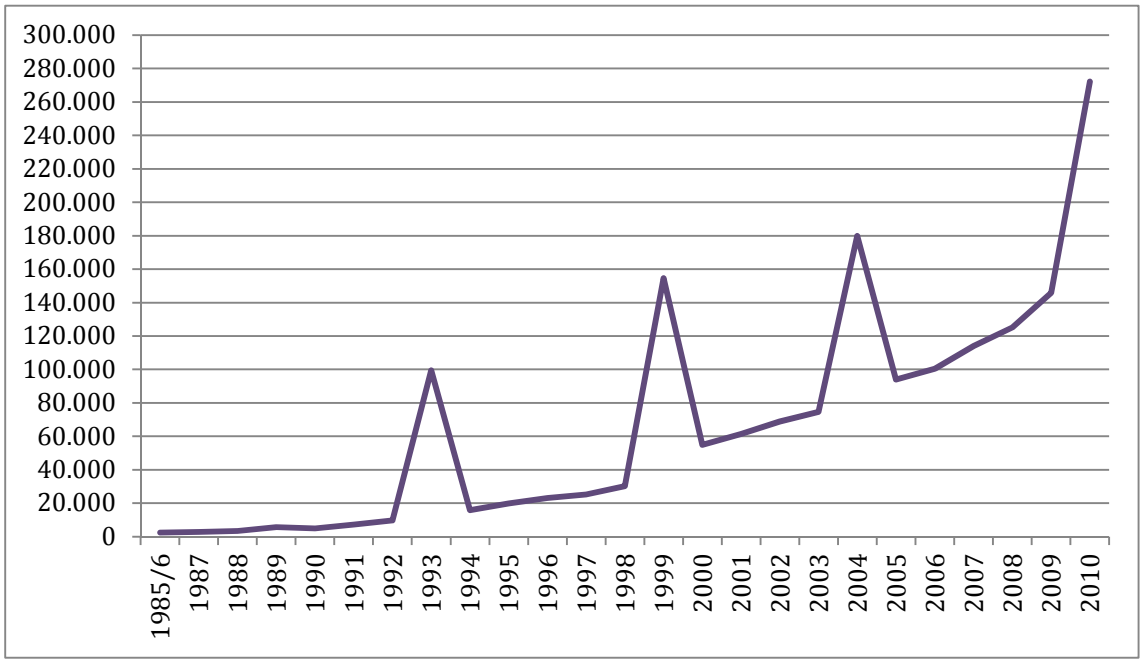
Els anys sants actuen com autèntics catalitzadors no només per l'atracció de visitants sinó també pel creixement i desenvolupament del sector. Així, l'any sant 1993 representa la posada en escena del turisme gallec i el Camino de Santiago es converteix en el producte estrella, milloren notablement les diferents rutes, s'obren albergs, s'inauguren cases de turisme rural, es fan hotels i tot s'acompanya d'una forta campanya publicitària.

Si ja és difícil saber el nombre de turistes de Santiago, més difícil encara és saber quin és el percentatge de pelegrins. El seu nombre s'ha multiplicat de manera constant al llarg de tot el període però continua essent petita en relació al global de turistes. Les úniques dades sobre els pelegrins són les que es recullen en el Registre de l'Oficina d'Acollida de Pelegrins (Oficina de Sociologia de l'Arquebisbat de Santiago de Compostela).

A aquests efectes es considera pelegrí la persona que, seguint qualsevol de les rutes tradicionals, camina almenys 100 km. (200 si és a cavall o en bicicleta) mantenint el sentit cristià. Aquí caldria afegir-hi que sol·licita la credencial de pelegrí per anar segellant les diverses etapes al llarg de l'itinerari i sol·licitar el Certificat Compostel·là al finalitzar el pelegrinatge.

En el gràfic 13 podem veure com ha estat l'evolució del nombre de pelegrins en els darrers anys. L'elevada quantitat de pelegrins dels anys 1993, 1999 i 2004, tal com s'ha mencionat abans, és perquè van ser Anys Sants. Excloent aquests anys en que el nombre de pelegrins augmenta de manera espectacular, es pot constatar la tendència constant a l'alça del pelegrinatge.

Gràfic 13: Evolució del nombre de pelegrins en el Camino de Santiago (1985-2010)



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina d'Acollida de Pelegrins

L'1 de gener del 2010 va començar el Jacobeu (o any sant), una tradició que es remunta al s. IX, i que es celebra durant tot l'any quan la festivitat de Santiago Apòstol (25 de juliol) s'escau en diumenge. Galicia va acollir al voltant de 9 milions de turistes durant el 2010 (segons dades del IET), una xifra per sobre dels 6,5 que va aconseguir durant l'últim Any Sant, el 2004. Així mateix, també hi va haver un increment del nombre de pelegrins, passant dels 165.000 de l'any 2009 als 272.135 del 2010.

Si ens fixem ens les procedències (taula 10) , veiem que l'origen dels pelegrins no varia de manera significativa al llarg dels anys.

Taula 10: Pelegrins segons procedència per continents

	2006	2007	2008	2009	2010
Europa	92.536	104.568	114.688	135.502	254.155
Amèrica N.	3.976	4.642	4.849	5.372	5.211
Amèrica C. S.	2.226	2.569	2.571	3.328	8.148
Àsia	504	946	1.533	2.415	2.738
Oceania	868	983	1.184	1.714	1.412
Àfrica	267	318	316	546	471
TOTAL	100.377	114.026	125.141	145.877	272.135

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina d'Acollida de Pelegrins

Així, el 2010 el percentatge de pelegrins europeus va ser del 93,38%. D'aquests, Espanya va ser el principal país emissor, amb 188.089 pelegrins (69,12%); seguit, però amb diferència, per Alemanya (14.503), Itàlia (14.212), França (9.140) i Portugal (7.786). Pel que fa a Amèrica del Sud, els principals països emissors són Brasil, Mèxic i Argentina.; d'Àsia ho són Corea i Japó i d'Àfrica ho és Sud-àfrica.

Una altra dada que ens sembla rellevant comentar és la que fa referència a la motivació del pelegrinatge. L'Oficina d'Acollida de Pelegrins distingeix entre la motivació religiosa; la motivació religiosa combinada amb altres motivacions (però no les especifica) i sense motivació religiosa. Segons les seves dades, el 2010, el 54,74% afirmen haver fet el camí per motivacions religioses, el 40,19% per motius religiosos i altres i només el 5,07% diuen haver-lo fet per motivacions no religioses. de fet, sembla bastant lògic perquè fan referència al nombre de persones que sol·liciten la credencial de pelegrí; seria interessant plantejar la qüestió als visitants, per exemple, de la catedral de Santiago i els resultats, segurament, serien bastant diferents.

Tot i ser un tema d'estudi àmpliament tractat i amb una extensa literatura al respecte, tant des de les disciplines d'història i història de l'art com des de l'àmbit turístic, no hi ha estudis i dades relatives al camp de les motivacions i la distinció

entre turistes i pelegrins. Així, el cas del camino de Santiago i de la seva catedral seria un bon estudi per veure com es relacionen les diferents tipologies de visitants, amb motivacions molt diverses i amb formes d'organització del viatge també molt diverses.

8.3.- El turisme religiós a Catalunya

A Catalunya el sector turístic té un pes important representant prop del 13% del PIB. Si Espanya és un dels principals països receptors de turisme (en el ranking de la OMT figura, generalment, entre els 4 primers llocs), Catalunya és una de les Comunitats Autònomes que rep més turistes. Segons les dades publicades en l'estudi Frontur, l'any 2010 Espanya va rebre 93,7 milions de visitants internacionals, un 2% més que el 2009; d'aquests un 25% van tenir com a primera o segona destinació Catalunya.

Si comptem només els que van tenir com a primera destinació Catalunya, el volum de turistes estrangers el 2010 va ser de 13 milions. A part, hi ha 4,5 milions provinents de la resta de l'Estat i 16,5 milions de catalans. Això suma un total de 34 milions de turistes.

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, tal com veiem en el quadre següent, es mou entre un 4 i un 7% de les motivacions.

Taula 11: Motivacions dels visitants, 2010

Motivació	Turistes estrangers	Turistes nacionals
Oci i vacances	78,3%	42,5%
Família i amics	4%	20,9%
Professional	10,2%	32,5%
Altres	7,5%	4%

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de Catalunya turística en xifres

No disposem de dades concretes sobre el percentatge que representa el turisme religiós a Catalunya. El que si que podem constatar és que abunden monuments

artístics i religiosos, testimonis vius del recorregut històric, del desenvolupament de la identitat i la cultura del poble.

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 a la devoció popular i als pelegrins i així com també a diversos viatgers. La majoria d'aquests llocs es troben en els paratges més bells, fet del qual en deriva també la seva importància turística. En alguns casos són petites capelles acompanyes d'hostatgeries; en altres casos s'han convertit en importants llocs de culte i pelegrinatge, com és el cas de Montserrat.

Durant la última dècada han aparegut molts productes que presenten de manera diferent i variada l'oferta turística i el patrimoni de Catalunya, d'aquesta manera s'han dinamitzat diverses vessants de la cultura catalana i s'han divulgat a través de punts d'atracció i xarxes temàtiques de característiques molt variades des de Port Aventura fins a la *Red de Juderías*, passant per paratges naturals i similars. Mentrestant, el patrimoni vinculat al patrimoni cristià no ha arribat a constituir-se com a producte d'una manera global, ja que el patrimoni religiós ha perdut pes relativament en el context de l'oferta turística global.

Concretament a Catalunya, segons Mn. Salvador Batalla (2002), els llocs de pelegrinatge més freqüentats són Montserrat, Poblet, Santes Creus i Vallbona de les Monges. També hi ha tota una sèrie de santuaris comarcals d'àmbit local: a les comarques gironines, la Mare de Déu dels Àngels, la Salut de Sant Feliu i el Mont; a les lleidatanes, la Seu d'Urgell, el Sant Crist de Balaguer, el Santuari de la Mare de Déu del Claustre a Solsona, el Santuari de la Mare de Déu del Miracle i Meritxell (Andorra); a les barcelonines, el santuari de la Mare de Déu de Queralt, a Berga, la cova de Sant Ignasi, a Manresa, i la Cisa, a Premià de Dalt; a Barcelona ciutat, la Mercè com a santuari marià, i el Sagrat Cor del Tibidabo; i, a les comarques tarragonines, la Mare de Déu del Claustre, a Tarragona, la Mare de Déu de Bell-lloc, a Santa Coloma de Queralt, la Mare de Déu de la Misericòrdia, a Reus, la Mare de Déu de la Fontcalda, a Gandesa, i la Mare de Déu de la Pietat, a Ulldecona. També s'han d'incloure en aquesta relació les catedrals catalanes com a llocs d'atracció del turisme religiós.

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 Alcarràs, on s'uneix al camí francès. També existeixen alguns productes que tenen relació amb aquest patrimoni religiós, com "la Ruta del Císter" o "els Camins de l'Abat Oliba" ofertes que en aquest sentit no consideren el turisme religiós com a eix conductor exclusiu. També en trobem un altre exemple en el "Camí dels Bons Homes", un itinerari pensat per fer a peu i en el que es té l'opció de tenir un carnet de ruta similar a la Compostel·lana, però que no es constitueix com un recorregut de pelegrinatge sinó més aviat com un itinerari cultural i natural.

L'Agència Catalana de Turisme en els darrers anys també ha mostrat el seu interès en l'àmbit del turisme religiós. Seguint la seva estratègia de treballar en base a clubs de producte, dins del club de producte de turisme cultural l'any 2009 es crea una taula de treball específica per al turisme religiós. Aquesta taula es crea per tal d'unir esforços en aquest àmbit tant 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, presstrips i publicacions.

Els membres inicials de la taula i 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 Císter, la Cova de Sant Ignasi, el Monestir de les Avellanes, Tarragona (representants de l'ajuntament i del museu bíblic?), Sant Cugat del Vallès (representants de l'ajuntament, sobretot pel monestir de Sant Cugat), Terrassa (conjunt de la Seu d'Egara), 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 inclou diferents ofertes vinculades als membres de la taula.

Des del nostre punt de vista, entenem que el fet de disposar d'un element patrimonial de l'església no implica que hi hagi turisme religiós. Una de les propostes que es fa és justament que es sigui capaç d'articular una oferta específica

per aquest públic, que vagi més enllà de la simple visita als llocs, com pot passar en alguns casos, en monuments religiosos que han perdut la seva funció de culte.

No pretenem fer un inventari dels principals recursos de turisme religiós de Catalunya, però en la taula 12 proposem alguns dels principals elements, classificats per tipologies. La majoria d'aquests estan inclosos dins el projecte Catalonia Sacra, per tant, després seran analitzats.

Taula 12: Principals recursos de turisme religiós

Marca Turística	Recurs
Catedrals	Catedral de Girona Catedral del Sant Esperit de Terrassa Catedral de Sant Pere de Vic Catedral de Santa Maria de Tortosa Catedral de Santa Maria d'Urgell Catedral de Santa Tecla – Tarragona Santa Església catedral basílica de Santa Creu i Santa Eulàlia – Barcelona Seu Nova i Seu Vella de Lleida
Esglésies	Col·legiata de Cardona Sant Feliu de Girona Santa Maria del Mar - Barcelona Seu de les esglésies d'Egara - Terrassa Temple expiatori de la Sagrada Família - Barcelona Conjunt de les esglésies romàniques de la Vall de Boí Nombrosos exemples d'esglésies i ermites arreu de la geografia catalana
Monestirs, abadies i convents	Sagrat Cor del Tibidabo – Barcelona Monestir – santuari de Montserrat Monestir de Sant Cugat del Vallès Reial Monestir de Poblet Monestir de Santes Creus Monestir de Vallbona de les Monges Monestir de Ripoll Monestir de Bellpuig de les Avellanes (Ós de Balaguer)
Santuaris	Santuari de Puiggraciós (Montmany) Santuari de la Gleva (Masies de Voltregà) Santuari de Puig-l'agulla (Vilalleons) Santuari dels Munts (Sant Boi del Lluçanès) Santuari de la Misericòrdia de Reus Santuari de la Serra (Montblanc)

	Santuari de la Paretdelgada (Selva del Camp) Santuari de la M. D. de la Roca (Mont-roig) Cova de Sant Ignasi Santuari de la M. D. del Mont (Viladamat) Santuari del Collell (Sant Ferriol) Santuari de Rocacorba (Canet d'Adri) Santuari de la M. D. dels Àngels (St. Martí Vell) Santuari del Far (Sant Martí Sacalm) Santuari del Corredor (Dosrius) Santuari de la Misericòrdia (Canet de Mar) Santuari del Vinyet de Sitges Santuari de Núria (Queralbs) Santuari del Miracle (Solsona) Santuari de Montgrony (Ripollès) Santuari de Queralt (Berga) Santuari de la Fontcalda (Gandesa) Santuari del Sant Crist de Balaguer (Balaguer) Santuari de Sant Ramon Nonat (Portell)
Patrimoni moble (museus diocesans)	Museu diocesà de la Seu d'Urgell Museu Episcopal de Vic Museu d'Art de Girona Museu Bíblic de Tarragona
Festes, litúrgia i folklore	Missa mossàrab de Terrassa Processons de Setmana Santa Via Crucis Representacions de "La Passió" Pessebres vivents Aplecs a ermites i santuaris
Rutes i escenaris	Camí de Sant Jaume Els Camins de l'Abat Oliva Ruta Ignasiana Ruta del Císter

Font: Elaboració pròpia

La taula anterior, que evidentment no és exhaustiva, permet intuir el ric patrimoni religiós de Catalunya. Si quan hem exposat el turisme religiós a Espanya (punt 8.2) s'ha afirmat que no hi ha una imatge consolidada com a destinació de turisme religiós, amb excepció d'alguns exemples; el mateix podem afirmar pel cas català.

Realment els recursos, tant a nivell monumental i artístic com a nivell de manifestacions i tradicions religioses, és ric i variat. Per tant, cal una tasca de posada en valor que impliqui la coordinació dels diferents agents implicats. I aquest és un dels objectius del projecte Catalonia Sacra que analitzarem a continuació.

TERCERA PART: Anàlisi turística dels espais sagrats i models de gestió

9.- Cas d'estudi, el projecte Catalonia Sacra

Fins ara hem definit els espais sagrats i quines són les seves relacions amb el turisme. En aquest darrer apartat volem fer una aplicació pràctica del que s'ha exposat fins ara. A partir de les dades obtingudes en un projecte ja iniciat, el Catalonia Sacra, proposem estudiar com es relacionen els espais sagrats amb el turisme tenint en compte dues variables, per una banda, la relació existent entre el patrimoni tangible i intangible, és a dir, entre l'espai sagrat i el temps sagrat (entenent els rituals com a part del patrimoni intangible); i, per altra banda, la importància del fenomen turístic en els llocs, valorant tant la gestió interna com la gestió turística de l'entorn. Això ens permetrà establir diferents tipologies d'elements i, per tant, pautes de gestió en funció de la tipologia d'aquests.

Abans de començar amb l'anàlisi d'aquests elements, farem una breu exposició sobre el projecte objecte d'estudi. La justificació del projecte Catalonia Sacra és posar a l'abast dels visitants uns itineraris ordenats 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, explicats des de la mateixa Església, i que puguin fer visible a nivell turístic la pròpia Església a Catalunya. Per això es proposa l'estructuració d'una sèrie d'itineraris a tres nivells:

1) Nuclear: les catedrals de Catalunya

2) Radial: itineraris diocesans a partir de les catedrals

3) Global: itinerari a nivell català

En aquest marc, el patrimoni religiós cristià, d'una importància fonamental des de la perspectiva de la identitat i dels fonaments culturals del nostre país, ha perdut pes de forma relativa en el context de l'oferta global turística. Encara que alguns dels productes oferts puguin tenir una relació amb el patrimoni religiós –com ara la Ruta del Císter -, no n'hi ha cap que incorpori continguts emanats des de la pròpia Església catalana ni que hagi estat dissenyat per instàncies vinculades a ella.

Per a la proposta d'articulació d'itineraris es parteix d'una sèrie de premisses:

- Es parteix del reconeixement unànime d'una importància cabdal de l'Església en la història de Catalunya i en la formació d'una altíssima proporció dels conjunts patrimonials del país. Un percentatge elevat de les rutes ja estructurades o bé inclouen o bé passen a prop i es complementen amb equipaments que hi són vinculats. La proporció creix molt més si es tenen en compte els equipaments usats individualment (catedrals, monestirs, museus diocesans, etc.).
- Actualment creix la demanda turística en relació als béns patrimonials vinculats al món de l'espiritualitat. S'han desenvolupat xarxes en diferents països europeus i, fins i tot a nivell continental, que miren de respondre a aquestes necessitats específiques, com ara Atlas o UniTwin.
- Els professionals del guiatge generen una demanda creixent de preparació específica per poder oferir adequadament la visita d'equipaments patrimonials vinculats al Cristianisme.
- En el context actual els itineraris de turisme cultural assoleixen una rellevància creixent pels seus avantatges cada cop més evidents en termes de preservació del patrimoni, creació de productes culturals de qualitat i sostenibles, millor gestió dels recursos turístics, millor comprensió de la identitat dels indrets i de les regions i diversificació del producte turístic.

El projecte Catalonia Sacra es planteja donar resposta a aquesta problemàtica a nivell català i amb una perspectiva integradora del territori a diferents nivells, que permeti posar de relleu els béns patrimonials vinculats a l'Església a través de discursos proposats des d'ella mateixa i aprofitant els esforços empresos des d'altres instàncies implicades.

Aquesta oferta ha de ser coherent també des del punt de vista de la factibilitat (criteris de comunicació, accessibilitat, temps emprat), però sobretot amb vistes a permetre la comunicació d'una sèrie de realitats addicionals que vinculin els elements entre ells i amb el territori i que millorin la comprensió del conjunt (criteris de coherència territorial o paisatgística, històrica, administrativa, etc.).

Els béns patrimonials de l'Església es troben distribuïts de manera abundant arreu del territori de les diòcesis de Catalunya, tot i que cal estructurar-los de manera que al mateix temps que es comuniquen els béns sigui més fàcil percebre la seva tipologia, el tipus de comunitat a què fan referència, la seva adaptació a determinades característiques del territori i del paisatge, etc. bo i recolzant-se en altres béns similars o adequats per a destacar els principis a comunicar.

Per això, els itineraris radials es conceben com a rutes que s'ofereixen dins de cada diòcesi i que, en base a 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 3 i 8) que cobreixen tot el seu territori i que inclouen entre tots una selecció dels actius patrimonials més rellevants (entre 20 i 60, orientativament).

Aquests actius són designats per la seva qualitat artística, monumental o paisatgística, però també per la seva singularitat, la seva representativitat o la seva importància a nivell popular, tradicional o espiritual. La selecció dels actius ha estat proposada en una fase inicial per la Delegació de Patrimoni de cada diòcesi. En una segona fase, s'han verificat les potencialitats d'aquests actius, s'ha valorat la conveniència de mantenir la seva tria, s'ha proposat eventualment la inclusió d'altres equipaments i s'han recollit les dades necessàries per a l'articulació dels circuits amb previsió del suport logístic adient.

Tal com hem mencionat en la metodologia, per la realització i estructuració d'aquestes rutes s'ha elaborat una base de dades amb informació detallada de cada un d'aquests elements. Aquesta base de dades compta amb un total de 325 recursos. Vegem de manera més detallada quina és la informació que s'ha recollit de cada un d'ells.

1- Descripció general

En la descripció general es recull el nom de l'element (el topònim) i es vinculat a una diòcesis i a una comarca.

Una breu descripció permet situar cronològicament l'element i descriure'l breument, per tant ha de permetre la seva identificació de manera senzilla. Els camps que identifiquen l'element, a més de la descripció genèrica, són les dades tècniques com l'adreça, el codi postal, el telèfon i sobretot el correu electrònic i la pàgina web. Cal destacar en aquest primer punt dos camps identificatius interessants: l'ens gestor de l'element i quin és el tipus de gestió que té.

Directament vinculat a aquest camp, s'anota el nom del responsable directe de l'element, el seu telèfon i un correu electrònic de contacte. Aquest camp el considerem del tot útil davant la profusió d'esglésies i ermites que estan obertes per activitats de culte però no obertes a les visites turístiques, excepte les catedrals i les més singulars. Per això les dades de contacte són fonamentals per tal de facilitar, si així es decideix, l'accés a l'element per part del públic visitant.

Un altre camp a omplir és el nivell de protecció que té l'element, sigui perquè està catalogat com a BCIN (Bé d'Interès Nacional) o per altres tipus de proteccions patrimonials, que el diferencien i singularitzen i alhora ressalten la seva importància en relació a altres elements o conjunts.

La fitxa de cada element s'acompanya de diverses fotografies, interiors i exteriors. Aquestes fotografies són en baixa resolució, per fer la base de dades més pràctica, però provenen d'una font original feta amb una resolució més alta.

Finalment, i en el camp general, la bibliografia i webs relacionades és una dada que dóna més informació de l'element i el vincula a diverses fonts d'informació que poden complementar el coneixement del lloc.

2- Dades d'accés

A l'hora de veure les possibilitats d'adequació turística de l'element és fonamental garantir-ne els accessos. Per això aquest camp és bàsic que s'identifiqui i s'especifiquin quins són els accessos a l'edifici i donar l'opció si n'hi ha més d'un,

com passa en la majoria de casos. S'han tingut en compte diversos mitjans de comunicació per accedir-hi per tal de contemplar totes les possibilitats.

Els horaris d'obertura de l'element són fonamentals en aquest cas, especificant totes les variables: segons el dia de la setmana, les èpoques de l'any i segons l'activitat que s'hi faci, diferenciant l'horari turístic (destinat a les visites turístiques) de l'horari de culte. En alguns llocs no fan la diferència, entre un i l'altre, i només n'hem anotat l'horari d'obertura. En els llocs turístics també anotem el camp de les tarifes i les seves múltiples variables.

En el camp "accessos" hem identificat el tipus d'accés motoritzat amb el que s'accedeix al lloc. Vinculat a aquest camp hi ha el camp de l'aparcament, sigui amb turisme particular i/o amb autocar i la ubicació d'aquest pàrquing, si vora l'element a visitar o bé a alguns metres de distància. Considerem interessant el camp d'accés i aparcament per autocar per a facilitar l'organització de visites amb grups.

Un altre element a tenir en compte, fonamental, i que sovint s'oblida o s'eximeix per obvi són els WC. És important, si pensem en fer visitables espais de patrimoni, que es compti amb WC dins l'equipament o bé amb WC públics propers, per a facilitar i donar garanties de qualitat a la visita.

Un valor afegit al lloc és l'accessibilitat amb cadira de rodes o amb cotxet o per persones amb dificultat d'accés i necessitat d'accessos adaptats amb rampes. La majoria de llocs de culte contemplen aquesta possibilitat ja que la rampa és un element que sovint indica que s'hi fan enterraments.

S'hi ha afegit les coordenades X i Z, ja que, més enllà dels diversos accessos, actualment aquesta és una informació rellevant per a diferents tipus de públic.

3- Dades dels serveis turístics

Altres elements turístics que faciliten la visita, la fan més atractiva i li donen plusvàlua són l'existència de cafeteria i botiga en el mateix espai patrimonial, que permeten dotar la visita d'una dimensió de descans i de gaudi que d'altres llocs visitables sovint no tenen, així com d'enriquiment personal a partir de la compra

que es pugui fer a la botiga, sigui de llibres o material complementari com si són objectes de record i que adquireixen una gran significació per qui els adquireix i els regala.

Per una planificació de la visita, és clau saber si es compta amb restaurants propers al lloc i allotjament. També és important concretar a on es troben en relació al lloc, si en el mateix espai (hospederies), al poble i/o ciutat o bé als voltants i en d'altres nuclis propers. També és clau anotar si uns i altres serveis estan adaptats a grups nombrosos, informació bàsica per a la planificació de viatges organitzats en grup.

Poder tenir la informació de telèfon públic és un servei més que el lloc dóna (sempre hi poden haver emergències i que no funcionin els telèfons mòbils o falti cobertura degut a la llunyania).

A més dels serveis que estan a la disposició del públic turístic, el lloc a visitar pot tenir uns elements annexos a ell que el facin més interessant a nivell turístic:

- l'existència de zones de pícnic properes
- la presència de zona de jocs infantils (pensat per a famílies i grups escolars)
- la presència de zones verdes (per a complementar la visita, com a zona de descans, de joc)
- la presència d'una oficina de turisme propera que ens permeti buscar més informació sobre el lloc i ens doni opcions per a fer més activitats en el mateix radi territorial

4- Dades d'interès turístic del lloc

En aquest punt parlem concretament dels mitjans de comunicació i d'interpretació que el mateix lloc ofereix pels visitants. La relació és proporcional, a major informació i eines d'interpretació més ben adaptat i preparat està el lloc per a les visites. Així, són elements museogràfics importants els panells, els audiovisuals, les maquetes, i són elements de difusió bàsics per al lloc l'edició de fulletons, un servei de visites guiades o bé d'audioguies o fins a l'explicació del responsable/a si així ho consideren per a la dificultat, sovint i segurament econòmica, de tenir a disposició dels visitants les eines d'interpretació enumerades. Tenen un valor afegit i sovint

de caràcter excepcional els llocs que disposen d'aquest tipus de materials d'interpretació adaptats per a persones amb discapacitats, siguin sensorials, físiques o d'altres tipus. Pensar en aquest tipus de visitant és molt important i cada vegada ho serà més.

De cara a l'organització de visites i itineraris, s'ha tingut en compte la durada aproximada en de la visita, per a facilitar-ne la planificació, així com les edats recomanades i la millor època de l'any per fer-la (per motius d'espectacularitat, perquè es vincula amb alguna festivitat o per qüestions pràctiques d'accés).

Un element important de la base de dades, que la fa original i específica, és el camp de l'element de patrimoni viu vinculat al lloc: festivitats, aplecs, peregrinatges, celebracions tradicionals, són elements del patrimoni viu clarament vinculats al lloc i a les característiques específiques d'aquestes rutes i itineraris. Únicament un projecte com Catalonia Sacra pot posar en valor aquests elements de festivitat i de patrimoni viu i intangible i vincular-ho a unes rutes de patrimoni religiós. És tant important el lloc com el que s'hi fa, aquesta característica és destacable i defensable davant qualsevol projecte turístic i de patrimoni. Aquest camp es complementa amb el de la informació relativa a les celebracions litúrgiques que s'hi fan o s'hi poden fer com batejos, casaments, processons.

També s'hi vinculen elements d'història, antropologia, etnologia i cultura rellevants, com per exemple la vinculació de personatges il·lustres, l'existència de bibliografia específica, la celebració d'activitats culturals o l'opció de llogar espais.

5- Dades d'interès turístic relacionades

La relació d'aquest punt amb d'altres pròxims, de similar interès i característiques, configura una proposta de ruta (proposta de ruta radial) que es justifica en primer lloc per la importància del lloc i dels seus elements, perquè esdevé factible ajuntar ambdós punts i d'altres punts (s'ha fet practicable) i perquè en el global la ruta radial adquireix un valor identificatiu de la diòcesis així com una coherència en el seu plantejament de temps i espai que la fan proposable.

Dues dades més complementen aquest punt són la relació amb d'altres elements patrimonials pròxims, a nivell de distància i discurs, que fan aconsellable una

relació entre els elements, dotant al lloc d'un interès afegit i donant al visitant més opcions per a ampliar la seva experiència estètica i cognitiva. L'altre punt és el de la ubicació del lloc en un entorn natural protegit, un parc o un espai d'interès natural, que reforça la visita cultural amb els aspectes naturals.

El darrer aspecte a comentar d'aquest punt, i també d'alt valor turístic, és la relació de l'element amb altres rutes nacionals existents, rutes que permeten explicar la història de Catalunya: la ruta del romànic, la ruta del gòtic, la ruta dels Bons Homes, la ruta de la Catalunya comtal, la ruta de Sant Jaume, la ruta dels castells, de la Catalunya Jueva o les rutes vinculades a unes festivitats concretes i significatives. D'altra banda el lloc pot estar connectat a les grans rutes senderistes que travessen el territori (G.R, P.R, S.R) o a rutes locals i comarcals que també val la pena citar.

Finalment, s'ha deixat un camp obert en la base da dades que és la proposta d'adequació turística. No podem oblidar que aquesta base de dades és una eina d'informació i de gestió del patrimoni religiós que obliga a tenir en compte camps oberts per a ésser omplerts posteriorment segons les necessitats futures.

La base de dades s'ha elaborat amb el programa ACCES, que permet fer consultes creuades de tot tipus per tal d'ordenar tots els elements segons camps de significat. Per exemple, buscar el número total de llocs per diòcesis és una recerca senzilla. Una cerca múltiple seria buscar quins d'aquests llocs estan oberts al públic, per exemple, o en quins s'hi celebra algun acte de patrimoni viu. Es poden buscar llocs que tinguin botiga o bé es poden buscar relacions entre llocs amb accessibilitat per a grups (autocars, lavabos, elements d'interpretació). Es poden fer llistat n relació a les rutes que ja existeixen, creant "punts de patrimoni" significatius. Les variables poden ser tantes com camps combinats vulguem.

Per al present estudi, aquestes dades s'han creuat per tal de valorar la relació i la importància dels diversos aspectes estudiats.

10.- La relació entre l'espai i el temps sagrat

Com hem anat veient fins ara, quan parlem dels espais sagrats o dels temps sagrats ens estem referint a elements patrimonials. El concepte de patrimoni cultural pot ser molt ampli i és un concepte complex i difícil de definir que ha anat variant al llarg de temps. La Conferència Mundial sobre polítiques culturals organitzada per la UNESCO el 1982 a Mèxic, defineix el patrimoni cultural d'un poble com aquell que

> "comprèn les obres dels seus artistes, dels seus arquitectes, dels seus músics, dels seus escriptors, dels seus avis, però també les creacions anònimes sorgides de l'ànima popular i el conjunt dels valors que donen un sentit a la vida. Engloba les obres materials i immaterials que expressen la creativitat d'aquest poble, les llengües, els rituals, les creences, els llocs i monuments històrics, la literatura, les obre d'art, els arxius i les biblioteques". (UNESCO, 1982)

La Llei 9/1993 de 30 de setembre, del Patrimoni Cultural Català (DOGC núm. 1807, d'11 d'octubre de 1993) hi afegeix que són béns que

> "pel seu valor històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic, etnològic, documental, bibliogràfic, científic o tècnic mereixen una protecció i una defensa especials, de manera que puguin ésser gaudits pels ciutadans i puguin ésser transmesos en les millors condicions a les generacions futures."

La UNESCO introdueix en les definicions el concepte de patrimoni intangible, definint-lo com

> "el conjunt de formes de cultura tradicional i popular o folklòrica, és a dir, les obres col·lectives que emanen d'una cultura i es basen en la tradició. Aquestes tradicions es transmeten oralment o mitjançant gestos i es modifiquen amb el decurs del temps a través d'un procés de recreació col·lectiva. S'inclouen en elles les tradicions orals, les costums, les llengües, la música, els balls, els rituals, les festes, la medicina tradicional i la farmacopea, les arts culinàries i totes les habilitats especials relacionades amb els aspectes materials de la cultura, com ara eines o hàbitat." (UNESCO, 2003)

Els espais sagrats, com ja hem vist, estan formats per edificis, simbologies, rituals i cultes que s'hi desenvolupen, per tant, comprenen elements del patrimoni tangible i del patrimoni immaterial. Per exemplificar les complexes relacions dels diferents espais amb el concepte de sagrat, un cop més, i induir al lector a una certa reflexió, reproduïm a continuació la classificació d'espais sagrats que proposa Shackley (2001).

Taula 13: Classificació dels espais sagrats

Categoria	Tipus	Exemple
1	Node simple	Catedral de Canterbury, Santa Sofia
2	Llocs arqueològics	Machu Picchu, Chichen Itzà
3	Llocs funeraris	Catacumbes, piràmides
4	Temples aïllats	Borobudur, Angkor Wat
5	Ciutats senceres	Roma, Jerusalem, Assis, Varanassi
6	Temples complexes	Monestir de Santa Caterina, Lalibela
7	Llocs d'energia de la terra	Línies de Nasca
8	Muntanyes Sagrades	Uluru, Everest, Mont Athos
9	Illes Sagrades	Rapa Nui, Mont Saint Michel
10	Centres de pelegrinatge	Mecca, Santiago de Compostela
11	Pelegrinatge seglar	Llocs de l'holocaust

Font: Shackley, 2001

Segons aquesta autora, els espais sagrats estan vinculats a diferents tradicions religioses però tots comparteixen les característiques que s'han mencionat anteriorment (en el capítol 3). Al mateix temps, són espais que contenen una sèrie de valors que els fan altament atractius, en la majoria dels casos, als ulls dels

turistes, generant un flux de visitants que ha de conviure amb els devots i fidels que acudeixen a aquests llocs per motivacions religioses.

Però la infraestructura patrimonial inclou, a més dels edificis, els objectes i monuments artístics, els escrits (goigs, llegendes, història, llibres, arxius...), les tradicions orals, els audiovisuals, films, fotografies, vídeos, cintes gravades, peces de teatre, costums populars, religioses i litúrgiques, etc.

El patrimoni cultural té un clar sentit d'identitat cultural. En el capítol 5 hem vist que el concepte de lloc també genera un fort sentit d'identitat i pertinença i que això es dóna, especialment, en els llocs sagrats.

> "Per conèixer bé Catalunya cal fer una visita a Montserrat i comprovar que, darrera 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 de la Confederació Catalanoaragonesa. Però 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". (Carreras, 1991, 3)

Reprenent el que es comentava en el capítol 2, s'estableix una clara diferenciació entre el sagrat i el profà. Així, el sagrat apareix com una propietat estable o efímera de certes coses (objectes de culte), determinats éssers humans reals (sacerdots), éssers imaginats (déus, esperits), determinats animals (vaques sagrades), determinats espais (temples, llocs sagrats), determinades èpoques o moments de l'any (Setmana Santa, Ramadà). També s'ha marcat una diferència entre l'espai i el temps; podem parlar d'espai sagrat i d'espai profà i de temps sagrat i de temps profà. Aquests conceptes estan íntimament relacionats.

Entenem que el patrimoni tangible religiós està format per aquells elements mobles i immobles que conformen el patrimoni de l'església. Aquest patrimoni tangible representa, d'alguna manera, l'espai sagrat i reprodueix, entre altres, tots els simbolismes explicats en el capítol 3 sobre l'art i el sagrat. També inclou aquells objectes del patrimoni moble, tals com pintures, retaules, ornamentació, elements de la litúrgia que es consideren peces d'art... Per tant, podem entendre que el patrimoni tangible pot representar l' interès per l'art, l'arquitectura, la història, en

general; i el podem vincular a unes motivacions, si bé no exclusivament, però si en gran part, seglars (diguem-li turisme cultural, per exemple).

Per altra banda, el patrimoni intangible religiós, com hem vist, està format pels rituals, cultes i esdeveniments, que tenen lloc en aquests espais sagrats. Podríem dir que aquest patrimoni és una clara manifestació del temps sagrat, de la devoció del poble vers un determinat element, dels rituals d'integració que es donen en aquests llocs. Per tant, podríem associar aquests elements a la motivació més estrictament religiosa.

La nostra hipòtesi és que, avui en dia, hi ha elements relacionats amb el patrimoni arquitectònic de l'església però que han perdut, parcialment o total, el seu ús com a espais de culte. Per tant, es pot donar el cas d'elements amb un alt valor com a espais sagrats però que tenen poc valor com a espais de culte (temps sagrat); o a la inversa. Per tal de poder estudiar la situació actual s'ha intentat definir un valor numèric pels diferents aspectes per veure la relació que s'estableix entre el patrimoni tangible i el patrimoni intangible.

10.1.- El patrimoni tangible com a representació de l'espai sagrat

Per poder determinar quina és la relació dels diferents elements entre el temps sagrat i el lloc sagrat, analitzem primer quina és la importància del valor sagrat dels espais. Per determinar la importància del patrimoni tangible a partir de la base de dades del projecte Catalonia Sacra s'ha tingut en compte el nivell de protecció i els elements a destacar; és a dir, si el monument està protegit per algun tipus de categoria, si hi ha elements a destacar i la seva descripció genèrica per veure el pes que té en la història i la història de l'art.

10.1.1.- Els nivells de protecció del patrimoni

Els diferents nivells de protecció que es veuen recollits en la base de dades són patrimoni mundial de la humanitat, monument històric nacional, bé cultural d'interès nacional, bé d'interès cultural, conjunt monumental històric, monument històric i bé cultural d'interès local.

(a) Béns Patrimoni Mundial de la Humanitat

D'acord amb la UNESCO, la declaració d'un bé patrimoni de la humanitat és un privilegi i un prestigi pel país, pels responsables polítics i culturals i pels ciutadans més directament relacionats amb el bé. Però al mateix temps és una gran responsabilitat, ja que han de mantenir i garantir la seva conservació i protecció així com aprofundir en el seu estudi amb la finalitat de que el bé pugui contribuir a l'educació integral d'altres persones i pobles.

> "Un Bé declarat Patrimoni de la Humanitat és un llegat de la comunitat internacional i la seva presència en un determinat país, sobre tot, li exigeix un increment d'imaginació, preocupacions i despeses per aconseguir la seva protecció i la seva defensa". (Convenció sobre la protecció del patrimoni mundial cultural i natural, 1972)

Per ser inclosos en la Llista del Patrimoni Mundial, els llocs han de tenir un valor universal i complir, al menys, un dels sis criteris de selecció. Aquests criteris s'expliquen en les "Directrius Pràctiques per l'aplicació de la Convenció del Patrimoni Mundial" que, a més del text de la Convenció, és la principal eina de treball sobre el Patrimoni Mundial. Els criteris es revisen periòdicament pel Comitè per tal de reflectir l'evolució en el concepte de Patrimoni Mundial. Les últimes directrius aplicades, daten del 2008, i els criteris resultants pel patrimoni cultural de la humanitat són:

i. Representar una obra mestra del geni creador humà;

ii. Mostrar un important intercanvi de valors humans, en un període de temps o dins una àrea cultural del món, sobre l'evolució de l'arquitectura o tecnologia, arts monumentals, urbanisme o disseny paisatgístic;

iii. Ser únic, o almenys ser un testimoni excepcional, d'una tradició cultural o una civilització viva o desapareguda;

iv. Ser un exemple rellevant d'un tipus d'edifici, conjunt arquitectònic o tecnològic o paisatge que il·lustri una o unes etapes significatives en la història humana;

v. Ser un exemple excepcional d'assentament humà tradicional, ús de la terra, o ús del mar, que sigui representatiu d'una cultura (o cultures), o de la interacció humana amb el medi ambient, sobre tot quan s'ha tornat vulnerable sota l'impacte de canvis irreversibles;

vi. Estar directament associat amb esdeveniments o tradicions vives, amb idees, o amb creences, amb feines artístiques i literàries de destacada significació universal. (El Comitè considera que aquest criteri preferentment s'ha d'utilitzar en conjunció amb altres criteris).

En total, dels 325 elements estudiats, n'hi ha 12 que han estat declarats patrimoni de la Humanitat de la UNESCO. de totes maneres es tracta de 4 declaracions, ja que el conjunt de les esglésies romàniques de la Vall de Boí és una única declaració que inclou 9 esglésies. Els elements patrimoni de la humanitat són l'església del Sagrat Cor de la Cripta de la Colònia Güell (tota la colònia està declarada patrimoni de la humanitat); l'església de l'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau (igualment, tot l'edifici és declarat Patrimoni de la Humanitat); el Temple Expiatori de la Sagrada Família i el conjunt de les esglésies romàniques de la Vall de Boí, que inclou les esglésies de Santa Eulàlia d'Erill la Vall, Santa Maria de Taüll, Sant Climent de Taüll, la Nativitat de Durro, Sant Quirc de Durro, Sant Joan de Boí, Sant Felix de Barruera i Santa Maria de Cardet de la diòcesis d'Urgell; i l'església de l'Assumpció de Cóll de la diòcesis de Lleida.

(b) Béns protegits per normatives estatals i autonòmiques

La Llei de Patrimoni Històric Espanyol de 1985 considera com elements integrants d'aquest patrimoni els immobles i objectes mobles d'interès artístic, històric, paleontològic, arqueològic, etnogràfic, científic i tècnic; entre altres elements com

el patrimoni documental i bibliogràfic, els jaciments i zones arqueològiques, els llocs naturals, parcs i jardins amb valor artístic, històric o antropològic.

Els elements més rellevants hauran de ser inventariats i catalogats. Tindran especial protecció i tutela aquells béns integrants del patrimoni històric espanyol declarats d'interès cultural a través de la llei abans mencionada.

Els béns immobles integrats en el Patrimoni Històric Espanyol poder ser declarats Monuments, Jardins, Conjunts i Llocs Històrics, així com Zones Arqueològiques, tots ells com a Béns d'Interès Cultural.

En relació als béns mobles, aquests també podran ser declarats d'interès cultural. També tindran aquesta consideració, en tot cas, els béns mobles continguts en un immoble que hagi estat objecte d'aquesta declaració i que aquesta els reconegui com a part essencial de la seva història.

A Catalunya, la Generalitat, a través de la llei del patrimoni cultural català (1993) estableix tres categories de protecció, comunes a béns mobles, immobles i immaterials: els béns culturals d'interès nacional, els béns catalogats i la resta de béns integrants de l'ampli concepte de patrimoni cultural.

Els Béns Culturals d'Interès Nacional (BCIN) són els béns més rellevants del patrimoni cultural català. Al mateix temps, el patrimoni arquitectònic es classifica segons si est tracta de un monument històric, un conjunt històric, un jardí històric o un lloc històric. Els béns mobles poden ésser declarats d'interès nacional singularment i com a col·lecció.

La normativa també fa menció als Béns Culturals d'Interès Local, que són els béns integrats del patrimoni cultural català que, tot i la seva importància, no compleixen les condicions pròpies dels béns culturals d'interès nacional. Els béns culturals d'interès local immobles (BCIL) són declarats pel ple de l'ajuntament, en els municipis de més de cinc mil habitants, o pel ple del consell comarcal, en els municipis de menys de cinc mil habitants. També són béns culturals d'interès local, els béns immobles que quan va entrar en vigor la Llei 9/1993 eren inclosos en catàlegs de patrimoni cultural incorporats en plans d'urbanisme. El Departament de Cultura de la Generalitat els ha d'inscriure al Catàleg del Patrimoni Cultural Català.

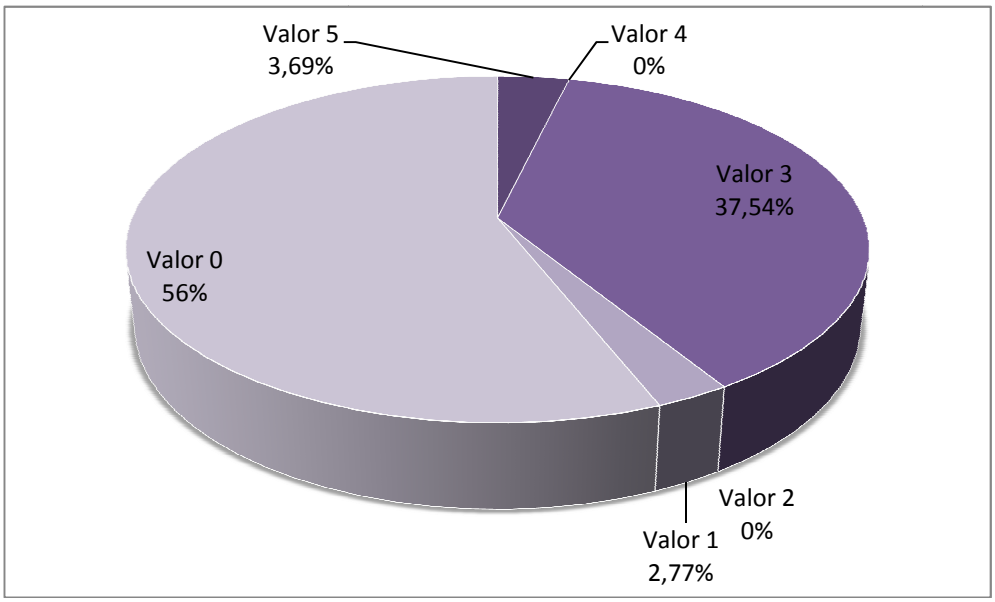
Dels 325 elements estudiants trobem nombrosos elements que tenen algun tipus de declaració en aquest àmbit.

En funció del tipus de declaració que té cada un dels elements, se'ls ha assignat un valor numèric. Aquest valor oscil·la entre el 0 i el 5 i s'ha assignat de la següent manera:

- Els elements que són patrimoni de la humanitat, tenen un 5
- Els elements que tenen algun tipus de declaració, ja sigui estatal o autonòmica, i que fa siguin béns d'interès nacional i/o cultural (independent de si es tracta de monuments, conjunts, etc.), tenen assignat un 3.
- Els elements que tenen una declaració municipal, per tant, són béns d'interès local, tenen un 1.
- Els elements que no tenen cap tipus de declaració els correspon el 0.

El resum de l'assignació de valors el podem veure en el gràfic 14.

Gràfic 14: Elements sagrats segons el valor del patrimoni tangible



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Del total de béns estudiats, més de la meitat no tenen cap tipus de declaració (56%). de totes maneres cal remarcar el més que considerable 37% d'elements que gaudeixen d'una declaració a nivell estatal i/o autonòmica.

També podem dir que les declaracions tant a nivell local com a nivell internacional són poc representatives, essent un 2,77% dels casos en el nivell local i un 3,69% dels casos en l'àmbit internacional. Val la pena destacar que en el conjunt d'elements pesen més les declaracions internacionals fetes per la UNESCO que les declaracions locals, deixant entendre que des de l'òptica municipal aquests elements potser no acaben de ser plenament reconeguts i valorats.

En resum, podem dir que del total dels 325 elements analitzats 143 disposen d'alguns tipus de protecció patrimonial, representant un 44% del total dels elements. Al nostre entendre és un percentatge remarcable donat que no tots els béns són susceptibles de rebre protecció i cal protegir aquells elements més rellevants. Això també ens permet deduir la importància patrimonial que té el patrimoni religiós de l'església en el conjunt del patrimoni cultural català.

10.1.2.- Altres elements patrimonials a destacar

L'altre element que s'ha tingut en compte a l'hora de fer una valoració del patrimoni tangible és l'epígraf "elements a destacar" de la base de dades. En aquest punt es recullen aquells elements que es destaquen per sobre del conjunt de l'edifici. Es tracta d'una breu descripció on es posen en relleu alguns dels elements més rellevants. Si estudiem la base de dades veurem que, a grans trets, els elements els podem diferenciar clarament entre els béns mobles i alguns aspectes destacats de l'immoble.

Per exemple, en el cas dels aspectes destacats de l'immoble, trobem que en alguns casos es posa en relleu la importància de la planta, de l'arquitectura, del campanar, del claustre, etc.

En el cas dels béns mobles es fa referència a col·leccions, talles, pintures, retaules, objectes d'orfebreria.

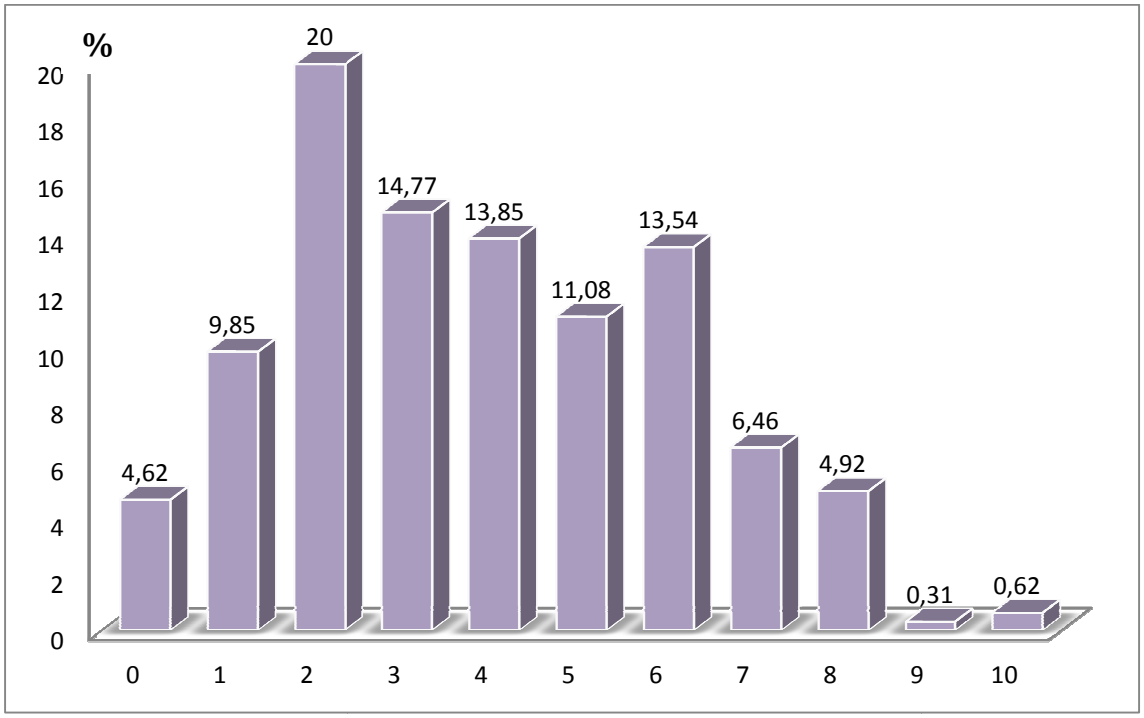
Per tal de poder assignar un valor que ajudi a complementar el valor assignat anteriorment en funció del tipus de protecció que té cada un dels elements, el que s'ha fet és resumir quins són els elements que es posen en valor. Per tal de poder assignar un valor numèric, donat que es tracta d'elements difícilment valorables, el que s'ha fet és tenir en compte quants elements hi ha a destacar, independentment de que siguin mobles o immobles. D'aquesta manera, s'ha donat un valor entre 0 i 5 en funció del nombre d'elements a destacar.

10.1.3.- La rellevància del patrimoni tangible

Per tal de poder determinar quina és la valoració del patrimoni tangible de l'església, en funció dels criteris esmentats anteriorment, s'han sumat els valors assignats en funció del nivell de protecció i dels elements més destacats. El resultat és una valoració del patrimoni tangible en una escala del 0 al 10. El valor de 0 significa que l'element no té cap tipus de protecció ni tampoc elements molts rellevants o destacables per sobre de la resta; mentre que el valor de 10 vol dir que gaudeix d'una o més declaracions i que, a més, disposa d'elements destacables des del punt de vista patrimonial.

Podem comparar els resultats d'aquestes valoracions en el gràfic 15.

Gràfic 15: Valoració del patrimoni tangible en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Tal com veiem en el gràfic 15, la major part dels elements tenen una valoració per sota del 5 en referència al patrimoni tangible (un 63,07%). de totes maneres, cal

destacar que el 53,24% dels elements estan entre 3 i 5, que són 129 elements dels 325 estudiats.

Un aspecte remarcable és que només el 4,62% dels elements tenen un valor patrimonial nul o igual a 0.

També cal destacar que el 12,31% dels elements tenen un valor que podem considerar de notable, entre 7 i 8; si bé és cert que a la part alta de la taula hi ha pocs elements doncs només un 0,93% tenen un valor de 9 o superior.

El valor mitjà és de 3,79, per tant, proper a 4, valor que ens sembla destacable donat el gran nombre d'elements que s'inclouen en la mostra.

El patrimoni construït de l'església a Catalunya és nombrós i variat en quant a tipologia. La història de Catalunya s'inicia als voltants de l'any 900 quan Guifré el Pelós es desvincula dels reis francs i dóna origen a la casa comtal de Barcelona. El naixement dels primers comtats catalans està clarament relacionat amb la profusió d'esglésies romàniques (s. X) però també amb la creació de monestirs i abadies. Més endavant, la repoblació de les terres de la Catalunya Nova també es vincula a monestirs. El desenvolupament de l'art gòtic, que a Catalunya presenta uns trets específics en relació amb les corrents arquitectòniques europees, coincideix amb un període de bonança econòmica i cultural. És el moment en que es consolida l'expansió pel Mediterrani i es creen les primeres institucions de govern.

El patrimoni testifica l'experiència humana i les seves aspiracions i ha de ser una experiència compartida que ofereixi a cada ser humà l'oportunitat del descobriment propi (les seves arreles i la seva història) així com el dels altres pobles.

El patrimoni religiós de l'església a Catalunya és molt nombrós. I això fa que la importància artística i arquitectònica no sigui homogènia per tots els elements, com hem vist, donant lloc a elements molt valorats al costat d'altres que no ho són tant.

De totes maneres, aquests valors estaran condicionats, també, per l'ús que es faci d'aquest patrimoni i per la importància que tinguin els valors de culte, que s'analitzen en el punt següent.

10.2.- El patrimoni intangible com a representació del temps sagrat

> "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

Tal com hem vist anteriorment, la metodologia emprada en aquest apartat consisteix en relacionar el patrimoni intangible amb el temps sagrat. El temps sagrat és el temps durant el qual es duen a terme els rituals i cerimònies vinculades amb al culte. Aquests aspectes han estat recollits en la base de dades com a mostres del patrimoni intangible i manifestacions de la cultura popular. 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 al mateix temps, 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 cas d'estudi s'han tingut en compte les celebracions litúrgiques, les misses i quina és 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, tals com llegendes i aplecs, més clarament relacionats amb les mostres de religiositat popular.

10.2.1.- Els actes litúrgics

Tal com hem dit anteriorment, el primer aspecte a considerar és el que fa referència al culte. Els espais sagrats són, abans que res, espais de culte, destacant les celebracions litúrgiques. Segons el Concili Vaticà II, 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. en la recollida de dades del projecte Catalonia Sacra s'ha diferenciat entre els horaris de missa habituals i la resta dels actes litúrgics, per això s'analitzen per separat.

(a) La missa

La missa és un acte dels més normals, tant en la rutina normal 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 cada un dels elements, seria convenient conèixer els horaris; l'assistència de cada missa, distingint entre misses diàries, de diumenge i de festes assenyalades (aplec, Nadal, Ram, 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.). En aquest cas però l'únic que es contempla són els horaris de les misses i la seva regularitat.

Tal com en vist en el punt 2.2 la celebració de rituals és un clar indicador de que aquests espais són vius i serveixen a una de les funcions per les quals van ser creats. Si observem la base de dades veiem que hi ha una gran varietat en els horaris de missa, trobant temples que tenen missa de manera regular i diària, i fins i tot amb més d'una celebració per dia, al costat d'altres que només tenen misses en ocasions especials i de manera puntual. També cal tenir en compte que en la

base de dades s'hi ha inclòs elements que no tenen culte, com són els museus diocesans.

Per tal de poder quantificar d'alguna manera aquests valors, hem seguit la següent escala:

- Els espais en els que no s'hi celebra mai missa se'ls ha assignat un 0.
- El valor 1 s'ha donat a aquells espais en els que es celebra missa de manera esporàdica, com podria ser el dia de la festa patronal, per exemple. També inclouen aquells espais que tenen missa de manera poc regular, com per exemple, els que celebren missa el primer dissabte o diumenge de cada mes, o els que només tenen missa uns dies durant els mesos d'estiu.
- S'ha donat el valor 2 en aquells casos en que es celebra missa de manera regular però una o dues vegades a la setmana, coincidint amb els diumenges i festius, i en alguns casos, els dissabtes.
- El valor 3 s'ha assignat en aquells casos en que s'hi celebra missa de manera diària o pràcticament diària (més de 5 dies a la setmana).

D'aquesta manera obtenim una valoració amb una escala del 0 al 3, entenent que 0 són aquells elements que no tenen culte i que el valor de 3 correspon a aquells elements que tenen culte de manera habitual i regular.

Si observem els percentatges totals veiem que, pel que fa referència a la regularitat de la celebració de culte, del total dels elements estudiats la distribució és bastant equitativa. Destacar que més del 50% dels elements tenen culte de manera regular. Justament perquè hi ha elements que no disposen de culte, ens ha semblat interessant analitzar aquestes dades en funció de la tipologia d'elements, com mostrem en la taula 14.

Taula 14: Regularitat del culte segons les tipologies d'elements en percentatges

Tipologia	3	2	1	0
Acadèmia	0,31	0,00	0,00	0,00
Basílica	1,85	0,62	0,31	0,00
Capella	0,31	0,00	0,00	2,15
Castell	0,00	0,00	0,00	0,31
Catedral	2,46	0,31	0,00	0,62
Col·legiata	0,00	0,31	0,00	0,92
Ermita	0,00	0,00	0,92	2,46
Església	19,69	20,92	14,15	10,77
Hospital	0,00	0,00	0,00	0,62
Monestir	2,77	3,08	1,85	1,85
Museu	0,00	0,00	0,00	2,77
Santuari	1,85	1,85	1,54	2,15
Universitat	0,00	0,00	0,00	0,31
% sobre total	**29,23**	**27,08**	**18,77**	**24,92**

Font: Elaboració pròpia a patir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Segons la tipologia dels elements, podem observar que entre els elements que no tenen culte mai hi trobem elements que en principi no tenen aquesta funció, com són museus, hospitals o l'edifici de la universitat de Lleida. També trobem en aquest grup un percentatge rellevant de santuaris. En aquest grup hi trobem dues

catedrals, en les quals actualment no s'hi celebra culte perquè han estat substituïdes per altres edificis, per exemple, la Seu Vella de Lleida, ja que el culte es celebra en la Seu Nova. Igualment, constatem que els monestirs que apareixen en aquesta columna són monestirs i convents que ja no tenen comunitat que resideix en ells.

En general veiem els elements que celebren culte de manera regular i habitual, com és d'esperar, són les esglésies, seguides per les catedrals. També veiem, però, que hi ha alguns d'aquests elements en els quals no s'hi celebra culte, elements que de manera individualitzada caldria estudiar per veure'n els motius.

(b) Actes litúrgics

A la valoració feta anteriorment sobre la freqüència amb què es celebra missa s'hi ha afegit una valoració referent a la resta dels actes litúrgics. La culminació de la litúrgia es manifesta en la celebració dels Sagraments, sobretot el de l'Eucaristia i el de la Penitència, però altres actes litúrgics són casaments, bateigs, comunions, rosaris, pregàries, via crucis, 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 res del rosari; la litúrgia de les hores com 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 Maria o del Sagrat Cor, etc. Tots aquests actes acaben de donar la configuració de festes, cerimònies i ritus, la fisonomia sacral dels espais sagrats.

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

Si observem la base de dades, veiem que els actes més celebrats, de manera regular o bé ocasionalment sota petició, són casaments, bateigs, comunions, confessions i penitència, exèquies, litúrgia de les hores (vespres, sobretot), pregàries i res del rosari i les celebracions en dates senyales com Nadal (missa del Gall) i Setmana Santa (processons, via crucis, passió).

A continuació presentem algunes de les més rellevants.

Casament. El casament és a més d'un sagrament de l'Església Catòlica un ritus de pas, que acompanya un canvi d'estat.

Bateig. El bateig a més de ser un altre sagrament també és el primer ritus de pas, el del naixement. El bateig és un sagrament que, normalment, només es pot celebrar en les esglésies parroquials ja que està relacionat amb la incorporació a la comunitat cristiana local, amb inscripció al registre. Des de la reforma litúrgica es prohibeixen els bateigs a les clíniques i en altres llocs que no siguin parròquia.

Primera Comunió. La primera comunió és un altre ritus de pas que acompanya el canvi d'edat. És un ritus religiós únic ja que té la solemnitat de ser la primera vegada, no perquè sigui comunió, ja que després pot continuar amb la freqüència que el fidel vol. Aquest sagrament tampoc es pot fer en tots els temples, pels mateixos motius que el bateig.

Confessions i penitència. Un altre sagrament és el de la Penitència. Dins de la pastoral litúrgica el Papa assenyala de manera particular tot el camp de la celebració de la penitència (tant de manera individual com col·lectiva). És un ritus religiós no únic sinó regular segons la voluntat del fidel.

Exèquies. En el moment de la mort, l'Església prega pel difunt i l'acompanya fins al cementiri, confiant que Déu el conduirà al Regne del Cel. Tot i que el funeral en si no és considerat un sagrament, hi ha el sagrament de la unció dels malalts que hi està estretament vinculat ja que significa l'ajuda i el consol de Déu que reben les persones greument malaltes o que han arribat a la vellesa. A través d'aquest sagrament s'obté el perdó dels pecats si no s'ha pogut rebre el sagrament de la penitència. Es pot considerar també un ritual de pas vinculat amb el trànsit cap a la mort.

Litúrgia de les hores. Resumir la litúrgia de les hores en unes poques ratlles és complicat. La litúrgia de les hores és la pràctica quotidiana de la pregària per part dels cristians, en diferents hores al llarg del dia i amb uns continguts definits per a cada hora. És habitual en les comunitats monàstiques, sobretot.

Trobem diferents pregàries al llarg del dia, amb uns salms determinats per cada una d'elles. Les pregàries són la pregària del Matí (matines), la pregària de Laudes

(quan despunta el dia), l'hora intermitja (Sexta o Nona), la pregària de Vespres (en vesprejar) i les Completes (abans d'anar a dormir).

En aquells espais en que hi ha comunitats que hi resideixen normalment es celebren totes encara que a vegades no totes estan obertes a l'assistència de persones de fora la comunitat. Les més freqüents i a les que solen assistir-hi més gent són les Laudes i les Vespres.

Pregàries i res del rosari. La pregària és un acte que pot ser individual o col·lectiu. Els espais de culte són espais oberts als fidels que poden acudir-hi durant les hores d'obertura per realitzar-hi les seves pregàries. de totes maneres, hi ha alguns llocs que tenen establertes pregàries guiades en hores determinades o en dies puntuals, per aquells que ho desitgin. Aquí també s'hi inclourien el res del rosari i les novenes (exercicis de devoció o pregàries que es realitzen durant nou dies) a la Mare de Déu.

Celebracions en dates senyalades. El calendari litúrgic és ampli però hi ha dates especialment assenyalades en que les celebracions litúrgiques prenen un caire 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 Via Crucis, 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 catalanes.

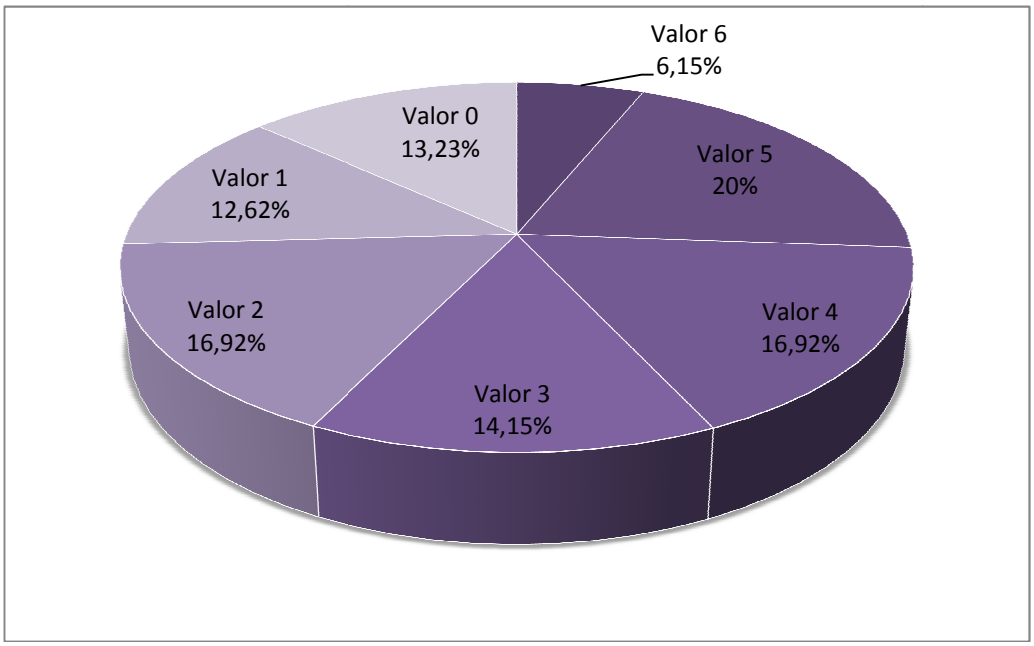
Igual que en el cas anterior, per tal de poder fer una valoració de tots aquests elements i poder-los comparar, hem assignat una escala de valor del 0 al 3 en funció dels actes litúrgics que tenen lloc en aquests espais.

- El 0 correspon a aquells elements en els que no s'hi celebra cap tipus d'acte litúrgic.
- El valor 1 s'ha assignat a aquells elements en els que es celebren 1 o 2 tipus d'actes litúrgics.
- El valor 2 representa aquells elements en els que es celebren entre 3 i 5 tipus d'actes litúrgics.
- Els elements representants pel número 3 són aquells en els quals s'hi celebren quasi tots els actes litúrgics abans mencionats.

Observant la base de dades veiem que en aquells elements en que es celebren menys actes litúrgics, aquests són, sobretot, els relacionats amb els sagraments (casaments, bateigs i funerals) i els relacionats amb la Setmana Santa i el Nadal. Recordar que en el cas de casaments, bateigs, etc. són actes que es celebren a petició dels fidels interessats i que, per tant, no hi ha una regularitat establerta.

La suma dels dos aspectes tractats estableix una valoració dels elements en funció dels actes litúrgics que va del 0 al 6, tal com veiem en el gràfic 16.

Gràfic 16: Celebració del culte en els espais sagrats



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Veiem que el culte en els espais sagrats actualment segueix essent un element important i manté una certa regularitat i freqüència. de fet, en més de la meitat dels espais (57,22%) s'hi celebra culte de manera freqüent i regular obtenint una valoració de 3 o més; i en una quarta part dels elements (26,15%) s'hi celebra habitualment. Destacar, també, com hem vist en la taula 14, que entre el 13,23% dels elements en els quals no s'hi celebra culte, hi ha espais que no tenen aquesta funció, com són els museus.

10.2.2.- Les mostres de fe vinculades a la devoció popular

L'altre element que s'ha tingut en compte per valorar la importància i vigència dels rituals en els espais sagrats han estat les mostres vinculades a la devoció popular i a la celebració de festivitats, per tant, 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 busca 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, donant menys importància a allò discursiu i conceptual (García i Martin, 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, pelegrinatges, gests, prometences...) 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 "sagraments 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.

Per tal de poder fer una valoració de tots aquests aspectes, les dades amb les que s'ha treballat són les referents a aplecs, principals festes, pelegrinatges, pessebres vivents, llegendes i altres.

(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, destaca també el de festa popular, que es celebra generalment amb 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 que se celebra la festa patronal (per tant es celebra en dates fixes), a la que acostumen a acudir els grups de devots de totes les comunitats que pertanyen al radi d'influència de l'element. L'assistència i participació a l'aplec és plenament voluntària.

En la base de dades es recull informació sobre si es celebra o no l'aplec i una breu descripció d'aquest. Del total dels 325 elements, en 86 d'ells es celebra aplec, que representa un 26,46% del total. Si ens fixem en la descripció podem extreure algunes característiques comunes.

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 concelebren la litúrgia, donant-li un aire més solemne. A més, sol anar acompanyada de cants de goigs i altres himnes.

També solen tenir lloc 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 vist amb anterioritat (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 rituals d'integració de diferents comunitats veïnes, en els que 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, donat que l'advocació mariana és molt estesa a Catalunya), seguit del mes de setembre (sobretot el dia 8 que és la diada de les Mare de Déu 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 el 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, si que hi trobem un programa paral·lel d'activitats.

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

Trobem nombrosos elements que tenen alguns tipus de festivitat important, representant un 74,77% del total (243 elements).

(c) Pelegrinatges i romeries

Les peregrinacions 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 de que la visita dóna 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 al destí. En aquest punt no ens hi estendrem perquè ja s'ha parlat anteriorment dels pelegrinatges en el punt 6.2.

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 el punt d'origen i el punt de destí 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, coincidint amb la celebració de l'aplec o d'altres festivitats destacades; encara que no sempre és així.

Observant la base de dades constatem que només en 24 dels recursos s'hi celebren pelegrinatges o romeries de manera organitzada (un 7,39%), fet que fa pensar en una davallada important d'aquests tipus de viatges a nivell local, encara que, tal com hem constatat anteriorment, el fenomen del turisme religiós i els desplaçaments cap als llocs sants del món va en augment.

En aquest cas es fa referència a aquells pelegrinatges i romeries que estan organitzats per part de parròquies i altres organismes i que, per tant, es poden comptabilitzar. No s'han pogut comptabilitzar els pelegrinatges empresos de manera individual ja que, tal com hem comentat en el punt 8, no disposem de dades ni estudis de referència.

(d) Pessebres

En aquest estudi s'ha tingut en compte si es realitzaven pessebres vivents o exposicions de pessebres en alguns dels temples, com un fet clarament arrelat a la religiositat popular vinculat amb el cicle festiu nadalenc.

Els pessebres vivents són les dramatitzacions rituals o recreacions del naixement de Crist. Els experts estan d'acord en atribuir a Sant Francesc d'Assís l'autoria de la primeres escenificació viva del pessebre.

Només en 24 dels elements (7,38%) trobem manifestacions d'aquest tipus, ja que, cada cop més, l'organització d'aquestes manifestacions recau sobre entitats laiques que no estan vinculades a la parròquia.

(e) Llegendes

L'existència de llegendes que expliquin la creació del temple o el relacionin amb un esdeveniment miraculós és un altre element més que configura aquesta religiositat popular. Recordem, també, la importància que té el posar un nom i les narratives que es generen al voltant per a la construcció de la identitat del lloc (capítol 5).

Aquestes llegendes, com afirma William (1976) semblen formar part d'una configuració constant en la que el nucli narratiu bàsic consisteix en un pastor que observa el comportament atípic d'un dels seus animals que li crida insistentment l'atenció. Aquest acaba per descobrir la imatge d'una Verge. En algunes variants la troballa pot ser feta per nens, pel mateix pastor, etc. 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 l'han 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 de que la voluntat de la imatge trobada és quedar-se a l'emplaçament inicial i per això haurà d'erigir-se una capella, ermita o santuari.

La segona variant es dóna quan el pastor avisa als 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.

Tot i que són les més abundants, no totes les narracions 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 la ubicació actual d'aquests centres, amb un radi d'influència clarament local (Prat, 1989).

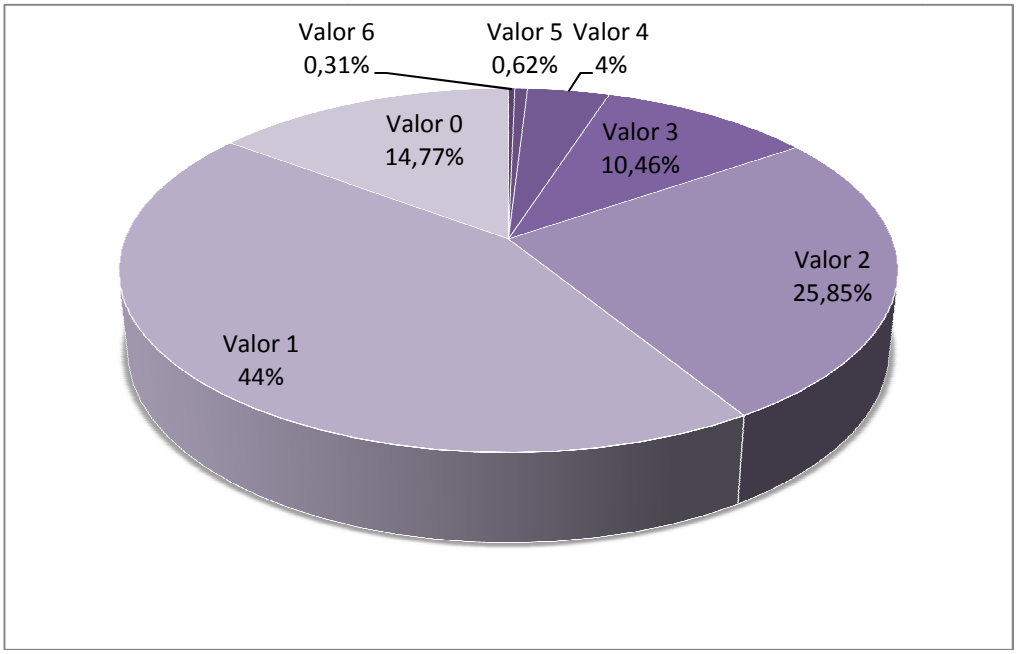
S'han identificat llegendes d'aquest tipus en 42 elements, representant un 12,42% del total dels elements estudiats, sobretot en santuaris i ermites.

(f) Altres

En aquest punt s'han recollit altres informacions relatives al patrimoni intangible com cants, celebracions diverses, pregàries Taizé, celebracions vinculades a festes populars com Sant Jordi, cursos i activitats vàries, visites per part d'escoles i institucions, fires i mercats, la presència d'exvots, el cant de goigs o himnes, etc. Trobem una gran varietat d'elements que fa difícil poder-los agrupar per categories. Estem parlant de 68 elements ens els que hi ha alguna activitat d'aquest tipus (20,92%).

Per assignar un valor representatiu el que s'ha fet és sumar les manifestacions que tenen lloc en cada un d'aquests elements, configurant una escala del 0 al 6, en funció de si no hi té lloc cap d'aquestes manifestacions, o si se n'hi dóna 1 o més d'1. Els resultats són els que es mostren en el gràfic 17.

Gràfic 17: Valoració d'altres aspectes del patrimoni intangible



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Observant els valors obtinguts en referència a l'existència de mostres de devoció popular en els espais sagrats podem constatar que en la majoria dels elements perviu, d'alguna manera, alguna mostra de devoció popular, ja que només un 14,77% del elements tenen assignat el valor de 0, que significa que no s'hi dóna cap tipus de manifestació d'aquesta índole.

De totes maneres, la majoria dels elements estan entre els valors de 1 (143 elements) i 2 (84 elements), representant un 69,85% del total. El 15,39% dels espais religiosos estudiants tenen un valor de 3 o superior, essent només un element el que té un valor de 6 i 2 elements que tenen el valor de 5.

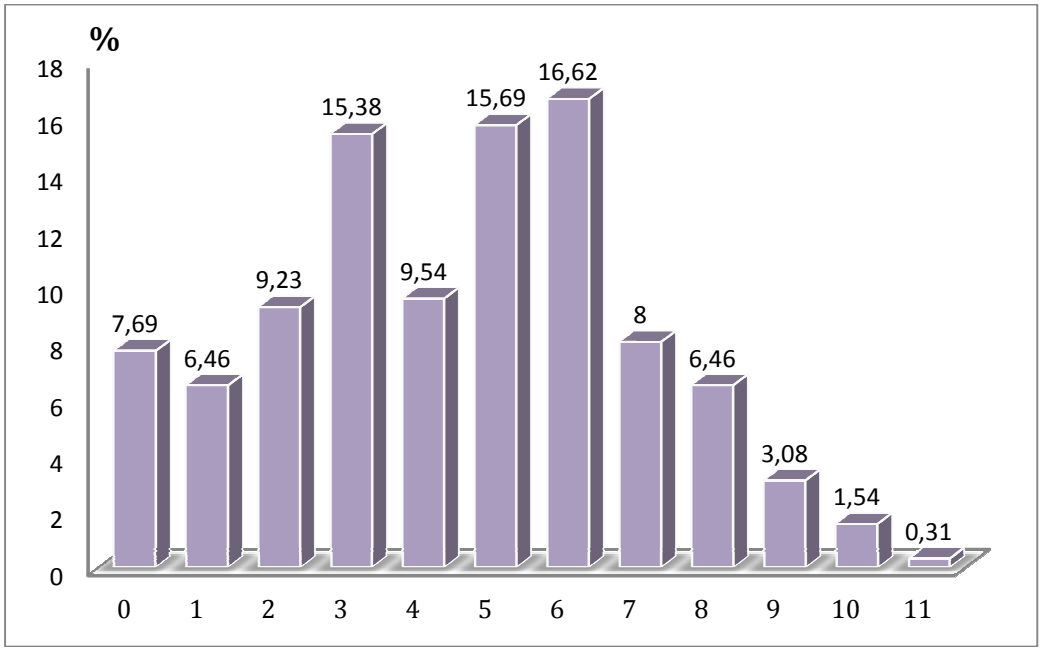
Aquest fet que ens fa pensar que si que hi ha un cert arrelament popular, encara que discret.

10.2.3.- La importància del patrimoni immaterial

Per tal de poder determinar quin és el valor que s'assigna a cada element segons la importància del seu patrimoni immaterial, s'ha sumat el valor assignat segons la freqüència dels actes litúrgics i el valor assignat als altres aspectes vinculats a la devoció popular.

El resultat és una taula de valoracions en una escala del 0 al 12; on 0 significa que no s'hi celebra cap tipus de culte ni activitat, i 12 que hi tenen lloc, a més del culte de manera regular i habitual, actes de devoció popular.

Gràfic 18: Valoració del patrimoni intangible (actes litúrgics i religiositat popular) en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Observant el gràfic, veiem que en general no hi ha cap valoració que predomini clarament sobre les altres; sobretot en la franja de valoració del mig hi ha poca oscil·lació entre uns valors i uns altres.

Si que veiem que hi ha al voltant d'un 23% d'elements que tenen una valoració de 2 o menys. Si en fixem en els resultats obtinguts en les taules anteriors, en aquest cas es tracta, en general, d'elements que no tenen la funció de culte (museus, per exemple), però també d'elements en els quals habitualment no hi ha culte però que s'hi celebren actes esporàdics o els que hem denominat com a mostres de religiositat popular. Sobretot ens referim a santuaris i ermites.

Per altra banda, prop del 65% dels elements estan en la franja de valoració entre el 3 i el 7, és a dir, que tenen culte de manera regular, més o menys freqüent, i aquest es complementa amb altres mostres de devoció popular.

Per contra, els pocs elements que estan a la part superior de l'escala de valoració (no arriba al 12%) ens fa pensar que hi ha pocs elements que despleguin tot el ventall d'actes religiosos que es poden celebrar.

En general, i deixant de banda la tipologia d'elements que han perdut la funció religiosa, es tracta d'espais vius que mantenen el culte i els valors religiosos.

10.3.- Reflexions sobre la relació entre el patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els elements estudiats

Un cop analitzats els elements segons la rellevància del patrimoni tangible i la vigència dels elements relacionats amb el patrimoni intangible, cal comparar les dades obtingudes.

En general, els aspectes tangibles i intangibles dels elements analitzats són o haurien de ser complementaris, doncs no es pot explicar la devoció d'una comunitat cap a la verge si no hi ha la imatge física d'aquesta en l'espai sagrat; o a l'inversa, no es pot explicar l'estructura arquitectònica dels temples i espais sagrats sense entendre (com hem vist) el paper que juguen en els actes de culte.

Tot i així, si bé aparentment patrimoni tangible i intangible haurien de ser complementaris, a la pràctica, en el cas dels espais sagrats poden generar una sèrie de tensions entre els visitants i la gestió d'aquests espais.

> "L'home, com a ser social i cultural modifica el seu medi natural, construint béns materials concrets i tangibles (arquitectura, ciutats, objectes). Aquestes expressions adquireixen un sentit complet només quan, més enllà de l'objecte en si, es revela el seu valor subjacent. Al mateix temps l'home construeix també un altre tipus de manifestacions a les que els atorga una significació particular, que s'expressen en una forma preferentment intangible i immaterial. Aquests béns són marcadors d'una identitat arrelada en el passat, actualitzada en el present i re interpretada per les successives generacions, que tenen a veure amb sabers quotidians, pràctiques familiars, entramats socials." (Carrera, 2005)

L'ICOMOS remarca la relació dialèctica que existeix entre el patrimoni material i immaterial. Tant el patrimoni tangible com el patrimoni intangible composen el patrimoni cultural. Mantenen entre si una relació dialèctica ja que el tangible aconsegueix mostrar-se en tota la seva riquesa en tant que deixa al descobert l'ànima intangible. Per la seva part, l'intangible es torna més proper i aprehensible en tant que s'expressa a través del suport d'allò material (Manuel, 2006).

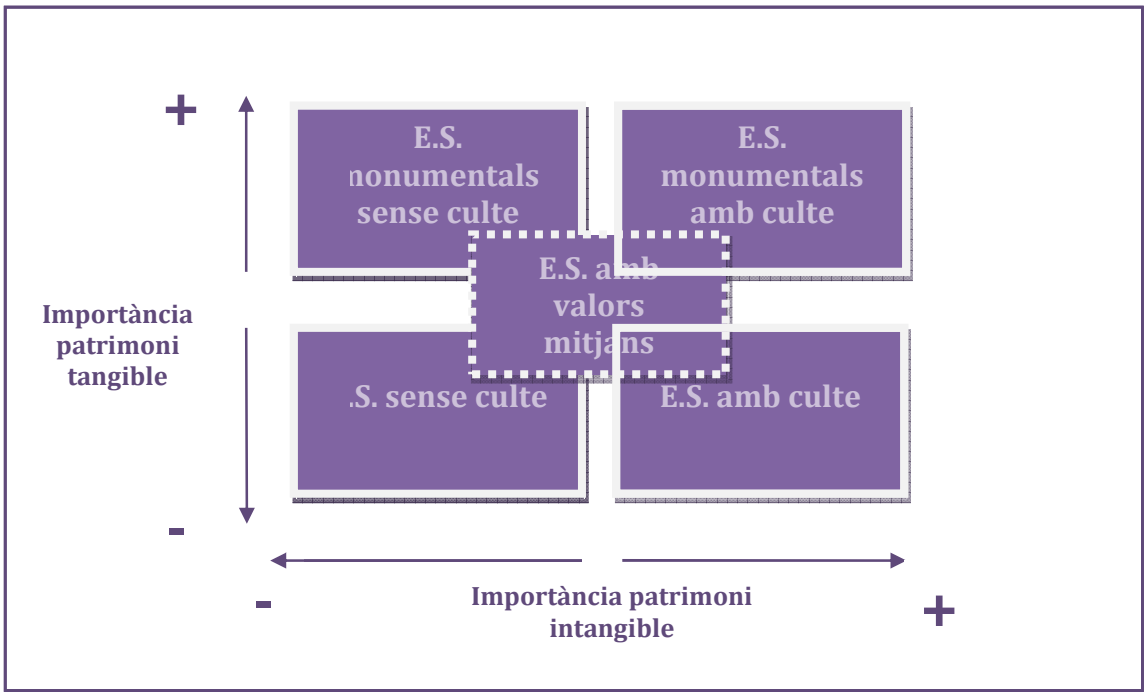
El patrimoni intangible impregna cada aspecte de la vida de l'individu i està present en tots els béns que composen el patrimoni cultural: monuments, objectes, paisatges i llocs. Tots aquests elements, productes de la creativitat humana, i per tant, fets culturals, s'hereten, es transmeten, modifiquen i optimitzen d'individu en individu i de generació en generació (Dirección General de Patrimoni de Buenos Aires, 2011).

De tot el que s'ha dit podem establir que la distinció entre patrimoni tangible i intangible no és absoluta ja que les dues categories són contínues i en ocasions poden solapar-se i que existeixen uns valors intangibles subjacents en els elements materials del patrimoni cultural (Manuel, 2006). Aquest fet és sobretot evident en el cas del patrimoni religiós.

Per això cal fer propostes que puguin ajudar als pelegrins i visitants a enriquir-se amb la visita a aquests espais sagrats posant en valor els elements tangibles i intangibles; per exemple mitjançant plafons explicatius, edició de material divulgatiu com guies i fulletons, edició de monografies, senyalització, visites guiades; i més enllà reunions científiques, cursos d'estudi, conferències especialitzades, biblioteques suficientment abastades de llibres, publicacions periòdiques adequades, audiovisuals, manifestacions artístiques i poètiques, representacions sagrades, concerts i exposicions,...

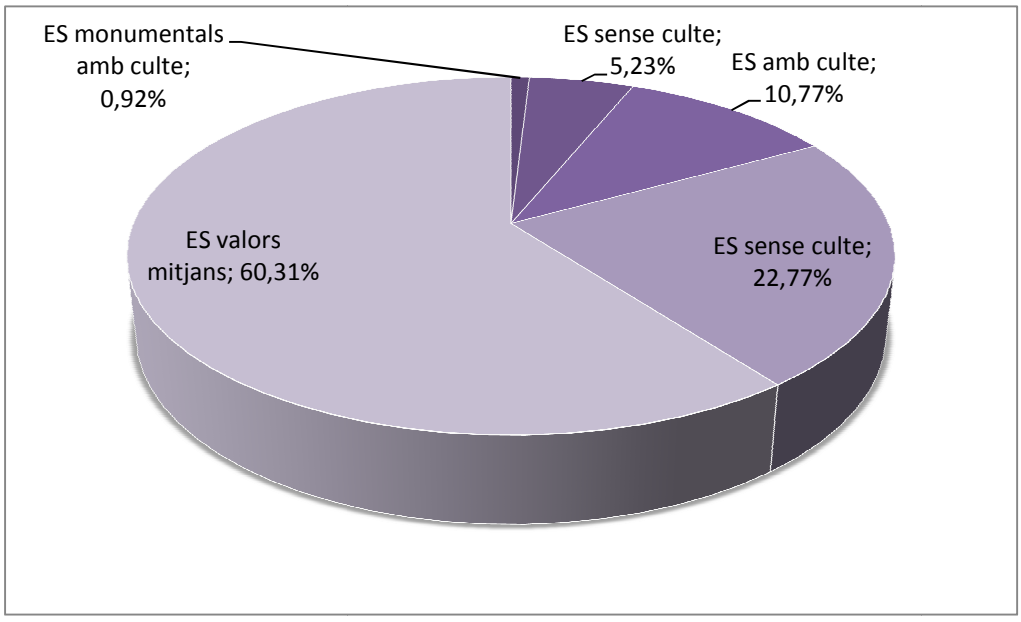
Tal com es mostra en el gràfic 19, podem parlar, a grans trets, de quatre tipologies d'espais sagrats: els espais sagrats monumentals sense culte, els espais sagrats monumentals amb culte, els espais sagrats sense culte i els espais sagrats amb culte.

Gràfic 19: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Gràfic 20: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Els **espais sagrats monumentals amb culte** són aquells espais en els que tant el patrimoni tangible com el patrimoni intangible són importants. En aquest cas s'han escollit aquells elements en els quals la valoració, tant d'un àmbit com de l'altre, era igual o superior a 8. L'exemple paradigmàtic serien les catedrals, que disposen d'un ric patrimoni tangible, format per grans edificis d'importància històrica, arquitectònica, artística, etc. i que a més, mantenen viva la seva funció com a centres de culte; a més, amb la particularitat que en aquests espais es dóna un nombre més elevat de visitants que en altres espais. Tot i així, destaquem que en la valoració proposada en aquest treball, no només trobem una catedral dins d'aquest grup, la de Tarragona, al costat del Monestir de Montserrat. de fet, aquest grup d'elements representa un percentatge molt petit sobre el total d'elements estudiats (gràfic 20).

Aquests espais són aquells que, al nostre entendre, han de tenir cura de compatibilitzar la gestió del culte amb la gestió de visitants, ja que, generalment, pels seus valors monumentals són focus d'atracció turística, al mateix temps que són focus de fe religiosa.

Els **espais sagrats monumentals sense culte** són aquells on el pes del patrimoni tangible està clarament per sobre del patrimoni intangible, o que aquest, fins i tot, és inexistent. En aquest cas estaríem parlant d'elements amb poca celebració de culte o cap, i que són admirats o visitants per la importància del patrimoni tangible, per tant que, en certa manera, han perdut una mica la seva raó de ser. A grans trets, estem parlant d'aquells elements que han obtingut una valoració igual o superior a 8 en l'àmbit del patrimoni tangible, però que han obtingut una valoració igual o inferior a 7 en l'àmbit del patrimoni intangible.

En un extrem d'aquesta tipologia, trobaríem els museus episcopals, que recullen importants mostres d'art sagrat, que ha perdut la seva funció principal ja que ha abandonat els centres de culte per ser exposat en una col·lecció; per exemple el Museu d'Art de Girona. També hi trobem elements com el conjunt romànic de les esglésies de la Vall de Boí o la Seu Vella de Lleida. Aquests elements representen un 5,23% del total dels elements (gràfic 20).

En aquests elements, el volum de visitants és important, per les mateixes raons que en el grup precedent. En aquest cas, però, caldria potenciar el culte per tal que

els elements no siguin excessivament musealitzats i es converteixin en "parcs temàtics". En aquest cas, la gestió ha de tenir en compte, no només la convivència de devots i turistes, sinó que ha de procurar mantenir l'afluència dels primers.

A l'altre extrem, trobaríem els **espais sagrats amb culte**, elements on el patrimoni intangible adquireix més importància que el patrimoni tangible. En aquest cas estaríem parlant d'elements de poca rellevància des del punt de vista de la història o la història de l'art però que mantenen viva una forta devoció popular. Són aquell grup d'elements que han obtingut una valoració inferior a 8 en l'àmbit del patrimoni tangible; però que en l'àmbit del patrimoni intangible aquesta valoració és igual o superior a 8.

Un exemple d'aquest podrien alguns santuaris o esglésies rurals, de petita envergadura, que atreuen relativament pocs visitants, però que desperten un fort sentiment de devoció popular que fa que s'hi mantinguin vius els actes de culte. Per citar alguns exemples, podem mencionar al Santuari de la Mare de Déu de Núria, el Santuari del Miracle o el Sant Crist de Balaguer. Aquest grup representa un 10,77% del total dels elements (gràfic 20).

En aquest grup d'elements, els possibles conflictes entre devots i visitants són menors, a priori, perquè el grup de visitants pot ser més petit. de totes maneres, cal remarcar que el valor d'ús religiós és elevat, per tant, el grau de susceptibilitat dels fidels pot ser elevat. En aquest cas, caldria, per tant, buscar estratègies, de conciliació de les dues tipologies i, sobretot, posar en valor el patrimoni intangible per tal que els visitants comprenguin la naturalesa del lloc visitat.

El darrer grup proposat és el dels **espais sagrats sense culte**, en els quals els valors tant del patrimoni tangible com de l'intangible són molt baixos, amb valors inferiors a 3 en els dos àmbits. Aquest grup representa un 22,77% del total dels elements.

Hem contemplar un cinquè grup, que el gràfic 19 apareix com a **espais sagrats amb valors mitjans**, que veiem que inclou la majoria dels elements (un 60,31%). Creuant les dades hem observat que en els extrems de la taula, com hem vist, s'hi ubicaven poc elements i que la majoria es concentraven en aquesta franja central, és a dir, sense un clar predomini d'uns valors per sobre dels altres.

Des del punt de vista de la gestió, aquests espais han de tenir en compte els mateixos criteris que els destacats pel grup **espais sagrats monumentals amb culte**, en el sentit que, si bé no atreuen les mateixes masses de visitants, hi ha un equilibri entre els dos aspectes, que pot portar a conflictes, i que per tant, s'han de tenir presents.

En aquest cas alhora de fer una valoració i anàlisi d'aquests espais caldrà tenir en compte si es situen més a prop d'un grup o d'un altre, segons els valors que tinguin.

Aquestes tipologies ens aporten informació sobre la vigència del culte en els espais sagrats i sobre la importància del patrimoni tangible d'aquests espais. És a partir d'aquestes dades que fem una estimació dels possibles visitants i de quines podrien ser les línies generals de gestió a tenir en compte.

Tot i això, aquesta informació no és suficient, caldrà analitzar altres aspectes per acabar de perfilar quina és la relació d'aquests espais sagrats amb el turisme, que són els que s'analitzen en el punt següent.

11.- Relació entre la gestió turística pròpia i l'entorn turístic

Els espais sagrats, indiscutiblement, atreuen visitants, ja sigui amb motivacions estrictament religioses o bé combinades amb altres motivacions. Com hem vist, la varietat dels espais sagrats és molt gran; donant lloc a espais amb gran importància turística al costat d'altres que reben menys visitants. Tot això, com hem vist, pot comportar riscos en la seva gestió, doncs es poden generar conflictes entre els visitants causats per motivacions i expectatives diferents; o bé entre els visitants i les necessitats de preservació i conservació del lloc.

El que analitzarem en aquest punt és si els elements inclosos en el projecte Catalonia Sacra són accessibles turísticament o no. Cal tenir en compte que aquest projecte vol posar en valor tots aquests elements i, per tant, es requereix una mínima infraestructura i gestió turística per tal que funcioni. de fet, no entenem la gestió turística com un fet oposat a la gestió religiosa, sinó més aviat com a complementaris, d'acord amb Rabet.

> "Considerant els responsables religiosos de les catedrals i altres llocs cristians com actors turístics plenament, no amaguem pas la seva missió primera, la missió pastoral de relació amb els fidels. És satisfent les necessitats dels visitants que aquesta missió és possible." (Rabet, 2009, 25)

Per tal de poder analitzar la realitat turística dels elements culturals s'ha optat per tenir en compte dos aspectes, que són, si aquests elements estan gestionats en clau turística per part de les institucions gestores i/o propietàries, per una banda; i per altra banda, si l'entorn on estan ubicats aquests elements és un entorn turístic o no.

11.1.- La gestió turística pròpia

Hem vist en el capítol 7 que els espais sagrats generalment són gestionats per qui en té la custòdia. Una altra cosa és que la gestió es faci en clau turística, és a dir, tenint en compte les peculiaritats del sector turístic, o no. No estem demanant que aquests espais siguin gestionats de manera turística, perquè al nostre entendre això els faria perdre de vista la missió per la qual van ser construïts i es desnaturalitzarien. Però entenem que si en la gestió es tenen en compte, també, alguns aspectes turístics, es disposen d'eines per tal de poder gestionar els possibles conflictes que es generin entre diferents tipologies de visitants.

Per tal d'analitzar la gestió turística dels elements a partir de la base de dades del projecte, els aspectes que es tindran en compte són:

1. Gestió. Quin és l'ens gestor
2. Accessibilitat turística (horaris d'obertura i tarifes)
3. Serveis turístics propis a l'equipament (allotjament, restauració i cafeteria, botiga i altres serveis complementaris) en el propi equipament
4. Eines d'informació (eines d'interpretació, visites guiades pròpies i dades relatives a la visita)
5. Activitats culturals que es realitzen en el mateix recurs

11.1.1.- La titularitat i gestió dels elements

Amb les dades que s'han recollit no es pot realitzar una anàlisi exhaustiva dels sistemes de gestió i el seu enfocament, per aprofundir més caldria realitzar entrevistes personalitzades als diferents responsables per poder determinar les línies d'actuació i els objectius.

Tal com s'ha vist anteriorment, les formes organitzatives al voltant dels espais sagrats varien moltíssim però el comú denominador és que generalment són específiques de l'àmbit religiós i això condiciona en gran mesura la forma de funcionar. Moltes vegades són llocs gestionats per estructures jeràrquiques dominades clericalment que han funcionat de la mateixa manera durant molts anys.

Els llocs sagrats que no tenen estructures formals de gestió solen estar gestionats per religiosos més que per administracions seglars. I és inevitable que les seves prioritats recaiguin en el foment del culte i l'evangelització i no en la gestió de visitants. En la taula 15 veiem les entitats gestores dels elements estudiats.

Taula 15: Entitats gestores

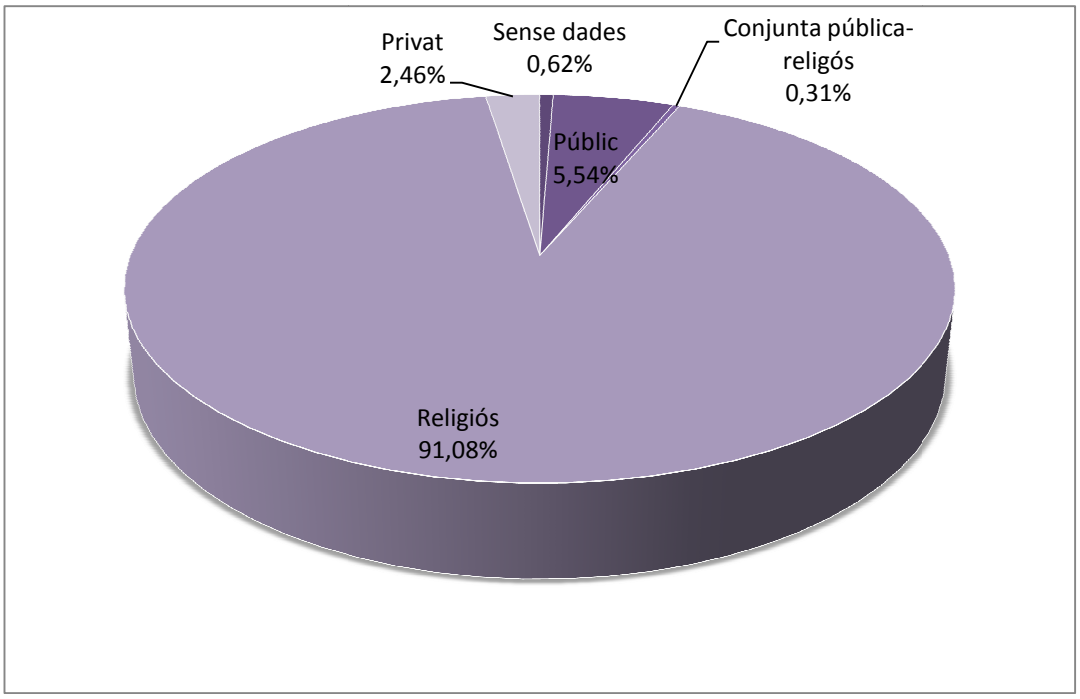
	Nombre	%
Ajuntament	7	2,15
Ass. Amics	1	0,31
Capítol catedral	14	4,31
comunitat	17	5,23
Parròquia - ajuntament	1	0,31
Consorci públic	2	0,62
Diòcesi	7	2,15
Diputació	3	0,92
Fundació	1	0,31
Generalitat	6	1,85
Hospital	1	0,31
Parròquia	254	78,15
Particular	1	0,31
Patronat	4	1,23
Santuari	3	0,92
Vicari	1	0,31
No dades	2	0,62
	325	100,00

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Per tal de poder treballar amb aquestes dades, les agrupem, segons la titularitat. Així, dins de l'apartat de públic hem considerat aquells elements que estaven gestionats per ajuntaments, diputacions i Generalitat.

Tot i que l'església és una institució privada s'ha volgut separar els elements que estan gestionats des de la pròpia església o bé des d'altres institucions privades, com fundacions i associacions, tot i així, aquest últim grup és molt poc nombrós, representant un 2,46% del total (gràfic 21). Igualment poc rellevant respecte el conjunt és el nombre d'elements que estan gestionats de manera conjunta entre el sector públic i l'església, que no arriba ni a un 1% del total. Podem deduir, per tant, que les relacions a nivell de gestió entre l'església i la resta d'institucions públiques i privades són encara molt difícils.

Gràfic 21: Titularitat de la gestió

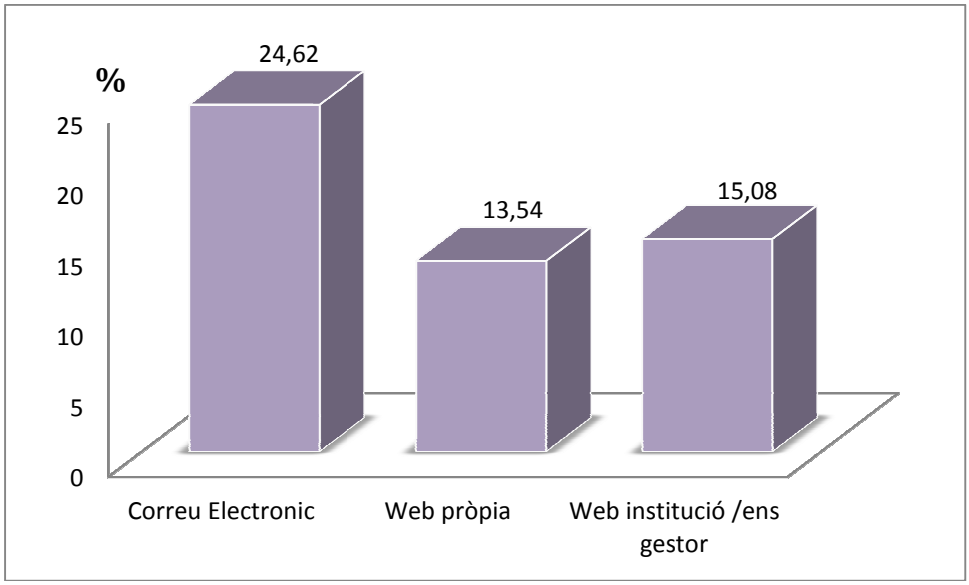


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

La propietat i la gestió determina en gran mesura el paper i la tasca a desenvolupar per part dels responsables d'aquests recursos. Les institucions públiques, com s'ha dit abans, ofereixen uns serveis públics i unes operacions no lucratives, mentre que les privades, normalment, posen molt més èmfasi en els beneficis. En el món de la cultura, en general, la proporció entre les institucions públiques i privades és de 70-30; però en aquest cas veiem que és clarament a la inversa, predominant el privat, sobretot sota els auspicis de l'església.

En l'estudi no s'han tingut en compte informacions com la promoció i difusió que es fa dels recursos, però un dels elements que si que ens agradaria comentar és el de les pàgines web. Durant la recollida de dades, es va preguntar si es disposava de correu electrònic i de pàgina web, nosaltres hem establert la distinció de si la pàgina web és pròpia i exclusiva per l'element o és una web genèrica de la institució o ens gestor en el qual hi ha un apartat destinat als monuments. El resultat és el que es mostra el gràfic 22.

Gràfic 22: Titularitat de les pàgines web en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

D'acord amb el gràfic, només el 28,62% disposen de pàgina web, si sumem el percentatge dels que tenen web pròpia i dels que és l'ens gestor qui la té. Aquest fet ens pot cridar basant l'atenció sobre l'ús de les noves tecnologies en aquest àmbit. Donada la importància creixent que estan assolint les noves tecnologies de la informació i la comunicació, no només en l'àmbit de la promoció sinó també en l'àmbit de la gestió i la interpretació del patrimoni; ens semblaria un aspecte en el que caldria treballar per part de les entitats gestores d'aquests recursos.

Una mica inferior a aquest percentatge és el dels elements que disposen de correu electrònic, que representen un 24,62% del total. Donada la importància de les noves tecnologies avui en dia, sobretot en la gestió de reserves, concertació de

visites i sol·licitud d'informació, que només una quarta part de les entitats gestores disposin d'aquestes eines és un aspecte negatiu a tenir en compte.

11.1.2.- L'accessibilitat turística

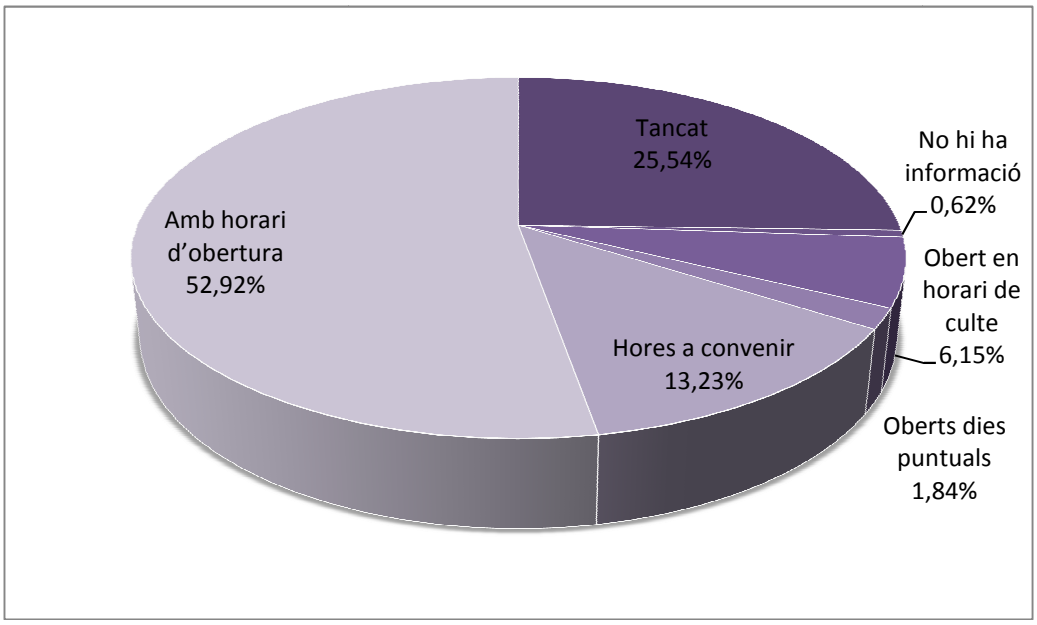
En l'apartat sobre el patrimoni intangible s'han tractat els aspectes vinculats al culte. Una manera d'augmentar la competitivitat és convertir les destinacions en les quals el visitant (estranger i nacional) no hagi de perdre els temps solucionant necessitats logístiques (allotjament, programació d'itineraris, reserva i adquisició de béns i serveis com ara entrades, etc.) per tal que pugui esmerçar aquest temps gaudint de la destinació. Per això cal treballar de la manera més eficient possible i, al mateix temps, integrar-se i coordinar-se amb la resta de l'oferta i serveis turístics de l'entorn. En aquest punt s'intentarà avaluar l'accessibilitat turística en relació als horaris i les tarifes.

(a) Els horaris d'obertura

El fet de disposar d'un horari d'obertura al públic implica, ja d'entrada, que hi ha l'opció de visitar el lloc. Però això no és suficient, perquè hi pot haver una àmplia varietat en els horaris d'obertura, tant pel que fa als dies, com a les franges horàries, com a la mateixa flexibilitat.

Per tant, els horaris d'obertura es poden analitzar des de diferents perspectives. En el gràfic 23 podem observar una primera agrupació que fem dels elements en funció de si disposen o no d'horaris d'obertura.

Gràfic 23: Nombre d'elements en funció de l'existència d'horaris d'obertura

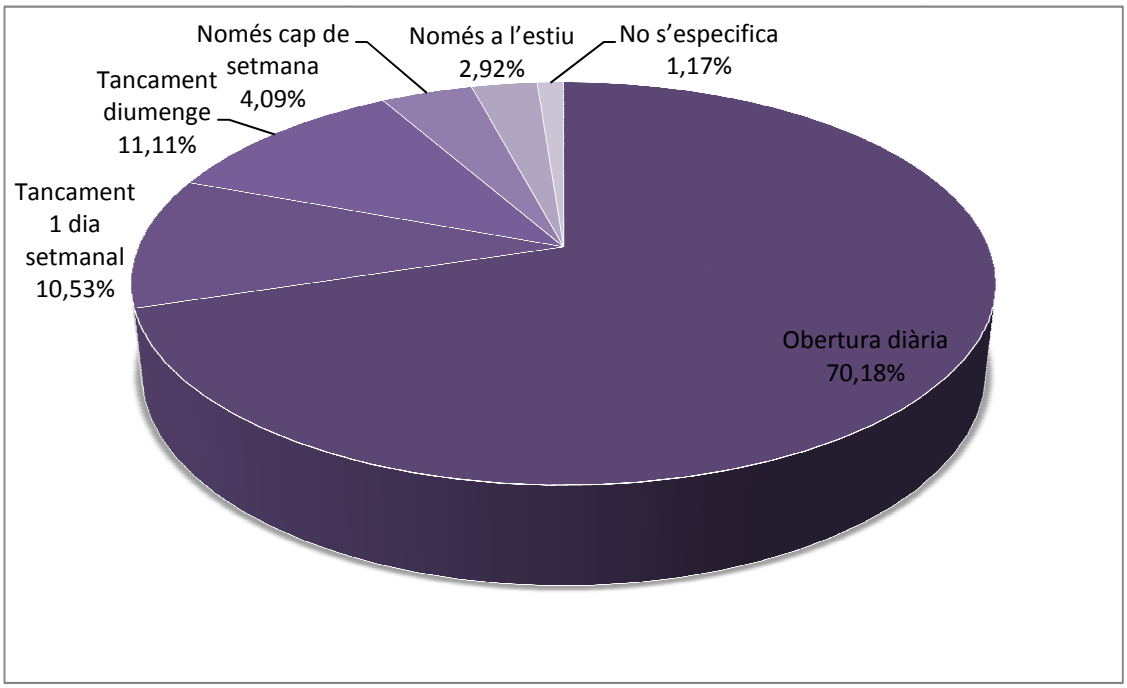


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Descomptant els elements que estan tancats i els 2 dels quals no hi ha informació sobre el període i l'horari d'obertura, veiem que un total de 240 elements (un 73,85%) estan oberts, d'aquests n'hi ha 6 que obren de manera puntual, 12 que només estan oberts a l'estiu i els 222 restants estan oberts tot l'any (representant el 68,3% del total dels elements).

Però aquestes dades encara es poden perfilar una mica més. Per això analitzem una mica més a fons els períodes i els horaris d'obertura, dels 171 elements que disposen d'horaris (gràfic 24).

Gràfic 24: Flexibilitat horària segons els períodes i les hores d'obertura



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Analitzant els horaris d'obertura veiem que són molt variats. Això és degut a la tipologia d'elements, que combina museus, esglésies, catedrals... També depèn, en molts casos, de qui el gestiona o de si té persones o comunitats que custodiïn l'element.

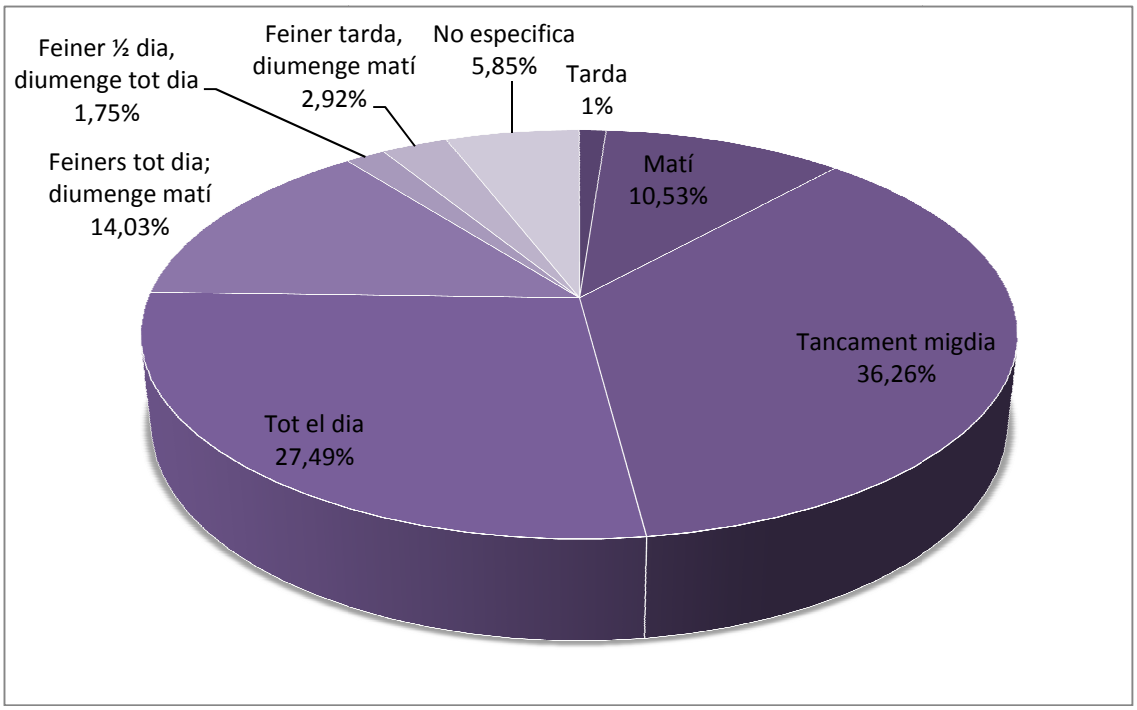
Tal com veiem en el gràfic 24, prop del 70% dels elements estan oberts diàriament. Si a aquest percentatge li sumen el dels elements que tanquen un dia a la setmana, ens trobem amb que quasi el 90% dels elements estan oberts entre 6 i 7 dies a la setmana, fet que es valora com a positiu per facilitar l'accés al devots i visitants.

És molt difícil poder extreure conclusions o pautes per què cada element té uns horaris diferents; a tall d'exemple, hi ha esglésies que obren més de 12 hores per dia al costat d'altres que només obren 1 hora; també trobem elements que obren molt aviat (els que obren més d'hora ho fan a les 7 del matí), d'altres que només obren a mig matí o migdia. El mateix passa amb l'horari de tancament de les tardes, que van des de les 15 o les 16, dels que tanquen abans, fins a les 20 o les 21 dels que tanquen més tard. Així, tenim un promig d'hores d'obertura de 6,77, amb un màxim de 14 hores d'obertura al dia i un mínim de 1 hora.

Altres dades que podem aportar en referència als horaris, per exemple, és que 29 elements realitzen distinció entre temporada d'estiu i temporada d'hivern, ampliant l'horari en època d'estiu. També en comptabilitzem 12 que només obren a l'estiu.

Si mirem les hores d'obertura veiem que la majoria mantenen les mateixes hores d'obertura durant el cap de setmana (126 elements, que representen el 76,68%) i dels que varien l'horari el cap de setmana, 14 elements (8,19%) amplien l'horari mentre que 29 elements (16,96%) el redueixen. En el gràfic 25 recollim algunes de les dades en referència al moment d'obertura.

Gràfic 25: Franges d'obertura diàries



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

El gràfic corrobora el que hem mencionat fins ara, que hi ha una gran diversitat en els horaris d'obertura dels diversos elements. Tot i així, podem veure que dels establiments que tenen un horari d'obertura establert, una mica més de la meitat obren durant tot el dia (63,74% sobre el total), contant els que tenen obert de manera ininterrompuda i els que tanquen al migdia, de manera diària. Si a aquests

els sumem els que obren matí i tarda, amb excepció dels diumenges i dies festius, el percentatge puja fins al 77,77%, per tant, una mica més de les tres quartes parts del total.

En general, per tant , els horaris d'obertura són bastant flexibles. Però aquesta dada per si sola no és un indicador de la gestió turística del lloc, ja que molts d'aquests llocs tenen obert pels fidels i devots, no només pels turistes. Sobretot això és present en els llocs que tenen una franja horària d'obertura més amplia, o bé aquells que obren a primera hora o tanquen més tard.

(b) Les tarifes d'entrada

A part dels horaris d'obertura, hi ha alguns d'aquests equipaments en els quals s'ha de pagar una tarifa d'entrada.

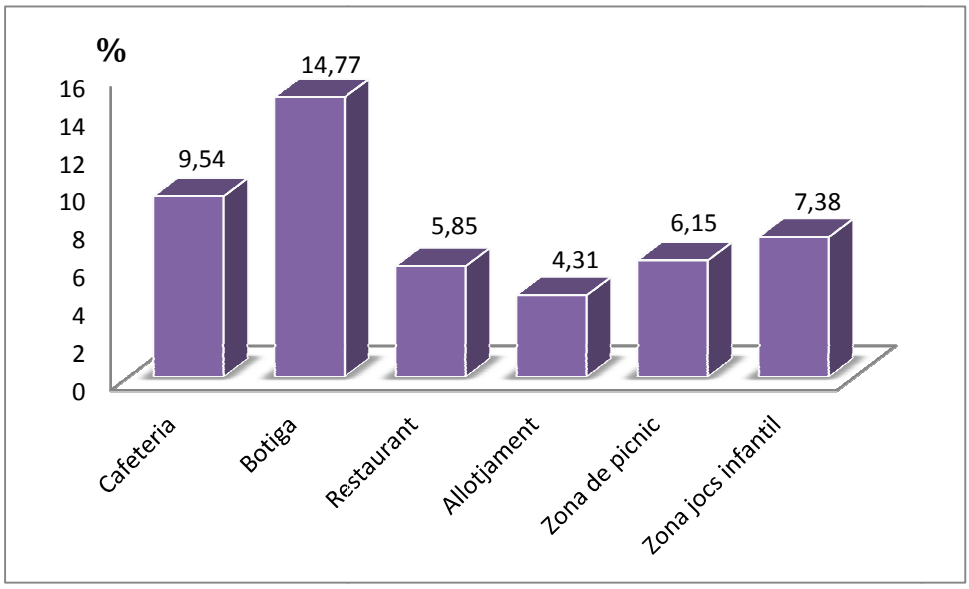
Dels 325 elements estudiats, cal pagar entrada en 41% d'aquests. El preu mitjà de l'entrada és de 3,20 euros per persona, amb un màxim d'11 euros i un mínim d'1 euro. Només hi ha un element que demani el pagament d'11 euros i és el Temple Expiatori de la Sagrada Família.

Sobre les tarifes d'entrada no podem extreure més dades d'anàlisi ja que desconeixem els paràmetres que condicionen l'establiment d'una tarifa d'entrada per cada element, com són els costos de manteniment, per exemple.

11.1.3.- Els serveis turístics propis

En aquest apartat s'analitzen els serveis turístics propis, per tant, aquells serveis que s'ofereixen des del propi recurs. Dins d'aquests elements contemplem l'existència de botiga, cafeteria, restauració, allotjament i zones de pícnic i de joc infantil. El gràfic 26 ens mostra, de manera global, les principals dades referents als serveis i equipaments de què disposen els recursos.

Gràfic 26: Presència de serveis turístics en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

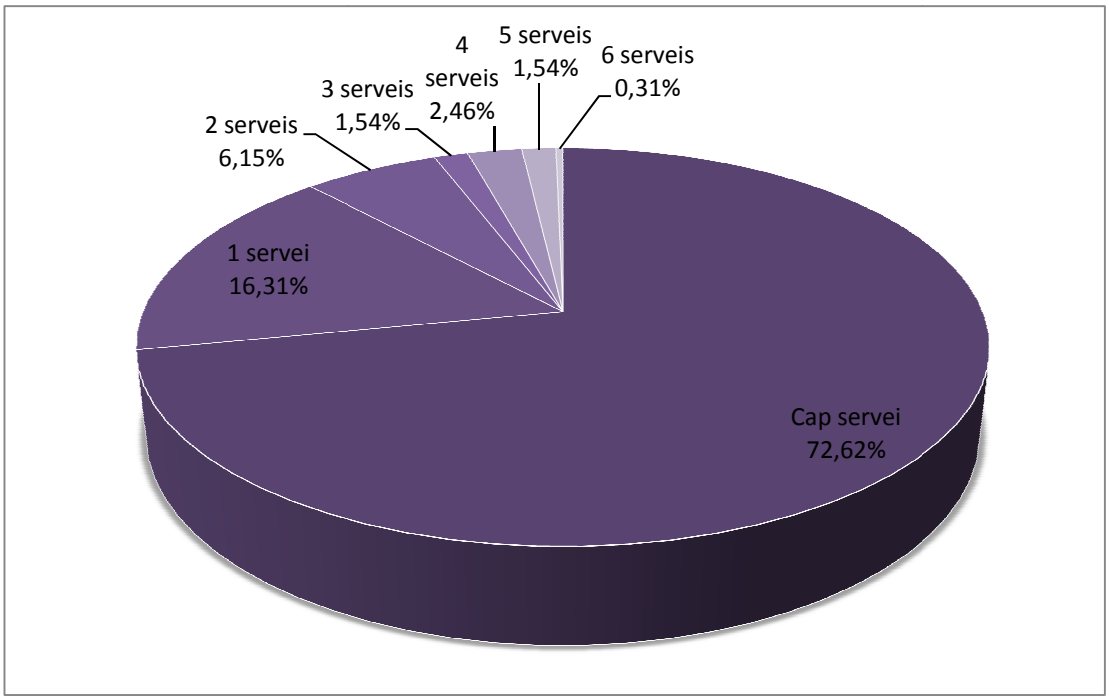
Tal com podem veure en el gràfic, les dades sobre la presència de serveis turístics en els espais sagrats són més aviat baixes; nomes 34 elements (9,54%) disposen de cafeteria, 48 (14,77%) de botiga, 19 (5,85) de restaurant, 14 (4,31%) d'allotjament, 20 (6,15%) de zones de picnic i 24 (7,38%) de zona de jocs infantil.

A aquest gràfic cal afegir-hi un parell d'observacions. Dels 19 elements que disposen de restaurant, en només 8 aquest és apte per a grups. de la mateixa manera, dels 14 elements que disposen d'allotjament, 3 són aptes per grups. És una dada que val la pena comentar tot i que també cal tenir en compte que, en general, el tipus de públic que acudeix a aquests llocs busca espais de tranquil·litat i

reflexió. Tot i així, és cert que en alguns casos s'organitzen pelegrinatges i excursions, moltes vegades amb autocar, i per tant, que requereixen d'infraestructures adequades i amb suficient capacitat.

De la unificació dels diferents serveis podem elaborar el gràfic 27.

Gràfic 27: Nombre de serveis turístics per element



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En aquest cas les dades parlen per si soles, el 72% dels elements no disposa de cap dels serveis turístics mencionats anteriorment, i el 16% disposen d'1 dels serveis, que en la majoria dels casos consisteix en una botiga. Per tant, tal com hem apuntat en el capítol 7, en aquest àmbit hi ha un llarg camí per recórrer. També és cert que no és necessari que tots els elements disposin de tots els serveis, dependrà de la seva estructura (si permet o no que hi hagi aquests elements). Per exemple, convents i monestirs són espais que permeten la ubicació d'allotjament; mentre que un museu o una catedral no ho permeten.

Un altre aspecte a tenir en compte, que s'analitza en l'apartat 11.3, és si aquests serveis existeixen en les proximitats del monument, fent que tampoc sigui

imprescindible que es prestin en el propi espai sagrat. Tot i que es tracta d'un fet positiu que l'entorn disposi d'aquests serveis perquè facilita la visita; també és cert que quan aquests serveis es troben ubicats dins dels propis espais sagrats es té un major control sobre la qualitat dels serveis prestats. Això és especialment important en el cas de la botiga, doncs el fet que la botiga estigui dins l'espai sagrat i sigui gestionada per la mateixa entitat, permet escollir i seleccionar la tipologia de records que s'ha de vendre, de manera que siguin adients al lloc.

11.1.4.- Les eines d'interpretació i les activitats culturals

Un altre aspecte a contemplar són les eines d'informació i interpretació que es posen al servei del visitant que, a part de ser un indicador del nivell d'accessibilitat turística i de la importància que es dóna als servei als visitants, també són eines que permeten donar a conèixer l'especificitat i singularitat d'aquests espais, tal com hem vist en el capítol 7.

Els elements que s'han tingut en compte en aquest punt són si es disposava de fulletons, panells informatius, eines audiovisuals, guies editades, visites guiades, explicació per part del responsable, audioguies i eines adaptades per a discapacitats com plafons tàctils o visites adaptades. També s'ha contemplat en aquest apartat si es llogaven espais per a la realització d'activitats, així com si es realitzaven activitats culturals diverses.

Els resultats referents a les eines d'interpretació a disposició dels visitants en els espais sagrats són els que es mostren en la taula 16.

Taula 16: Eines d'interpretació al servei dels visitants

Eina d'interpretació	Nombre elements	%
Fulletons	135	41,54
Panells informatius	103	31,69
Audiovisuals	31	9,54
Guies editades	73	22,46
Visites guiades	139	42,77
Audioguies	21	6,46
Explicació del responsable	129	39,69
Discapacitats	8	2,46
Lloguer d'espais	29	8,92
Activitats culturals	173	53,23

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

A diferència de les dades referents als serveis turístics propis, veiem que en el cas de les eines d'interpretació les xifres són més positives. de fet, en més de la meitat dels elements s'organitzen activitats culturals, el 42% dels elements disposen de visites guiades i un 41% de fulletons explicatius.

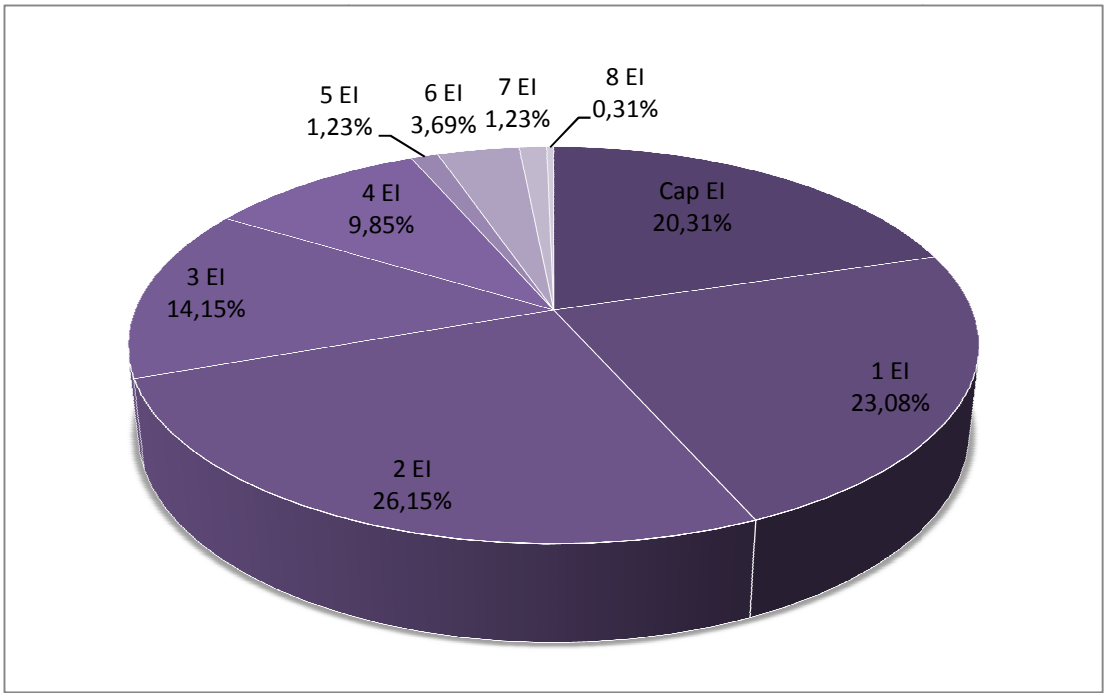
En el punt 7.7.2 s'ha constat la importància de les visites guiades i el paper que juguen els guies turístics. També s'ha constat la importància de rebre una formació específica en aquest àmbit, afirmació que queda reforçada a la llum de l'elevat nombre d'elements que ofereixen aquest servei.

Per un estudi més detallat de les eines d'interpretació caldria analitzar en quins idiomes estan disponibles, amb quina freqüència es fan les visites guiades, qui fa aquestes visites, etc.

El que si que podem observar és la manca de noves tecnologies de la informació i la comunicació en les eines d'interpretació en els espais sagrats analitzats.

Tal com hem fet amb els serveis turístics propis, el gràfic 28 ens mostra les dades de les eines d'interpretació de manera global.

Gràfic 28: Nombre d'eines d'interpretació per element



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

D'acord amb el gràfic 28, un 20% dels elements estudiats no disposen d'eines d'interpretació; prop del 50% disposen d'1 o 2 eines d'interpretació, majoritàriament fulletons, visites guiades i/o explicació del responsable. Constatem que la majoria dels elements, per tant, disposen d'alguna eina, però aquestes no s'adapten als diferents tipus de visitants. En general, a partir dels elements visitats i observats, podem afirmar que, a més, la presència d'idiomes és inexistent en la majoria d'ells.

També cal destacar que un 20% no disposa de cap eina d'interpretació, fet important a tenir en compte perquè, com s'ha dit, aquestes eines són importants per tal de difondre i donar a conèixer els valors del lloc.

Una altra dada rellevant és la que fa referència a l'organització d'activitats culturals. Del total d'elements estudiats, 173 organitzen activitats culturals, que

representen un 53,23%; de la mateixa manera, només 29 dels elements ofereixen l'opció de llogar espais (8,92%) per a la realització d'activitats. Cal dir que els que organitzen activitats no solen organitzar una sola activitat, sinó vàries (taula 17).

Taula 17: Tipologia d'activitats culturals organitzades

Tipus activitat	Nombre elements	Percentatge
Exposicions	20	8,26
Activitats catequètiques	4	1,65
Activitats gent gran	2	0,83
Teatre	6	2,48
Agenda activitats	10	4,13
Activitats tradicionals	8	3,31
Concerts	135	55,79
Conferències i jornades d'estudi	13	5,37
Cursos i seminaris	6	2,48
Activitats infantils (escoles i esplais)	7	2,89
Festivals i fires	17	7,02
Trobades	5	2,07
Varis	9	3,72

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Les activitats culturals no són estrictament de l'àmbit turístic ni estan organitzades per al sector turístic però segons la promoció que se'n faci o la repercussió que tinguin poden convertir-se en un reclam per als visitants. Els involucrats en la

gestió turística i cultural haurien de conèixer bé la importància que poden assolir les activitats culturals com a motiu d'atracció turística cap aquests recursos.

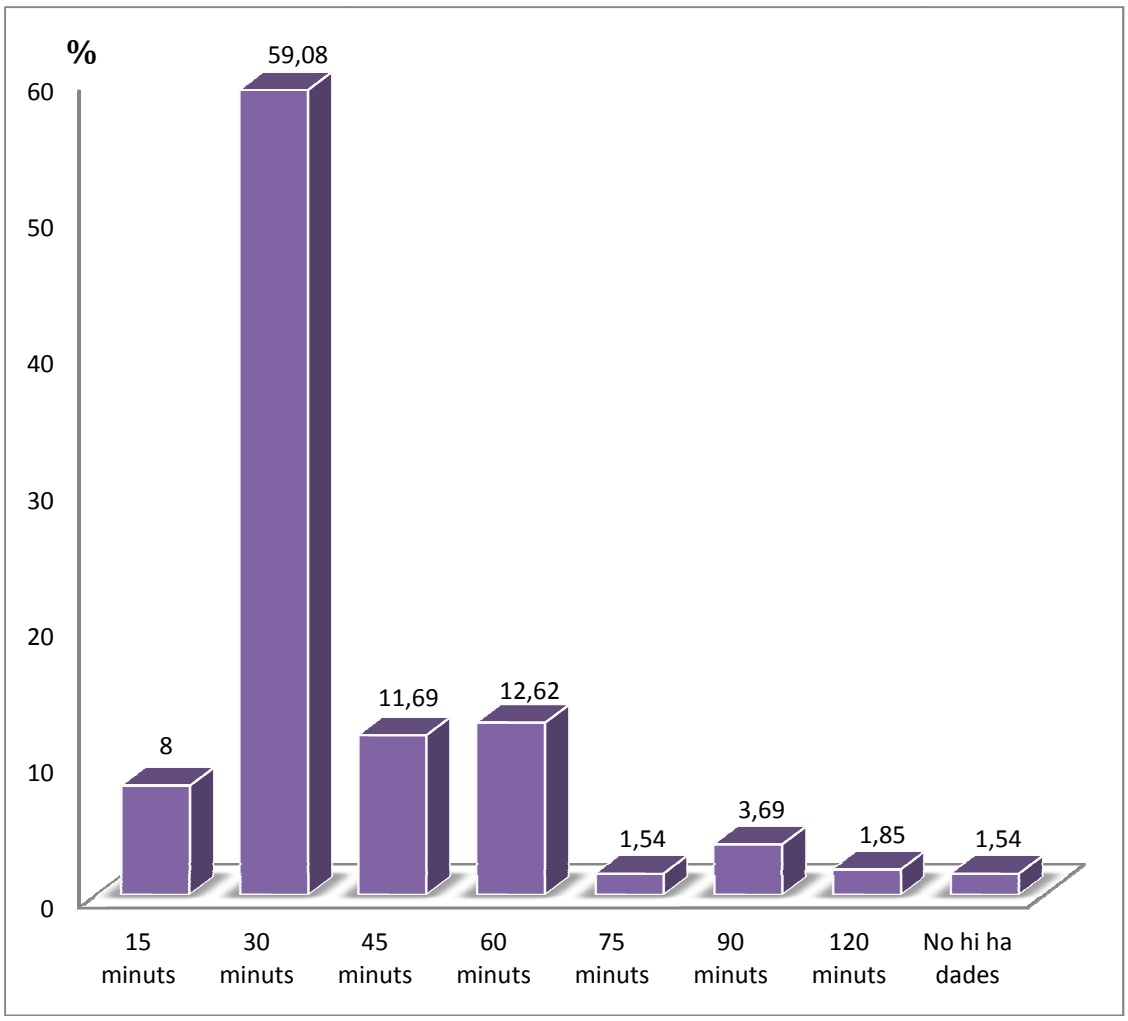
La importància de les institucions culturals com a proveïdores d'experiències als visitants de les destinacions és extraordinària, encara que tradicionalment tinguin com a responsabilitat primordial la conservació i preservació d'aquests recursos i la prestació de serveis educatius (en el sector cultural en general). Per una banda, aquestes institucions desenvolupen també un paper important a l'hora de proporcionar experiències turístiques, més enllà de la seva funció tradicional, atraient la gent d'un lloc a un altre. D'aquí la importància que adquireixen les activitats culturals.

11.1.5.- Algunes dades relatives a la visita

Les dades relatives a la visita ens poden permetre fer-nos una idea de com és aquesta visita, quant temps es destina, quin és el grau d'interès del visitant, etc. Les dades que es recullen fan referència a la durada de la visita, a l'època de l'any que es recomana per fer la visita i al tipus de públic.

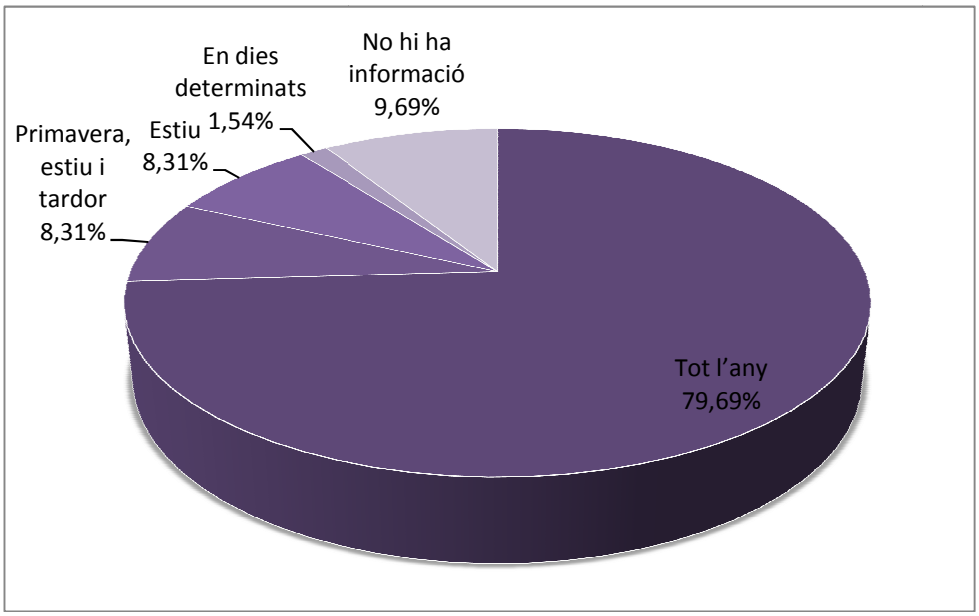
En el gràfic 29 es mostra un resum de les dades obtingudes en relació amb el temps de visita i en el gràfic 30 les informacions respecte l'època de l'any recomanada per la visita.

Gràfic 29: Temps estimat de visita en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Gràfic 30: Època de l'any recomanada per a la visita



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Sobre el tipus de públic només dir que l'única observació que es fa és sobre l'edat recomanada; i en tots els elements es considera la visita apta per qualsevol edat. Si relacionem aquesta dada amb el punt anterior, podríem matisar aquesta informació, ja que no tots els elements disposen, per exemple, d'eines d'interpretació adaptada als infants o disposen de zones de joc infantil, tal com hem vist en el punt 11.1.3. El mateix es podria dir per altres segments de visitants, com el de la tercera edat.

Pel que fa al temps estimat de la visita, la mitjana és de 39,05 minuts, veient que el temps mínim s'estableix en 15 minuts i el màxim en 2 hores. Els temps de visita s'ha calculat tenint en compte les dimensions de l'element i els serveis i eines d'interpretació que intervenen en una visita normal. Per tant, no s'han tingut en compte, per exemple, els casos en els que s'opta per una visita guiada, que fan que el temps de visita s'ampliï.

Destacar que només el 8% dels elements tenen un temps de visita estimat de 15 minuts, tractant-se de petites capelles i ermites, amb poques eines d'interpretació al visitant. Per altra banda, una mitjana de 39 minuts fa pensar en una visita

ràpida. Si mirem element per element veurem que aquells que tenen un temps de visita més alt són, generalment, museus i catedrals.

Aquesta dada ens pot portar a pensar en que la majoria de visites es fan de manera ràpida i més aviat superficial. Si es disposen de diverses eines d'interpretació adaptada a diferents públics la visita es pot allargar més i es pot aportar més informació als visitants per tal que l'experiència sigui més enriquidora.

Sobre l'època de l'any recomanada, destaquem que en quasi el 80% dels elements no es recomana cap època de l'any per a realitzar la visita, o el que és el mateix, que són visitables tot l'any. Els elements en els que s'ha recomanat la visita a l'estiu o la primavera és degut a que la climatologia és adversa a l'hivern, o bé que, també per raons climatològiques, els accessos empitjoren.

Només un 1,54% dels elements recomanen la visita en dies determinats, que coincideixen amb els dies de celebració d'alguna festivitat. Des del nostre punt de vista, potser caldria potenciar aquest aspecte, sobretot per donar a conèixer aquestes mostres de religiositat.

11.1.6.- Valoració de la gestió turística

Per tal de poder deduir el pes i la importància de la gestió turística en aquests elements sumen tots els aspectes analitzats fins ara i donem un valor quantitatiu en funció de la major o menor presència dels aspectes mencionats anteriorment.

Per determinar la importància dels horaris i la seva flexibilitat, hem tingut en compte diversos criteris:

Criteri 1: el primer criteri que s'ha tingut en compte és el de si existeix o no un horari d'obertura establert. Així, a tots aquells elements que tenen un horari anual d'obertura se'ls ha puntuat amb un 2; els elements que tenen un horari per temporada, que obren puntualment, només en l'horari de culte o en hores a convenir, se'ls ha puntuat amb un 1; i els que estan tancats o no tenen horari, se'ls ha puntuat amb un 0.

Criteri 2: pel segon criteri hem tingut en compte la mitjana d'hores d'obertura de cada establiment. Si s'obre menys de quatre hores al dia, s'ha assignat el valor de 0; si la mitjana d'obertura està entre les 4 i les 7 hores (ambdues incloses), s'ha assignat el valor de 1; i als elements que obren més de 7 hores se'ls ha assignat el valor de 2.

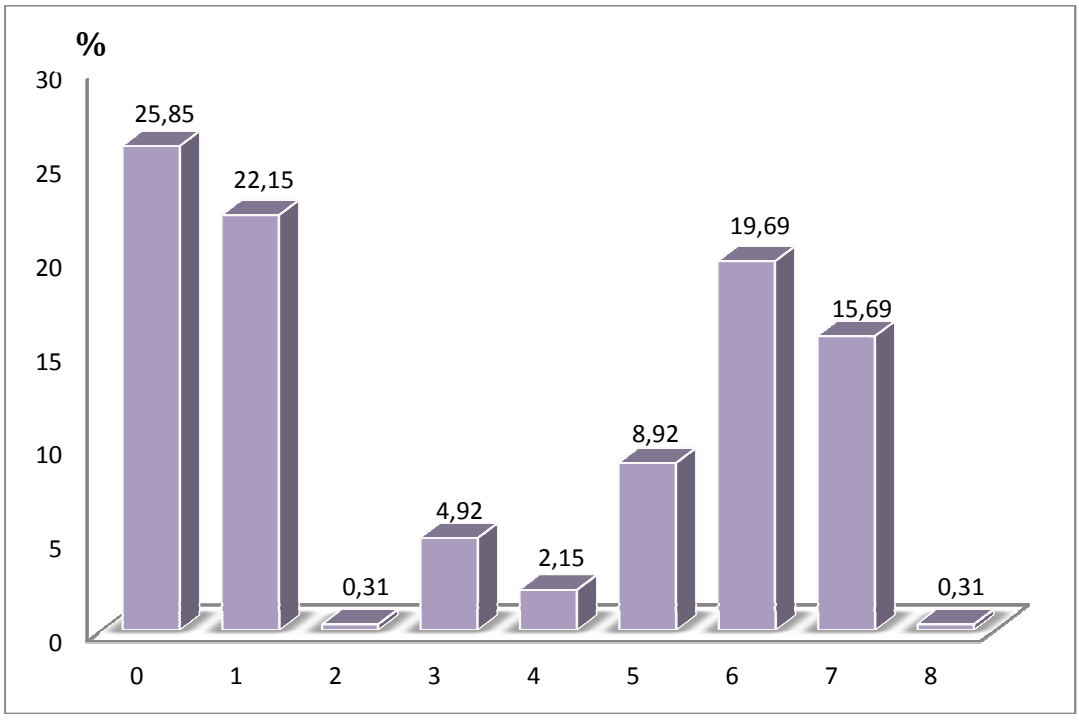
Criteri 3: en el tercer criteri s'ha tingut en compte el període d'obertura. D'aquesta manera, si els recursos estan oberts diàriament o quasi diàriament (un dia de festa a la setmana), se'ls ha valorat amb un 2. Si el recurs està obert només els dies feiners (tanquen els caps de setmana) o bé només obert el caps de setmana, se'ls ha assignat el valor de 1. A la resta d'elements, els que estan tancats o només oberts un o dos dies a la setmana, el valor assignat és el 0.

Criteri 4: En aquest cas s'ha valorat l'actitud de les entitats gestores cap als caps de setmana i festius, entenent que és el període de major afluència de visitants o, almenys, de major desplaçament de turistes i excursionistes. Per això, aquells elements que amplien l'horari durant el cap de setmana se'ls ha valorat amb un 1; la resta amb un 0.

Criteri 5: També s'ha volgut valorar el període d'obertura diari; així aquells elements oberts matí i tarda (amb independència de si tanquen o no al migdia) se'ls ha valorat amb un 1. Aquells que només estan oberts mig dia (matí o tarda) se'ls ha valorat amb un 0.

D'aquesta manera obtenim una valoració dels elements segons els seus horaris d'obertura en una escala del 0 al 8, tal com podem observar en el gràfic 31.

Gràfic 31: Valoració en funció dels horaris d'obertura en percentatges



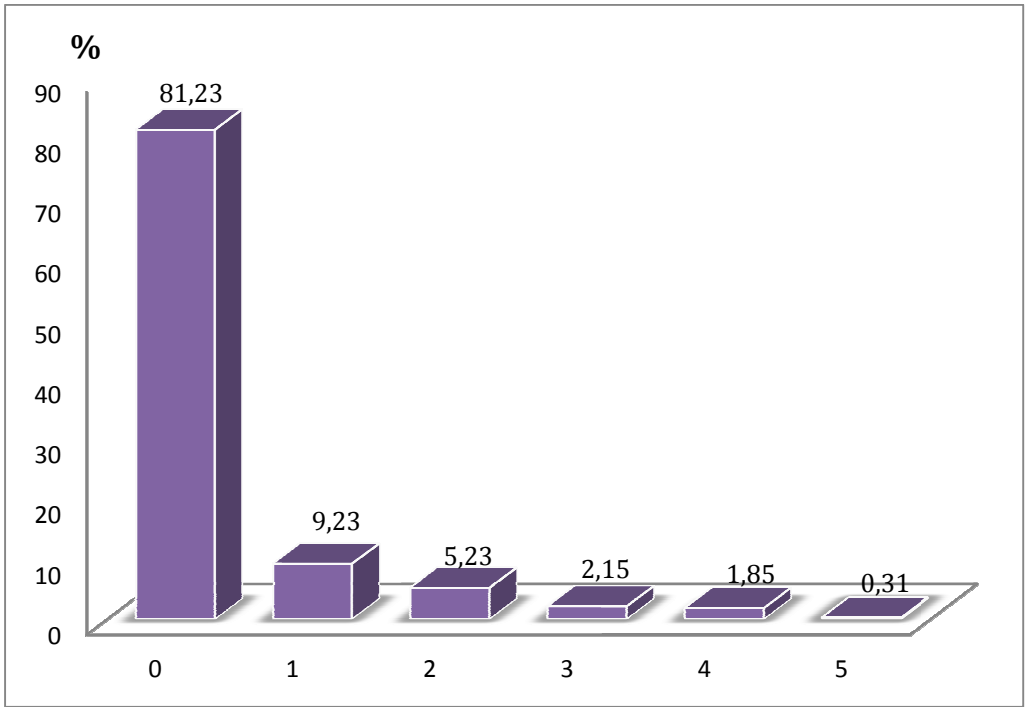
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En general, veiem que segons els horaris d'obertura tenim dos grups o blocs d'elements. Un 48% dels elements no tenen horaris d'obertura o obren poques hores al dia o pocs dies a la setmana (valoracions de 0 i 1). El 52% restant tenen horaris d'obertura, amb diferents franges i períodes d'obertura. Caldria destacar que més del 44% dels elements tenen una valoració igual o superior a 6. Per tant, a grans trets, els horaris són adients i flexibles en bona part dels elements.

L'altre aspecte a valorar és el dels serveis que s'ofereixen in situ. Hem comptabilitzat 6 tipologies diferents de serveis, tal com hem vist abans: cafeteria,

botiga, restauració, allotjament, zona de picnic i zona de jocs infantils. Per tal de fer una valoració, hem sumant un 1 per cada un dels serveis bàsics, que al nostre entendre són, cafeteria, botiga, restauració i allotjament. Per als altres dos, zona de picnic i zona de jocs infantils, hem sumat un 1 quan es donaven els dos serveis en el mateix lloc, sinó s'ha comptabilitzat com a 0, ja que considerem que no són serveis imprescindibles sinó complementaris. Els resultats són els que es mostren en el gràfic 32.

Gràfic 32: Valoració segons els serveis propis en percentatges



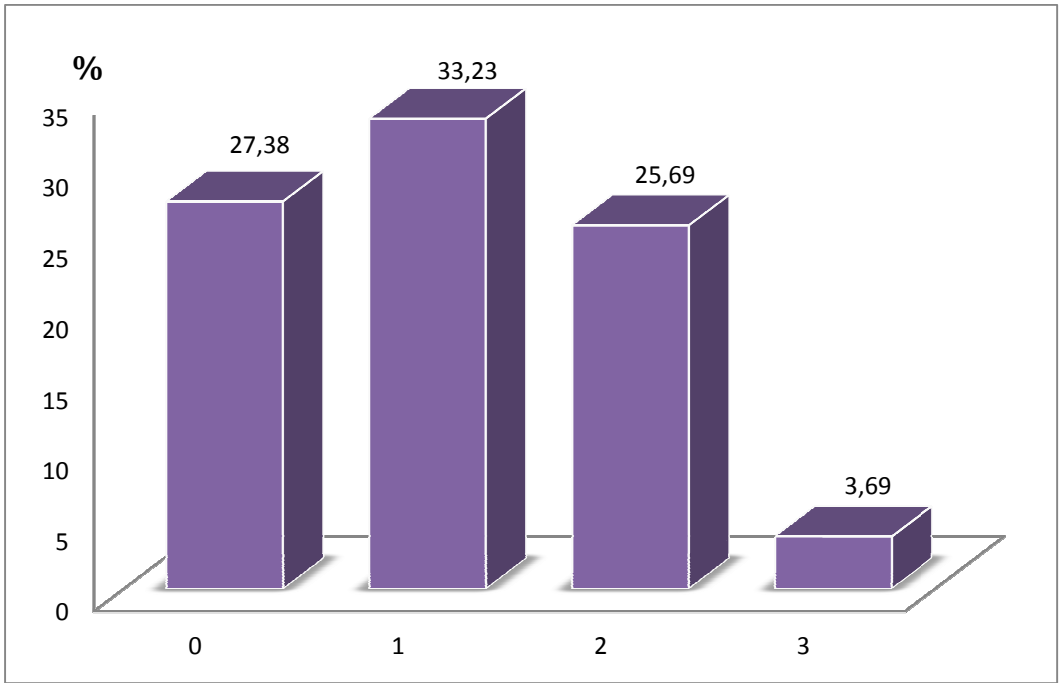
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Si bé la valoració dels horaris és positiva, pel que fa als serveis que s'ofereixen *in situ*, aquesta és a la inversa, ja que prop del 80% dels elements no disposa de cap servei. Aquesta dada, però, cal matisar-la amb els serveis que s'ofereixen en l'entorn, sobretot a nivell de restauració i allotjament.

Pel que fa a les eines d'interpretació i les activitats, la valoració l'hem fet de la següent manera. Tots aquells elements que tenien una o menys eines d'interpretació els hem comptabilitzat com a 0; els que tenien entre 2 i 5 eines

d'interpretació (ambdós valors inclosos), els hem valorat amb un 1; i els que tenien més de 5 eines d'interpretació els hem valorat amb un 2. A aquest valor hi hem sumat un 1 en funció de si organitzen activitats culturals o no. Això ens dona una valoració en una escala del 0 al 3 que podem veure en el gràfic 33.

Gràfic 33: Valoració segons les eines d'interpretació en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

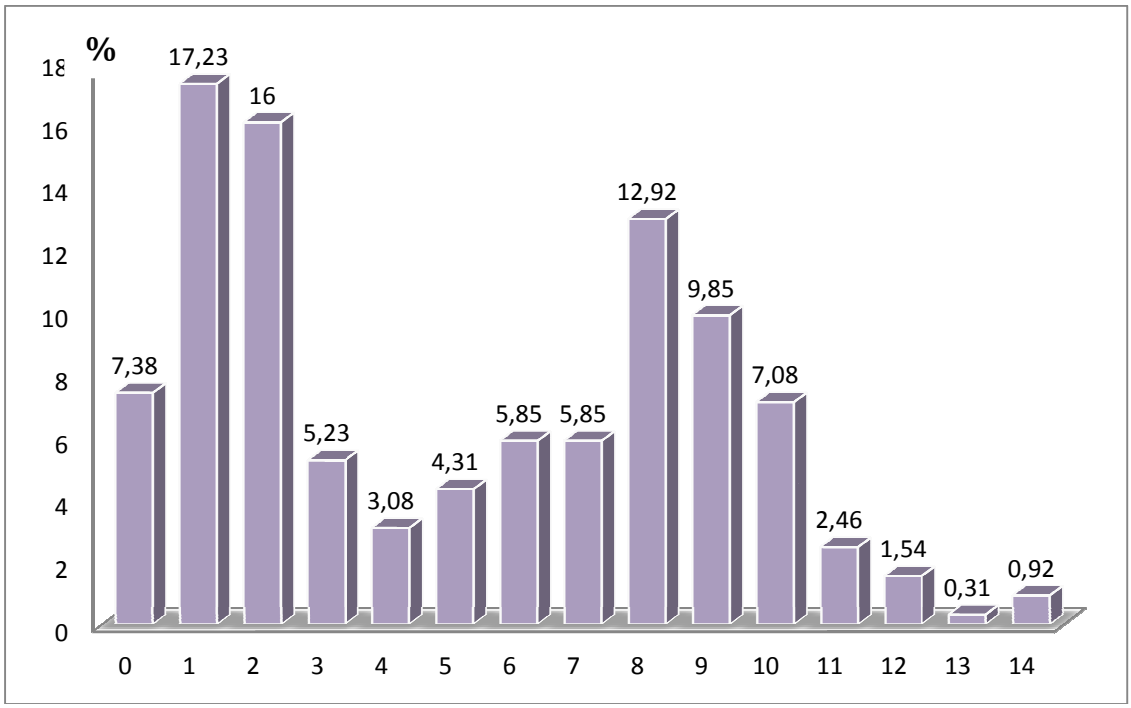
Pel que fa a les eines d'interpretació és important destacar que prop del 75% disposen d'algun tipus d'eina d'interpretació, però que més del 30% només disposen d'una eina. Això vol dir que, malgrat que si que es tenen en compte i que molts d'aquests elements disposen d'eines d'interpretació, no hi ha diversitat, és a dir, la majoria no s'adapten en funció dels tipus de visitants. A més, val a dir que predominen els mètodes tradicionals (fulletons i panells).

A tots aquests elements hi sumem un darrer aspecte que és el de si tenen pàgina web pròpia o no. No es té en compte la dada de si tenen correu electrònic perquè aquí potser caldria anar més enllà i veure realment no només si en tenen, sinó també si l'utilitzen, és a dir, si responen als correus rebuts i quin és el temps de resposta. Pel que fa a la pàgina web, només comptabilitzem el fet de que en tinguin,

ja sigui pròpia o institucional. Com s'ha mencionat abans, el nombre d'elements és molt baix, per tant, és un camp en el que s'ha de treballar. Per això, justament, no s'han recollit dades, per exemple, sobre la presència en les xarxes socials. Un altre tema que es podria analitzar és el del contingut i organització de les pàgines web.

Així, sumant tots els aspectes valorats fins ara, obtenim una escala del 0 a 14, entenent que 0 és el mínim nivell de gestió turística i 14 el màxim. El gràfic 34 reflecteix l'estat global de la qüestió.

Gràfic 34: Valoració global de la gestió turística pròpia en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Observant el gràfic, podem veure que, en general, la valoració de la gestió és baixa; un 53% dels elements tenen una valoració per sota de 5 mentre que només un 5% dels elements obtenen una valoració per sobre de 10. Per tant, encara queda un llarg camí per recórrer.

Si creuem les dades referents a la valoració de la gestió amb les dades referents a la titularitat de la gestió (taula 18) ens permet extreure algunes conclusions.

Dels pocs elements que obtenen una valoració per sobre de 10, la gestió recau, principalment, en institucions públiques i entitats religioses. Exceptuant alguns casos en concret, la majoria de les entitats gestionades per institucions privades i públiques obtenen una valoració mitjana, entre 6 i 10. I la majoria dels elements, amb una valoració inferior a 5, són gestionats, sobretot, per institucions religioses.

Taula 18: Relació entre la titularitat de la gestió i la valoració de la gestió turística

	Pública	Religiosa	Privada	Mixta
0		7,38		
1	0,31	16,62	0,31	
2	0,62	15,08	0,31	
3	0,31	4,62	0,31	
4		3,08	0,00	
5	0,31	3,69	0,31	
6	0,62	5,23		
7		5,23	0,62	
8	0,62	12,31		
9	0,62	8,62		0,31
10	0,92	5,85	0,31	
11	0,92	0,92	0,31	
12	0,31	1,54		
13		0,31		
14		0,62		

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Com s'ha dit abans, la titularitat religiosa de la gestió és la fórmula predominant en aquest àmbit; i dins d'aquesta tipologia hi ha diferències considerables pel que fa a la valoració obtinguda, que van des del 0 al 14. Les valoracions que tenen més pes són 1 (16,62%), 2 (15, 08) i 8 (12,31). Si agrupem aquestes dades per franges, veiem que el 43% dels elements obtenen una valoració de 3 o inferior; és destacable, però, el 27,7% amb una valoració entre 8 a 11 i el 17,23% amb una valoració entre 4 i 7.

En la taula 18 es desglossen les diferents entitats que es fan càrrec de la gestió d'aquests elements, però per tal de poder fer una millor aproximació la taula s'ha fet en percentatges enlloc de xifres absolutes.

Taula 19: Valoració de la gestió turística en la custòdia religiosa per tipologies (percentatge)

	Capítol catedral	Comunitat	Diòcesi	Santuari	Parròquia
0	7,14	-	-	-	8,98
1	-	5,88	28,57	-	19,92
2	-	5,88	-	-	18,75
3	-	-	-	-	5,86
4	-	-	-	-	3,91
5	-	11,76	-	-	3,91
6	-	11,76	-	-	5,86
7	-	5,88	-	-	6,25
8	14,29	29,41	14,29	-	12,50
9	21,43	5,88	28,57	33,33	8,20
10	50,00	11,76	-	-	3,91
11	7,14	-	-	33,33	0,39
12	-	5,88	14,29	-	1,17
13	-	-	14,29	-	-
14	-	5,88	-	33,33	-
Total	14	17	7	3	256

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En general, veiem que les entitats que més dificultats tenen en la gestió són les parròquies. Aquestes, certament, també són les que més acusen la falta de recursos, tant econòmics com humans.

Per altra banda, podem dir que entre els elements més ben gestionats trobem, com a entitats gestores, santuaris i comunitats. Tradicionalment, monestirs, convents i santuaris han estat lloc d'acollida de pelegrins, i aquesta podria ser una possible explicació.

Finalment, destacar que les catedrals, que generalment són icones turístiques importants, estan gestionades pels capítols catedralicis i obtenen una valoració

notable de la seva gestió turística però que podria ser millorada en termes generals.

El projecte Catalonia Sacra aposta per una posada en valor turística del patrimoni religiós i un dels eixos d'aquesta posada en valor són les catedrals; per tant, aquest és un dels aspectes en els quals caldria treballar.

11.2.- L'entorn turístic

En aquest punt s'intentarà avaluar l'adequació turística de l'entorn. Aquest punt es podria treballar des de moltes perspectives i punts de vista diferents com per exemple el nombre de turistes o el nombre de pernoctacions de la regió, però per cenyir-nos a la metodologia establerta inicialment es treballarà a partir de les dades recopilades en la base del projecte Catalonia Sacra. Les dades que es tindran en compte en aquest apartat s'han agrupat en quatre blocs, de manera similar al que s'ha fet en el punt anterior.

Els blocs que proposem analitzar són:

1. Accessibilitat turística (ubicació, senyalització, accessos)
2. Serveis turístics de l'entorn (allotjament, restauració i cafeteria, botiga i altres serveis complementaris)
3. Relació amb entitats turístiques (oficines de turisme)
4. Relació amb altres recursos (pertinença a rutes turístiques i conjunts patrimonials propers)

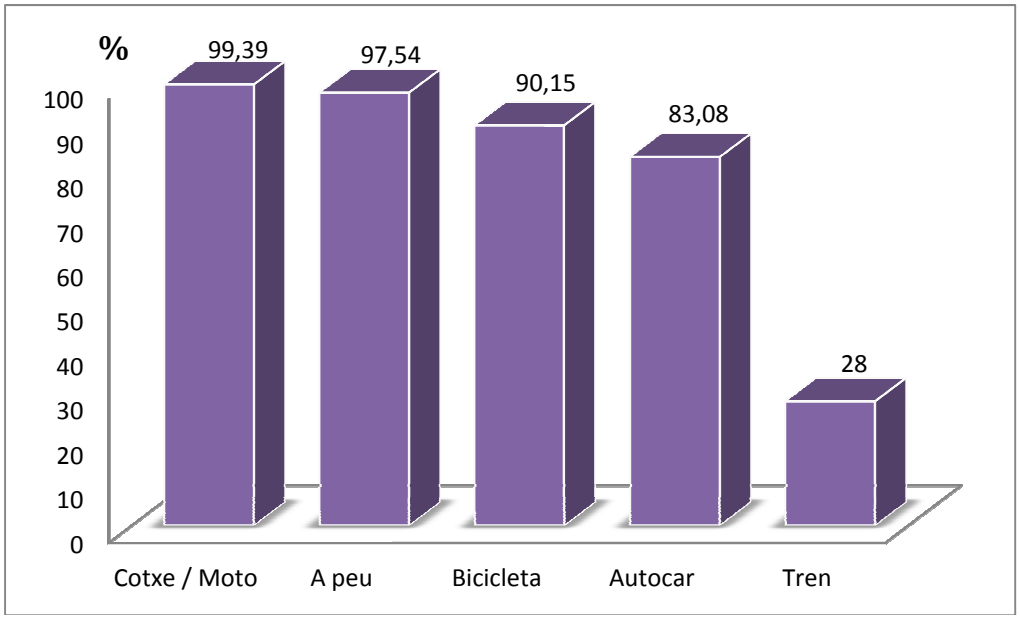
A partir d'aquesta anàlisi podrem extreure algunes conclusions i valoracions sobre l'entorn dels espais patrimonials de l'església.

11.2.1.- L'accessibilitat turística

En aquest punt ens centrarem en la ubicació i els accessos als diferents elements. Un dels aspectes més rellevants és el de l'accessibilitat física, és a dir, la ubicació d'aquests elements i com s'hi pot arribar. Aquest punt també està clarament relacionat amb un altre dels factors que s'analitzarà en aquest apartat que és el de la relació amb altres elements turístics.

En la base de dades s'han recollit informacions corresponents a l'existència d'accessos a peu, en bicicleta, moto, cotxe, autocar i l'existència d'aparcament. Dels 325 elements estudiants, la majoria (el 99%) són accessibles en cotxe, és a dir, en vehicle particular.

Gràfic 35: Accessibilitat als elements segons el mitjà de transport en percentatges

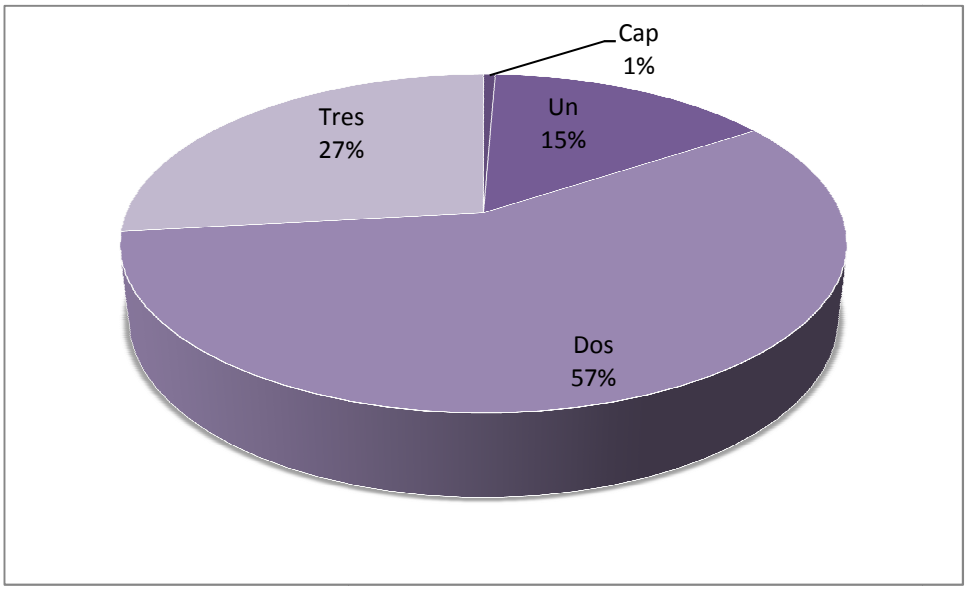


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Segons les dades recollides, només 36 espais són accessibles amb transport públic (un 11,08%), fent referència a línies d'autocar regular. Per altra banda, veiem que un 28% són accessibles en tren, és a dir, que en el nucli urbà on es troben s'hi pot

accedir en tren. No s'han recollit dades sobre si en les proximitats troben altres vies d'accés com ports i aeroports.

Gràfic 36: Accessibilitat als elements segons el nombre de mitjans de transport



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

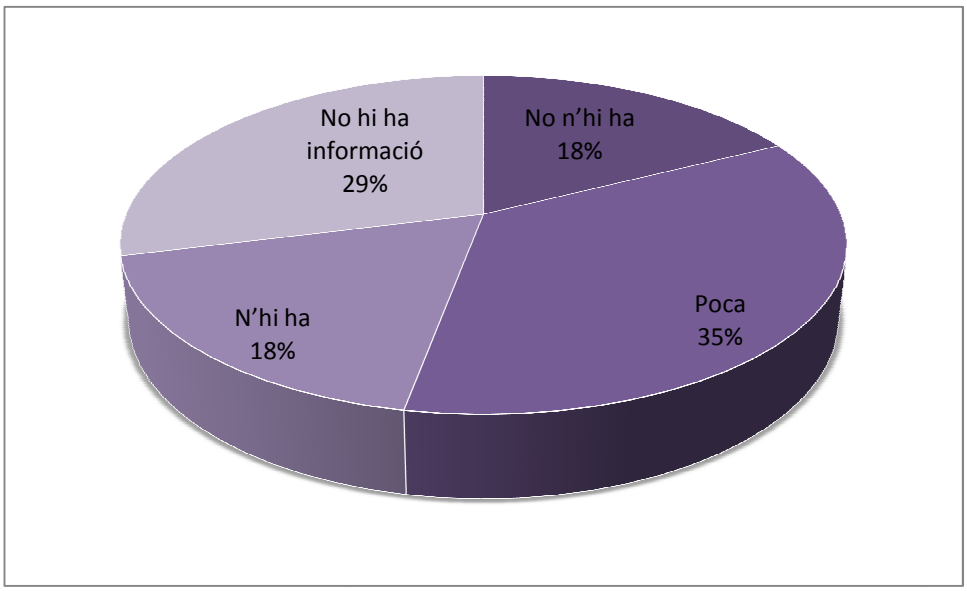
Tal com veiem en el gràfic 36, el 57% dels elements són accessibles amb dos mitjans de transport diferents. En general, tal com veiem en els gràfics 36 i 37, l'accessibilitat és bona ja que realment només hi ha dos elements que no siguin accessibles. Els mitjans de transport analitzats, exceptuant el tren, fan referència als accessos per carretera; però no s'ha recollit informació sobre el tipus de via i l'estat de conservació. A partir del treball de camp, observem que gran part dels elements, exceptuant aquells que estan en nuclis de població, tenen carreteres estretes i estan en zones de difícil accés.

Cotrina i Cervera (1984) en un estudi realitzat sobre les ermites i santuaris de Catalunya parlen de santuaris urbans, santuaris de muntanya i santuaris intermitjos. Segons aquest estudi, només el 7,23% són santuaris urbans, el 51,87% són intermitjos i el 38,41% són de muntanya. Generalment els de muntanya solen ser de difícil accés.

En la base de dades s'han inclòs elements urbans, com les catedrals i altres esglésies i parròquies, per tant, la valoració de l'accessibilitat és positiva.

Un altre element a tenir en compte és la senyalització de direcció per arribar als elements. La població local i la comunitat de devots ja saben com arribar als llocs, però no els turistes, els que visiten el lloc per primera vegada o aquelles persones que el visitaven de petits amb la família, per exemple, i que de grans volen tornar-hi. Per tant, conèixer quin és l'estat de la senyalització és important.

Gràfic 37: Senyalització per arribar als elements

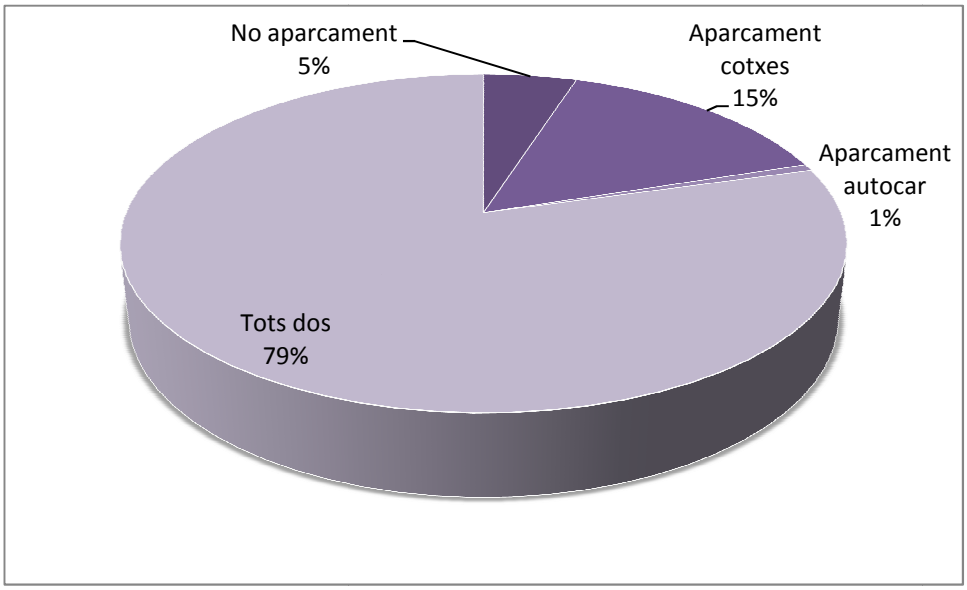


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Tal com veiem en el gràfic 37, i en contrast amb el que hem vist sobre els accessos, la senyalització dels elements presenta importants mancances. de fet, només el 18% està ben senyalitzat mentre que en el 35,39% dels casos la senyalització és poca, per tant, insuficient.

Un altre factor a tenir en compte en l'accessibilitat, i sobretot tenint en compte que més del 90% dels elements són accessibles amb vehicle particular, és l'existència d'aparcament, tal com mostrem en el gràfic 38.

Gràfic 38: Existència d'aparcament



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

De la mateixa manera que hem vist que l'accessibilitat segons diferents mitjans de transport es pot considerar bona, podem considerar que l'existència d'aparcament és suficient. La majoria dels elements analitzats disposa d'aparcament, el 79% dels elements disposen d'aparcament per cotxes i per autocar i només el 5% no disposen d'aparcament. Una altra dada rellevant és que 163 dels elements (el 50%) són accessibles amb cadira de rodes des de l'aparcament.

La ubicació dels recursos és un dels factors clau perquè el creixement dels visitants sigui positiu. Nombrosos teòrics argumenten que una situació favorable, com seria el centre d'una ciutat, proporciona un fàcil accés al públic en general i, per tant, augmenta la probabilitat de ser visitats.

De totes maneres, i tal com hem explicat en un punt anterior sobre la ubicació dels espais sagrats, moltes vegades, i sobretot per aquells que busquen recolliment, un clima de pregària, fer un recés espiritual, etc. el fet d'estar en un lloc aïllat és un valor afegit. Malgrat tot, si que és important que els accessos estiguin en condicions i la senyalització sigui l'adient.

11.2.2.- Els serveis turístics de l'entorn

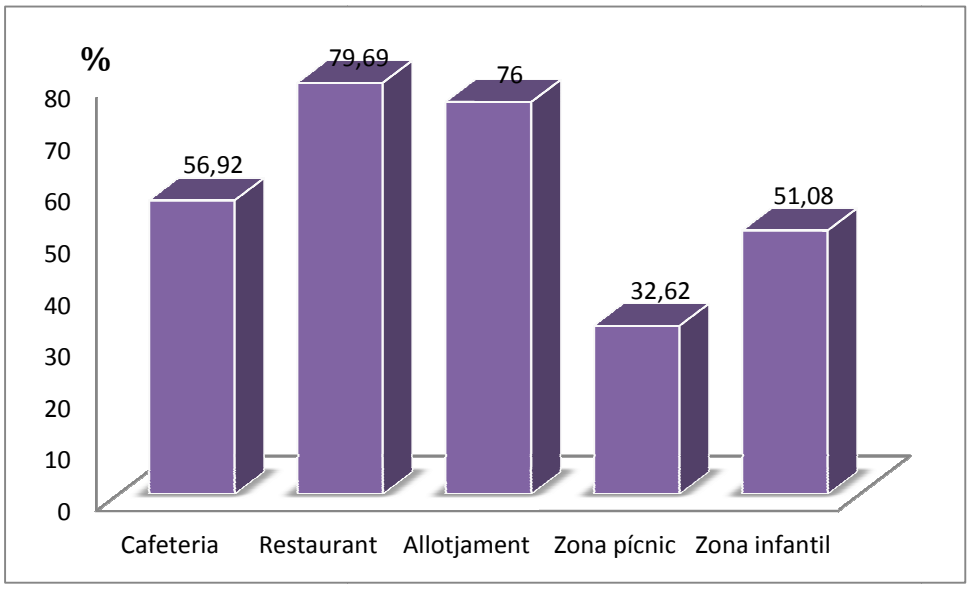
En l'apartat anterior hem pogut veure els equipaments que oferien els serveis in situ, però un altre factor a tenir en compte si valorem l'adequació turística de l'entorn és si aquests serveis són prestats per altres empreses en un radi de proximitat.

Per això el que s'ha tingut en compte és si els serveis de cafeteria, restauració i allotjament són prestats en empreses del nucli en el qual s'ubiquen els elements patrimonials o, en el cas d'elements aïllats, en un radi de proximitat de 15 km aproximadament. També s'han tingut en compte si hi ha, en les proximitats, zones de pícnic i zones de joc infantil.

En l'apartat anterior es valorava el fet de que tingués botiga, en aquest cas no es té en compte, perquè es feia referència a botiga de records específics del lloc i, en aquest cas, no s'ha fet una valoració dels diferents comerços que hi poden haver en les proximitats ni de la tipologia de productes que venen.

D'acord amb aquests criteris, les dades que podem extreure es mostren en el gràfic 39.

Gràfic 39: Existència de serveis turístics en l'entorn en percentatges



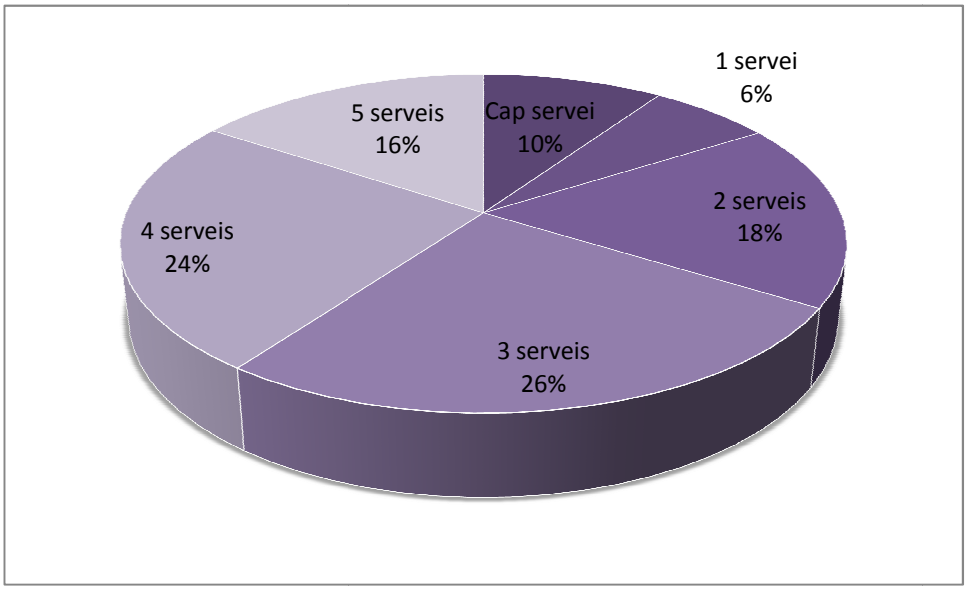
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Si comparem els resultats obtinguts en el gràfic 39 amb els obtinguts en el gràfic 26 sobre la presència dels serveis turístics en els espais sagrats, veiem que la diferència és notable ja que els percentatges de la presència de serveis turístics en l'entorn són clarament superiors.

Així, al costat del 9,54% d'elements que disposaven de cafeteria, ens trobem amb un 56,92% d'elements que disposen d'aquest serveis en l'entorn. El mateix passa amb el restaurant, que passa del 5,85% al 79,69% i l'allotjament que passa del 4,31% al 76%.

Cal destacar que dels equipaments que tenen restauració als voltants, 74 a més són aptes per grups; i dels allotjaments 84. En general podem dir que en els entorns immediats als espais sagrats es poden trobar serveis turístics per tal de poder satisfer la demanda, doncs prop de les tres quartes parts dels elements disposen d'allotjament i de restauració.

Gràfic 40: Concentració dels serveis turístics de l'entorn



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Podem analitzar la concentració dels serveis en els elements, tal com veiem en el gràfic anterior. Del gràfic es desprèn que hi ha un percentatge d'elements al voltant dels quals no trobem serveis turístics (10%) o molt pocs (6%). de totes maneres,

més de la meitat disposen de tres o més serveis en l'entorn, tractant-se sobretot de restauració i allotjament. Per tant, en general, la presència de serveis turístics en l'entorn dels elements patrimonials religiosos es valora com a positiva.

11.2.3.- La relació amb l'entorn turístic

En aquest apartat, a partir de les dades recollides, es recull quina és la relació dels elements amb les entitats turístiques així com amb els recursos turístics de l'entorn.

La relació amb les institucions turístiques, tant de l'entorn més immediat (municipal i comarcal) com en escales geogràfiques superiors (província, comunitat autònoma) és un element important a tenir en compte i que requeriria un estudi per si sol, per aprofundir en la naturalesa de les relacions i com es concreten les col·laboracions.

El que s'ha tingut en compte, en aquest cas, és si en les proximitats hi ha oficina de turisme, per una banda, i si en les webs de les institucions properes, com ajuntaments i oficines de turisme, apareix informació sobre aquests llocs.

De la base de dades n'extraiem que 307 dels elements tenen una oficina de turisme en la zona de proximitat, que representen el 94,46%; i 277 elements tenen enllaços o estan explicats en les pàgines web, ja siguin de l'oficina de turisme o bé altres pàgines d'informació municipal, representant un 85,23% dels elements.

Un altre aspecte analitzat és la presència d'altres recursos turístics en l'entorn més immediat. En aquest apartat s'analitzen tres aspectes, en primer lloc si l'entorn on estan ubicats, si és un entorn que té algun tipus de protecció com a espai natural; en segon lloc, la proximitat d'altres conjunts patrimonials, per tal de poder articular o no rutes; i, finalment, la pertinença a alguna ruta turística ja articulada.

Sobre el primer punt, l'entorn on estan ubicats, 234 elements estan ubicats en entorns rellevants des del punt de vista natural, que representen un 72% dels elements. Si ens fixem en les tipologies de protecció i els tipus d'entorn a destacar obtenim la taula 20.

Taula 20: Protecció dels espais naturals de l'entorn

Tipus de protecció	Nombre elements	% sobre els elements en espais protegits	% sobre el total d'elements
Protecció per UNESCO	8	3,42	2,46
Parc Nacional	25	10,68	7,69
Parc natural	126	53,84	38,77
PEIN	14	5,98	4,31
Reserva natural	7	2,99	2,15
Espai natural	23	9,83	7,08
Entorn rellevant	31	13,25	9,54
TOTAL	234	100%	72%

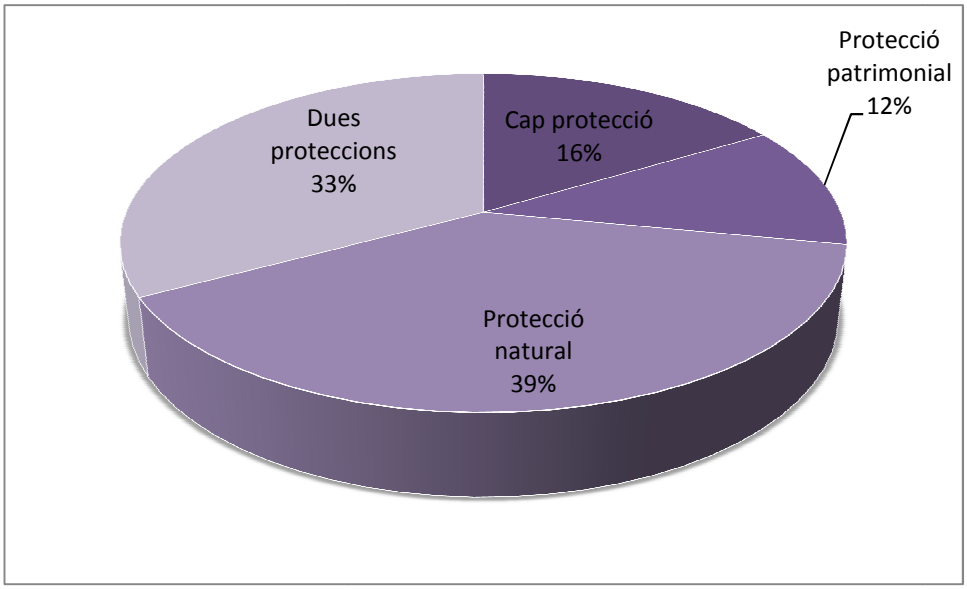
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Entre els que s'han agrupat sota la denominació d'entorn natural rellevant, trobem proteccions menors del patrimoni natural, com els arbres monumentals, boscos, muntanyes, rius, valls, etc. de la taula anterior veiem que el 72% dels elements estan ubicats en un espai natural protegit o en les seves proximitats, cosa que reafirma el que s'ha explicat en el punt 3.1 sobre el simbolisme del sagrat en la naturalesa i la importància de l'entorn natural en la ubicació dels espais sagrats.

Tal com veiem en la taula 20, la tipologia predominant de protecció és la del parc natural amb una mica més del 50% de la tipologia de protecció, que representa un 38% sobre el total dels elements analitzats.

Si ho relacionem amb el l'apartat 10.1 sobre la importància del patrimoni tangible, es pot establir una relació entre els nivells de protecció del patrimoni cultural i de l'entorn natural, com podem observar en el gràfic 41.

Gràfic 41: Relació entre la protecció del patrimoni cultural i del patrimoni natural

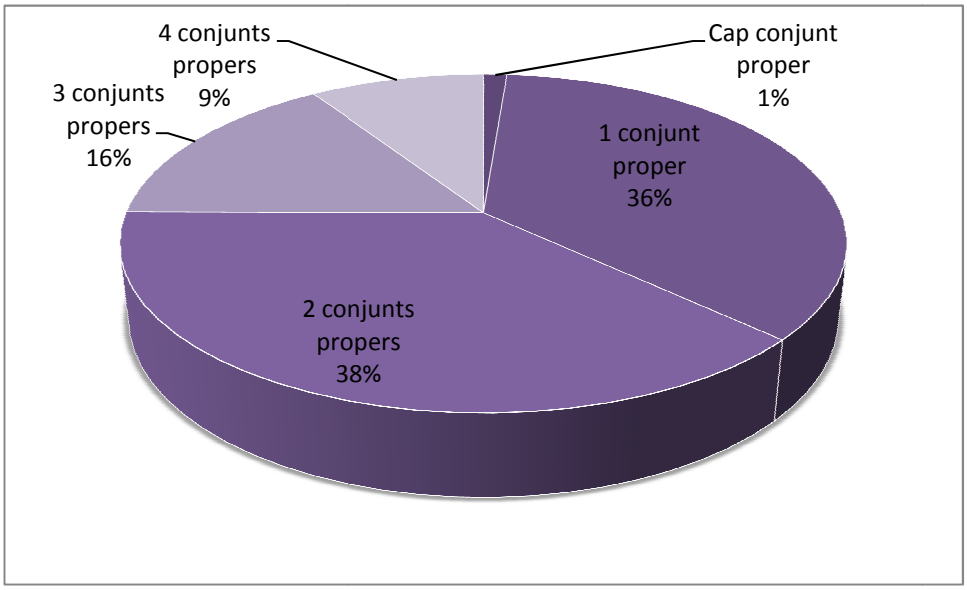


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Només el 16% dels recursos no disposen de cap protecció, ni patrimonial ni natural, però, en canvi, el 33% tenen les dues proteccions. Per altra banda, els elements ubicats en un entorn natural protegit superen en nombre els elements que tenen algun tipus de protecció sobre el patrimoni, confirmant, un cop més, la importància de l'entorn natural en la ubicació dels espais sagrats.

Un segon aspecte que s'ha analitzat és la proximitat d'altres conjunts monumentals. Hem distingit fins a un màxim de quatre elements en el radi de proximitat de l'element estudiat.

Gràfic 42: Conjunts patrimonials pròxims



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En general, els elements patrimonials, tot i estar en llocs aïllats, com s'ha comentat anteriorment, i/o en espais naturals, tenen en la seva àrea de proximitat altres recursos patrimonials (que en aquest cas no necessàriament han de ser patrimoni de l'església). Podem observar en el gràfic 42 que només un 1% no té cap conjunt proper. També que més de la meitat tenen 1 o 2 conjunts en l'àrea de proximitat i que aproximadament una quarta part tenen més de 2 conjunts monumentals.

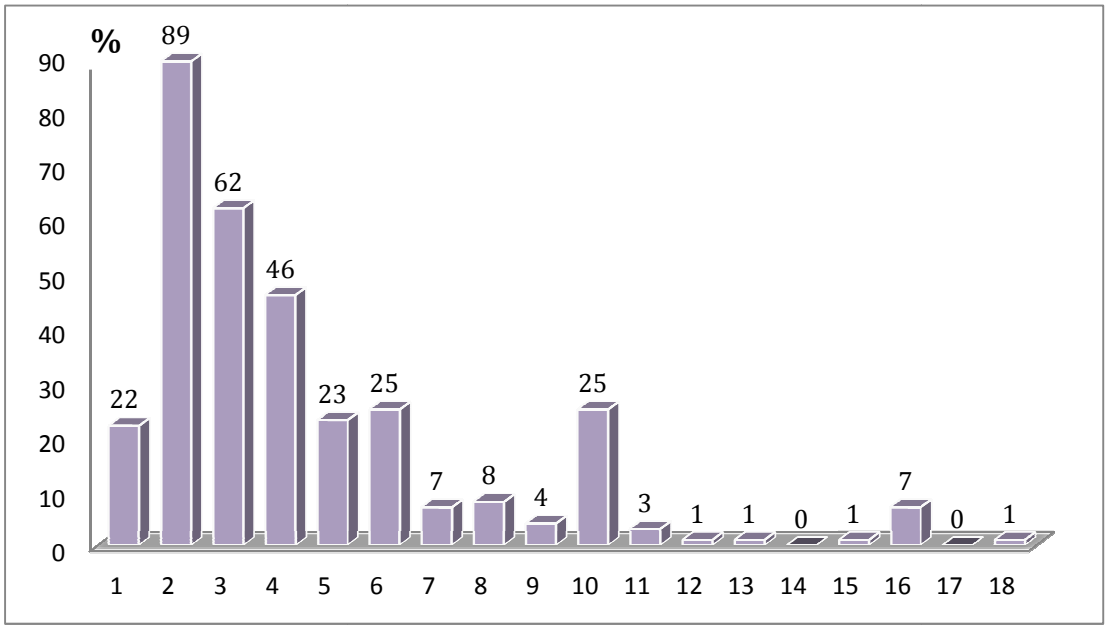
És important tenir present que per la posada en valor turística és interessant l'existència de més d'un recurs, doncs moltes vegades un únic element no justifica la visita. Això permetrà, també, poder articular visites i itineraris.

De fet, el projecte Catalonia Sacra proposa l'articulació d'una sèrie de rutes i, tot i que inicialment aquestes s'articularan al voltant dels 325 elements estudiats, més endavant no es descarta incloure altres recursos i relacionar-se amb altres rutes ja existents.

De fet, molts d'aquests espais, a part d'integrar-se en el projecte Catalonia Sacra, ja pertanyen a altres rutes turístiques en funcionament, impulsades per diverses administracions públiques. La pertinença a diverses rutes permet també valorar el nivell d'implicació en la gestió turística de l'entorn.

Així, dels 325 elements estudiants, només 22 no formen part de cap ruta, la resta estan inclosos en una o més, amb un mitjana de 3,5 rutes per cada element, amb un mínim de 1 i un màxim 17.

Gràfic 43: Nombre de rutes turístiques a les que es pertany en percentatges



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Tal com podem veure en el gràfic anterior, la majoria d'elements pertanyen entre 2 i 4 rutes, representant un 40% del total dels elements. Per altra banda, també val la pena destacar que només el 6,77% no pertanyen a cap ruta. Tot i que n'hi ha, és difícil trobar elements que pertanyin a més de 6 rutes, i en aquests casos solen ser elements ubicats en centres urbans i nuclis de població importants.

La importància i presència de les diferents rutes, però, no és en tots els casos igual, ja que hi ha rutes nacionals, provincials, comarcals, etc. El que mostrem en la taula 20 és un breu resum de les principals rutes i del nombre d'elements que incorporen, com també si inclouen més d'una diòcesi.

Taula 21: Altres rutes vinculades als elements estudiats

Nom ruta	Nombre elements	Nombre diòcesis
Catalunya medieval. Camí dels Bons Homes	16	2
Catalunya medieval. La ruta del Temple	11	2
Catalunya medieval. Ruta del císter	16	2
Ruta del modernisme (genis de l'arquitectura)	35	4
Ruta de les medines (Palau Robert)	11	2
Catalunya medieval. Castells i fortaleses	5	3
Catalunya medieval. Cultura i espiritualitat	4	3
Catalunya medieval. Catalunya jueva	32	4
Catalunya antiga	38	5
Pirineu comtal: rutes del naixement de Catalunya	36	5
Catalunya medieval. El gòtic	33	7
Catalunya medieval. El romànic	76	8
Camí de Sant Jaume	25	8

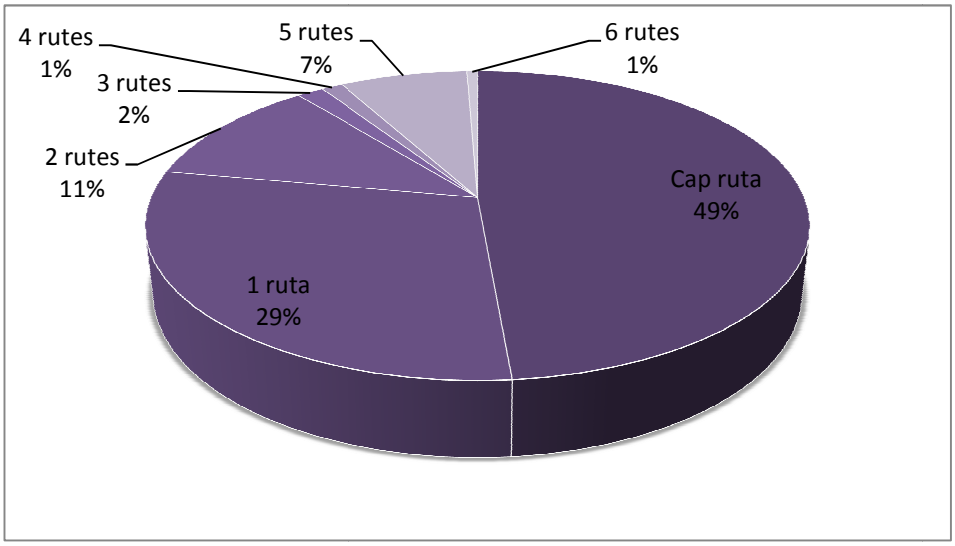
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En total s'han identificat 41 rutes, a diferents escales geogràfiques, que impliquen entre 1 i 8 bisbats i amb un màxim de 76 elements per ruta i un mínim de 3. Per tant, podem veure que la importància i l'envergadura de les rutes difereix molt entre elles. Les que es mostren en la taula anterior són les que impliquen més d'un bisbat i que tenen rellevància a nivell de tot Catalunya. Si ens fixem en la temàtica, exceptuant les rutes vinculades a la temàtica "la Catalunya antiga" i a "la Catalunya modernista", estan vinculades amb el període medieval. En general aquestes rutes són una iniciativa de l'Agència Catalana de Turisme i es promocionen des d'aquest organisme a través dels mitjans habituals (fulletons, web, famtrips, fires).

És interessant observar que les rutes proposades anteriorment impliquen més d'un bisbat. Tot i així, la proposta d'aquestes rutes, exceptuant-ne algunes com la Ruta del Císter, són propostes promocionals que lliguen un seguit d'elements en funció d'una temàtica i una ubicació geogràfica però que no van més enllà; és a dir, no preveuen sistemes de gestió conjunts a nivell de ruta, ni els elements es coordinen entre ells ni realitzen accions conjuntes per a millorar el funcionament de la ruta, etc. Per tant, el fet que s'impliquin elements pertanyents a diferents bisbats no vol dir que entre els bisbats s'estableixin relacions de col·laboració i coordinació en aquest aspecte.

Aquests itineraris són els que gaudeixen de més reconeixement i prestigi. Si analitzem la pertinença a aquestes rutes, deixant de banda les d'àmbit més local, veurem que el 48% dels elements no pertanyen a cap ruta d'aquest tipus i el 29% pertanyen només a 1. Observem, doncs, que hi ha una certa tendència a la concentració d'uns pocs elements en unes determinades rutes; aquests elements són els que gaudeixen de nivells de protecció del patrimoni i que es consideren artísticament més rellevants.

Gràfic 44: Pertinença a rutes turístiques nacionals



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

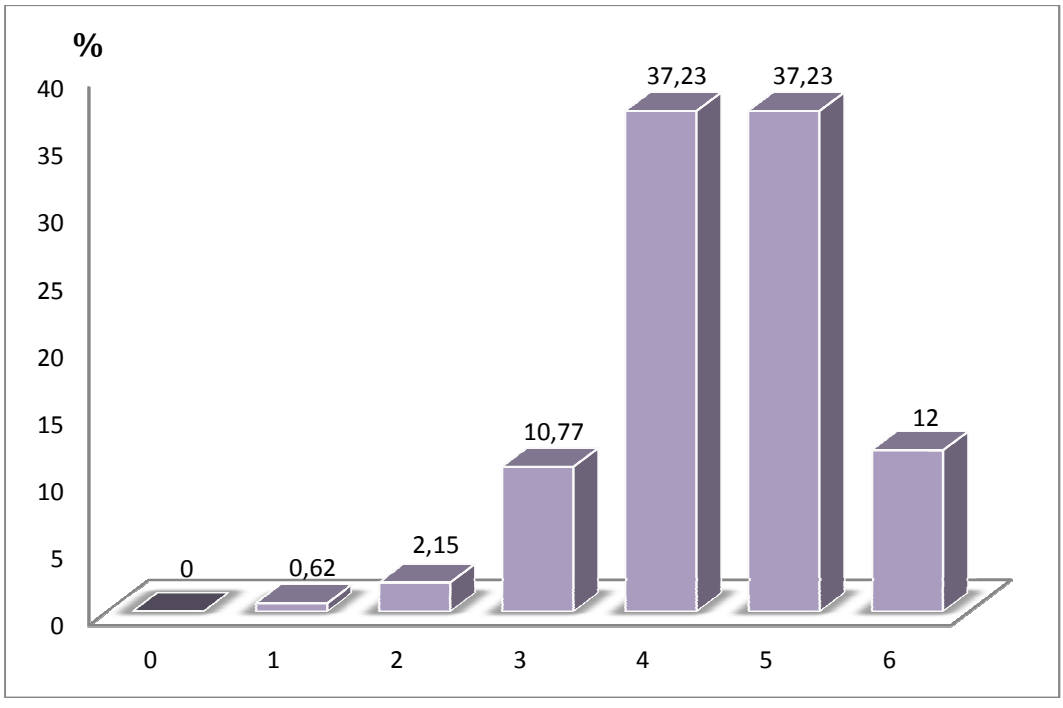
L'objectiu d'aquest apartat és fer una aproximació a l'entorn turístic dels elements, tenint en compte que no són elements aïllats, sinó que en el seu context geogràfic, com hem vist en punts anteriors, es poden desenvolupar activitats turístiques complementàries o paral·leles (depenent dels llocs) i per tant l'establiment de relacions de cooperació i coordinació amb aquest entorn, al nostre entendre, és fonamental.

11.2.4.- La importància de l'entorn turístic

Si sumem tots els aspectes analitzats fins ara podem deduir la importància turística de l'entorn. Per poder donar un valor a aquests elements per tal que sigui comparable amb la resta, hem dotat a cada element de diversos valors segons l'accessibilitat, els serveis turístics de l'entorn, l'existència d'institucions turístiques i la importància turística de l'entorn.

Per determinar la importància de l'accessibilitat, hem tingut en compte els següents criteris. En primer lloc s'ha sumant un 1 per cada mitjà de transport pels quals és accessible el monument: en bicicleta, en cotxe, en autocar i en tren. També s'ha sumat un 1 si la senyalització és bona. I s'ha sumat un 1 si hi ha aparcament. D'aquesta manera obtenim una valoració dels elements segons en una escala del 0 al 6, tal com podem observar en el gràfic 45.

Gràfic 45: Valoració de l'entorn segons la seva accessibilitat en percentatges

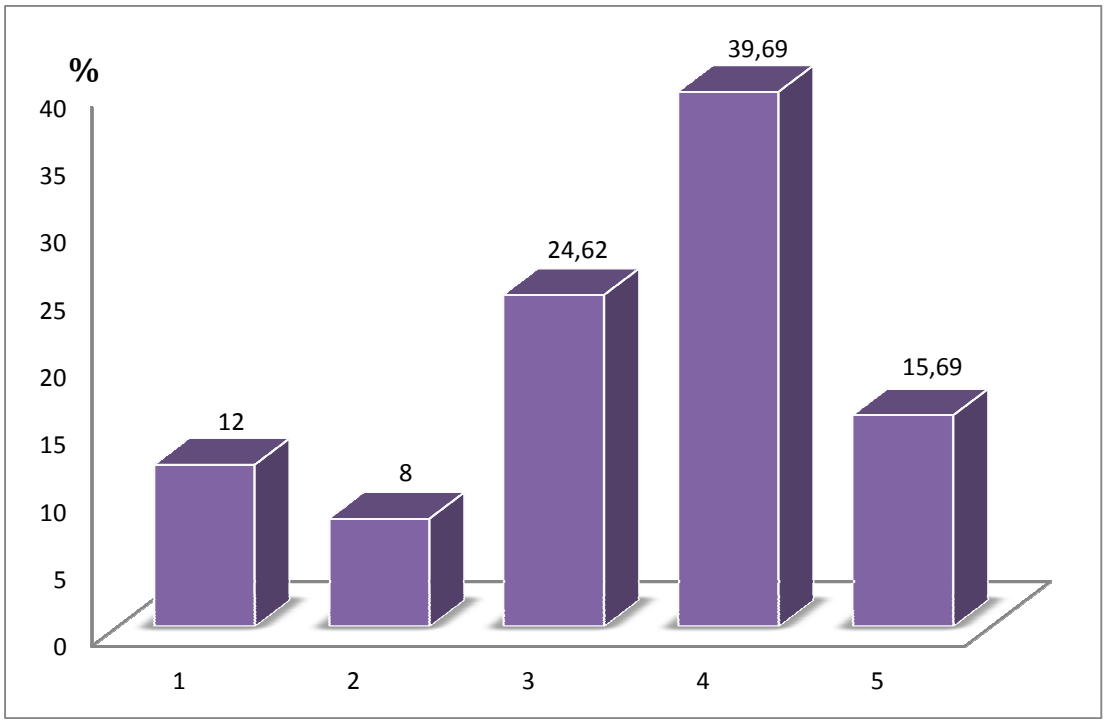


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En general, veiem que l'accessibilitat de l'entorn és notable, ja que prop del 75% dels elements obtenen una valoració entre 4 i 5; i el percentatge d'elements amb una valoració inferior a 2 és de 2,77%.

L'altre aspecte a valorar és el dels serveis que s'ofereixen en l'entorn. Hem comptabilitzat 5 tipologies diferents de serveis, tal com hem vist abans: cafeteria, restauració, allotjament, zona de picnic i zona de jocs infantils. Per tal de fer una valoració, hem sumant un 1 per cada un dels serveis bàsics, que al nostre entendre són, cafeteria, botiga, restauració i allotjament. Per als altres dos, zona de picnic i zona de jocs infantils, hem sumat un 1 quan es donaven els dos serveis en el mateix lloc, sinó s'ha comptabilitzat com a 0, ja que considerem que no són imprescindibles.

Gràfic 46: Valoració de l'entorn segons els serveis oferts en percentatge



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Igual que en cas de l'accessibilitat, els serveis turístics que s'ofereixen en l'entorn més immediat als elements permetria el desenvolupament d'activitats turístiques a la zona, doncs més del 50% dels elements obtenen una valoració entre 3 i 4. Tot i

així, els resultats no són tant positius com per al cas de l'accessibilitat, ja que trobem un 20% que tenen una valoració de 0 o 1.

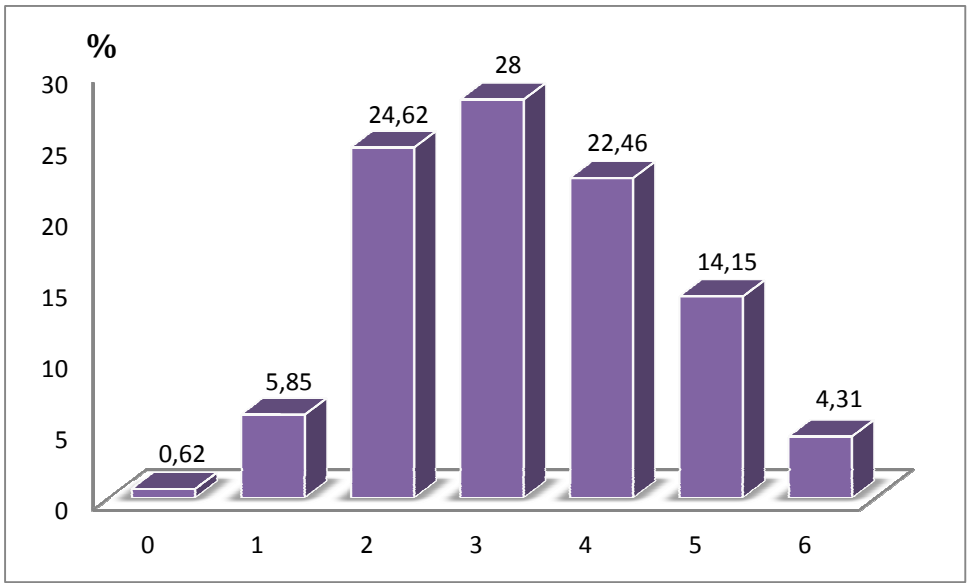
Un altre aspecte que s'ha tingut en compte és l'entorn de l'element. En aquest cas s'han valorat diversos aspectes.

En primer lloc s'ha tingut en compte si l'entorn on estaven ubicats, des del punt de vista natural, era rellevant. A tots aquells elements on la resposta era positiva, se'ls donava un valor de 1.

En segon lloc s'ha tingut en compte la proximitat d'altres conjunts patrimonials, si hi havia un o cap element s'ha donat el valor de 0 i s'ha donat el valor de 1 per aquells que tenien 2 o més elements a prop.

El tercer aspecte valorat era la pertinença a un o més itineraris, per això s'ha valorat amb un 0 tots aquells elements que no pertanyien a cap ruta; amb un 1 els que pertanyien entre 1 i 4 rutes i amb un 2 els que pertanyien a 5 o més rutes. A més, donat que la importància i rellevància dels diferents itineraris varia, s'ha valorat la pertinença a les rutes més d'àmbit turístic i de caràcter nacional, donant un 1 si pertanyien a 1 ruta o un 2 si pertanyien a més d'una ruta. Amb això obtenim una valoració en una escala del 0 al 6.

Gràfic 47: Valoració de l'entorn segons la rellevància dels elements pròxims en percentatge

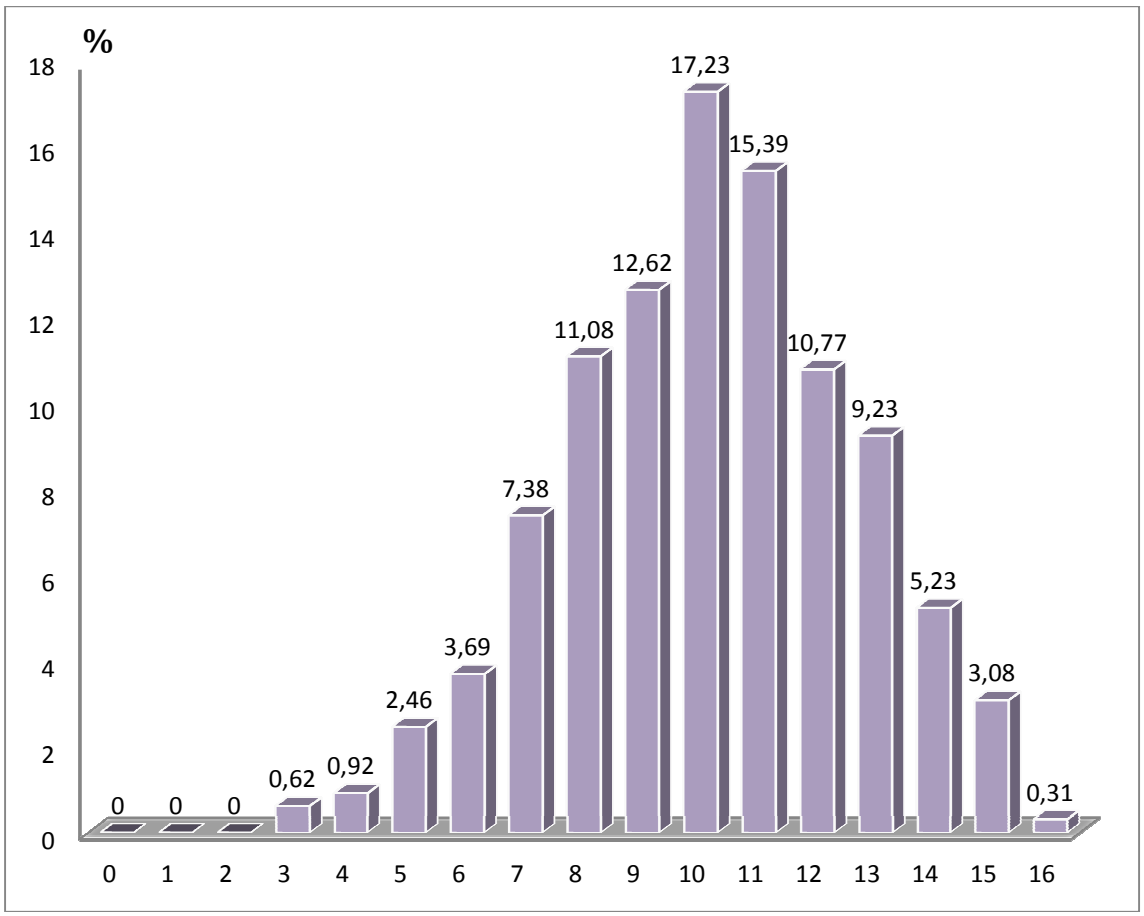


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Prop del 40% dels elements obtenen una valoració superior a 3, per tant, veiem que hi ha elements que si que estan ubicats en entorn turístics o potencialment turístics per la rellevància dels recursos culturals i naturals de l'entorn, però també hi ha una part important dels elements que no.

Si analitzem conjuntament totes les dades i sumem els diversos valors obtinguts, en una escala del 0 a 16, podem valorar quina és la importància turística de l'entorn de cada element; entenent que 0 és el mínim nivell de gestió i importància turística de l'entorn i 16 el màxim.

Gràfic 48: Valoració turística de l'entorn en percentatge



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

En general, la valoració turística de l'entorn és bastant positiva, si tenim en compte que només el 7,69% dels elements tenen una valoració inferior a 6. La majoria dels

elements tenen una valoració notable, o mitjana, entre 7 i 13. Per exemple, el 31% dels elements tenen una valoració entre 7 i 9; el 32%, entre 10 i 11 i el 20% entre 12 i 13. També és cert que només el 8,62% dels elements estan ubicats en entorns clarament turístics, tractant-se, sobretot, dels elements que es troben a la ciutat de Barcelona.

Tal com s'ha apuntat en la introducció d'aquest epígraf, l'aproximació turística a l'entorn es pot fer des d'altres perspectives o es pot matisar amb altres paràmetres, cosa que no es descarta per a futures investigacions però que per raons d'homogeneïtat metodològica no s'ha fet en aquesta.

11.3.- Reflexions sobre la importància de la gestió turística i la relació amb l'entorn

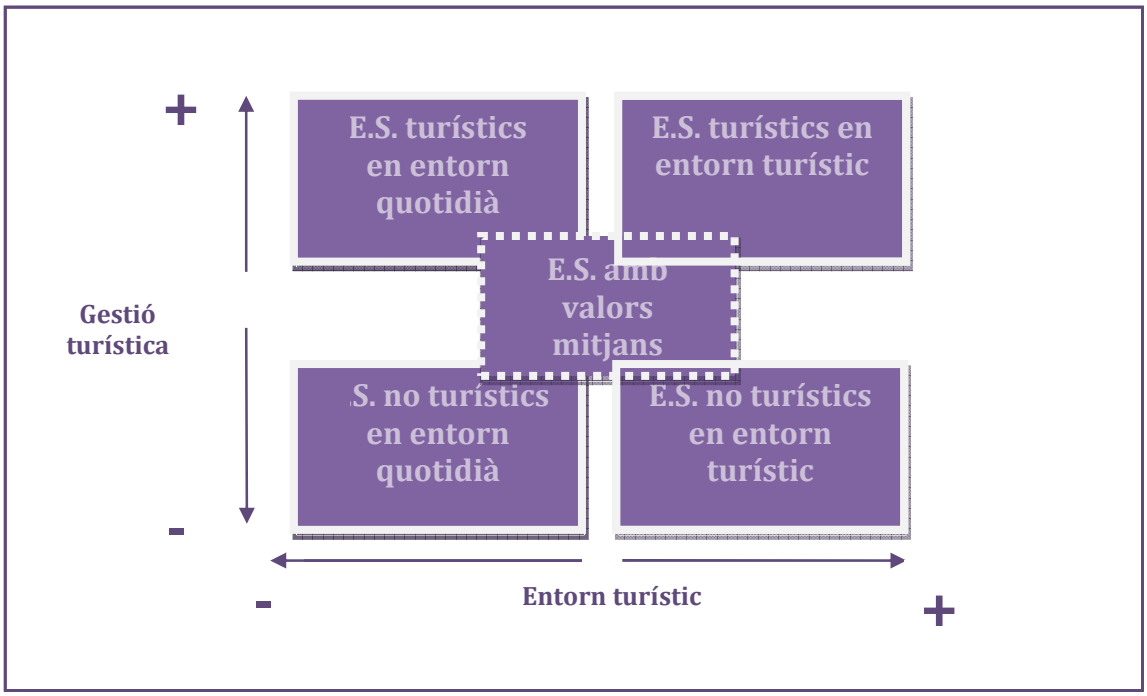
Com hem anat veient fins ara, els espais sagrats són espais fràgils, on la convivència de diferents tipologies de visitants fa d'ells espais complexes i espais de tensió.

Per això una bona gestió és una eina fonamental. És evident que els espais sagrats disposen d'elements de gestió, el que s'ha analitzat és si incorporen o no paràmetres que tinguin en compte aspectes turístics. Per això és fonamental que disposin d'eines de gestió que permetin minimitzar els impactes generats per l'activitat turística.

Per altra banda, aquests elements no són espais aïllats, tots pertanyen a un àmbit territorial més ampli (municipi, comarca, etc.). Aquest entorn pot ser més o menys turístic, i és evident que aquest entorn també afecta a aquests espais. Un espai sagrat ubicat en un entorn turístic és susceptible de rebre més visitants (turistes) que un que està en una zona no turística. Més enllà dels volums (en l'anàlisi no s'han tingut en compte els volums de visitants, ni dels monuments ni de l'entorn) és important que aquests entorns també tinguin en compte l'accessibilitat turística.

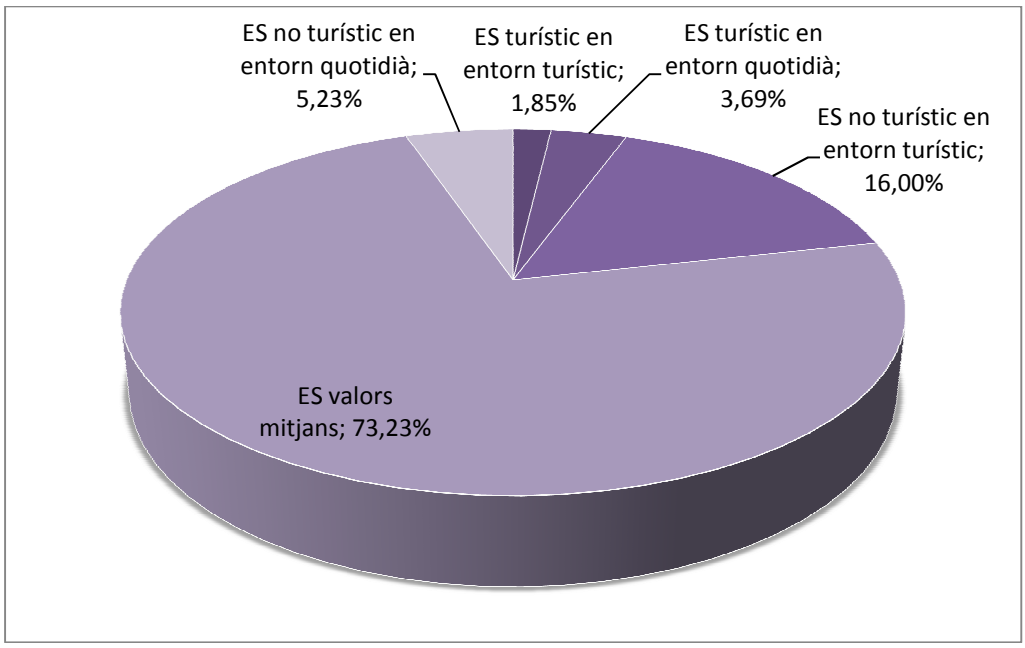
Per acabar d'analitzar la realitat dels diferents espais analitzats, per tant, proposem creuar les dades de la gestió turística dels elements amb les dades de l'entorn. Les diferents tipologies són les que podem veure en el gràfic 49.

Gràfic 49: Relació del patrimoni tangible i el patrimoni intangible en els espais sagrats



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Gràfic 50: Relació de la gestió turística amb la turistificació de l'entorn



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

A grans trets podem distingir entre quatre tipologies d'espais segons les formes de gestió i la relació amb el seu entorn. Utilitzem aquí la terminologia usada per Nolan i Nolan (1989) que distingeixen entre santuaris turístics i santuaris no turístics. Aquests autors fan la distinció en funció del nombre de visitants i de la principal motivació d'aquests, nosaltres proposem la mateixa terminologia per referir-nos a la inclusió d'aspectes turístics en la gestió.

En primer lloc podem parlar d'**espais sagrats turístics en entorn turístic**. En aquest grup s'inclouen tots aquells elements que en les observacions anteriors han obtingut una bona valoració tant en la gestió turística pròpia (11 o més) com en l'entorn turístic (13 o més).

Aquests elements representen una minoria respecte el total (gràfic 50), ja que no arriben al 2%. Dins d'aquest grup trobem elements com la Catedral de Girona o el Museu d'Art de Girona.

Un altre grup és el format pels **espais sagrats turístics en entorn quotidià.** Amb aquesta terminologia ens referim a aquells elements que obtenen una valoració de la incorporació d'elements turístics en la gestió igual o superior a 11; mentre que la valoració turística de l'entorn és inferior a 10. Això vol dir que les entitats que gestionen aquests elements tenen en compte aspectes elements turístics, però que estan ubicats en entorns que considerem no turístics, és a dir, amb poques infraestructures i poca accessibilitat.

Aquest grup representa 3,69% del total d'elements (gràfic 50) i inclou elements com el Monestir de Montserrat o el santuari de la Mare de Déu de Núria.

Una altra tipologia d'elements són els **espais sagrats no turístics en entorns turístics**. Aquests elements són els que tenen una valoració de la gestió turística pròpia inferior a 11, però que han obtingut una valoració de l'entorn igual o superior a 13. Fem referència, per tant, a elements que estan ubicats en entorns que es podrien considerar turístics però que no disposen de bones eines de gestió turístiques pròpies.

Els elements que formen part d'aquest grup, que representen un 16% del total, són elements que haurien de millorar els aspectes relacionats amb la gestió turística interna ja que el fet d'estar ubicats en un entorn turístic, a priori, fa que siguin

susceptibles de rebre més visitants. Això vol dir que la no gestió d'aquests aspectes pot comportar un deteriorament de l'element, o bé de l'experiència rebuda pel visitant.

El darrer grup que hem identificat és el dels **espais no turístics en entorn quotidià**, és a dir, tots aquells elements en els quals els aspectes relacionats amb el turisme, tant interns com de l'entorn, són poc rellevants. Aquest grup representa poc més del 5% sobre el total d'elements analitzats.

També s'ha identificat un altre grup, igual que en el cas del patrimoni, que, tal com podem veure en el gràfic 50 representa el 73% dels elements, que es troben en la zona central, és a dir, que tenen uns valors mitjans tant pel que respecta a la incorporació d'aspectes turístics en la gestió com en la importància turística de l'entorn.

Aquests elements han de valorar en quin dels grups es trobem més pròxims per tal d'aplicar les mesures gestores adients.

Tot i que els aspectes relacionats amb la gestió són rellevants, així com l'entorn on estan ubicats, com ja hem explicant anteriorment, aquestes dades per si soles tampoc ens permeten fer un esbós de la realitat dels espais sagrats, cal analitzar aquestes dades segons les dades obtingudes en la valoració del patrimoni tangible i intangible. Això és el que proposem fer en el darrer capítol.

12.- Els espais sagrats, una mateixa naturalesa i diferents realitats

En els capítols 10 i 11 s'han establert diferents valoracions en funció de les relacions existents entre patrimoni tangible i intangible, per una banda, i entre l'aplicació de paràmetres turístics en la gestió pròpia i la gestió turística de l'entorn. Però també hem dit que aquests aspectes analitzats de manera aïllada no són suficients, per això en aquest capítol el que farem serà relacionar els dos aspectes, tal com es mostra en la taula 22.

Taula 22: Relacions entre patrimoni i turisme en els espais sagrats

Espais sagrats	A.- Monumentals amb culte	B.- Monumentals sense culte	C.- Valors mitjans	D.- Amb culte	E.- Sense culte
1.- Turístics en entorn turístic		2 0,62%	4 1,24%		
2.- Turístics en entorn quotidià	1 0,31%	1 0,31%	3 0,93%	4 1,24%	3 0,93%
3.- Valors mitjans		11 3,41%	149 46,19%	24 7,44%	55 17,05%
4.- No turístics en entorn turístic	2 0,62%	4 1,24%	33 10,23%	6 1,96%	6 1,96%
5.- No turístics en entorn quotidià			7 2,17%	1 0,31%	9 2,79%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del projecte Catalonia Sacra

Tal com veiem en la taula 21, realment les relacions que s'estableixen poden ser molt variades i, en general, complexes. Per poder comentar la taula de manera més entenedora, hem assignat lletres a les tipologies d'elements segons la importància del patrimoni i nombres a les tipologies d'elements segons la relació amb el turisme.

Així, els elements que són A, són aquells on tant el patrimoni tangible com l'intangible són rellevants. Aquests espais, per tant, són susceptibles de ser reclam turístic perquè tenen un espai patrimonial consolidat. Si creuem aquest grup amb les dades sobre la gestió turística analitzades en el punt 11, veiem que:

- No hi ha cap element que sigui A1, és a dir, que el patrimoni sigui rellevant al mateix temps que té una bona gestió turística i està ubicat en un entorn turístic
- Tampoc hi ha elements que siguin A3 o A5, és a dir, que el patrimoni sigui important però que la gestió sigui normal i l'entorn també o poc important.
- Hi ha un element que és A2, que és el Santuari de la Mare de Déu de Montserrat. Són elements on el patrimoni és important, que estan ben gestionats però que l'entorn no és un entorn turístic.
- Hi ha dos elements que són A4, és a dir, que el patrimoni és important i, si bé estan situats en un entorn turístic, no estan gestionats de manera òptima. Aquests elements són la Basílica de Santa Maria de Castelló d'Empúries i la Catedral de Santa Tecla de Tarragona.

La segona tipologia d'elements que hem definit en funció de la importància del patrimoni, és la B. En aquest cas ens referim a aquells elements on el valor arquitectònic i patrimonial és rellevant i està clarament posat en valor però que, per contra, el valor de culte no és important. Quan diem que no és important, tant pot voler dir que no hi ha culte o que es celebren pocs rituals de tots els que es podrien celebrar. Per tant, podríem dir que són elements que estan una mica desnaturalitzats. També podríem parlar de museïtzació o tematització.

Igual que abans, aquestes dades es poden creuar amb les dades de gestió turística, i tenim el següent:

- Grup B1, és a dir, on el patrimoni tangible és important i que, a més, està ben gestionat i està ubicat en un entorn turístic. Dos exemples són la catedral de Girona i el Museu – Monestir de Pedralbes, o el Museu d'Art de Girona o el Museu Episcopal de Vic.
- Grup B2, és a dir, on el patrimoni tangible és important, que estan ben gestionats però que l'entorn on estan no els considera rellevants o no tenen relacions amb institucions turístiques. Un exemple és el Monestir de Bellpuig de les Avellanes.
- Grup B3, que el patrimoni és important, però que la gestió interna podria ser millor mentre que l'entorn els considera rellevants. Aquí hi trobem, per exemple, la Sagrada Família.
- Grup B4, on la gestió pròpia i turística es podria millorar. Un exemple és el conjunt romànic de les esglésies de la Vall de Boí, que en la base de dades ens apareixen com nou elements diferents.
- No hi ha cap element que pertanyi al grup B5.

El tercer grup que hem definit és el C, on ni el patrimoni tangible ni l'intangible destaquen un per sobre l'altre, però tampoc tenen la rellevància dels del grup A.

- Els elements del grup C1 no destaquen des del punt de vista monumental però estan ben gestionats i es troben en un bon entorn. Per exemple: monestir benedictí de Sant Cugat del Vallès, Sant Pere de les Puel·les.
- Dins el grup C2 trobem elements que, tot i no destacar en importància patrimonial, estan ben gestionats encara que estiguin en un entorn no turístic. Un exemple seria el reial santuari Verge font de la Salut de Traiguera. En general, tal com veiem a la taula, representen pocs elements.
- En el grup C4, els elements patrimonials no destaquen, tampoc destaca la gestió interna, però l'entorn els considera rellevants o estan en un entorn turístic. Molts estan a Barcelona com la Basílica de Santa Maria del Mar, la Catedral de Santa Maria de Tortosa, la Catedral de Solsona, l'Església de Sant

Vicenç de Besalú, l'església de Sant Pere de Terrassa; el monestir de Sant Pere de Besalú, la Catedral de Santa Maria d'Urgell i el museu diocesà, la catedral del Sant Esperit de Terrassa, el monestir de Sant Pere de Besalú, el monestir de Santa Maria de Vilabertran o el Museu Diocesà de Tarragona.

- El grup C3 és el més nombrós i inclou tots aquells elements que no destaquen ni en un sentit ni en un altre. Són nombrosos els exemples d'esglésies, monestirs i santuaris, com el de la Mare de Déu de la Salut de Sabadell, el santuari de la Mare de Déu de Queralt, el santuari de la Mare de Déu de del Vinyet, el santuari de Montgrony o el santuari del Tallat.
- També hi ha alguns elements que pertanyen al grup C5, és a dir, que no destaca el patrimoni i que la gestió té algunes mancances importants. Per exemple el Santuari de Canölich o el Santuari de l'Ermitana de Peníscola (que en el moment de fer l'estudi estava tancat per reformes).

El quart grup patrimonial que hem identificat és el D, és a dir, on el patrimoni intangible és important i es manté viu, tot i que l'entorn patrimonial on es troba no sigui de màxima rellevància. En aquest cas, també podem diferenciar en funció de la gestió:

- No hi ha elements que pertanyin al grup D1, és a dir, amb un ric patrimoni intangible i una molt bona gestió i un entorn turístic.
- Si que trobem, en canvi, elements que pertanyen al grup D2, és a dir, amb un ric patrimoni intangible, que disposen d'una bona gestió però que no estan en un entorn turístic. Dels exemples podem destacar el Santuari del Sant Crist de Balaguer, el Santuari de la Mare de Déu de Núria i el Santuari del Miracle de Riner.
- També trobem elements que pertanyen al grup D4, és a dir, amb un patrimoni intangible ric, sense una bona gestió turística però que estan en un entorn turístic. D'entre els exemples destacar l'església de Sant Feliu de Girona i el Monestir de Santa Maria de Ripoll.
- El grup més nombrós dins d'aquesta tipologia és el del D3, és a dir, esglésies amb un important patrimoni intangible però que no destaquen ni per la gestió ni per les relacions amb l'entorn. En aquest cas hi ha nombroses

esglésies de petita dimensió però potser es podrien destacar la basílica de Santa Maria de la Seu de Manresa, la catedral de Sant Llorenç de Sant Feliu de Llobregat o la Col·legiata de Santa Maria de Cervera.

- Podríem trobar elements dins el grup D5, però només n'hi ha un, que és l'església de Nostra Senyora de Maials.

El darrer grup d'elements és l'E que són els menys destacats en tots els aspectes patrimonials, i també es pot relacionar amb la gestió:

- No hi ha elements E1 i molt pocs elements E2 i E4 que vol dir, poc importants i amb bona gestió pròpia o de l'entorn. Alguns exemples, però, serien alguns museus diocesans com el de Lleida o el museu diocesà de Barcelona, el de Solsona, l'Antic Hospital de Santa Maria de Lleida.
- El grup més nombrós dins d'aquest apartat és el grup E3, és a dir, poc importants des del punt de vista patrimonial i amb un sistema de gestió que no destaca. Trobem una llarga llista, com el Castell Monestir de Sant Miquel d'Escornalbou, el santuari de la Fontcalda, el santuari de la Bovera o el de la Misericòrdia de Reus.
- Hi ha pocs elements E5, entre els quals, l'ermita de la Mare de Déu de la Muntanya de Caregue, l'església de Sant Bartomeu de la Baronia de Sant Oïsme, l'Església de Sant Feliu de Sarroca de Bellera, l'Església de Sant Romà d'Aineto o l'església de Sant Vicenç d'Estamariu.

Aquesta tipificació dels elements ens ha de servir per saber en quin grup es troba cada element per tal d'aplicar les mesures adients per millorar la gestió de l'espai sagrat. Aquest és el primer pas per a l'elaboració d'un pla de gestió. Una de les millors eines per tal de millorar la gestió és l'elaboració d'un pla estratègic, que permetrà establir un marc de gestió i plans d'actuació concrets.

> "Mitjançant el pla estratègic una organització en ple funcionament fa un exercici de previsió dels problemes que haurà d'afrontar en un futur proper i d'organització de les qüestions relatives a les activitats que haurà de dur a terme durant un període de temps preestablert." (Ballart, 99, 34)

Per a l'elaboració d'un pla estratègic cal realitzar una diagnosi de l'element que permeti identificar punts forts i febles, oportunitats i amenaces (anàlisi DAFO) i repartir els recursos més eficientment d'acord amb els resultats. Hi ha tres

aspectes fonamentals a tenir en compte en l'elaboració d'un pla estratègic (Shackley, 2001):

En primer lloc, en el procés de planificació cal que hi intervinguin el màxim d'agents possibles, per tant, ha de fomentar la cooperació amb els agents implicats, cosa que en els espais sagrats ens sembla fonamental.

En segon lloc, hauria de millorar l'ús dels recursos, suggerir vies d'ingressos addicionals i dotar a l'ens gestor d'una base ferma per refusar projectes indesitjables d'acord amb la filosofia de gestió (que és preservar la naturalesa sagrada del lloc, entenem).

I, finalment, ha de tenir en compte les tendències i necessitats futures a la vegada que serveix de guia per a la gestió del dia a dia. És a dir, que cal tenir clar que pot ser necessari modificar-lo segons es produeixin canvis en l'entorn.

L'objectiu de la gestió és, entre altres, minimitzar els impactes negatius que pugui generar l'activitat turística.

> "La tasca principal dels planificadors és, per tant, pre-planificar una estratègia per aquells llocs tant complexes amb diferents significats per diferents visitants. Aquesta estratègia hauria d'incloure no només la planificació de l'espai, sinó també diverses activitats i diferents sistemes de marketing per als diversos segments de mercat, sovint en oposició uns amb els altres. El resultat d'aquesta estratègia hauria de ser evitar el conflicte i preservar la naturalesa específica del lloc." (Collins-Kreiner, 2010, 161)

Shackley (2001), referint-se als impactes en els espais sagrats, parla d'impactes físics i impactes espirituals, tal com resumim en la taula 23.

Taula 23: Impactes en els espais sagrats

	Positius	Negatius
Impactes físics	Sensibilització i estímul a la conservació. Millora del manteniment. Introducció de sistemes de gestió.	Danys deliberats: vandalisme i robatori d'objectes Danys accidentals: pol·lució i degradació de l'entorn
Impactes espirituals	Foment del diàleg i l'intercanvi cultural Foment i preservació de les tradicions	Mercantilització Modificació i adulteració de les manifestacions religioses Banalització de l'experiència Conductes inapropiades

Font: Elaboració pròpia a partir de Shackley (2001)

En termes de gestió, caldria distingir entre la capacitat de càrrega física (que és el nombre màxim de visitants que ens permet acollir el lloc sense risc per a la conservació i el manteniment del recurs patrimonial) i la capacitat de càrrega espiritual (que seria el nombre màxim de visitants que podem admetre sense que la naturalesa del lloc i l'experiència dels visitants es vegi alterada). Urry (2004) parla de la capacitat de càrrega percebuda, que fa referència a l'experiència subjectiva individual. Per tant, és un concepte difícil de delimitar, però que cal tenir molt present.

El que és evident és que tant la capacitat de càrrega física com l'espiritual estan clarament relacionades tant amb el nombre de visitants com amb el seu comportament.

El nombre de visitants està determinat, no només per la cabuda física de l'espai, sinó també pels nivells de degradació que poden generar sobre el recurs físic: pol·lució, contaminació acústica, augment de la temperatura i la humitat (que tenen efectes negatius sobre les obres d'art.), etc. A més, grans volums de visitants

generen sentit de massificació, reduint la qualitat de l'experiència religiosa, en aquest cas.

En relació amb el comportament, tot i que els visitants s'haurien de comportar de manera respectuosa, no sempre és així. Els visitants s'han de comportar de manera adient, tant per preservar la naturalesa de l'esperit del lloc (guardar silenci, vestir adequadament, no interferir en les activitats religioses...) com per conservar-lo (serien els danys deliberats que s'ha mencionat abans).

La Comissió Europea, en relació amb la capacitat d'acollida dels recursos culturals, fixa un seguit d'indicadors relacionats amb:

- Els límits dels recursos tangibles
- El grau de tolerància de la població local
- El nivell de satisfacció dels visitants
- L'excessiu nivell de canvi
- El balanç entre els costos i els beneficis
- El paper de la capacitat d'acollida en el model de gestió.

El la taula 24 proposem algunes línies d'actuació per a millorar la gestió i garantir la sostenibilitat dels espais sagrats, sempre tenint present que l'objectiu final és la preservació de la naturalesa sagrada del lloc i de minimitzar els conflictes entre devots i visitants. Aquestes línies d'actuació s'han dividit en tres blocs, segons si afecten a l'espai sagrat pròpiament dit (als valors de culte), als aspectes artístics i monumentals (valors culturals) o als serveis afegits (valor turístic).

Taula 24: Línies d'actuació en la gestió d'espais sagrats

	Relacionats amb el culte	Relacionats amb el monument	Relacionats amb els serveis i l'entorn
Determinació de la capacitat de càrrega	Segons la capacitat física del monument Segons el volum de visitants (evitar massificació i impactes negatius)	Segons la capacitat física del monument i d'equipaments com museus i sales d'interpretació (si n'hi ha)	Segons la capacitat de les infraestructures d'allotjament i restauració
Zonificació	Habilitació de zones amb usos específics com espais de pregària i meditació	Habilitació de zones amb usos específics com espais d'interpretació	Divisió dels espais segons les tipologies de grups (cases d'espiritualitat, hotels, etc.)
Límits al lliure accés, restriccions	Prohibició d'entrada en hores de culte Tancament d'alguns espais a la visita		
Proposta d'activitats	Manteniment del culte Organització d'activitats de culte (festivitats tradicionals): aplecs, pelegrinatges, romeries, benediccions Activitats de difusió dels valors religiosos	Organització d'activitats culturals: concerts, exposicions, certàmens literaris, concursos de fotografia, etc. Selecció de les activitats i limitació a aquelles que estiguin d'acord amb la naturalesa del lloc.	Oferiment de les sales i equipaments per a la realització d'activitats. Selecció de les activitats i limitació a aquelles que estiguin d'acord amb la naturalesa del lloc.
Sistemes de dispersió de fluxos	Dins de l'espai sagrat: disseny del recorregut o recorreguts de la visita Complementar-ho amb visites a l'exterior Coordinació amb altres recursos propers o de temàtica similar per a la creació d'itineraris		Està en funció de la capacitat de les infraestructures
Control de cues	Distribuir la cua o serpentejar-la per tal que no sigui tant llarga		

	Instal·lació de plafons o sistemes d'interpretació per tal de fer més curta l'espera Proposta d'activitats alternatives		
Revisió dels horaris	Ampliació o limitació dels horaris en funció de l'afluència	Ampliació o limitació dels horaris en funció de l'afluència	Ampliació o limitació dels horaris en funció de l'afluència
Política de preus (en el cas que s'estimi necessària)	Establir tarifes d'entrada per tot el recinte o per algunes parts Establir diferents tarifes en funció del tipus de públic Establir diferents tarifes en funció de la temporada		Cada servei té unes tarifes establertes, es poden establir tarifes i polítiques de descompte segons el tipus de públic Sistemes de fidelització
Sistemes de reserves	Sistemes de reserva i compra d'entrades anticipada Canals: telefònic, on-line, caixers automàtics Obligació de reservar per part dels grups (gestió de l'afluència) Reserva per a la participació en determinades activitats		Valorar l'opció de treballar amb operadors turístics especialitzats o no Valorar l'opció de ser present en centrals de reserva
Gestió de la informació / interpretació	Selecció de diferents eines d'interpretació en funció de l'espai Selecció dels idiomes en els que estarà disponible la informació Programació de visites guiades Contacte amb els guies (per formació i per informar de les activitats) Disposar d'espais d'estudi i documentació (biblioteques)		En les botigues: disposar de bibliografia específica En l'allotjament i la restauració: posar a disposició dels hostes material informatiu específic a les habitacions o en sales habilitades Disposar d'informació sobre els horaris de culte i de les activitats

Educació i conscienciació	Disposar d'eines per donar a conèixer la naturalesa del lloc i les normes de comportament (plafons o fulletons)	Organització d'activitats amb temàtica religiosa	Disposar d'eines per donar a conèixer la naturalesa del lloc i les normes de comportament (plafons o fulletons)
Activitats per infants	Programa pedagògic per a nens per transmetre els valors religiosos (in situ o en col·laboració amb les escoles)		
Estudis de públic	Per conèixer el perfil del visitant Per conèixer els nivells de satisfacció Per identificar les àrees on cal actuar		
Formació del personal	Programes de formació per a l'acollida religiosa	Programes de formació per als serveis d'interpretació i activitats culturals	Sensibilització del personal per tal que en els serveis annexos transmetin els mateixos valors
Coordinació i relació amb altres entitats	Relació amb altres entitats religioses per a l'organització conjunta d'activitats Relació amb agents turístics: oficines de turisme, patronats, empreses d'activitats turístiques, agències de viatges i tour operadors Relació amb les entitats i associacions locals		Relació amb altres entitats religioses Relació amb agents turístics: oficines de turisme, patronats, empreses d'activitats turístiques, agències de viatges i tour operadors

Font: Elaboració pròpia

Aquestes mesures, en conjunt o de manera individual, haurien de permetre millorar la gestió dels espais sagrats. Els ens gestors hauran de valorar quines accions són les més adients a cada un dels espais.

Així, en els espais on el culte es manté viu, és important l'aplicació de mesures per garantir el culte i l'experiència dels visitants. En aquells on, a més, els valors monumentals són importants, cal que s'apliquin mesures per fomentar la difusió i el coneixement d'aquests valors.

De la mateixa manera, si l'espai sagrat està ubicat en un entorn turístic, a priori, és probable que rebi més visitants, per tant, cal que intensifiqui les accions per garantir que els turistes no interfereixen en la celebració del culte, al mateix temps que se'ls ofereix una experiència de qualitat d'acord amb les seves expectatives.

El monestir de Montserrat, segons la tipologia que s'ha establert en aquest treball, pertany al grup A2; és a dir, es tracta d'un espai on el valor religiós i patrimonial és important i que aplica criteris turístics en la seva gestió encara que l'entorn no sigui clarament turístic. Amb els més de 2 milions de visitants per any que rep, és un dels elements més emblemàtics del turisme religiós a Catalunya a més d'un bon exemple sistema de gestió.

El monestir es promociona sota el lema "espiritualitat, cultura i natura", i és un clar exemple d'espai sagrat en el qual conflueixen un gran nombre de visitants amb motivacions molt diverses. A part de la basílica i el monestir, hi ha l'Escolania (una de les escoles de música més antigues i prestigioses d'Europa), el museu de Montserrat (museu declarat d'interès nacional), una editorial pròpia; i tot enmig de l'entorn del Parc Natural de la Muntanya de Montserrat. És un espai que està preparat per rebre grans quantitats de visitants, per això disposa de nombrosos serveis, com aparcament, hotel, cel·les, restaurants de diferents categories, botigues de records, botigues de queviures i, fins i tot, una oficina de correus.

Gestionar un espai com Montserrat, per tant, és molt complex. En la seva gestió intervenen diferents institucions: la Generalitat de Catalunya que gestiona el parc natural; la comunitat de monjos que s'encarrega de la gestió del monestir i la basílica (i els aspectes pastorals relacionats) i l'empresa Larsa que s'encarrega de gestionar tots els aspectes relacionats amb l'abadia (els serveis, l'hostatgeria, els restaurants...). També es rep la col·laboració de la Fundació Abadia de Montserrat 2025, que és una associació sense ànim de lucre que col·labora en les diverses activitats que s'organitzen al santuari.

Larsa proposa diferents productes segons les motivacions i la tipologia dels grups. Té una agència de viatges pròpia i treballa amb tour operadors nacionals i internacionals, alguns d'ells especialitzats en turisme religiós.

Tot i que la gestió és complexa, hi ha una bona relació i coordinació entre les diferents entitats. Potser un dels aspectes en els quals es podria treballar és en la gestió de fluxos i cues en els moments de màxima afluència dels visitants.

Al costat de Montserrat, un exemple completament diferent el trobaríem en el conjunt romànic de les esglésies de la Vall de Boí. Aquestes estan incloses en el grup B4, és a dir, es tracta d'espais patrimonials molt rellevants des del punt de vista històric, artístic i arquitectònica, però que mantén poques activitats de culte; a la vegada que la gestió turística es podria millorar.

Imatge 14: Absis de Sant Climent de Taüll
Font: Elaboració propia

Aquestes esglésies compten amb un ens gestor públic que s'encarrega de l'accessibilitat turística (horaris d'obertura, tarifes, eines d'interpretació) i que es coordina amb el capellà de la parròquia per aquells aspectes vinculats amb el culte. de totes maneres, no hi ha culte en les 9 esglésies que formen part del conjunt, només en algunes d'elles. En general la sensació que es té és que les esglésies han perdut la funció de culte i s'han convertit en museus. En aquest cas, per tant, caldria treballar en la potenciació de les activitats de culte, per tal de fer de les esglésies espais vius.

Per exemple, en la imatge 14 veiem l'absis de Sant Climent de Taüll, amb el Pantocràtor al fons, i amb una cinta vermella a davant, per tant, que converteix l'espai en un museu. Dit d'altra manera, difícilment cap persona es posaria davant del Pantocràtor a resar perquè l'espai, sembla, ha perdut aquesta funció.

Un altre exemple el podríem trobar en el monestir de les Avellanes, a Ós de Balaguer. Aquest s'inclou en el grup B2, essent un espai amb un ric patrimoni arquitectònic i que, tot i estar gestionar per una comunitat eclesiàstica i mantenir viu el culte, té poques mostres de devoció popular. Tot i així és un bon exemple de gestió.

El monestir és gestionat per la comunitat de germans maristes i, després d'una intensa adaptació de les infraestructures, s'ha convertit en un espai d'acollida de visitants i turistes, amb una àmplia oferta de productes, alguns relacionats amb les motivacions religioses i espirituals i d'altres relacionats amb la cultura, la naturalesa i l'oci.

En les instal·lacions del monestir trobem, a part de la comunitat de germans maristes, una casa d'espiritualitat, l'hostatgeria monàstica, un restaurant, un centre de reunions amb diverses sales, els arxius i biblioteca (són dipositaris de l'arxiu Gavín, un dels més importants de Catalunya), casa de colònies i botiga. En la seva oferta trobem des de cursos d'espiritualitat o sobre l'evangeli, a propostes d'estades d'estudi i reunions o cursos d'introducció a l'astronomia. A més tenen una clara implicació amb el territori ja que organitzen activitats en col·laboració amb agents locals (visites a bodegues i cellers, activitats esportives) i en la botiga es poden adquirir productes elaborats en la zona de proximitat.

Finalment, la Santa Cova de Manresa és un exemple de col·laboració d'institucions privades religioses (la Companyia de Jesús) amb les administracions públiques (ajuntament de Manresa) que es concreta en una proposta de posada en valor del patrimoni religiós de la ciutat de Manresa, i amb una proposta més àmplia, que és la del Camí Ignasià.

Manresa és el bressol de la filosofia ignasiana, ja que és on Sant Ignasi va escriure els Exercicis Espirituals. L'any 2001 l'Ajuntament de Manresa inicia el seu projecte de desenvolupament turístic i pren com un dels eixos principals la posada en valor del llegat patrimonial i religiós de la ciutat. A partir d'aquí es van dissenyar diversos itineraris, un dels quals va ser la Ruta Ignasiana. Aquest itinerari es complementa amb una oferta de visites guiades que es realitzen des de l'Ajuntament.

Al voltant d'aquesta ruta s'han anat travant productes turístics adreçats al mercat del turisme religiós, concretament a un públic de l'entorn jesuïta, però que són oberts, també, al públic en general. El santuari de la Santa Cova és el lloc que acull la Casa d'Exercicis i Espiritualitat i rep uns 30.000 visitants cada any procedents d'arreu del món.

En aquest cas l'ajuntament de Manresa (amb altres institucions públiques de Catalunya i de fora) col·labora amb la Santa Cova i amb la Companyia de Jesús en la posada en valor del camí ignasià, una ruta de pelegrinatge que segueix el camí que Ignasi de Loiola va recórrer des de la seva casa natal fins a Manresa. És una ruta d'uns 650km que recorre cinc Comunitats Autònomes (Euskadi, La Rioja, Navarra, Aragó i Catalunya), en un itinerari tancat i únic, sense variants, que es pot recórrer en aproximadament 30 dies de recorregut (imatge 15).

Imatge 15: Recorregut del Camí Ignasià
Font: www.caminoignaciano.org

A diferència d'altres grans rutes de pelegrinatge, que es dirigeixen cap a llocs de veneració (com per exemple Santiago), el Camí Ignasià proposa realitzar un camí espiritual, els pelegrins no van a visitar un lloc sinó a caminar una experiència. Per això, el projecte Camí Ignasià ofereix una guia espiritual paral·lela als Exercicis Espirituals de Sant Ignasi. Els Exercicis Espirituals estan dividits en quatre setmanes, que més o menys corresponen amb les etapes del Camí Ignasià.

Podríem posar molts altres exemples, tant dels 325 elements analitzats com d'altres que han quedat fora d'aquest estudi; així com d'altres regions. El que és important destacar és que, malgrat la complexitat aparent, una gestió que intenti evitar els conflictes entre devots i visitants no només és fonamental, sinó que és possible. Cal que les entitats gestores prenguin consciència de la naturalesa del lloc i de les diverses tipologies de visitants per tal d'aplicar les mesures adients.

Un aspecte que, al nostre entendre, és fonamental, és la col·laboració entre diferents entitats, ja siguin religioses o laiques, públiques o privades. En aquest sentit, la proposta del projecte Catalonia Sacra és innovadora i sense precedents, però cal reforçar els llaços d'aquestes col·laboracions i fomentar l'intercanvi d'experiències entre els diferents elements per tal que esdevingui una realitat.

13.- Conclusions

La pregunta que donava el tret de sortida a aquest treball és si és possible conceptualitzar el turisme religiós de manera que s'entengui la naturalesa complexa d'aquest fenomen, I, malgrat la complexitat aparent que s'ha anat desgranant al llarg del treball, podem afirmar que si.

En primer lloc (primera part) s'ha definit el marc conceptual dels espais sagrats, no només què és un espai sagrat sinó quins són els trets que caracteritzen aquests espais i com es manifesta la sacralitat en el temps i l'espai.

Després d'introduir breument el fenomen religiós, ens hem endinsat en l'àmbit de la conceptualització del sagrat. Tal com apunta Ries (1989) tradicionalment les aproximacions al concepte del sagrat s'han fet des de la sociologia (essent Durkheim el màxim representat d'aquesta escola), des de la fenomenologia (amb Otto com un dels principals autors) i des de l'hermenèutica i la història comparada de les religions (destacant els treballs d'Eliade en aquest camp).

El sagrat es presenta com una manera de ser en el món, clarament diferenciada i oposada al profà. En paraules d'Eliade,

> "El sagrat equival a potencia; i en definitiva, a la realitat per excel·lència. El sagrat està saturat de ser. Potència sagrada vol dir al mateix temps realitat, perennitat i eficàcia. L'oposició sagrat-profà es tradueix sovint com una oposició entre real i irreal o pseudorreal. [...] És, doncs, natural que l'home religiós desitgi profundament ser, participar en la realitat, saturar-se de poder." (Eliade, 1981, 9)

Per altra banda, els autors estudiats coincideixen en la dificultat de definir el terme. Otto proposa el terme numinós per referir-se al *ganz andere* (allò totalment diferent), és a dir, allò que ens provoca el sentiment de *maiestas*, el *mysterium tremendum et fascinas*.

Llavors, com podem conèixer i parlar del sagrat?

> "L'home entra en coneixement del sagrat perquè es manifesta, perquè es mostra com allò diferent per complet del profà. Per denominar l'acte d'aquesta manifestació del sagrat hem proposat el terme de hierofania, que

> és còmode, donat que no implica cap precisió suplementària: no expressa més que el que està implícit en el seu contingut etimològic, és a dir, que *alguna cosa sagrada se'ns mostra*." (Eliade, 1989, 10)

La història de la religions està repleta de hierofanies. Per tant, si bé el nombre de religions és ampli i aquestes són diferents les unes de les altres, el fenomen del sagrat és present en totes elles, i amb uns trets comuns. Són aquests trets que ens permeten de parlar d'universalitat del fet sagrat, i són els que s'han analitzat en el capítol 3 sobre les manifestacions del sagrat.

El pare Lluís Duch (1997) parla dels vehicles expressius i menciona el símbol, el llenguatge de la natura, els llenguatges estètics i poètica i el llenguatge de la imatge. Nosaltres hem tractat les manifestacions del sagrat en la naturalesa i en l'espai construït com a símbols del sagrat.

> "Qualsevol mena d'aproximació als fenòmens religiosos hauria d'ocupar-se d'una manera molt intensa del simbolisme perquè el símbol és la modalitat expressiva de la religió." (Duch, 1997, 209)

La naturalesa com a manifestació del sagrat rau en la creença, de que mai és enterament natural, sinó que sempre i arreu posseeix un impuls de significació i de profunditat.

> "El fonament de la contemplació natural és d'ordre metafísic: descansa en l'analogia, i identitat final, de les essències particulars amb l'Essència universal; analogia i identitat la percepció i experiència viscuda de la qual és el camí traçat, és evident, cap a la Unitat i la unió". (Hani, 2005, 478)

Trobem nombrosos exemples, ja en les religions primitives i fins avui en dia, d'espais sagrats naturals o d'espais sagrats relacionats amb la naturalesa. Parlem del simbolisme del centre del món com a punt central de qualsevol simbolisme del sagrat (el sagrat és el centre del món a partir del qual s'ordena tota la resta) i a partir d'aquí aquest es manifesta en muntanyes, coves, pedres, arbres, aigua... representant l'eix del món, la purificació, l'ascensió...

Els espais sagrats construïts apareixen com a representacions del centre, també, ja sigui en espais naturals o bé en espais humanitzats. La construcció i decoració d'aquestes temples, així com els objectes utilitzats pel culte, també participen de nombrosos simbolismes. En l'art sagrat res és casual.

Un cop presentades les diferents formes de manifestació del sagrat hem vist que els espais sagrats es poden analitzar des de dues perspectives, una perspectiva universal i una perspectiva global.

Des de la perspectiva universal entenem els espais sagrats com llocs en els quals s'ha manifestat una hierofania, independent de l'acció humana. Per tant, són centres de poder propicis a la trobada de l'home amb el transcendent, de l'home amb els altres i de l'home amb si mateix. Com a espais universals, per tant, reprodueixen o poden reproduir múltiples discursos religiosos, són espais per obrir-se a altres cultures i fomentar el diàleg i la relació entre els éssers humans. Valors que per altra banda es reconeixen també com a fenòmens positius del fet turístic.

Des de la perspectiva local, cada tradició religiosa dota a aquests espais sagrats d'uns trets específics (rituals, culte) que fa que es converteixin en centres d'àrees devocionals més o menys extenses.

Això ens porta a la segona part d'aquest treball: els espais sagrats són centres locals universals, per tant, poden rebre devots i visitants o turistes. Dit d'una altra manera, els espais sagrats són espais amb usos religiosos i amb usos turístics. Com conviuen a la pràctica aquests diferents usos d'un mateix espai?

Per tal de respondre a aquesta pregunta, en la segona part s'ha definit què és el turisme religiós i com es relaciona aquesta tipologia turística amb altres tipologies turístiques com el turisme cultural, el turisme espiritual i els pelegrinatges.

La segona part s'inicia posant en relació els espais sagrats amb els espais turístics introduint en concepte d'espai sagrat com a heterotopia (Foucault, 1986; Shackley, 2002), és a dir, un lloc real que està fora de tots els altres llocs (recordem les paraules d'Otto per definir el sagrat: *ganz andere*).

Abans d'introduir el concepte de turisme religiós, hem volgut reflexionar sobre les teories d'alguns autors com Graburn o MacCannell que defineixen el turisme en si mateix com un viatge sagrat o una forma de pelegrinatge.

> "El turisme és una forma de ruptura amb l'ordinari que projecta sobre l'espai visitat una pesada càrrega, perquè el turístic ha de marcar la frontera entre allò quotidià i l'excepcional. El turisme no pot ser una continuació de les pràctiques socials de la realitat quotidiana, sinó una abrupta ruptura. És

> freqüent considerar que els atributs d'un espai turístic són sempre absoluts, és a dir, independents de la naturalesa de la mirada. I és exactament al contrari. Els llocs turístics només són turístics quan l'altre els atorga aquesta condició, són sempre el resultat de la mirada estrangera. Aquesta circumstància fa dels símbols turístics un producte social singular, ja que estan creats des de fora, són estranys a ells mateixos. Fins i tot el més icònic dels símbols turístics, com la Torre Eiffel, assumeix la seva condició d'artefacte turístic perquè uns altres –els futurs turistes- projecte sobre la immensa ferralla les seves esperances d'evasió." (Donaire, 2008, 132-133)

Aquests autors es basen en la premissa que el turisme suposa una ruptura en el temps i l'espai quotidià, de la mateixa manera que el pelegrinatge o la participació en els cultes i rituals suposa abandonar l'espai profà per entrar en l'espai sagrat i participar d'uns actes que tenen lloc en un temps sagrat.

Al nostre entendre, però, 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, doncs 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, si 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 tenir una experiència que els posi en contacte amb la divinitat i amb un més enllà transcendent.

El turisme espiritual fa referència al desplaçament turístic que té com a objectiu el gaudi de l'esperit, per tant, que és satisfaent 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 també pot incloure activitats de relaxació i benestar per al cos.

Alzamora (2006) menciona tres visions de l'espiritualitat, l'espiritualitat com centre interior de la persona, com 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 a atraccions culturals específiques, com ara llocs patrimonials artístics i manifestacions culturals, lluny del seu lloc de residència habitual amb la intenció d'aprendre 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 distingiria, d'alguna manera, de les dreceres 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, de la creació o de la participació en activitats de culte.

D'acord amb Olsen (2010) la classificació en tipologies és un argument passat de moda que es basa en l'existència de *tipus ideals,* aquesta tipificació ha de permetre identificar regularitats però en cap cas trobarem "un turista religiós" en estat pur, ni un "pelegrí" en estat pur. Per això, la nostra proposta és que en els espais sagrats conviuen diferents visitants que comparteixen diferents gradacions entre graus d'intensitat en l'experiència religiosa, cultural i espiritual.

La identificació d'aquestes pautes o regularitats entre uns tipus de visitants i uns altres és el que ens ha de permetre gestionar millor els espais sagrats i evitar els

conflictes que es puguin produir entre expectatives diferents. de fet, tal com afirma Collins-Kreiner,

> "Davie troba que els turistes que visiten les catedrals europees o altres esglésies històriques – fins i tot si formen part de l'anomenada indústria del patrimoni – s'aproximen de manera diferent a la visita d'aquests monuments. En primer lloc, els veuen com espais públics que haurien de ser de lliure accés. Segonament, tendeixen a veure la visita a aquests espais com visites diferents a les d'un museu o un centre patrimonial. Hi ha l'evidència d'una certa recerca, sense clarificar, del que es podria dir experiència espiritual." (Collins-Kreiner, 2010, 156)

Per això es dedica un capítol (7) a tractar aspectes relacionats amb la gestió d'aquests espais. Aquest capítol, per altra banda, ens permet extreure alguns paràmetres que ens permetran analitzar la realitat dels espais sagrats analitzats en el cas d'estudi.

Per concloure la segona part s'han presentat algunes xifres referents a l'estat actual del turisme religiós per il·lustrar la vigència, la importància i la contemporaneïtat del fenomen. Així, el turisme religiós és un fenomen universal, amb unes xifres que apunten a l'alça. Precisament per això, també s'han identificat, el seu desenvolupament, elements de risc que cal tenir en compte.

> "La globalització ha obert el turisme religiós a un procés de comercialització transformant-lo en un "producte comercial" que no era en els seus orígens. El pelegrí d'abans estava exempt de taxes i de drets de peatge, no havia de pagar per entrar en les "cases de Déu". Aquest turisme guarda relació al mateix temps amb mercats que es solapen: el de l'espiritualitat, el de la salut física i mental, el de l'oci, el de la cultura, el de les estades curtes i el de les visites breus a ciutats. La base demogràfica és considerable. Aquesta presa de consciència de les potencialitats del turisme religiós és recent, com ho és la seva "comercialització". Deixa obertes prodigioses possibilitats de creixement pel sector del turisme, sobretot si es vincula amb la determinació d'afavorir el diàleg inter-religiós i inter-cultural, així com l'Aliança de Civilitzacions, i si es segueixen els principis del desenvolupament sostenible." (Lanquar, 2007, 4)

L'objectiu secundari d'aquesta investigació ens plantejava si a partir de la definició d'un marc conceptual sobre el turisme religiós i els espais sagrats es pot establir algun tipus de tipificació que ajudi a comprendre les relacions entre aquests espais i el turisme.

Això és el que s'ha fet en la tercera part. Per donar resposta a aquest objectiu proposem analitzar diferents espais sagrats per veure si podem apuntar cap a algunes línies de gestió que permetin garantir la sostenibilitat d'aquests espais al mateix temps que millorar la qualitat de l'experiència dels visitats als espais sagrats.

El projecte Catalonia Sacra compta amb la participació, d'entrada, de 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.

Kelly (2009) explica l'experiència del país de Gal·les que ha creat una xarxa per gestionar 16 esglésies anglicanes situades al nord del país de Gal·les. Els objectius són:

- Dotar de serveis als turistes per tal que apreciïn la visita
- Reclutar i formar voluntaris
- Fer conèixer i comercialitzar la xarxa com una experiència de qualitat
- Vendre productes per tal d'augmentar els ingressos de cada església
- Promoure la cultura, la història i el patrimoni del territori
- Crear un itinerari per unir cada església i promoure el turisme entre elles.
- Desenvolupar col·laboracions amb els responsables turístics
- Desenvolupar una relació de treball estreta amb els responsable d'altres confessions
- Dotar a les esglésies d'útils relatius a l'acolliment, la interpretació, la presentació i el marketing
- Identificar els públics potencials per les esglésies
- Identificar les obligacions per un veritable turisme d'església i buscar-ne les solucions

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 des de la perspectiva turística.

De la primera part del treball es desprenen una sèrie d'elements a analitzar. Hem vist que la sacralitat es pot manifestar en forma d'espai sagrat i també en forma de temps sagrat; a tret generals, associem els espais sagrats al patrimoni tangible, mentre que associem el temps sagrat a les manifestacions del patrimoni intangible, els aspectes relacionats amb el culte, els rituals, etc. Això ens permet generar una graella per poder analitzar els diferents elements patrimonials de l'església segons aquests paràmetres.

De la segona part del treball podem extreure una sèrie de paràmetres més vinculats al camp de la gestió que permeten acabar de completar la graella d'aspectes a tenir en compte en l'anàlisi de les relacions dels espais sagrats amb el turisme.

El creuament de les dades obtingudes ens ha permès establir una tipificació dels espais sagrats en funció de la importància dels elements patrimonials i de la relació que tenen amb el turisme i amb l'entorn (que era un dels objectius secundaris del treball).

Si hem dit que la distinció entre diferents tipologies de turistes servia per identificar pautes o regularitats; el mateix podem dir de la classificació dels espais sagrats. L'objectiu és poder establir punts en comú que permetin conèixer la realitat dels diferents llocs i extreure propostes d'actuació vàlides.

L'aplicació de les mesures proposades, d'entrada, haurien de garantir la sostenibilitat dels llocs, és a dir, preservar-ne la sacralitat; és a dir, que ofereixin una experiència de contacte amb Déu i una aproximació al sagrat al mateix temps que són un testimoni del fervor religiós del passat llegat en herència al present. Per altra banda, també haurien d'ajudar a que els visitants tinguessin experiències satisfactòries, no només des del punt de vista religiós, sinó que siguin llocs de silenci, de refugi, d'hospitalitat, de cultura entesa en el seu sentit ampli i també llocs d'ecologia.

Els espais sagrats són realitats complexes que s'han d'estudiar des d'una òptica multidisciplinar i transversal (antropologia, sociologia, teologia, filosofia, turisme,

cultura, etc.) per tal de poder entendre les seves dinàmiques internes. Per això, l'estudi de les relacions dels espais sagrats amb el turisme ha de permetre fer un pas més en el coneixement d'aquesta realitat.

L' interès per la cultura dels altres pobles determina moltes vegades el viatge del turista. El turisme ofereix la possibilitat del coneixement directe, del diàleg cultural sense intermediaris, que permet, al visitant i a l'hoste, descobrir les seves respectives riqueses. Aquest diàleg cultural, que fomenta la pau i la solidaritat, constitueix un dels béns més preuats que deriven del turisme. El diàleg autèntic contribuirà, entre altres coses, a la conservació i valorització del patrimoni artístic i cultural dels pobles.

Citant novament Eliade,

> "Sigui quin sigui el grau de dessacralització al que hagi arribat el món, l'home que opta per una vida profana no aconsegueix abolir del tot el comportament religiós. Haurem de veure que fins i tot l'existència més dessacralitzada segueix conservant vestigis d'una valoració religiosa del món." (Eliade, 1989, 16).

El turisme religiós com a forma per accedir a aquests espais sagrats per tal de poder conèixer la seva essència és un fenomen altament contemporani. L'home d'avui està immers en dubtes de tota mena, els espais sagrats ofereixen espais d'acollida, reflexió, meditació, que ajuden a seguir endavant amb el dia a dia. Els espais sagrats, fins i tot en el marc de la societat contemporània, són punts de llum que ens poden guiar cap a una existència millor.

14.- Bibliografia

Abadia de Montserrat. (2012). *Abadia de montserrat.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.abadiamontserrat.net

Agència Catalana de Turisme, Generalitat de Catalunya. (2010). *El camí de Sant Jaume.* Darrera consulta desembre, 2011, enllaç http://www.camidesantjaume.cat/index.php

Ajit Shinde, K. (2003). Environmental crises in God's adobe: Managing religious tourism. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 87-102). Fatima: ATLAS.

Ajuntament de Barcelona. (2010). *Programa de turisme creatiu: Barcelona creativa.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.barcelonacreativa.info/principal.asp

Ajuntament de Cardona. *Cardona turisme.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.cardonaturisme.cat/CA/index.php

Ajuntament de Manresa. (2012). *Descobreix manresa, oferta turística i cultural.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.ajmanresa.cat/web/contingut.php?id_menu=2&parent=1&area=1

Aktas, A., & Ekin, Y. (2003). The importance and the place of faith (religious) tourism in the alternative tourism resources of turkey. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 151-174). Fatima: ATLAS.

Alessi, A. (2004). *Los caminos de lo sagrado. introducció a la filosofía de la religión.* (Edició original en italià, 1998). Madrid: Cristiandad.

Alvin, J. (1984). *Musicoterapia*. Barcelona: Paidós.

Alzamora Salom, A. (2006). *La espiritualidad del turismo* (3a ed.). Santa Ponça (Mallorca): Parròquia de Santa Ponça.

Amades, J. (1982; 1950). *Costumari català: El curs de l'any* (2a ed.). Barcelona: Salvat.

Ambrósio, V. (2003). Religious tourism - territorial impacts in the EU marian sanctuary towns. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 43-56). Fatima: ATLAS.

Ambrósio, V. (2007). Sacred pilgrimage and tourism as secular pilgrimage. En R. Raj, & N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (pp. 78-88). Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub.

Ambrósio, V. (2000). *Fátima: Território especializado na recepçâo de turismo religioso*. Lisboa: Instituto Nacional de Formaçâo Turística.

Amir-Moezzi, M. A., Jambet, C., Lory, P., & et. al. (1996). *Lieux d'islam. Cultes et cultures de l'Afrique à Java*. Paris: Autrement.

Amirou, R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris: Presses Universitaires de France.

Anati, E., & Ries, J. (1995). *Tratado de antropología de lo sagrado*. Madrid: Trotta.

Andadillas, A. (2004). Fe en el turismo religioso. *Hosteltur,* 5-32.

Andrés Sarasa, J. L., & Espejo Marín, C. (2006). Interacción mito religioso / producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la cruz (Murcia). *Cuadernos de Turismo, 18*, 7-61.

Andriotis, K. (2009). Sacred site experience: A phenomenological study. *Annals of Tourism Research, 36*(1), 64-84.

Antier, J. (1979). *Le pèlegrinage retrouvé*. Paris: Centurion éditorial.

Anton Clavé, S., Gonzàlez Reverté, F., Fernández Tabales, A., & Universitat Oberta de Catalunya. (2009). *Introducció a l'espai turístic*. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.

Aparo, E., Martins, J., & Soares, L. (2003). Net men walking: Proposal for a mediatic net of personalized tourist information. En C. Fernandes, F. McGettigan & J.

Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. special interest group 1st expert meeting* (pp. 103-108). Fatima: ATLAS.

Aragó, N. (2007). Chartres. *El Punt*, 7 de maig.

Aramberri, J. (2001). La trampa del anfitrión. *Annals of Tourism Research En Español, 3*(2), 259-286.

Aramberri, J. (2010). "Naturaleza, historia, dios". *Revista de Occidente,* (345), 128-155.

Ardèvol Piera, E., Munilla Cabrillana, G., Cervelló Autuori, J., & Universitat Oberta de Catalunya. (2001). *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Argullol, R. (1985). *Tres miradas sobre el arte*. Barcelona: Icaria.

Argullol, R., & Nivas Mishra, V. (2004). *Del Ganges al Mediterráneo. Un diálogo entre las culturas de India y Europa*. Madrid: Ediciones Siruela.

Artís Mercadet, M., Carreras Monfort, C., Munilla Cabrillana, G., Ballart Hernández, J., Boada i Juncà, M., & Universitat Oberta de Catalunya. (2008). *Gestió del patrimoni*. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.

Associació Bíblica de Catalunya. (1994). *La Bíblia: Bíblia catalana, traducció interconfessional*. Barcelona: Editorial Claret.

Associació de professionals de la gestió cultural de Catalunya. (1996). *La gestió cultural: Una nova professió a debat*. Barcelona: Associació de professionals de la gestió cultural de Catalunya.

Ateliers & Presses de Taizé. (2005). *Communauté de taizé.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.taize.fr/es

ATLAS. (2012). *Association for travel and tourism research.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.atlas-euro.org/home/tabid/39/language/en-US/Default.aspx

Aucourt, R. (1990). Pélerins touristes ou touristes religieux. *Cahiers Espaces, 102*, 19-21.

Aucourt, R. (1993). L'église catholique et le tourisme. *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 12-18.

Aucourt, R. (1998). *Les étapes spirituelles de l'europe, des origines à nos jours* (Col. Guide européen des hauts-lieux spirituels ed.). Paris: Danne éditorial.

Augé, M. (1993). *Los no lugares: Espacios del anonimat: Una antropología de la sobremodernidad* (edició original en francés, 1992). Barcelona: Gedisa.

Aulet Serrallonga, S. (2002) Entre la gestió cultural i la gestió turística. *Revista de Girona: Els Horitzons del Turisme Cultural, 212*, 90-93.

Aulet Serrallonga, S. (2005). La venda de records en els santuaris. *Els Cingles Del Collsacabra, juliol, 53*, 22-24.

Aulet Serrallonga, S. (2009). El guaitge com a eina de comunicació turística. En J. San Eugenio Vela (Ed.), *Manual de comunicació turística* (pp. 261-270). Girona: Universitat de Girona.

Aulet Serrallonga, S. (2009). Sanctuaries as sacred spaces, an oportunity for religious and cultural tourism. En A. Trono (Ed.), *Tourism, religion and culture. Regional development trough meaningful tourism experiences* (pp. 623-632). Lecce: Universita del Salento.

Aulet Serrallonga, S., & Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo, 1*(1), 63-82.

Authentic Adventures Limited. (2012). *Atuthentic adventures holidays.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.authenticadventures.co.uk/

Baburés Noguer, J. (2002). Què cantar al santuari? En S. Batalla Gardella (Ed.), *Textos, conferéncies i taula rodona de la XXII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 17 i 18 de juny al santuari del Miracle, Solsona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Badone, E. (2007). Echoes enllaç kerizinen: Pilgrimage, narrative, and the construction of sacred history at a marian shrine in northwestern France. *Journal of the Royal Anthropological Institute, 13*(2), 453-470.

Badone, E. (2011). Moved by mary. The power of pilgrimage in the modern world. *Anthropos, 106*(1), 251-253.

Bady, J. (1998). *Les monuments historiques en France* (2a ed.). Paris: Presses Universitaires de France.

Ballart Hernández, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: Valor y uso*. Barcelona: Ariel Patrimonio Histórico.

Ballart Hernández, J. (2001). Módul 1. El patrimoni històric: Bases teòriques. En J. Ballart Hernández (Ed.), *Gestió del patrimoni històric*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Ballart Hernández, J., & Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.

Barbeillon, J. (1993). Proposer une pédagogie du voyage religieux. *Cahier Espaces, 30*(Tourisme religieux), 168-172.

Baretje, R. (1993; 1995). *Tourisme, religion, pastorale: Essai bibliographique*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Etudes Touristiques.

Barniol, R. (2002). Com intentar acollir les parelles? En S. Batalla Gardella (Ed.), *Textos, conferències i taula rodona de la XXII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 17 i 18 de juny al santuari del miracle, Solsona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Barron, E. (2000). Les pèlerins de l'an 2000. L'envolée du tourisme religieux. *Le Particulier Pratique, 253*(décembre 2000), 22-29.

Batalla Gardella, S. (1994). *Treball intern del secretariat interdiocesà de santuaris de Catalunya i Balears.* Manuscrit no publicat.

Batalla Gardella, S. (2002). El patrimonio cultural y artístico de la iglesia: Gestión y mantenimiento. *Actas del I Congreso de Turismo Cultural. Salamanca, 5-6 de Noviembre de 2002.*

Batalla Gardella, S. (2002). *Santuarios, guía de turismo y peregrinaciones*. Madrid: Edicel, Centro Bíblico Católico.

Batalla Gardella, S. (2002). El turisme religiós a Catalunya. *Estudis de Turisme de Catalunya, 11*, 34-36.

Bauer, M. (1993). Tourisme religieux ou touristes en milieu religieux. *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 24-37.

Bauer, M. (2007). Représentations touristiques du patrimoine religieux. Les exemples du Finistère et de la Savoie. *Cahier Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 71-82.

Baxter, I., & Chippindale, C. (2005). Managing Stonehenge: The tourism impact and the impact on tourism. En D. Leslie, & M. Sigala (Eds.), *International cultural tourism: Management, implications and cases* (pp. 137-150). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Bayle, D., & Humeau, M. (1992). *Valoriser le patrimoine de sa commune par le tourisme culturel*. Paris: Editions du Moniteur.

Beattie, J. (1978). *Otras culturas: Objetivos, métodos y realizaciones de la antropología social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Beaupere, R. (1993). Voyages ecuméniques. Les voyages Cléo. *Cahiers Espaces, 30* (Tourisme religieux), 173-176.

Belhassen, Y. (2009). Fundamentalist christian pilgrimages as a political and cultural force. *Journal of Heritage Tourism, 4*(2), 131-144.

Belhassen, Y., Caton, K., & Stewart, W. P. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research, 35*(3), 668-689.

Belhassen, Y., & Santos, C. A. (2006). An american evangelical pilgrimage to Israel: A case study on politics and triangulation. *Journal of Travel Research, 44*(4), 431-441.

Benassar, B. (1983). El desafiament ecológic: Una qüestió teològica i una possibilitat pastoral. *Revista del Centre d'Estudis Teològics de Mallorca, 27-28* (octubre), 105-132.

Benassar, B. (1996). Pelegrinatge i santuari. *Textos, conferències i taula rodona de la XVII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 4, 5 i 6 de març ak santauri de la Mare de Déu del toro, Menorca* () Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Catalunya i Balears.

Benesch, K. (1980). *Tras las huellas de nuestro pasado*. Barcelona: Círculo de Lectores.

Berger, P. L. (1971). *El dosel sagrado. Para una teoría sociológica de la religión* (edició original de 1967). Barcelona: Kairós.

Berger, P. L. (1975). *Rumor de ángeles: La sociedad moderna y el descubrimiento de lo sobrenatural*. Barcelona: Herder.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *La construcció social de la realitat: Un tractat de sociologia del coneixement* (2a ed.; edició original de 1966). Barcelona: Herder.

Bergson, H., de Salas, J., & Atencia, J. (1996). *Las dos fuentes de la moral y de la religión*. Madrid: Tecnos.

Bernard, N. (2009). Saint-Jacques de Compostelle, les chemins de la spiritualité. *Espaces, 271*, 26-28.

Bestrad Comas, J. (1996). Com arriba l'home i la dona d'avui al santuari. La seva situació i el seu context socio-cultural. *Textos, conferències i taula rodona del la XVII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 27, 28 i 29 de març al santuari de la Mare de Déu del Toro, Menorca*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de santuaris de Catalunya i Balears.

Bigné Alcañiz, J. E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Esic.

Blackwell, R. (2007). Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events. En R. Raj, & N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (pp. 35-47). Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub.

Bleeker, C. J., & Widengren, G. (1973). *Historia religionorum: Manual de historia de las religiones* (edició original de 1971). Madrid: Cristiandad.

Bondu, L. (1993). La gestion de l'accueil à Lourdes. *Cahier Espaces, 30*(Tourisme religieux), 96-100.

Bourrelier, B. (2009). Quatre itinéraires de grande randonnée pour rejoindre. *Espaces, 271*, 29.

Bousquel, J. P. (1996). *Guide des pèlegrinages et des lieux d'accueil spirituels*. Paris: Fayard.

Brace, C., Bailey, A., & Harvey, D. (2006). Religion, place and space: A framework for investigating historical geographies of religious identities and communities. *Progress in Human Geography, 30*(1), 28-43.

Bremer, T. S. (2006). Sacred spaces and tourist places. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 25-35). London; New York: Routledge.

Brosse, J. (1992). *Les hauts-lieux de la spiritualité en Europe* (Col. Le voyage culturel ed.). Paris: Bordas éditorial.

Burbridge, H. A., & Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo. (1992). *Turismo religioso y santuarios: Una propuesta para la Argentina*. Buenos Aires: Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo. Secretariado Nacional para la Pastoral del Turismo.

Burckhardt, T. (2000). *Principios y métodos del arte sagrado*. Palma de Mallorca: José J. de Olañeta.

Burns, P., & Holden, A. (1995). *Tourism: A new perspective*. London etc.: Prentice Hall.

Buultjens, J., Ratnayake, I., Gnanapala, A., & Aslam, M. (2005). Tourism and its implications for management in Ruhuna national park (Yala), Sri Lanka. *Tourism Management, 26*(5), 733-742.

Bywater, A. (1993). The market for cultural tourism in europe. *EUI Travel and Tourism Analyst, 6*, 30-46.

Cadonna, A. (1997). Espai i símbol en l'art de la Xina. Aspectes del simbolisme de la unitat i de la dualitat en la iconografia taoista. En K. Vatsyayan, R. N. Prats, A. Cadonna & F. García Gutiérrez (Eds.), *Espai i símbol en l'art oriental: Índia, Tibet, Xina, Japó* (pp. 93). Barcelona: Cruïlla.

Caillois, R. (1996). *El hombre y lo sagrado: [II manuales introductorios]* (edició original en francés, 1939). Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Cala, B. (2003). Una mirada antropológica a la institución social del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1*(2), 173-180.

Calabuig i Tomas, J., & Ministral i Masgrau, M. (1994). *Manual de geografía turística de españa*. Madrid: Síntesis.

Calo Lorido, F. (2005). Los caminos de Santiago en la península de los siglos XI al XXI. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacions da Universidade de Vigo.

Camarero Izquierdo, C., & Garrido Samaniego, M. J. (2004). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Pirámide.

Camós, N. (2008). *Jardin de Maria plantado en el principado de Cataluña: Enriquecido con muchas imagenes de esta celestial señora , que como plantas divinas descubrió en él milagrosamente el cielo y adornado con tanta muchedumbre de templos y capillas dedicadas à su santissimo nombre ...: Añadese un tratado en que se da noticia de algunas iglesias ...* (reedició del llibre de 1772). Girona: Diputació de Girona.

Campanile, E. (1995). Aspectes del sagrat en la vida de l'home i de la societat celta. En J. Ries (Ed.), *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 2* (pp. 195-228). Madrid: Trotta.

Camprodon, J. (1995). Paraules de benvinguda. *Textos, conferències i taula rodona de la XVI trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 6 i 7 de març al santuari de la Mare de Déu de la Font de la Salut, Sant Feliu de Pallerols*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Camprubí Subirana, R. La formació de la imatge turística induïda: El paper de les xarxes relacionals. Universitat de Girona. Departament d'Organització, Gestió empresarial i Disseny de producte). Darrera consulta enllaç TDX/TDR database.

Canalis, X. (2010). El turismo religioso sigue moviendo montañas. *Revista Hosteltur, novembre*, 46-47.

Candace, S. A., & Richard, S. (2005). Ritual, emotion, and sacred symbols. *Ritual, Emotion, and Sacred Symbols, 16*(4)

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, 27*, 115-131.

Cantón Delgado, M. (2001). *La razón hechizada: Teorías antropológicas de la religión*. Barcelona: Ariel.

Cantón Delgado, M., Prat i Carós, J., & Vallverdú Vallverdú, J. (1999). *Nuevos movimientos religiosos, iglesias y "sectas"*. Santiago de Compostela: Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español.

Carmichael, D. L. (1994). *Sacred sites, sacred places*. London etc.: Routledge.

Carnegie, E. (2003). "To be a pilgrim?" pilgrimage as a model for interpreting the role and function of charity treks. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 109-120). Fatima: ATLAS.

Carrera, Gema. (2005). *El patrimonio inmaterial o intangible*. Andalucía: Junta de Andalucía, Centro de Documentación.

Carreras Pera, J. (1999). *Arrels de Catalunya* (3a ed.). Girona: Publicacions de la Delegació de la Pastoral del Turisme del Bisbat de Girona.

Carreres i Pera, J. (1991). *Girona: Les rutes de la fe*. Girona: Delegació Pastoral del Turisme del Bisbat de Girona.

Carreras Pera, J. (1995). La increença, els allunyats i el canvi social. *Textos, conferències i taula rodona de la XVI trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 6 i 7 de març al Santauri de la Mare de Déu de la Font de la Salut, Sant Feliu de Pallerols*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Carroll, N. (2002). *Una filosofía del arte de masas*. Madrid: A. Machado Libros.

Carvajal C., L. B. (1995). *Teoría y práctica de la gestión cultural*. Bogotá: Instituto San Pablo Apostol.

Castells Valdivielso, M. (2001). Reencontrar el patrimonio. Estrategias de desarrollo territorial a partir de la interpretación. *1r Congreso Virtual Internacional de Turismo Cultural,* On-line.

Catalunya, Espanya, & Comunitat Econòmica Europea. (1995). *Legislació sobre patrimoni cultural*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura.

Caucci von Saucken, P. (1999). *Santiago, Roma, Jerusalén: Actas del III congreso internacional de estudios jacobeos*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.

Centre del Romànic de la Vall de Boí. (2012). *Romànic de la Vall de Boí.* Darrera consulta maig, 2012, enllaç http://www.centreRomanic.com/

Centro Internacional de Estudios Místicos. (2012). *Ávila mística.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.avilamistica.com/index.php

Cervelló Autori, J. (2001). Mòdul 2: Aire. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Chantepie de la Saussaye, P. D. (1904). *Manuel d'histoire des religions*. Paris: Libr. Armand Colin.

Cheli, G. (1991). Visites ou visitations? L'eglise catholique et le tourisme. *Université Catholique de Louvain, 91-20*(juillet-août), 26-28.

Cheli, G. (1995). Repercussions pastorals de la mobilitat social amb especial relació als pelegrins, turistes. *Textos, conferències i taula rodona de la XVI trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 6 i 7 de març al santuari de la Mare de Déu de la Font de la Salut, Sant Feliu de Pallerols.* Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Chelini, J., & Branthomme, H. (1982). *Les chemins de dieu. historie des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours*. Paris: Hachette éditorial.

Chélini, J. (1991). *Histoire religieuse de l'occident médieval: Nouvelle bibliographie*. Paris: Hachette.

Chias, J. (2003). Del recurso a la oferta turística cultural: Catalogo de problemas. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*.

Chias, J. (2005). *El negocio de la felicidad: Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid: Prentice Hall.

Christian, W. A. (1978). *Religiosidad popular: Estudio antropológico en un valle español*. Madrid: Tecnos.

Clarizio, E. (1971). *La iglesia y el turismo* (Documentación Turística, 20 ed.). Madrid: Instituto de Estudios Turísticos.

Coelho, T. (2009). *Diccionario crítico de política cultural: Cultura e imaginario*. Barcelona: Gedisa.

Cohen , E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology, 13*(2), 179-201.

Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research, 6*(1), 18-35.

Cohen, E. (1974). Who is a tourist – Conceptual Clarification. *The Sociological Review, 22*(4), 527-555.

Cohen, E. (1992). Pilgrimage centers: Concentric and Excentric. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 33-50.

Cohen , E. (2006). Religious tourism as and educational experience. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 78-93). London; New York: Routledge.

Cohen, E. (2003). Tourism and religion: A case study - visiting students in israeli universities. *Journal of Travel Research, 42*(1), 36-47.

Cohen Hattab, K., & Kerber, J. (2004). Literature, cultural identity and the limits of authenticity: A composite approach. *The International Journal of Tourism Research, 6*(2), 57-73.

Colardelle, M. M., & Monferrand, M. M. (1994). *Économie touristique et patrimoine culturel*. Paris: Conseil National du Tourisme.

Colardelle, M. (1994). Le tourisme culturel. Une chance pour la culture, le tourisme e l'économie. *Cahiers Espaces, 37*(Tourisme et culture), 34-38.

Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harward University Press.

Collins Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography, 30*(1), 153-164.

Collins Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research, 37*(2), 440-456.

Collins Kreiner, N., Mansfeld, Y., & Trono, A. (2010). Religious and cultural tourism development. papers enllaç an international conference on 'tourism, religion and culture', Lecce, Italy, october 2009. *Tourism (Zagreb), 58*(3), 205-331.

Collins, C., & Lineham, P. (1993). Religion and leisure. En H. C. Perkins, & G. Insham (Eds.), *Leisure, recent and tourism* (pp. 30-43). Aucklan: Longman Paul Ltd. editorial.

Comissió Europea. (2001). Defining, measuring and evaluating carrying capacity in european tourism destinations. Atenes.

Comissió Europea. (2006). *Orientacions bàsiques per a la sostenibilitat del turisme europeu: Comunicació de la comissió al consell, al parlament europeu, al comitè econòmic i social i al comitè de les regions*. Barcelona: Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible.

Comité Internacional de Itinerarios Culturales. (2001). El patrimonio intangible y los itinearios culturales en un contexto universal. *Congreso Internacional del CIIC de ICOMOS.* Pamplona.

Companyia de Jesús. *Camí ignasià.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://caminoignaciano.org/?lang=ca

Conferència Episcopal Tarraconense. (2010). *Mapa de les diòcesis catalanes.* Consulta abril, 2012, de http://www.tarraconense.cat/index.php?inc=mapa_diocesis

Cooper, C., & Wanhill, S. (1998). *Tourism development. Environmental and community issues* (2a ed.). Chichester: John Wiley & Sons.

Corral, J. L. (2007, El lenguaje de las catedrales. *Historia - National Geographic, 40*, 78-90.

Corredor-Matheos, J. (1994). *El sagrat en l'art*. Barcelona: Cruïlla.

Costa, N. (1992). Il pelegrino e il turista: Dalla contrapposizione del ruolo. En C. Mazza (Ed.), *Turismo religioso: Fide, cultura, istituzione e vita quotidiana* (pp. 69-82). Ravenna: Longo editorial.

Coster, W., & Spicer, A. (2005). *Sacred space in early modern europe*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.

Cotrina, R., & Cervera, J. (1984). *Estudi sociològic sobre santuaris i ermites de Catalunya.* Manuscrit no publicat.

Cresswell, T. (2005). *Place: A short introduction*. Oxford etc.: Blackwell.

Creus Román, J., Munilla Cabrillana, G., Ros, A., Creus Román, J., Costa Guix, X. (2000). *Introducció a la gestió d'organitzacions culturals*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Curros, M. Á., & Zodiaque. (1991). *El lenguaje de las imágenes románicas: Una catequesis cristiana* Encuentro.

Dainville, F. d. (1965). *Tourisme et pastorale*. Paris: Editions Desclée.

Dalrymple, W., Portillo, M. J., & Martínez Piles, J. (2010). *Nueve vidas: En busca de lo sagrado en la India de hoy*. Barcelona: Kairós.

Daumas, F. (1997). La expresión de lo sagrado en la religión egípcia. En J. Ries (Ed.), *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 3* (pp. 89-106). Madrid: Trotta.

Davie, G. (2011). *Sociología de la religión*. Tres Cantos: Akal.

Davies, J. G. (1988). *Pilgrimage: Yesterday and today: Why? where? how?*. London: SCM Press Ltd.

De Béthune, P., Panikkar, R., & Parra, R. M. d. l. (2009). *La hospitalidad sagrada entre las religiones*. Barcelona: Herder.

De Sousa, D. (1993). Tourism as pilgrimage: Tourists as pilgrims? *Contours, 6*(2), 4-8.

Delegación Diocesana de Peregrinaciones. *La peregrinación a Santiago.* Darrera consulta desembre, 2011, enllaç http://www.archicompostela.org/peregrinos/Espanol/PeregrinSantiago.htm

Desalan, M. (1979). *La religión en Occident. Évolution des idées et du vécu*. París - Montreal: Cerf - Fidès.

Desroche, H. (1972). *Sociología y religión* (1ª ed.). Barcelona: Península.

Devereux, C. (2003). Spirituality, pilgrimage and the road to Santiago. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 131-140). Fatima: ATLAS.

Devereux, P. (1992). *Secrets of ancient and sacred places: The world's mysterious heritage*. London, New York: Blandford.

Díaz Tabeda, J. M. (1989). La significación de los santuarios. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol III ed., pp. 268-281). Barcelona: Anthropos.

Dietrich, B. C. (1997). Religión, culto y sacralidad en la civilización creto-micénica. En J. Ries (Ed.), *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 3* (pp. 63-87). Madrid: Trotta.

Díez de Velasco Abellán, Francisco P. (1998). *Introducción a la historia de las religiones: Hombres, ritos, dioses* (2a actualizada ed.). Madrid: Trotta.

Digance, J. (2003). Pilgrimage at contested sites. *Annals of Tourism Research, 30*(1), 143-159.

Digance, J. (2006). Religious and secular pilgrimage: Journeys redolent with meaning. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 36-48). London; New York: Routledge.

Direction Générale XXIII Unité Tourisme (Ed.). (1993). *Le tourisme culturel en europe*. Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européemmes.

Dodds, m., & Fresson, G. (2007). L'enjeu de la gestion touristique des cathédrales. L'exemple de chartres. *Cahier Espaces, 96*(Sites religieux et tourisme), 36-48.

Donaire, J. A. (2008). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire: Vitel·la.

Duby, G. (1994). El sagrat en l'art medieval. En J. Corredor-Matheos (Ed.), *El sagrat en l'art*. Barcelona: editorial Cruïlla.

Duch i Álvarez, L. (1978). *Historia y estructuras religiosas. aportación al estudio de la fenomenología de la religión*. Barcelona - Madrid: Edebé - Bruño.

Duch i Álvarez, L. (1980). De *la religió a la religió popular. Religió entre Il·lustració i Romanticisme*. Montserrat: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Duch i Álvarez, L. (1983). *Mircea Eliade; el retorn d'ulisses a Itaca*. Montserrat: Publicacions de l'Abadia.

Duch i Álvarez, L. (1995). *Mite i cultura: Aproximació a la logomítica*. Barcelona: Abadia de Montserrat.

Duch i Álvarez, L. (1995). *Religión y mundo moderno. Introducción al estudio de los fenómenos religiosos*. Madrid: PPC.

Duch i Álvarez, L. (1997). *Antropologia de la religió*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Dumézil, G. (1985). *Els déus sobirans dels indoeuropeus* (edició original en francés, 1977). Barcelona: Edicions 62.

Dupont, D., & Puydebat, J. (1997). L'interprétation pour vivre et comprendre le patrimoine! *Cahiers Espaces, hors série*(Interprétation du Patrimoine), 6-10.

Dupré, L. (1999). *Simbolismo religioso*. Barcelona: Herder.

Durkheim, É. (1978). *Las reglas del método sociológico* (edició original en francés, 1985). Madrid: Akal.

Durkheim, É. (1993). *Las formas elementales de la vida religiosa* (edició original en francés, 1912). Madrid: Alianza.

Eade, J. (1992). Pilgrimage and tourism at Lourdes, France. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 18-32.

Eco, U. (1994). *Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.

École National du Patrimoine (Ed.). (1995). *Patrimoine culturel, patrimoine naturel. colloque 12 - 13décembre, 1994*. Paris: La Documentation Française.

Eliade, M. (1972). *El mito del eterno retorno: Arquetipos y repetición* (edició original 1949). Madrid: Alianza.

Eliade, M. (1978). *Historia de las creencias y de las ideas religiosas* (edició original 1976-1983). Madrid: Cristiandad.

Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano* (edició original 1959). Madrid: Guadarrama.

Eliade, M. (1983). *Mito y realidad* (edició original 1957). Madrid: Labor.

Eliade, M. (1999). *La búsqueda: Historia y sentido de las religiones* (edició original 1949). Barcelona: Kairós.

Eliade, M. (1999). *Imágenes y símbolos* (edició original 1952). Madrid etc.: Taurus.

Església Catòlica, Bajet, E., Dalmau, B., & Oleart, O. (1983). *Codi de dret canònic* [Codex iuris canonici (1983).Català]. Barcelona: Abadia de Montserrat.

Esin, E. (1964). *La Meca la bendita y Medina la radiante*. Barcelona: Argos.

Esteve Secall, R., González Ruiz, J. M. (2002). *Turismo y religión: Aproximación a la historia del turismo religioso*. Málaga: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga.

Estrada González, A. (2005). Templo mayor: Evolution and rediscobvery. Sustaining Mexico's ancient cultural heriatge. En D. Leslie, & M. Sigala (Eds.), *International cultural tourism: Management, implications and cases* (pp. 151-163). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Estradé, M. (1996). L'espiritualitat del santuari i del capellà custodi. *Textos, conferències i taula rodona de la XVII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 4, 5 i 6 de març al santuari de la Mare de Déu del Cura, Menorca*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Faucheur, P. (1994). Mise en valeur du patrimoine et aménagement du territoire. *Cahiers Espaces, 37*(Tourisme et culture), 174-177.

Febrer Rotger, J. (2002). Fonaments bíblics del santuari. *Textos, conferències i taula rodona de la XXII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 17 i 18 de juny al santuari del Miracle, Solsona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Feliu Franch, J. (1998). *Patrimonio cultural: Gestión y recursos turísticos*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Fernandes, C., McGettigan, F., & Edwards, J. (2003). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal, 23-27 april 2003*. Fátima: Tourism board of Leiria/Fátima.

Feuerbach, L. (1995). *La esencia del cristianismo* (edició original 1841). Madrid: Editorial Trotta.

Folliet, J. (1936). *La spiritualité de la route*. Paris: Bloud et Gay édit.

Font Sentias, J., & André, M. (2004). *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel.

Foucault, M. (1986). Other Spaces, the principles of heterotopias (edició original 1967). *Lotus International, 48-9*, 9-17.

Fournier, J. (1993). Notre Dame de Paris: Pour quel tourisme? *Cahiers Espaces, 30* (Tourisme religieux), 136-139.

Freud, S. (1982). *Tótem y tabú* (edició original 1913). Madrid: Alianza.

Freud, S. (1997). *El porvenir de una ilusión* (edició original 1927). Obras Compeltas, Tomo III. Madrid: Biblioteca Nueva.

Frigolé i Reixach, J. (1995). *Antropologia social*. Barcelona: Proa.

Fundació Pere Tarrés. (2003). *Cases de trobada de Catalunya i Andorra. Cases de colònies, cases d'espiritualitat i santuaris*. Barcelona: Pòrtic Guies.

Fundación Pluralismo y Convivencia. (2011). *Observatorio del pluralismo religioso en españa.* Darrera consulta maig, 2012, enllaç http://www.observatorioreligion.es

Furió Blasco, E. (1996). *Economía, turismo y medio ambiente*. València: Tirant Lo Blanch.

Fuster, J. (2004). Fe en el turismo religioso. *Hosteltur,* 5-32.

Gaarder, J., Hellern, V., Notaker, H., Baggethun, K., & Lorenzo Torres, M. A. (2009). *El libro de las religiones*. Madrid: Siruela.

Gadamer, H. G., Agud Aparicio, A., & de Agapito Serrano, R. (2002). *Acotaciones hermenéuticas* (edició original en alemany, 2000). Madrid: Trotta.

Galí Espelt, N. (2005). *La imatge turística del patrimoni monumental de Girona*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona.

Galí Espelt, N. (2012). Identifying cultural tourism: A theoretical methodological proposal. *Journal of Heritage Tourism, 7*(1), 45-58.

Garaudy, R. (1994). Transcendència i intranscendència en l'art actual. En J. Corredor-Matheos (Ed.), *El sagrat en l'art*. Barcelona: editorial Cruïlla.

Garcia Alonso, F. (2001). Mòdul 3. foc. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Garcia Barillo, J. (s.d.). *Orientaciones para la pastoral del turismo* Departamento de la pastoral de turismo, santuarios y peregrinaciones de la Comisión Episcopal de la Pastoral de la CEE.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Garcia Gutiérrez, F. (1997). Espai i símbol en l'art japonès. En R. N. Prats (Ed.), *Espai i símbol en l'art oriental (Índia, Tíbet, Xina, Japó)*. Barcelona: editorial Cruïlla.

Garcia Roman, C., & Martín Soria, M. T. (1989). Religiosidad popular: Exvotos, donaciones y subhastas. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol III ed., pp. 353-368). Barcelona: Anthropos.

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas* (edició original en anglès, 1983). Barcelona: Gedisa.

Generalitat de Catalunya. *Departament de cultura.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.a698c

be5a26e56a65a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnextchannel=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD

Germain, A. (2007). El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión. *Editur,* 26 d'octubre, *2.480*, 21-25.

Germain, A. (2007). Tourisme religieux en Espagne. Un secteur prometteur. *Cahier Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 54-64.

Gheysen, P. (2009). Le portail tourisme-autrement.com. *Espaces, 271*, 21.

Gil, A. (2004). Los acontecimientos religiosos movieron el año pasado 175.104 viajes turísticos en la comunidad de madrid. *Hosteltur, diciembre*, 14-16.

Gimbutas, M. (1997). La religión de la diosa en la europa mediterránea. En J. Ries (Ed.), *Tratado de antropología de lo sagrado* (pp. 41-62). Madrid: Trotta.

Giner, S. (1996). *La cultura catalana: El sagrat i el profà*. Barcelona: Edicions 62.

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2011). *Patrimonio e instituto histórico.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/patrimonio_instituto_historico/

Goldman, J. (2010). *Sacred sounds - healing sounds.* Darrera consulta novembre, 2011, enllaç http://healingsounds.com/articles/sacred-sounds.asp

Gómez Caffarena, J. (1993). *Religión*. Madrid: Trotta.

Gómez de Liaño, I. (1994). Imatges del renaixement. En J. Corredor-Matheos (Ed.), *El sagrat en l'art*. Barcelona: Editorial Cruïlla.

Gonzàlez Reverté, F., Fernández Tabales, A., & Anton Clavé, S. (2009). Els llocs turístics. En S. Anton Clavé, F. Gonzàlez Reverté, A. Fernández Tabales (Eds.), *Introducció a l'espai turístic*. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.

González, F. (2004). *Simbolismo y arte*. Zaragoza: Libros del Innombrable.

Gow, P. (1995). Land, people, and paper in western amazonia. En E. Hirsch, & M. O'Hanlon (Eds.), *The antrophology of landscape. perspectives on place and space*. Oxford: Clarendon Press.

Graburn, N. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research, 10*(1), 9-33.

Graburn, N. (1983). *To pray, pay and play: The cultural structure of japanese domestic tourism*. Aix-En-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.

Graburn, N. (1992). Turismo, el viaje sagrado. En V. L. Smith (Ed.), *Amfitriones e invitados. antropología del turismo*. Madrid: Endimyon.

Graburn, N. (2001). *Secular ritual: A general theory of tourism.* Cognizant Communication Corporation, Elmsford, USA.

Graell i Deniel, F. (2004). *L'originalitat del sagrat i la seva crítica: (1)*. Barcelona: L'autor.

Graham, W. (2006). The future of religion. *Journal of the American Academy of Religion, 74*(1), 179-186.

Gray, M., & Magic Planet Productions. (2010). *Sacred sites, places of peace and power.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.sacredsites.com/

Greffe, X. (1999). *La gestion du patrimoine culturel*. Paris: Anthropos.

Griffiths, M. (2003). The interaction of religion and tourism: Managing the visitor experience at St. Patrick's Cathedral Melbourne. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 57-60). Fatima: ATLAS.

Guénon, R.(1995). *Símbolos fundamentales de la ciencia sagrada* (edició original en francés, 1962). Barcelona: Paidós.

Guerra, M. (1999). *El enigma del hombre: de la antropología a la religión* (3ª cor y ampliada ed.). Pamplona: Eunsa.

Guia Julve, J. O. (2001). *Gestió d'itineraris culturals: Estructures de gestió i plans d'acció. Estudi presentat a la Generalitat de Catalunya el 15 de desembre de 2001 per un grup d'investigadors format per dr. Jaume Guia; Sílvia Aulet; Núria Galí; dr. Lluís Mundet; dr. Jordi Juan Tresserres; dra. Dolors Vidal.* Manuscrit no publicat.

Hani, J. (2005). *Mitos, ritos y símbolos. Los caminos hacia el invisible*. Barcelona: José J. de Olañeta.

Hani, J., & Quingles, J. (1996). *El simbolismo del templo cristiano* (2a ed.; edició original en francés, 1962). Palma de Mallorca: José J. de Olañeta.

Harloe, M., Urry, J., & Pickvance, C. G. (1990). *Place, policy and politics: Do localities matter?*. London: Unwin Hyman.

Harris, M. (1981). *El desarrollo de la teoría antropológica: Historia de las teorías de la cultura* (2ª ed.). Madrid: Siglo XXI.

Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge: Blackwell.

Herbert, D. T. (1995). *Heritage, tourism and society*. London: Pinter.

Hirsch, E. (1995). Introduction. Landscape: Between place and space. En M. O'Hanlon, & E. Hirsch (Eds.), *The anthropology of landscape: Perspectives on place and space*. New York: Oxford University Press.

Hough, M. (1990). *Out of place: Restoring identity tho the regional landscape*. New Haven etc.: Yale University Press.

HPS Peregrinaciones. (2012). *Catholic tours and pilgrimage in spain.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.holyplacesinspain.com

Huéscar Lerena, A., Goy García, L., Bote Gómez, V., Sánchez Sánchez, D. (2003). *Los viajes combinados de turismo cultural del mercado europeo e interior*. Málaga: Universidad de Málaga. Escuela Universitaria de Turismo.

Institut Germans Maristes. (2012). *Monestir de les avellanes.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.monestirdelesavellanes.com

Instituto de Estudios Turísticos. (2011). *Informe anual del movimiento turístico en fronteras (FRONTUR).* Madrid: M. de Economía y Hacienda, S.E. de Comercio, Turismo y P.M.E., Instituto de Estudios Turísticos. Darrera consulta enllaç http://www.iet.tourspain.es/

Instituto de Estudios Turísticos. (2011). *Movimientos turísticos de los españoles*. Madrid: M. de Economía y Hacienda, S.E. de Comercio, Turismo y P.M.E., Instituto de Estudios Turísticos.

Instituto Fe y Secularidad. (1976). *Sociología de la religión: Notas críticas*. Madrid: Cuadernos para el diálogo.

International Council on Monuments and Sites. (2011). *ICOMOS - international council on monuments and sites.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.icomos.org/en/

Jackowski, A. (1987). Tourisme et pèlerinage religieux. *Problems of Tourism, X*(1 (35)), 37-53.

Jackowski, A. (1990). Pilgrimages in Poland versus pilgrimages in the world. *Problemy Turystyki, 13*(2), 53-64.

Jackowski, A., & Smith, V. L. (1992). Polish pilgrim-tourists. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 92-106.

Jacquin, P. (2009). Les sanctuaries, des lieux de liberté. *Espaces, 271*, 18.

Jafari, J. (1988). Estructura y función del turismo. *Anthropológica Ser, 2*(4), 31.

James, W. (1985). *Les varietats de l'experiència religiosa: Estudi de la naturalesa humana* (1a ed.). Barcelona: Edicions 62.

Japan-guide (2012). *Japan-guide.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.japan-guide.com

Jaramillo Ribas, P. (2003). *Dimensión cristiana de la religiosidad popular (aproximación pastoral). Ciudad real.* Manuscrit no publicat.

Jaramillo Ribas, P. (s.d.). *La piedad popular. principios orientaciones, retos y tareas pendientes sobre la piedad popular en nuestra diócesis*. Jaca: Obispado de Jaca.

Javary, C., Senneville, C., & Tinard, Y. (1993). De la valorisation de notre patrimoine monumental religieux. L'exemple de notre Dame de Paris. *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 140-147.

Jerry, D. M. (1997). Profane and sacred. *Journal of the American Academy of Religion, LXV*

Jeudy, H. (1994). Métamorphose des patrimoines. *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 63-68.

John, M. D. (2006). Authenticity and imagination. *New Directions for Adult and Continuing Education, 2006*(111), 27-39.

Joseph, C. A., & Kavoori, A. P. (2001). Mediated resistance: Tourism and the host community. *Annals of Tourism Research, 28*(4), 998-1009.

Journault, L. (2009). Séjours zen & bien-être dans les VVF villages. *Espaces, 271*, 40-41.

Juillard, A. (1996). Cartes et paroles. ethnologie et géographie sur le terrain de la religion. *Annales de Géographie, 588*, 164-183.

Junta de Castilla y León. *Arte e historia. Gustav klimt.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç

Junyent, E. (1975; 1976). *Catalunya romànica*. Montserrat: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Junyent, E., & Laplana, J. d. C. (1983). *L'arquitectura religiosa a Catalunya abans del romànic*. Barcelona: Curial.

Kadir, H. D. (1989). Islam and tourism: Patterns, issues, and options. *Annals of Tourism Research, 16*(4), 542-563.

Kelly, S. (2009). Open churches network. les églises ouvertes du Pays de Galles. *Cahier Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 49-53.

Knerr, G. (2000). Technology museums: New publics, new partners. *Museum International, 52*(4), 8-13.

Kolås, Å. (2004). Tourism and the making of place in shangri-la. *Tourism Geographies, 6*(3), 262-278.

Lacan, M. (1993). Accueil monastique et tourisme. *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 148-151.

Laloue, P. (2009). Voyages spirituels, une offre qui doit se professionaliser. *Espaces, 271*, 32-33.

Lanke, B. (2007). Le pèlegrinage. Temps de rencontre entre l'état, l'église et l'industrie du voyage. *Cahiers Espaces, 96*(Sites religieux et tourisme), 108-113.

Lanquar, R. (1994). Articuler le couple tourisme - culture. *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 46-54.

Lanquar, R. (2007). *La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual* (Resumen del Informe General de la OMT). Madrid: OMT.

Lanquar, R. (2007). Le tourisme religieux, acteur d'un dialogue pour la paix. *Cahiers Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 16-96.

Larsa Montserrat. (2012). *Montserrat.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.montserratvisita.com/

Leenhardt-Salvan, M. (2007). Le Chemin d'Abraham. Un project international pour la paix. *Cahiers Espaces, 27* (Sites religieux et tourisme), 27-29.

Leppakari, M. (2008). Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective. *Annals of Tourism Research, 35*(2), 611-612.

Leslie, D., & Sigala, M. (2005). *International cultural tourism: Management, implications and cases*. Oxford; Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Lévy-Bruhl, L. (1972). *La mentalidad primitive* (edició original en francès, 1922). Buenos Aires: La Pléyade.

Lévy-Bruhl, L. (1985). *L'ànima primitiva* (edició original en francès, 1927). Barcelona: Edicions 62.

Lévy-Bruhl, L. (1978). *La mitología primitiva: El mundo mítico de los australianos y de los papúes* (edició original en francès, 1935). Barcelona: Península.

Liogier, R. (2009). Le développement personnel spirituel. *Espaces, Juin*(271), 14-17.

Lladó Calafat, L. (2002). Incorporació dels laics al santuari. *Textos, conferències i taula rodona de la XXII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 17 i 18 de juny al santuari del Miracle, Solsona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Lodge, D. (1995). *Notícies del paradís* (edició original en anglès, 1991). Barcelona: Proa.

López i Palomeque, F., Anton Clavé, S. (2009). *Atles del turisme a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i

Empresa. Darrera consulta enllaç http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/000.html

López, J. M. (2004). Fe en el turismo. Reportaje. *Hosteltur, diciembre* , 5-32.

López, J. M. (2004). El fervor y la pasión andaluza lidera a los destinos nacionales. *Hosteltur, diciembre*, 10-11.

López, M. P. (2011). El despertar de la neuroreligió. *La Vanguardia,* , 30/01/2012, pp. 20.

Low, S. M., & Lawrence-Zúñiga, D. (2003). *The anthropology of space and place: Locating culture*. Malden, MA: Blackwell Pub.

MacCannell, D. (2003). *El turista: Una nueva teoría de la clase ociosa* (edició original en anglès, 1976). Barcelona: Melusina.

MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentro vacíos* (edició original en anglès, 1992). Barcelona: Melusina.

Magalhâes Ribeiro da Cuhna, Arlindo. (2005). El camino portugués. Patrimonio y etnografia. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago.

Maldonado, L. (1975). *Religiosidad popular: Nostalgia de lo mágico*. Madrid: Cristiandad.

Maldonado, L. (1983). Teología pastoral de la misión de los santuarios en los movimientos turísticos. *Revista Informa, Suplemento Del Boletín Oficial Del Obispado de Ibiza, 16*

Maldonado, L. (1989). La religiosidad popular. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol. I ed., pp. 30-43). Barcelona: Anthropos.

Manuel, P. d. (2006). Los valores intangibles del patrimonio, el patrimonio intangible. *SILBOARTE 2006, Seminario Sobre Itinerarios Artísticos Del Patrimonio Cultural a La Macaronesia,* Vallehermoso (La Gomera).

Marcel, G. (1971). *El misterio del ser*. Barcelona: Edhasa.

Margaret, A. (2008). Defining the holy: Sacred. *English Historical Review, CXXIII*

Marí, A. (1994). de déu al nosaltres. En J. Corredor-Matheos (Ed.), *El sagrat en l'art*. Barcelona: Editorial Cruïlla.

Marquès, J. M. (2000). *Per les esglésies*. Girona: Diputació de Girona.

Martí Pérez, J. (2001). Mòdul 1. Els quatre elements. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Martí Pérez, J. (2001). Mòdul 4. terra. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Martín Velasco, J. (1982). *Introducción a la fenomenología de la religión* (3ª ed.). Madrid: Cristiandad.

Martinell, A., & López Cruz, T. (2008). *Políticas culturales y gestión cultural: Organum sobre los conceptos clave de la práctica profesional*. Girona: Documenta Universitaria.

Marx, K. (1962). *Crítica de la filosofía del derecho de Hegel* (edició original en alemany, 1843). México: Grijalbo.

Marx, K., & Engels, F. (1979). *Sobre la religión*. Salamanca: Sígueme.

Mauss, M. (1971). *Institución y culto: Representaciones colectivas y diversidad de civilizaciones: Obras II* (edició original en francés, 1903). Barcelona: Barral.

Mauss, M., & Lévi-Strauss, C. (1971). *Sociología y antropología* (edició original en francés, 1950). Madrid: Tecnos.

MavRomataki, M. (1997). *Mitología griega*. Atenas: Ediciones Xaitali.

MavRomataki, M. (2002). *Grecia, entre el mito y la historia*. Atenas: Ediciones Xaitali.

Mazza, C. (1992). *Turismo religioso: Fede, cultura, istituzioni e vita quotidiana*. Ravenna: Longo.

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. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious*

tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting (pp. 13-26). Fatima: ATLAS.

McIntyre, G., & Organización Mundial del Turismo. (1993). *Sustainable tourism development: Guide for local planners*. Madrid: Omt.

Medrano, P. (2004). Castilla y león ocupa el segundo lugar como receptiva. *Hosteltur, diciembre*, 12.

Miró Vinassa, M. (2001). Mòdul 5. Aigua. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Monasterio de Oseira. *Monasterio de oseira.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.mosteirodeoseira.org

Moncayo, J. (2009, Febrero). Ciudades sagradas: Roma, Jerusalén, la Meca, Lhasa, Benarés. *Historia y Vida, 491*, 32-51.

Monferrand, A. (1994). Le patrimoine culturel. Un ressort méconnu du développement touristique. *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 39-45.

Morell, A. (Ed.). (1997). *Santuaris, avui?* Textos, conferències i taula rodona de la XVIII Trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 3 i 4 de març al Santuari de Nostra Senyora de Meritxell, Andorra. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Morris, B. (1995). *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Barcelona: Paidós.

Mosser, F. (1994). Monuments historiques et tourisme cultural. Quel project pour quels publics? *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 23-27.

Motte, A. (1997). El sagrat en la naturalesa i en l'home: En la percepció del diví entre els grecs. En J. Ries (Ed.), *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 3* (pp. 225-252). Madrid: Trotta.

Mottura, P. (1993). Au seuil du troisème millénarie, vers un tourisme spiritualiste? *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 154-160.

Müller, M. (18uu). *Historia de las religiones* (edició original en anglès, 1873). Madrid: La España Moderna.

Mundet, L. (1999). Espai i ecoturisme. *Estudis de Turisme de Catalunya, 5*, 11-18.

Munilla Cabrillana, G., Cervelló Autuori, J., & Ardèvol Piera, E. (2003). *Antropología de la religión: Una aproximación interdisciplinar a las religiones antiguas y contemporáneas*. Barcelona: Editorial UOC.

Naria, O., & Fontaine, G. (2007). Notre-dame-de-la-Salette à Saint-leu (la Réunion). Une destinations de "loisirs religieux". *Cahier Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 101-106.

Nessun futuro senza passato: VI assemblea generale, congresso internazionale di studi, Roma-bari-firenze- verona, 25-31 maggio 1981(1981). Roma: ICOMOS International Council on Monuments and Sites.

Newberg, A. (2010). *Andrew newberg.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.andrewnewberg.com/

Newgrange. *Newgrange.* Darrera consulta març, 2012, enllaç http://www.newgrange.com

Nietzsche, F. W. (1983). *Així parlà zaratustra* (edició original en alemany, 1883). Barcelona: Edicions 62.

Nieztsche, F. W. (1968). *La gaya ciencia*. Madrid: Alianza.

Nogué i Font, J. (1989). Paisage y turismo. *Estudios Turísticos, 103*, 35-45.

Nogué i Font, J. (2007). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1989). *Christian pilgrimage in modern western Europe*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in europe. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 68-78.

Norman, A. (2011). *Spiritual tourism: Travel and religious practice in western society*. London: Continuum.

Nottingham, E. K. (1964). *Sociología de la religión*. Buenos Aires: Paidós.

Noy, C. (2004). This trip really changed me - backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research, 31*(1), 78-102.

Oficina de acogida de peregrinos. (2012). *Estadísticas.*, 2012, enllaç http://peregrinosSantiago.es/esp/post-peregrinacion/estadisticas/

O'Hanlon, M., & Hirsch, E. (1995). *The anthropology of landscape: Perspectives on place and space*. New York: Oxford University Press.

Ohlig, K. (2004). *La evolución de la conciencia religiosa: La religión en la historia de la humanidad*. Barcelona: Herder.

Olsen, D. H. (2003). Heritage, tourism, and the commodification of religion. *Tourism Recreation Research, 28*(3), 99-104.

Olsen, D. H. (2010). Pilgrims, tourists and max weber's quot ideal types. *Annals of Tourism Research, 37*(3), 848-851.

Olsen, D. H. (2011). Towards a religious view of tourism: Negotiating faith perspectives on tourism. *Tourism Culture Amp Communication, 11*(1), 17-30.

Olsen, D. H. (2006). Management issues for religious heritage attractions. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 104-118). London; New York: Routledge.

Olsen, D. H. (2006). Tourism and religious journeys. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 1-26). London; New York: Routledge.

Organización Mundial del Turismo. (2007). *The catholic church and tourism*. Madrid: World Tourism Organization.

Organización Mundial del Turismo. (2008). *International conference on tourism, religions and dialogue of cultures:Córdoba, spain 29-31 october 2007= conferencia internacional sobre turismo, religiones y diálogo entre culturas*. Madrid: World Tourism Organisation.

Organización Mundial del Turismo. (2011). *Religious tourism in asia and the pacific*. Madrid: World Tourism Organization.

Organización Mundial del Turismo, & International Council on Monuments and Sites. (1994). *Tourism at world heritage sites: The site manager's handbook* (2nd ed.). Madrid: World Tourism Organization.

Ortiz-Osés, A., Lanceros, P., & Gadamer, H. G. (1997). *Diccionario interdisciplinar de hermenéutica*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Ostrowski, M. (2002). Peregrinación o turismo religioso. *Exposición En El III Congreso de Santuarios i Peregrinajes Celebrado Del 4 Al 7 de Marzo de 2002 En El Santuario de Montserrat,* Montserrat, Catalunya.

Otto, R. (1965). *Lo santo: Lo racional y lo irracional en la idea de dios* (2a ed.; edició original en alemany, 1917). Madrid: Revista de Occidente.

Pacaud, E. *Association villes sanctuaries de France.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.villes-sanctuaires.com

Palacios Sanz, J. I. (Mayo, 2004). El concepto de musicoterapia a través de la historia. *Revista Electrónica de LEEME (Lista Europea de Música En La Educación), 13*, 2012.

Palou i Rubio, S. Barcelona, destinació turística. promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010). Universitat de Barcelona. Departament d'Antropologia Cultural i Història d'Amèrica i d'Àfrica).

Palou Rubio, S. (2006). Reseñas de publicaciones. trofei di viaggio. per un'antropologia dei souvenir. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 4*(2), 279-285.

Panikkar, R., Carrara, M., & Agustí, J. (2009). *Pelegrinatge al Kailasa i al centre d'un mateix*. Barcelona: Pòrtic.

Panikkar, R., & Pigem, J. (2009). *Mite, símbol, culte*. Barcelona: Fragmenta.

Panikkar, R., Serra, X., Torras Rodergas, R., & Martí Roig, J. (2011). *Religió i religions*. Barcelona: Fragmenta.

Papa Pau VI. (1964, 12-XII-1964). El·locució a la I assamblea internacional de turisme social. *L'Osservatorio Romano,*

Pardellas, X. (2005). Perspectivas de desarrollo local: Los itinerarios culturales y el jacobeo 2004. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago.

Pardellas, X. (2005). *Turismo religioso: O camiño de Santiago*. Vigo: Servizo de Publicacions da Universidade de Vigo.

Pardo Salgado, C. (2008). El poder de la música. la música del poder. *La música més enllà del comerç.* (pp. 27-36). Barcelona: Indigestió Musical.

Parellada, J. (1998). La transmissió de la fe en els santuaris. *Textos, conferències i taula rodona de la XVIII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 2 i 3 de març al santuari de la Gleva, Osona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Parellada, J. (1997). Línies de fons en l'acollida de pelegrins i visitants. *Textos, conferències i taula rodona de la XVIII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 3 i 4 de març al santuari de Nostra Senyora de Meritxell, Andorra.* Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Parellada, J. (2009). El turismo religioso. Sus perfiles. *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo. Ávila, 11-13 de Noviembre de 2009. Conferencia Episcopal Española.* Ávila.

Parés Rigau, F. (1989). Los exvotos pintados en cataluña. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol. III ed., pp. 423-448). Barcelona: Anthropos.

Patin, V. (1994). Peut-on encore parler de tourisme culturel? *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 30-33.

Pavicic, J., Alfirevic, N., & Batarelo, V. J. (2007). The management amd Marketing of religious sites, pilgrimage and religious events: Challenges for Roman catholic pilgrimages in croatia. En R. Raj, & N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (pp. 48-64). Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub.

Perelló, J. (2008). Harmonies entre música i ciència. *La música més enllà del comerç* (pp. 56-65). Barcelona: Indigestió Musical.

Pérez Treviño, O. (2008). Música i religió. *La música més enllà del comerç* (pp. 9-16). Barcelona: Indigestió Musical.

Peter, W. E. (2002). The construction of sacred. *Journal of Environmental Law, 14*(2), 161-183.

Peters, F. E. (1994). *The Hajj: The muslim pilgrimage to Mecca and the holy places*. Princeton: Princeton University.

Petrillo, C. S. (2003). Management of churches and religious sites. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 71-86). Fatima: ATLAS.

Pfaffenberger, B. (1983). Serious pilgrimages and frivolous tourists. The chimera of tourism in the pilgrimages of sri lanka. *Annals of Tourism Research, 10*(1), 57-74.

Picazo, C. (1999). La metodología de planificar una visita guiada. En N. Galí Espelt, J. Majó Fernández, Universitat de Girona, Escola Oficial de Turisme de la Generalitat de Catalunya/ INSETUR & Institut Superior d'Estudis Turístics (Eds.), *El guiatge turístic* (pp. 25-43). Girona: Servei de Publicacions de la Universitat de Girona.

Pikaza, X. (1999). *El fenómeno religiosos. curso fundamental de religión*. Madrid: Trotta ed.

Pikaza, X., Aya, A., Durán Velasco, J. F., & Monturiol, Y. (2009). *Diccionario de las tres religiones: Judaísmo, Cristianismo, Islam*. Estella Navarra: Verbo Divino.

Pla Cargol, J. (1971). *Tradiciones, santuarios y tipismo de las comarcas gerundenses* (5ª ampl ed.). Gerona etc.: Dalmau Carles Pla.

Pladevall i Font, A. (1989). *Història de l'esglesia a Catalunya*. Barcelona: Claret.

Pladevall i Font, A., & Català-Roca, F. (1974). *Els monestirs catalans* (3a ed.). Barcelona: Destino.

Pladevall i Font, A., Pagès i Paretas, M., & Catalunya. (1988). *Això és Catalunya: Guía del patrimoni arquitectònic* (2a ed.). Barcelona: Plaza & Janés.

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). Tourism, religion and religiosity: A holy mess. *Current Issues in Tourism, 6*(4), 340-363.

Porter, Michael (1990). *The Competitive Advantage of nations*. London: MacMillan Press.

Prades, J. A. (1998). *Lo sagrado: Del mundo arcaico a la modernidad*. Barcelona: Península.

Prat Carós, J. (1989). Los santuarios marianos en cataluña: Una aproximación des de la etnografía. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol. III ed., pp. 211-254). Barcelona: Anthropos.

Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.

Prats, R. N. (1997). Espai i símbol en la gènesi de la imatge sagrada del Tíbet. En K. Vatsyayan, R. N. Prats, A. Cadonna & F. García Gutiérrez (Eds.), *Espai i símbol en l'art oriental: Índia, Tibet, Xina, Japó*. Barcelona: Cruilla.

Puig de la Bellacasa Alberola, Joaquín. (2002). El patrimonio histórico español. alternativa para su gestión y conservación. *Actas Del I Congreso de Turismo Cultural, Salamanca, 5-6 de Noviembre, 2002,* Salamanca.

Puig i Borràs, N., Echazarreta Soler, C., Guia Julve, J. O. (2010). *Emocions i publicitat*. Tesi doctoral defensada a la Universitat de Girona.

Puigvert i Solà, J. M. (2001). *Església, territori i sociabilitat als segles XVII-XIX*. Vic: Eumo.

Punset, E., & Ubach, M. (2006). *El viatge a la felicitat: Les noves claus científiques*. Barcelona: Columna.

Rabet, D. (2009). Bien accueillir les visiteurs dans les églises. *Espaces, 271*, 22-25.

Raj, R. (2003). The Haj: Pilgrimage to makka, journey of a lifetime or a tourist phenomenon. En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 141-150). Fatima: ATLAS.

Raj, R., & Morpeth, N. D. (2007). *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective*. Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub.

Ramos, S. R., & Mundet i Cerdan, L. (2010). *Turismo, políticas e desenvolvimento humano*. Porto Alegre: Asterisco.

Relph, E. (1987). *The modern urban landscape*. London etc.: Croom Helm.

Rial, J. (2009). Les experiénces de voyage intérieur de voyageurs du monde. *Espaces, 271*, 34-35.

Richards, G. (1996). *Cultural tourism in europe*. Oxon, UK: CAB International.

Richards, G. (2001). *Cultural attractions and european tourism*. Wallingford, Oxon etc: Cabi.

Richards, G. (2004). Nous camins per al turisme cultural. *Ponència Intearacció,* Barcelona.

Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. New York: The Haworth Hospitality Press.

Richards, G., & Munsters, W. (2010). *Cultural tourism research methods*. Wallingford, UK: CAB International.

Riegl, A. (1987). *El culto moderno a los monumentos: Caracteres y origen*. Madrid: Visor.

Ries, J. (1989). *Lo sagrado en la historia de la humanidad*. Madrid: Encuentro.

Ries, J. (2005). *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 5. el creyente en las religiones judía, musulmana y cristiana*. Madrid: Trotta.

Ries, J., & Bianchi, U. (1997). *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 3. las vicilizaciones del mediterráneo y lo sagrado*. Madrid: Trotta.

Ries, J., & Bianchi, U. (2001). *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 4. crisis, rupturas y cambios*. Madrid: Trotta.

Ries, J., & Boyer, R. (1995). *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 2. el hombre indoeuropeo y lo sagrado*. Madrid: Trotta.

Ries, J., Boyer, R., & Bianchi, U. (1995). *Tratado de antropología de lo sagrado. vol. 1. los orígenes del homo religiosus*. Madrid: Trotta.

Rinschede, G. (1988). The pilgrimage center of fatima, Portugal. *Geographica Religionum Band, 4* (Pilgrimage in World religions)

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 51-67.

Rizzardo, R. (1994). Tourisme culturel: Un élément d'aménagement du territorie. *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 178-185.

Robert, A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research, 23*(4), 948-950.

Robles Salgado, J. (2001). Turismo religioso. alterntiva de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, 316* (8 de octubre)

Rodríguez Becerra, S. (1989). Formas de religiosidad popular; el exvoto, su valor histórico y etnográfico. En C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó Rey & S. Rodríguez Becerra (Eds.), *La religiosidad popular* (Vol. I ed., pp. 123-134). Barcelona: Anthropos.

Rodríguez Vilagran, A. (1997). *Maria als santuaris del bisbat de Girona*. Girona: Bisbat de Girona.

Rojek, C. (2000). Mass tourism or the re-enchantment of the world? Issues and contradictions in the study of travel. En M. Gottdiener (Ed.), *New forms of consumption* (pp. 51-70). Oxford: Rowman & Littlefiedl Publishers, INC.

Rojek, C., & Urry, J. (1997). *Touring cultures: Transformations of travel and theory*. London etc.: Routledge.

Ron, A. (2007). Tourism, religion, and spiritual journeys. *Annals of Tourism Research, 34*(2), 547-548.

Ron, A. S. (2009). Towards a typological model of contemporary christian travel. *Journal of Heritage Tourism, 4*(4), 287-297.

Ropiteau, J. (1990). Nevers: Faire du pèlerin un touriste. *Cahiers Espaces, 102*, 31-33.

Rops, D. (1961). *Pasan los ángeles*. Barcelona: Destino.

Rose, B. (2005, Junio). Religión y arte. la comunión perfecta. *Descubrir El Arte, 76*, 22-30.

Rosell, R. (1995). Santuari i pelegrinatge. *Textos, conferències i taula rodona de la XVI trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 6 i 7 de*

març al santuari de la Mare de Déu de la Font de la Salut. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Rosell, R. (1997). Paraules de benvinguda. *Textos, conferències i taula rodona de la XVIII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 3 i 4 de març al santuari de nostra senyora de meritxell, Andorra*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

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.

Rotherham, I. D. (2007). Sustaining tourism infrastructures for religious tourists and pilgrims within the UK. En R. Raj, & N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (pp. 64-77). Wallingford, Oxfordshire; Cambridge, MA: CABI Pub.

Roussel, R. (1954). *Les pèlerinage à travers les siècles*. Paris: Payot.

Rubio Gil, A., & Esteban Curiel, J. (. (2008). Religious events as special interest tourism. A spanish experience. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6*(3), 419-433.

Rubio Hernández, R. (1991). *Antropología: Religión, mito y ritual* (2ª ed.). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Russell, B. (1977). *Por qué no soy cristiano*. Barcelona: Edhasa.

Sacred Destinations. (2005). *Sacred sites at sacred destinations.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.sacred-destinations.com/

Salazar, C. (2009). *Antropologia de les creences: Religió, simbolisme, irracionalitat*. Barcelona: Fragmenta.

Santos Calaf, L. (2003). Montserrat, una destinació consolidada. *Estudis de Turisme de Catalunya,* , 18-23.

Santos Nolla, X. M. (2006). El camino de Santiago: Turistas y pelegrinos hacia compostela. *Cuadernos de Turismo, 18*, 135-150.

Santos, Maria da Graça Mouga Poças. (2003). Religious tourism: Contributions towards a clarification of concepts. En C. Fernandes, F. McGettigan & J.

Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 27-43). Fatima: ATLAS.

Santos, Maria da Graça Mouga Poças. (2006). *Espiritualidade, turismo e território: Estudo geográfico de Fátima*. Estoril: Principia.

Sapena, C. (2004). *Els ermitans* (Quaderns de la Revista de Girona ed.). Girona: Diputació de Girona.

Scheer, M., & Willms, J. (2003). Regional interpretation and symbolic representation of religion and heritage in respect of tourism: Exemplified by a short portrait of the "ciudad de cultura" (Santiago de compostela). En C. Fernandes, F. McGettigan & J. Edwards (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage. ATLAS special interest group 1st expert meeting* (pp. 61-70). Fatima: ATLAS.

Schleiermacher, F. (1992). *Sobre la religió* (edició original en alemany, 1799). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

Schuon, F. (1981). De *lo divino a lo humano*. Palma de Mallorca: Sophia Perennis.

Schuon, F. (1990). *Las perlas del peregrino*. Palma de Mallorca: José de Olañeta.

Seamon, D. (1977). Place and placelessnes. En Relph, E. *Environment and Planning A, 9*(8), 961-962.

Sebastian, S. (1996). *Mensaje simbólico del arte medieval*. Madrid: Encuentro.

Seguí Llinás, M. (2007). La religion, signe identitaire face au tourisme. L'exemple des baléares. *Cahiers Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 30-34.

Shackley, M. (1998). *Visitor management: Case studies enllaç world heritage sites*. Oxford etc.: Butterworth Heinemann.

Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites: Service provision and visitor experience*. London; New York: Continuum.

Shackley, M. (2002). Space, sanctity and service the english cathedral as heterotopia. *The International Journal of Tourism Research, 4*(5), 345-352.

Shackley, M. (2004). *Accommodating the spiritual tourist: The case of religious retreat houses.* Burlington: Elsevier.

Shackley, M. (2006). Empty bottles at sacred sites: Religious retailing at ireland's national shrine. En D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 94-103). London; New York: Routledge.

Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). Rural tourism: A spiritual experience? *Annals of Tourism Research, 38*(1), 52-71.

Sharpley, R., & Priya, S. (2005). Tourism: A sacred journey? the case of ashram tourism, India. *The International Journal of Tourism Research, 7*(3), 161-171.

Shields, R. (1991). *Places on the margin: Alternative geographies of modernity*. London etc.: Routledge.

Sigala, M. (2005). New media and technologies: Trends and management issues for cultural tourism. En D. Leslie, & M. Sigala (Eds.), *International cultural tourism: Management, implications and cases* (pp. 167-180). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management, 16*(5), 361-365.

Simon, A. (2007). Les voyages religieux. Un marché de niche. *Cahiers Espaces, 96*(Sites religieux et tourisme), 114-118.

Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism* (2nd ed.). London; New York: Routledge.

Smith, S. L. J. (1995). *Tourism analysis: A handbook* (2nd ed.). Harlow: Longman Group.

Smith, V. L. (1992). The quest in guest. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 1-17.

Smith, V. L. (1992). *Anfitriones e invitados: Antropologia del turismo*. Madrid: Endymion.

Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. Philadephia: University of Pennsylvania Press.

Söderblom, N. (1966). En Carlson E. M. (Ed.), *The nautre of revelation*. Philadephia: Fortress Press.

Soler Manuel, M. A. (1997). *Manual de gestión del medio ambiente*. Barcelona: Ariel.

Sorazu, E. (1983). Antropología religiosa de la visita a los santuarios y la religiosidad popular. *Revista Informa, 16*(Suplemento del Boletín Oficial del Obispado de Ibiza)

Spicer, A., & Hamilton, S. (2005). *Defining the holy: Sacred space in medieval and early modern europe*. Aldershot: Ashgate.

Steiner, G. (1991). *Presencias reales: ¿hay algo en lo que decimos?*. Barcelona: Destino.

Sunyer i Aimeric, S. (1999). *Els quartets de corda*. Girona: Associació d'Amics del Far.

Sureda, V. (2000). *Sistema municipal d'indicadors de sostenibilitat*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

Talec, P. (1993). Définition du tourisme religieux. *Cahier Espaces, 30* (Tourisme religieux), 19-23.

Tamargo, J. A. (2004). El camino de Santiago. la ruta dorada del turismo gallego. *Hosteltur, diciembre*, 18-19.

Tame, D. (1984). *The secret power of music*. Massachussets: Destiny Books.

Tàpies, A. (1994). Art i contemplació interior. En J. Corredor-Matheos (Ed.), *El sagrat en l'art*. Barcelona: Editorial Cruïlla.

Tavares, G., & Thomas, C. (2007). Saint Jacques de Compostelle. Au bout du chemin, la culture. *Cahiers Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 96-100.

Terre Entière. (2012). *Voyages culturelles, crosières culturelles, pelèrinages chretiens.* Darrera consulta desembre, 2011, enllaç http://www.terreentiere.com/

The Economist Intellicence Unit. (1994). Market segments. Religious travel in Europe. *Travel and Tourism Analyst, 2*, 39-52.

Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London; New York: Routledge.

Tobelem, J. (2007). Développer l'attractivité d'une destination par la valorisation des sites religieux. *Cahier Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 84-95.

Torres Bernier, E. (2005). El turismo religioso en el mundo. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religiosos o camiño de Santiago*. Vigo: Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago.

Tragan, P. (Ed.). (2012). *Neurociencias y espíritu: ¿Abiertos a una vida eterna?*. Estella (Navarra): Verbo Divino.

TrekEarth. (2012). *TrekEarth.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.trekearth.com/

Trías, E. (2000). *Ética Y condición humana*. Barcelona: Península.

Trías, E. (2001). *Ciudad sobre ciudad: Arte, religión y ética en el cambio de milenio*. Madrid: Destino.

Trono, A. (2009). *Tourism, religion & culture: Regional development through meaningful tourism experiences: Lecce, Poggiardo 27th - 29th october 2009*. Galatina: Mario Congedo.

Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis MN: University of Minnesota Press.

Tubau Espelt, M. (2002). La missió dels santuaris per l'home d'avui. *Textos, conferències i taula rodona de la XXII trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 17 i 18 de juny al santuari del Miracle, Solsona*. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

Turisme de Catalunya. (2010). *Cultura i espiritualitat.* Darrera consulta abril, 2012, enllaç http://www.turismedeCatalunya.com/cultura/cult_M_n2_grupo.asp?codi_ruta=0208

Turespaña. (2002). *Plan de impulso al turismo cultural e idiomático*. Madrid: Ministerio de Economía. Secretaria de Estado de Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo.

Turespaña. (2008). *Por y para todos... turismo 2020. plan del turismo español horizonte 2020*. Barcelona: Editur.

Turner, V. W., & Turner, E. L. B. (1978). *Image and pilgrimage in christian culture: Anthropological perspectives*. New York: Columbia University Press.

Tylor, E. B. (1977). *Cultura primitive* (edició original en angles, 1871). Madrid: Ayuso.

Tynard, Y. (1994). Culture et tourisme: Une possible collaboration? *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 55-62.

Unesco. (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio cultural y natural*. París: Unesco. Darrera consulta enllaç http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001333/133369s.pdf

Unesco. (1987). *La convención del patrimonio mundial: [mapa de situación y relación de los bienes inscritos]*. Madrid: Incafo.

Unesco. (2002). *Reunión de Expertos Sobre "El Patrimonio Cultural Inmaterial: Ámbitos Prioritarios Para Una Convención Internacional",* Rio de Janeiro.

Unesco. (2003). *Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial*. París: Unesco. Darrera consulta enllaç http://www.bib.ub.es/fdocs/consalva.pdf

Unesco. (2012). *UNESCO.* Darrera consulta febrer, 2012, enllaç http://www.unesco.org/new/en/terms-of-use/

Uriely, N., Israeli, A., & Reichel, A. (2003). Religious identity and residents' attitudes toward heritage tourism development: The case of Nazareth. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 27*(1), 69-84.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Urry, J. (1995). *Consuming places*. London; New York: Routledge.

Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Urtasun, R. (2004). El pasado año murcia recibió 102.013 viajes turísticos provocados por un acontecimiento religioso. *Hosteltur, diciembre*, 16-17.

Urtasun, R. (2004). El turismo religioso, turistas fieles. *Hostletur, diciembre*, 6-7.

Valdeón, J. (2005, El camino de Santiago: La ruta de la fe. *Historia - National Geographic, 20*, 66-79.

Valdés Peláez, L., & Arribas Sánchez, C. (2005). Religión y naturaleza como producto turístico conjunto: El caso de covadonga. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago.

Vallverdú Vallverdú, J. (2001). Módul 6. L'agent humà. En E. Ardèvol Piera, & G. Munilla Cabrillana (Eds.), *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Valognes, S. (2007). Le Mont-Saint-Michel. Un site à forte dimension touristique et... spirituelle. *Cahiers Espaces, 96* (Sites religieux et tourisme), 65-70.

Van der Leeuw, G. (1986). *Religion in essence and manifestation*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

Vatsyayan, K. (1997). Espai i símbol en el viatge espiritual vers la il·luminació de l'art de l'Índia. En R. N. Prats, & K. Vatsyayan (Eds.), *Espai i símbol en l'art oriental (Índia, Tíbet, Xina, Japó)*. Barcelona: Editorial Cruïlla.

Vattimo, G. (2003). *Después de la cristiandad: Por un cristianismo no religioso*. Barcelona etc.: Paidós.

Vichet, C. d., & Noir, P. (1994). Valorisation du patrimoine. la démarche d'un créateur respectueux. *Cahiers Espaces, 37* (Tourisme et culture), 116-119.

Vidal Casellas, D. (1998). El patrimoni, atractiu bàsic del turisme cultural. *Estudis de Turisme de Catalunya, 3*, 13-18.

Vidal i Casellas, D. (2002). *Cultura i turisme =Cultura y turismo = culture et tourisme: Actes del seminari dut a terme a barcelona el novembre de 1999*. Girona: Servei de Publicacions de la Universitat de Girona.

Vidal Casellas, D. L'imaginari monumental i artístic del turisme cultural. el cas de la revista barcelona atracción. Universitat de Girona. Departament de Geografia, Història i Història de l'Art).

Vidal Casellas, D., & Aulet Serrallonga, S. (2011). The role played by culture at the beginnings of the promotion of barcelona as a tourist city. A case study of the

magazine "Barcelona atracción". En L. Prats (Ed.), *Researching coastal and resort destination management: Cultures and histories of tourism* (pp. 265-301). EEUU: Palibrio.

Vidal i Casellas, D., Galí Espelt, N., Majó Fernández, J., & Aulet Serrallonga, S. (2001). El arte y el turismo cultural: Nuevos retos. el museo thysssen-bornemisza y madrid. *IV congreso universidad y empresa* (pp. 303-316). Castelló: Tirant lo Blanch.

Vidal Casellas, D., Sureda, M., & Font, D. (2010). *Catalonia sacra. Secretariat interdiocesà de custòdia iPromoció de l'Art sagrat - SICPAS. ConferènciaEpiscopal tarraconense.* Manuscrit no publicat.

Vilar Álvarez, M. (2005). Peregrinage, turismo y territorio. En X. Pardellas (Ed.), *Turismo religioso o camiño de Santiago*. Vigo: Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago.

Villa Díaz, Á. (2006). El Rocío y el turismo de peregrinación. *Cuadernos de Turismo, 18*, 151-174.

Vinnie, J., & Gunjan, M. S. (2010). Managing customer experience for spiritual and cultural tourism: An overview. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 2*(5), 467.

Volozinskis, L. (1991). *Le phénomèn du tourisme religieux en France*. Milano: BIT, Borza Internazionale del Turismo.

Vukonic, B. (1992). Medjugorje's religion and tourism connection. *Annals of Tourism Research, 19*(1), 79-91.

Vukonic, B. (1996). *Tourism and religion*. S.L.: Pergamon.

VV.AA. (1999). *Roma, Santiago, Jerusalén. el mundo de las peregrinaciones* (Lunwerg ed.) Barcelona.

Wach, J., & Lefèvre, M. (1955). *Sociologie de la religion*. Paris: Payot.

Wahab, S., & Pigram, J. (1997). *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability*. London etc.: Routledge.

Wearing, S., & Neil, J. (1999). *Ecotourism: Impacts, potentials and possibilities*. Oxford etc.: Butterworth-Heinemann.

Weber, M. (1994). *L'etica protestant i l'esperit del capitalisme* (3a rev ed.; edició original en alemany, 1905). Barcelona: Edicions 62.

Weightman, B. A. (1996). Sacred landscapes and the phenomenon of light. *Geographical Review, 86*(1), 59-71.

Widengren, G. (1976). *Fenomenología de la religión*. Madrid: Cristiandad.

William, C. (1976). De los santos a Maria, panorama de las edevociones a santuarios españoles des de el principio de la edad media hasta nuestros días. *Temas de antropología español* (pp. 50-105). Madrid: Akal, editorial Carmelo Lisón.

William, P., Swatos, J., & Tomasi, L. (Eds.). (2002). *Medieval pilgrimage to religious tourism: The social and cultural economics of piety*. Westport, Connecticut: Praeger.

Williams, R. (1994). *Sociologia de la cultura* (edició original en anglès, 1981). Barcelona etc.: Paidós.

Wilson, C. (1997). *Atlas de los lugares sagrados. Guía ilustrada de la ubicación, la historia y la significación de los sitos más importantes del mundo*. México: Editorial Diana.

Wiltshier, P. (2009). A review of religious tourism and pilgrimage management. *Journal of Sustainable Tourism, 17*(3), 408-409.

Wright, J. (2005). Sacred sites: Christian perspectives on the Holy Land. *Theological Studies, 66*(1), 224-225.

Zen Buddhism Virtual Library. (2012). *The zen site.* Darrera consulta gener, 2012, enllaç http://www.thezensite.com/