

Màster Tesi

**LA GESTIÓ TURÍSTICA DEL PATRIMONI
CULTURAL DE TEMÀTICA RELIGIOSA.
Proposta de visita turística de la Catedral de Vic.**

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria: setembre

Autora: **Judit Amer Giró**

Directora: Sílvia Aulet Serrallonga

Data de lliurament: 04/09/2015

Aquesta Màster Tesi és el treball inicial d'un projecte que s'ha encarregat a la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona des de la Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic, que es complementa amb un altre treball (realitzat per Jordi Serra) i que té la finalitat de dissenyar una visita turística per la Catedral de Sant Pere de Vic.

A partir d'aquest treball, s'adaptaran els continguts per fer una proposta definitiva que s'implementarà al monument amb l'objectiu de posar-lo en valor i augmentar les visites al conjunt catedralici de la capital osonenca.

AGRAÏMENTS

Voldria donar les gràcies a la Sílvia Aulet, directora d'aquesta Màster Tesi, per compartir una mica del seu temps amb mi, per guiar-me i per ajudar-me a fer que aquest treball agafés forma. També m'agradaria comunicar el meu agraïment a Dani Font i a Mn. Riba, coordinador i director, respectivament, de la Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic i de l'Albergueria Centre de Difusió Cultural, per la seva col·laboració i per haver confiat en mi per portar a terme aquest projecte.

CONTINGUTS

1. INTRODUCCIÓ	5
1.1. Motivació personal.....	7
1.2. Rellevància del tema	8
1.3. Objectius	11
2. METODOLOGIA	14

I PART

3. MARC TEÒRIC	21
3.1. Entre el turisme cultural i el turisme religiós.....	23
3.1.1. El turisme cultural.....	23
3.1.2. El turisme religiós.....	28
3.1.3. El turisme cultural de temàtica religiosa	33
3.2. La gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa	36
3.2.1. Els reptes de la gestió	38
3.2.2. La interpretació del patrimoni cultural (de temàtica religiosa)	42
3.2.3. La posada en valor del patrimoni cultural (de temàtica religiosa).....	46
3.3. El model de gestió cultural i turístic d'altres catedrals	49
3.3.1. La Catedral de Girona	50
3.3.2. La Seu Vella de Lleida	54
3.3.3. La Catedral de Barcelona	57
3.3.4. La Catedral de Canterbury.....	60

II PART

4. ANÀLISI DE CAS: LA CATEDRAL DE VIC	67
4.1. La catedral com a recurs cultural i turístic.....	68
4.2. La Catedral de Vic. Context i introducció històrica	72
4.3. Altres atractius turístics culturals de Vic	78
4.4. La Catedral de Vic. Estat de la qüestió	80
4.5. Proposta de visita turística de la Catedral de Vic.....	86

4.5.1. Actuacions	87
5. CONCLUSIONS.....	109
6. BIBLIOGRAFIA	114

FIGURES

Figura 1. Relació entre turisme i pelegrinatge segons les motivacions.....	32
Figura 2. Relació entre turisme cultural, religió i espiritual, basada en els recursos religiosos.....	35
Figura 3. Activitats amb valor afegit i funcions d'ús d'un actiu cultural religiós.....	39
Figura 4. Comunicació i comportament del visitant als llocs patrimonials	45
Figura 5. Relació orientativa de modalitats d'entrada	107
Figura 6. Proposta de temporalització.....	108

IMATGES

Imatge 1. Catedral de Girona i Basílica de Sant Feliu.....	51
Imatge 2. Maquetes i plafons interpretatius a la nau de la Catedral de Girona	54
Imatge 3. Conjunt monumental del Turó de la Seu Vella de Lleida	55
Imatge 4. Catedral de Barcelona	58
Imatge 5. Catedral de Canterbury, Kent, Anglaterra	61
Imatge 6. Catedral de Vic.....	72
Imatge 7. Planta hipotètica de la primera catedral romànica de Vic (1017-1038).....	74
Imatge 8. Planta neoclàssica actual de la Catedral de Vic i Palau episcopal	76
Imatge 9. Senyalització a la façana de la Catedral de Vic	82
Imatge 10. Anvers i revers del fulletó que es proporciona als visitants de la Catedral de Vic.....	83
Imatge 11. Planta de la Catedral de Vic amb el traçat de l'antiga Església de "La Rodona" a ponent, amb la ubicació dels espais i objectes d'interès.....	89
Imatge 12. Planta de la Catedral de Vic amb les zones marcades segons l'itinerari al qual pertanyen	100

1. INTRODUCCIÓ

Estem tots d'acord si afirmem que el turisme cultural s'ha anat fent un lloc important dins del panorama turístic dels darrers vint anys, fins al punt que actualment s'ha convertit en un repte el qual han d'afrontar la majoria de destinacions, ja sigui com a element diferenciador o com un atractiu més. El cert és que cada cop més regions, més països, més ciutats i més pobles, aposten per desenvolupar una oferta cultural atractiva que mostri el seu patrimoni i la seva cultura. I al mateix temps és una manera de contribuir al seu coneixement i la seva preservació, a part de dinamitzar-ne la seva economia.

El turisme religiós, i la “nova” tipologia del turisme cultural de temàtica religiosa, com hem decidit anomenar-la en aquest treball, són uns segments molt propers al turisme cultural que mou milions de persones cada any i que experimenten un creixement més evident. A Catalunya, per exemple, aquest creixement s'ha notat amb la creació de vàries iniciatives, com ara diferents rutes que incorporen la visita turística a molts llocs religiosos, destinades a la posada en valor del patrimoni cultural religiós i la seva promoció. Tota aquesta nova oferta, igualment que en la resta de segments turístics, s'ha de gestionar adequadament per tal que el visitant, el turista, pugui gaudir-ne completament i satisfactòriament.

El present document és un estudi sobre aquells aspectes que intervenen en la gestió turística d'un element cultural de temàtica religiosa; un estudi que pretén ser el punt de partida, el context, sobre el qual es basarà l'anàlisi de cas: la proposta de visita turística de la Catedral de Vic. Es tracten, aquí, aquells elements que fan referència a les qüestions més relacionades amb els continguts, el discurs i els espais que han de conformar la visita turística.

Aquest treball està dividit en quatre seccions diferents i amb els seus capítols respectius per tal de seguir una estructura i ser capaços d'acomplir l'objectiu principal d'aquest projecte. Per a realitzar un treball d'aquestes característiques és essencial anar pas a pas per aconseguir els objectius necessaris per procedir amb el següent pas i, per tant, aconseguir la plena realització dels propòsits de la Màster Tesi.

La primera secció és la que comprèn la introducció, conformada per tres subapartats, i la metodologia. Pel que fa a la introducció, en el primer subapartat s'exposen les circumstàncies i les motivacions que han dut a l'autora a la realització d'aquesta Màster Tesi. El segon subapartat explica perquè és digne de ser estudiat i investigat un tema com el que ens ocupa, quina rellevància té, per què és important. I per últim, en el darrer apartat dins la introducció, es presenten els objectius del treball i les fites a aconseguir. Pel que fa a la metodologia, aquest és l'apartat on es descriuen els mètodes d'estratègia i d'investigació utilitzats en el present treball. És el capítol, doncs, on s'exposen els motius de totes les decisions preses al llarg del seu procés de realització, des dels temes de treball escollits fins a les fonts utilitzades.

La segona secció del treball –que en realitat és la primera part (I PART) del cos del treball– és la que en conforma el marc teòric. En aquesta secció s'exposaran, mitjançant tres apartats –amb els subapartats corresponents–, les bases teòriques que han de contextualitzar el nostre projecte de realització de la visita turística de la Catedral de Vic. Així, en el primer apartat es parla sobre els conceptes de turisme cultural i turisme religiós, que es defineixen per acabar delimitant el sector turístic dins el qual pertany la catedral de la capital osonenca, que denominarem turisme cultural de temàtica religiosa.

En el següent apartat s'abordaran temes que giren entorn la gestió patrimonial, posant èmfasi en els reptes que es presenten, en la interpretació i la posada en valor del patrimoni cultural (de temàtica religiosa), aspectes que cal tenir presents per aconseguir l'objectiu principal del treball.

I hi ha encara un darrer apartat en aquesta segona secció, on es presenten i es comparen els models de gestió d'altres catedrals per tal de conèixer com es porten a terme diversos aspectes que intervenen en la visita turística d'aquest tipus de monuments.

Seguidament, trobem la tercera secció (II PART) on es presenta l'anàlisi de cas que serà, d'alguna manera, la materialització de la base teòrica. Es portaran a la pràctica, doncs, en forma de propostes d'actuació, tots els elements sobre la gestió turística i patrimonial proposant una visita turística per a la Catedral de Vic. Aquesta secció, com les altres, està formada per varis subapartats. En el primer de tots s'exposa la idea de la catedral com a recurs cultural i turístic, fent un cop d'ull a l'evolució d'aquest element i al seu context actual.

En segon lloc, es dóna una introducció contextual i històrica de la Catedral de Vic per donar a conèixer l'element patrimonial des de tots els punts de vista possibles. El tercer subapartat pretén presentar, a grans trets, la ciutat de Vic des de la perspectiva turística, analitzant, per tant, algunes dades turístiques i els elements turístics de la ciutat. En el quart subapartat d'aquesta tercera secció s'exposa l'estat de la qüestió que presenta a dia d'avui la Catedral per tal d'analitzar com funciona la seva gestió i detectar possibles mancances i punts forts. Finalment, en els dos últims subapartats es determinaran els elements que han de conformar la visita turística pròpiament dita, és a dir, els continguts que s'han d'explicar, els itineraris que es proposen, etc. i tots aquells aspectes sobre la gestió turística (activitats, tarifes, eines d'interpretació, etc.), en un seguit d'actuacions.

Per últim, però no per això menys important, trobem la quarta secció del treball, que consisteix en les conclusions i la bibliografia. Aquí s'exposa un resum de les principals conclusions del treball i es demostrarà l'acompliment de tots els objectius plantejats en el primer capítol, donant una resposta a la pregunta d'investigació. A la bibliografia es citen totes les fonts utilitzades durant la realització del treball.

1.1. Motivació personal

Ja des dels inicis del Màster en Turisme Cultural, l'autora del present treball va tenir clar que la seva investigació havia d'estar relacionada amb la seva formació prèvia com a historiadora de l'art. Poc a poc, a mesura que anava cursant diferents assignatures, va poder anar veient com alguns sectors relacionats amb el turisme cultural li despertaven més interès i curiositat que d'altres. Els temes que feien referència a les ciutats monumentals o al patrimoni monumental, i sobretot allò relacionat amb el turisme religiós, segment creixent en el sector turístic i molt interessant des del punt de vista de l'autora, va ser el que li va cridar més l'atenció.

Com a historiadora de l'art sempre l'ha fascinat la història i el patrimoni artístic de diferents cultures, diferents societats i diferents èpoques, però molt especialment el d'època medieval. I les esglésies i les catedrals –element central d'aquest treball– són el patrimoni monumental per excel·lència d'uns segles en que tot girava al voltant de la religió, on l'Església predominava sobre qualsevol altre poder. Visitar les esglésies i les

catedrals d'allà on va sempre ha estat una necessitat cabdal, com un ritual imprescindible per conèixer una destinació, independentment, és clar, del fet purament religiós.

Els monuments religiosos sempre li han despertat admiració, però sempre els havia vist des d'una mirada històrica i –per defecte professional, podríem dir– artística. No obstant, en els últims mesos, a més, s'hi ha afegit la perspectiva turística cultural, de manera que la visió de l'autora envers aquest patrimoni ha esdevingut molt més àmplia. Tot plegat, doncs, li ha permès desenvolupar la motivació necessària i la inspiració per encarar una investigació d'aquestes característiques.

Ara bé, aquesta idea de realitzar un treball que engloba el turisme religiós, el patrimoni monumental i la història de l'art, va acabar de fer-se sòlida quan l'autora va assabentar-se de la possibilitat de treballar en la realització d'un projecte real de readaptació de la visita turística de la Catedral de Vic, una proposta que li va fer la professora Sílvia Aulet, directora d'aquest treball, i que la professora Saida Palou va encoratjar-la a realitzar. En aquest punt és quan l'autora es va adonar que aquests elements patrimonials –les catedrals, en aquest cas– també s'exploten turísticament i que és molt important saber trobar un punt d'equilibri entre la visita turística –aspecte que engloba molts elements com ara el recorregut, els contingut, els horaris, les tarifes, etc.– el propi monument com a espai de culte, els visitants i els usuaris. En definitiva, se li va presentar una bona oportunitat de treball que aglutinava tots els seus interessos professionals i acadèmics.

La realització d'aquest treball, doncs, permet veure diferents aspectes, tant des del punt de vista pràctic a l'hora de resoldre problemes i dissenyar una visita turística adequada, com des del punt de vista teòric investigant sobre diversos aspectes que envolten aquest tema, com ara la gestió i l'interpretació del patrimoni, l'evolució del turisme religiós o la posada en valor del patrimoni, entre altres.

1.2. Rellevància del tema

En primer lloc es vol remarcar la importància del tema d'aquesta Màster Tesi pel fet que es tracta, com ja s'ha avançat, d'una proposta real. El projecte de readaptació de la visita turística de la Catedral de Vic respon a una demanda que des de la Delegació

Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic es va fer a la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona. La necessitat és ben clara: es tracta de solucionar, a grans trets, una sèrie de qüestions que no estan ben resoltes i que fan que la visita turística al monument no acabi de funcionar i, per tant, que no sigui del tot satisfactòria, ni pels usuaris, ni pels visitants o turistes, ni per a qui la gestiona.

La Catedral de Vic, dedicada a Sant Pere, es troba al bell mig del recinte històric de la ciutat i és un edifici que té una particularitat interessant des del punt de vista historicoartístic: presenta una barreja d'estils que van des del romànic fins al neoclàssic, passant pel gòtic o el barroc. Aquest és un aspecte que *a priori* pot semblar anecdòtic, però és un dels punts forts de l'element ja que permet molt de joc a l'hora de definir els continguts de la visita i, a l'aglutinar tants estils diferents, automàticament es converteix en un element susceptible de ser visitat per a persones amb interessos ben distants, malgrat ho facin sota l'interès comú del turisme cultural de temàtica religiosa.

Des d'aquest punt de vista, i en segon lloc, cal tenir present que el turisme religiós és un segment del sector turístic cultural que està en auge. Cada vegada hi ha més demanda turística que s'inclina cap a aquells elements del patrimoni que es relacionen amb la religió i l'espiritualitat. Un dels motius pels quals té lloc aquest fenomen es deu, segurament, a la necessitat de buscar una alternativa a un món material del que cada vegada se'n defuig més. La meditació, la contemplació interior, el culte espiritual o la reflexió, són motivacions que van guanyant terreny en el món del turisme. I és en aquest context on les catedrals, els monestirs, les esglésies –edificis carregats de patrimoni al seu interior– hi juguen un paper importantíssim.

Per tant, aquest treball es troba inserit en l'esfera del turisme cultural i del turisme religiós, i és per aquest motiu que es creu convenient fer-ne una breu definició, tot i que abordarem aquests dos conceptes més extensament en el cos del treball. D'entrada resulten dos termes que poden semblar un xic ambigus perquè no es poden considerar pràctiques pròpiament culturals o religioses, ni tampoc elements característics del turisme. Pel que fa al turisme cultural, d'entre les nombroses definicions que podem trobar des de la perspectiva de diferents disciplines, s'anoten aquí les definicions que en donen la Carta Internacional sobre Turisme Cultural per l'ICOMOS¹, la qual defineix el concepte com “aquella forma de turisme l'objectiu del qual està, entre altres propòsits,

¹ Carta adoptada per l'ICOMOS (Consell Internacional de Monuments i Llocs Històrics) en el Seminari Internacional de Turisme Contemporani i Humanisme, celebrat a Brussel·les l'any 1976.

en la descoberta i coneixença de monuments i llocs d'interès historicoartístic”, i la definició proporcionada pel projecte ATLAS², que defineix el turisme cultural com “tots els moviments de persones cap a atraccions culturals específiques, com ara llocs patrimonials, manifestacions artístiques i culturals, arts i teatre, fora del seu lloc habitual de residència”. Per tant, s’observa que ambdues definicions posen l’èmfasi en allò que té relació amb el turisme monumental i patrimonial.

Sense fugir del que entén l’associació ALTAS sobre el turisme cultural, veiem que enumera la religió com a un dels recursos culturals que mouen el fenomen turístic. Des d’aquest punt de vista, doncs, podem incloure el turisme religiós dins el turisme cultural. Però primer definim el concepte. El turisme religiós s’entén com a un tipus de turisme motivat principalment per la religió i que té com a destinació un lloc sagrat. Cal tenir en compte, però, que aquest és un concepte relativament modern malgrat el fenomen pròpiament dit no ho sigui: els motius religiosos han estat considerats la forma més antiga de viatjar (Smith, 1992).

Ara bé, com es relacionen els dos conceptes tot just ara definits? L’Església és una institució mil·lenària que ha tingut un rol recalcable en la formació de la història del nostre país –i europea– i del patrimoni que hem heretat; aquesta és una afirmació que ningú discuteix. Però tot aquest patrimoni que conforma els elements del turisme religiós, normalment no està classificat com a tal, sinó que es posiciona més com a recursos culturals artístics o arquitectònics, potser per sumar-se al fet cultural, que sovint atrau molt més que no pas el fet religiós, el qual a vegades comporta connotacions negatives o molt estigmatitzades. És des d’aquesta perspectiva, doncs, que es pot establir una relació directa entre el turisme religiós i el turisme cultural que permet que el primer no es desvinculi del segon. Per tant, com ja és habitual en aquesta disciplina, podem parlar –i de fet en parlarem també en el treball– de turisme cultural de temàtica religiosa, termes que ajuden a definir la connexió entre dues temàtiques diferents.

La Catedral de Vic és un clar exemple d’element cultural religiós i, per tant, hauria de trobar-se dins els recorreguts de turisme cultural de temàtica religiosa, almenys en major grau del que s’hi troba actualment. Però malauradament no podem considerar aquesta Catedral com un actiu turístic rellevant, precisament perquè li manca una bona gestió que aposti clarament cap a la seva posada en valor i la seva promoció per tal de

² L’*Association for Tourism and Leisure Education* és una associació internacional creada per desenvolupar iniciatives educatives en el turisme i l’oci.

situar-lo definitivament al recorregut d'aquells que visiten la capital osonenca. Vic, en canvi, és una ciutat que tradicionalment ha estat relacionada amb un tipus de turisme més associat als esdeveniments: la Fira Medieval, el Mercat de Música Viva, el mercat setmanal a la plaça, etc. En aquest punt, el que és clar és que cal veure com es gestiona la Catedral i la seva visita per aconseguir els objectius, que s'exposaran en l'apartat següent.

Per últim, la rellevància de l'estudi d'aquest tema té un altre motiu: la importància de la gestió turística d'un monument, en aquest cas, una catedral. Aquest tema abraça diversos aspectes que cal tenir presents, com ara la naturalesa del monument, la manera en què es ven o es presenta als visitants, la seva relació amb l'exterior, etc. A l'hora de plantejar un model de gestió per a la Catedral de Vic, cal veure quin és l'estat de la qüestió, és a dir que cal identificar els possibles problemes i conflictes que s'han pogut produir i determinar si la gestió que s'hi està duent a terme és correcta o no. I a partir d'aquí es pot començar a repensar. Però a grans trets, ja podem avançar que una bona gestió del monument ha d'estar basada, entre altres coses, amb la sostenibilitat del recurs cultural, la compatibilitat amb l'ús litúrgic i la posada en valor del monument, i ha d'esdevenir un reforç per el turisme de la ciutat. A més a més, és important que la seva gestió turística no es quedi portes endins, sinó que interactuï amb la resta de serveis de la ciutat, de manera que completi l'oferta i es complementi amb els altres recursos.

1.3. Objectius

Com s'ha anat introduint en els apartats anteriors, el present treball té com a objectiu principal **dissenyar una proposta de readaptació de la visita turística de la Catedral de Sant Pere de Vic** –entenen-la com a un recurs cultural que ve definit per tot un conjunt monumental patrimonial que inclou les naus, les pintures de Sert, un retaule del segle XV, la cripta, el claustre gòtic i el campanar romànic– per tal que resulti satisfactòria per a la mateixa catedral, en el sentit que s'hi puguin desenvolupar les activitats per les quals és pensat un edifici d'aquestes característiques, pels seus visitants actuals i potencials i pels encarregats de la seva gestió. Això, a més, permetrà que la qualitat de la visita augmenti, així com el nombre de visites i, en conseqüència, es contribueixi a la posada en valor del conjunt.

Treballar entorn aquest objectiu principal permetrà, a més, investigar sobre diversos temes que ajudaran a conformar una base teòrica per poder presentar uns resultats més acotats i adequats per a l'edifici cultural religiós. Aquest estudi teòric, doncs, respon al que podríem denominar com a possible pregunta d'investigació de la màster tesi, que és la següent:

Com s'ha de gestionar i quins elements s'han de tenir en compte a l'hora de gestionar un monument patrimonial cultural-religiós per oferir un bon producte turístic?

12

Aquesta qüestió és a la qual es vol donar resposta al llarg del treball, de manera que, com veurem, caldrà anar identificant diferents elements que són clau per a la visita turística i aleshores es podrà anar donant forma al projecte, duent a terme una correcta gestió, pensant quins elements s'han de potenciar, si cal crear nous productes i quins, etc. En definitiva, s'ha de determinar què cal modificar perquè la qualitat de la visita turística a la Catedral de Vic millori i ajudi a la posada en valor del monument.

Per tot plegat es planteja un marc teòric que, com tot just avançàvem, dóna les bases per posar en context la gestió del monument i a partir de les quals es dissenyarà, en una segona part del treball, la visita turística. En aquest marc teòric, com veurem, es tracten un seguit de temes clau que giren entorn la gestió dels monuments; temes que van des de la pura definició del turisme cultural i del turisme religiós, fins a aspectes sobre la interpretació o la gestió patrimonial.

A més a més, per assolir l'objectiu principal també és essencial que el desenvolupament de la nova proposta es fomenti en un ampli coneixement i anàlisi de la situació actual de la Catedral com a element patrimonial i de visita de la ciutat, així com en el coneixement d'altres casos equiparables que hagin tingut una bona acollida.

És per això que arribats a aquest punt cal que es plantegin una sèries d'objectius específics o secundaris, els quals permetran anar tirant endavant la investigació i conformar la visita turística.

Els objectius específics són:

- I. **Determinar quin és l'estat de la qüestió actual de la Catedral de Vic.** Cal detectar si hi ha elements –i si és el cas, identificar-los– que fan que la gestió del monument no funcioni i, conseqüentment, que la visita turística que avui hi realitzen els seus visitants no sigui satisfactòria. De la mateixa manera, cal detectar i identificar els elements que sí que funcionen. Per assolir aquest

objectiu secundari cal observar el comportament del visitant a l'interior del temple: quin recorregut fa, si utilitza material de suport i quin tipus, si entén el que veu, si visita tots els espais, etc. I d'altra banda, cal anar descrivint allò que ofereix la Catedral, com per exemple si hi ha un recorregut marcat, si es pot fer sense entrebancs, si hi ha algun tipus de suport explicatiu, etc.

II. **Analitzar l'atractiu turístic/històric/artístic de la Catedral de Vic.** És necessari fer una anàlisi dels elements que poden funcionar com a reclam turístic. Arquitectònicament, la Catedral de Vic és un edifici que mostra molts estils diferents i, com s'avançava a l'inici, aquest és un element que pot donar molt de joc. A més a més, el fet historicoartístic també pot ser clarament un reclam, tenint en compte sobretot la figura de l'Abat Oliba i la construcció de l'edifici. Cal, doncs, conèixer la història, característiques i elements importants de l'edifici per poder tenir uns bons continguts, fonamentats i contrastats, i poder oferir un bon discurs.

III. **Conèixer l'atractiu turístic de la ciutat de Vic.** Vic és una ciutat que compta amb molts atractius turístics. Cal conèixer quins són i veure si alguns poden complementar la visita turística de la Catedral, oferint diversos itineraris, productes o serveis. El Museu Episcopal de Vic, per exemple, és un clar atractiu turístic que es pot relacionar directament amb la visita a la Catedral.

Aquests tres objectius específics o secundaris han de servir per conformar un *background* a partir del qual es podrà treballar amb la nova proposta de la visita turística. Només si es té un coneixement exhaustiu dels elements que tot just hem esmentat –l'estat de la qüestió actual, l'atractiu turístic/històric/artístic de la catedral i l'atractiu turístic de la ciutat de Vic– es podrà concebre una visita turística que compleixi les expectatives tant del visitant, com de l'equip de gestió, com del propi edifici i usuaris.

2. METODOLOGIA

S'ha exposat clarament que l'objectiu d'aquesta màster tesi és la realització d'una proposta de readaptació de la visita turística de la Catedral de Vic, per tant, s'ha de desenvolupar un treball molt pràctic. Però més enllà d'això, és necessari realitzar una investigació teòrica que permeti contextualitzar la proposta i que permeti tenir uns coneixements previs sobre allò que cal tenir en compte. És per això que la investigació s'ha portat a terme per entendre com funciona la gestió patrimonial (cultural de temàtica religiosa) i turística per després poder-ho aplicar en un cas concret.

Els propòsits d'aquest capítol, doncs, són: (1) descriure la metodologia d'investigació adoptada en aquest estudi, (2) explicar la selecció dels temes escollits per treballar, i (3) identificar les principals fonts a través de les quals s'ha basat cada tema o apartat.

La metodologia d'investigació que s'utilitza per a la realització d'aquest treball es basa en una combinació entre dues òptiques de recerca diferents: per una banda s'aplica el mètode deductiu i, per l'altra, el mètode inductiu. Pel que fa a l'enfocament, és evident que qualsevol projecte d'investigació implica l'ús de la teoria; fins i tot en aquest projecte, el qual és força més pràctic que teòric, la part teòrica n'ocupa una porció considerable. Però, com dèiem, per conèixer un tema i poder desenvolupar noves propostes cal fer una recerca, una investigació, i un estudi de la teoria existent sobre el mateix.

En la mesura en què aquesta teoria es fa explícita, planteja una qüestió important en el disseny del treball de recerca. Això és si la recerca ha d'utilitzar l'enfocament deductiu, en el qual es desenvolupa una teoria i hipòtesis, si cal, i es dissenya una estratègia d'investigació per corroborar-les o descartar-les; o l'enfocament inductiu, en el qual s'han de recopilar dades i desenvolupar una teoria mitjançant la seva anàlisi (Saunders *et. al.*, 2009). Per tant, una combinació entre les dues òptiques de recerca no només és perfectament possible dins una mateixa investigació, sinó que en aquest cas, a més, és avantatjós per arribar a uns millors resultats.

En definitiva, doncs, la metodologia seguida al llarg d'aquest treball ha permès que els continguts de la investigació es desenvolupessin a través de dos recorreguts

diferents. Així, el mètode deductiu es considera, en la primera part del treball (I PART), en el sentit que hi ha certa quantitat de literatura entorn varis temes relacionats amb l'objecte d'estudi que cal conèixer i tenir present, de la qual en surten les primeres idees i d'on se n'extreu també la informació que ha d'acabar conformant el marc teòric.

No obstant això, ja que la major part de la literatura fa referència a casos aplicats a altres entorns –a anàlisis de cas– i l'objectiu d'aquesta màster tesi és el de desenvolupar una nova proposta de visita turística, es considera aplicar, en la segona part del treball (II PART) el mètode inductiu, que permetrà aprofundir més en el nostre cas d'estudi analitzant diferents aspectes que giren al seu voltant per tal de, finalment, formular la proposta.

Per tant, i per sintetitzar, amb la fita clara de complir els objectius establerts a l'inici del treball, s'ha optat per una metodologia que, insistim, ha consistit en la recerca, lectura i anàlisi de múltiples publicacions –tant de llibres, com d'articles acadèmics i recursos electrònics– que tracten sobre els dos temes fonamentals (cadascun amb subtemes que també ha calgut analitzar) del present treball: el turisme cultural de temàtica religiosa i la seva gestió.

En la I PART, el marc teòric, com hem avançat, es fa una aproximació específica a uns temes d'investigació concrets, escollits com a més adients per a contextualitzar el nostre objecte d'estudi, l'anàlisi de cas. La bibliografia entorn el turisme cultural és extensa. Durant les últimes tres dècades l'interès per la investigació del turisme cultural ha crescut i, per tant, el rang de perspectives, mètodes i tècniques utilitzades per a mesurar aquest fenomen també s'ha vist incrementat (Richards & Munsters, 2010). En aquest aspecte cal fer notar que els enfocaments quantitius cada vegada s'han vist més complementats pels enfocaments qualitius, dibuixant noves perspectives d'aspectes socials, culturals o etnogràfics del turisme cultural.

Greg Richards ha dirigit una àmplia investigació sobre turisme cultural en els últims vint anys, i és l'autor de nombrosos estudis i articles acadèmics publicats sobre aquesta matèria. Són precisament algunes de les publicacions de Richards les que han servit de punt de partida pel nostre marc teòric.

El primer pas, com en tota investigació, ha estat recopilar la informació sobre aquells temes dels quals s'ha decidit que cal parlar i analitzar; aquells que conformen el marc teòric del treball. Així, s'ha buscat bibliografia i fonts d'informació que permetin tenir un coneixement més profund sobre aspectes tant de la gestió de monuments –o

llocs sagrats, en aquest cas– i la gestió del patrimoni cultural, com aspectes sobre la interpretació del patrimoni o la posada en valor del patrimoni. D'altra banda, a més, es parla també sobre el turisme cultural de temàtica religiosa per tal de contextualitzar tot el treball dins aquest tema genèric al qual pertany. Dins d'aquesta primera part, com veurem, també s'ha cregut necessari l'estudi i la comparació d'alguns models de gestió d'altres catedrals que hagin tingut una bona acollida i puguin servir d'exemple o d'inspiració per la nostra proposta.

El conjunt de la investigació ha partit del treball de diferents autors, que parlen també sobre qüestions diverses, però, com dèiem, Richards ha estat el punt de partida. Així, pel primer apartat del marc teòric, *Entre el turisme cultural i el turisme religiós*, s'ha treballat a partir de l'obra de Richards (1996, 2003, 2004, 2007 i 2011) i també de Donaire (2008), en què tracten el tema del turisme cultural i els aspectes que giren entorn aquest segment turístic. Concretament, Richards, en els diferents articles consultats –tots ells degudament referenciats i anotats a la bibliografia– parla d'aspectes que van des de la significació i l'abast del concepte, fins a aspectes sobre el seu context social, econòmic o polític, o les seves perspectives de futur.

Donaire, a *Turisme cultural, entre l'experiència i el ritual*, fa un recorregut per les tensions que generen el turisme i la cultura, mirades des de les dues perspectives, la turística i la cultural. Per completar l'apartat, val a dir, s'han utilitzat també altres fonts, encara que en menor mesura.

Dins aquest mateix apartat, pel que fa al turisme religiós, les fonts de les quals s'ha partit han estat, sobretot Timothy & Olsen (2006) i Esteve (2002 i 2003). Timothy & Olsen, en el seu llibre *Tourism, religion and spiritual journeys*, expliquen com la religió i l'espiritualitat són unes de les motivacions més comunes pels turistes i com moltes destinacions turístiques s'han desenvolupat com a resultat d'aquest fet. El llibre, a més, proporciona un estudi exhaustiu dels principals problemes i conceptes relacionats amb aquest encreuament entre el turisme i la religió i ofereix una discussió equilibrada entre casos teòrics i aplicats. Les publicacions d'Esteve, en canvi, estan més centrades en investigar la relació entre turisme i religió traçant-ne la línia evolutiva des dels seus orígens fins a la contemporaneïtat.

Pel que fa a les motivacions, aspecte que també es tracta en aquest primer apartat del marc teòric, s'han tingut en compte les teories de Vukonić (1996), Da Graça Mougá Poças Santos (2003) i Smith (1992). McGettigan (2003) ha estat la base per parlar de la

relació entre el turisme cultural i el turisme religiós, que en el treball ho hem denominat com a turisme cultural de temàtica religiosa.

Una vegada introduïts aquests temes més purament conceptuals, el següent apartat està dedicat a exposar aquells aspectes de la gestió patrimonial cultural (de temàtica religiosa) que s'han de tenir en consideració. Per realitzar l'apartat, s'han utilitzat diferents fonts: *Managing sacred sites* (2001), de Myra Shackley, ha estat la més consultada. Shackley proporciona una magnífica panoràmica de moltes de les qüestions de la gestió cultural i patrimonial que giren al voltant de la interacció entre l'experiència espiritual i el turisme, que han estat de gran utilitat. D'altra banda, també s'ha consultat l'obra de Querol (2010), que mitjançant un criteri pedagògic, exposa els seus coneixements sobre la gestió del patrimoni cultural, i un article acadèmic de Petrillo (2003), realitzat per la seva ponència a Fàtima, a l'*ATLAS – Special Interest Group 1st Expert Meeting sobre Religious Tourism and Pilgrimage*, on parla sobre la gestió d'esglésies i llocs religiosos. En menor mesura, per aquest apartat també s'ha utilitzat els textos d'Olsen (2006) i Aulet (2012).

Per desenvolupar l'apartat sobre interpretació del patrimoni ens hem basat, sobretot, en l'obra de Freeman Tilden (2006), qui va establir les bases per a l'estudi d'aquesta disciplina. També s'han consultat, però, Ballart & Juan (2008), Timothy & Boyd (2003) i Gianna Moscardo (1996), que introdueix un model per el disseny d'una interpretació efectiva com a element clau per assegurar la qualitat de l'experiència del turista als llocs patrimonials. Aquest capítol, conclou amb l'apartat *La posada en valor del patrimoni cultural (de temàtica religiosa)* pel qual destaquem, com a principal font d'informació, les Normes de Quito publicades per l'ICOMOS el 1967.

El darrer apartat del marc teòric l'hem dedicat a l'anàlisi i la comparació del model de gestió d'altres catedrals. S'han escollit tres catedrals catalanes –Girona, Lleida i Barcelona– i una catedral anglesa –Canterbury. Els motius de l'elecció és senzill: s'ha cregut adient estudiar els casos catalans per proximitat i semblança amb el nostre cas d'estudi, i el cas anglès s'ha escollit per conèixer una mica més un altre model de gestió patrimonial. Pel que fa a les fonts utilitzades per aquest apartat, s'han utilitzat, bàsicament, les pàgines web dels llocs religiosos, d'on s'ha pogut extreure la major part de la informació turística comentada.

Un cop revisada la literatura i analitzats els diferents temes que han permès conformar el rerefons teòric sobre el qual se sustenta el treball, podem procedir amb la

segona part (II PART), l'anàlisi de cas, on justament mirarem d'aplicar els aspectes de cada tema estudiat en el marc teòric. Aquesta segona part és la més pràctica, de manera que la metodologia ha seguit un curs diferent a la de la primera part, malgrat l'estudi i la consulta de bibliografia també ha estat necessària per a completar aquest capítol. Així doncs, el procés de raonament que hem emprat pel desenvolupament dels diferents apartats que conformen aquest capítol, com ja s'ha avançat més amunt, serà l'inductiu, i aplicarem diverses tècniques d'investigació, com ara la recerca bibliogràfica o l'observació, que es complementaran en cada apartat.

L'anàlisi de cas consisteix en conèixer la Catedral de Vic des de diferents perspectives –el context on es troba, la seva història, el seu entorn, la seva gestió turística– per tal de familiaritzar-nos amb el lloc religiós i, mitjançant el seu estudi, poder, finalment, formular propostes d'actuació de cara a millorar la seva gestió turística.

Per realitzar el primer apartat d'aquest capítol, *La catedral com a recurs cultural i turístic*, s'ha consultat l'interessant recopilació d'actes realitzats, l'any 2008, durant el Simposi Internacional "La Europa de las catedrales. Conservación y gestión" celebrat a Valladolid. Els diferents ponents que van intervenir-hi, van fer un repàs a importants exemples de catedrals europees, en quant a la seva conservació i gestió.

El següent apartat és el dedicat a la presentació de la Catedral de Vic a nivell contextual i històric. Per tant, aquí ha estat crucial utilitzar bibliografia pròpia de la disciplina de la Història de l'Art. L'any 1994 Edicions 62 va editar una excel·lent obra amb un bon estudi historiogràfic i amb una descripció acurada de les catedrals catalanes que ens ha estat molt útil. També hem consultat el capítol dedicat a la seu vigatana del tercer volum de *Catalunya romànica* editat per Enciclopèdia Catalana.

Pel que fa a l'apartat d'*Altres atractius turístics culturals de Vic*, on es descriu l'oferta turística cultural de la ciutat i es fa referència a alguns elements o productes, ens hem servit del portal turístic de la ciutat de Vic (www.victurisme.cat) i d'alguns materials proporcionats per l'Oficina de Turisme de la ciutat.

Després de presentar la Catedral i la ciutat, encetem un nou apartat on es determinarà quin és l'estat de la qüestió en què es troba el monument. És per poder desenvolupar aquesta secció que hem aplicat la tècnica d'investigació de l'observació. L'observació com a mètode consisteix, dit ràpidament, en la utilització dels sentits per obtenir dades de manera conscient, que ens proporcionin elements per a la nostra

investigació. Segons Saunders (*et. al.*), l'observació (estructurada) té la funció de dir com passen les coses, més que no pas el per què passen (Saunders, *et. al.*, 2009: 300). Per tant, en el nostre cas, aquest mètode ens servirà per comprovar com s'està duent a terme la gestió de la Catedral de Vic i per a quins motius se'ns ha encarregat un projecte de visita turística. S'han efectuat dues visites a la Catedral. L'una va fer-se abans d'iniciar la Màster Tesi i va ser una trobada amb els dos responsables del patrimoni cultural del Bisbat de Vic al mateix monument. A través de la conversa amb ells i la visita a la Catedral ja es van poder obtenir les primeres dades per desenvolupar el present treball. La segona visita es va realitzar quan el treball ja estava en curs, es va fer a títol personal i va servir per experimentar en primera persona la visita cultural dins la Catedral i, de passada, comprovar si tot allò observat en la primera visita es repetia.

És a partir d'aquestes dues visites i del coneixement exhaustiu del monument des d'una perspectiva historicoartística, que es podrà anar conformant l'estat de la qüestió del conjunt catedralici, en un nou apartat, per determinar com es gestiona i com s'ha de gestionar. Després de dibuixar l'estat de la qüestió és quan es començaran a proposar tot un seguit d'actuacions amb la finalitat d'articular una nova proposta de visita turística per la Catedral de Vic que posi en valor l'element.

I PART

3. MARC TEÒRIC

Amb el marc teòric el que es pretén és elaborar el context sobre el qual s'haurà de basar la proposta de visita turística de la Catedral de Vic. És a dir que es farà una aproximació a diferents temes que tenen una relació directa amb el tema central d'aquest treball.

Parlar de la proposta o del disseny d'una visita turística d'un edifici religiós, en aquest cas la Catedral de Vic, implica també haver de parlar i de tenir clar diversos aspectes que serviran per obtenir uns resultats més adequats i exitosos, més òptims. Així, la gestió turística del patrimoni cultural de temàtica religiosa pressuposa el coneixement d'un ventall extens de temes, com ara què és el turisme cultural i el turisme religiós, com es relacionen entre sí, o com s'ha de dur a terme la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa i quins aspectes cal tenir en consideració.

El primer pas, és clar, ha de ser fer un cop d'ull a dos dels conceptes cabdals –dos segments turístics– que servirà per posar en context tot plegat. Es tracta dels conceptes de turisme cultural i turisme religiós. Veurem, doncs, quines definicions se n'han fet i quines motivacions impliquen; en definitiva, coneixerem de què es tracta cadascun d'ells, però també s'establirà la interrelació entre ambdós definint, o acotant, un “nou” concepte que s'adequa més al nostre objecte d'estudi.

A continuació s'aborden altres temes crucials a tenir en compte per poder fer el pas de convertir un element del patrimoni cultural i religiós en un producte turístic, o el que és el mateix: convertir un recurs patrimonial religiós (la Catedral) en un recurs turístic cultural de temàtica religiosa. Per tant, des d'aquest punt de vista ens endinsarem en temes que giren entorn la gestió del patrimoni cultural o, per ser més precisos, la gestió de monuments i llocs sagrats. Primer de tot veurem a quins reptes s'ha d'enfrontar un gestor cultural a l'hora de realitzar la seva feina, a l'hora de planificar les diferents accions del procés de gestió.

I molt lligat amb aquests aspectes, s'exposaran dos temes més, en referència a la gestió, que ajudaran a acabar de conformar aquest marc teòric. L'un es tracta de la interpretació del patrimoni, un aspecte importantíssim si considerem que la conservació del patrimoni depèn, en gran mesura, de la seva relació amb el públic. I l'altre es tracta

de la posada en valor del patrimoni en el turisme, un tema que aglutina elements com ara les estratègies de comercialització i la promoció del recurs turístic, o aspectes més bàsics, però no per això menys rellevants, com ara donar a conèixer el patrimoni, conservar-lo o protegir-lo.

Finalment, es presenta una anàlisi comparativa del model de la gestió d'altres catedrals que, com s'ha dit anteriorment, pugin servir de pauta per a la nostra proposta. Analitzarem quatre catedrals diferents: la Catedral de Girona, la Seu Vella de Lleida, la Catedral de Barcelona i la catedral anglesa de Canterbury. En aquest apartat, doncs, veurem per què s'han escollit aquests exemples i ens fixarem en diversos aspectes per entendre el seu funcionament i allò que cadascun ofereixen com a producte turístic.

3.1. Entre el turisme cultural i el turisme religiós

Tradicionalment en el turisme sempre s'han diferenciat d'una forma molt clara les tipologies del sector, segons les motivacions dels propis turistes. Aquell turista que es mou, per exemple, pels seu interès per la naturalesa, estarà fent turisme de natura, o el que viatja per negocis, estarà fent turisme de negocis. De la mateixa manera, doncs, podem distingir entre el turisme de sol i platja, el rural, el d'aventura, l'actiu, el cultural o el religiós, entre molts altres.

Ara bé, també és cert que entre aquestes "categories" es poden establir relacions que en alguns casos podrien donar lloc a una nova tipologia. Establint, doncs, una relació entre el turisme cultural i el turisme religiós podem parlar d'un nou concepte que aglutina algunes de les motivacions que els mouen per separat. Es tracta del que podem denominar turisme cultural de temàtica religiosa, un concepte que intentarem explicar més endavant. Abans, però, és necessari fer un cop d'ull als altres dos conceptes que ens ocupen –turisme cultural i turisme religiós– per entendre d'on sorgeix tot plegat.

3.1.1. El turisme cultural

La cultura ha esdevingut un element que cada cop està agafant més volada i cada cop abraça més dimensions. La UNESCO va definir aquest terme a la Declaració de Mèxic de 1982, com allò que "es pot considerar com el conjunt dels trets distintius, espirituals i materials, intel·lectuals i afectius, que caracteritzen una societat o un grup social en un període determinat. Inclou, a més de les arts i les lletres, les formes de vida, els drets fonamentals de l'ésser humà, el sistema de valors, les tradicions i les creences" (Donaire, 2008). La cultura, però, no tant sols és allò que ens defineix com a societat, o l'element a través del qual ens expressem i creem, sinó que ha esdevingut també una forma d'educació, una eina pel desenvolupament econòmic i, com el patrimoni, un element essencial pel turisme (Richards, 2007).

Molts autors afirmen que el turisme cultural és considerat com un dels segments més creixents del sector turístic en els últims anys. Aquest fet ha estimulat que moltes regions i països del món apostin per a la promoció del turisme cultural com a eina de desenvolupament econòmic (Richards 2007). El mateix Richards, a més, afirma que

responsables polítics d'arreu d'Europa han estat i estan treballant per atraure turistes amb cert nivell i actitud culturals³ als seus països i regions. S'ha de tenir present una realitat que no es pot negar, per la qual el turisme, i el turisme cultural molt particularment, és una eina de desenvolupament molt útil, com dèiem, per a tantes regions. I és que el patrimoni és quelcom que cada país i regió del món té –ja sigui arquitectònic, artístic, natural, arqueològic, religiós, immaterial, etc.– i, per tant, és un element que es pot convertir fàcilment en reclam turístic.

En aquest apartat repassem, en primer lloc, algunes de les moltes definicions que s'han fet en referència al turisme cultural per part de diferents autors durant les últimes dues dècades, i en segon lloc, farem un cop d'ull al turista cultural per veure'n algunes tipologies segons les seves motivacions.

El concepte de turisme cultural ha anat evolucionant al llarg del temps, per tant, la manera d'entendre'l, així com les seves definicions, són vàries. Com apuntava Richards (2003), citant alhora a McKercher i Du Cros, "hi ha gairebé tantes definicions de turisme cultural com hi ha turistes culturals". I afirma també que cada definició de turisme cultural serà apropiada depenent de la perspectiva i els objectius de cadascú, de manera que, per començar, ja es pot deduir la complexitat que comporta definir aquest terme. Sigui com sigui, repassant algunes de les definicions podrem esbossar de què es tracta aquest concepte que tant té a veure amb el present treball.

El turisme cultural actualment és un component important del mercat turístic internacional que consisteix, segons defineix la World Tourism Organization (WTO), en els moviments de persones motivades per intencions culturals com ara els viatges d'estudi, les arts escèniques, els festivals, els esdeveniments culturals, les visites a llocs i monuments, així com els viatges de peregrinació. D'una manera més concreta, i agafant la definició de la WTO com a base, l'Associació ATLAS (Association for Tourism and Leisure Research) defineix el turisme cultural com "el moviment de persones cap a atraccions culturals lluny del seu lloc habitual de residència, amb la intenció de recopilar nova informació i experiències per tal de satisfer les seves necessitats culturals" (Richards, 2011). Així doncs, les activitats que es poden realitzar quan es fa turisme

³ S'entén que un turista adopta una actitud cultural quan mira "culturalment" un objecte, espai o element. La importància del concepte no rau en allò que es mira, sinó en la manera com es mira, en la capacitat de llegir, interpretar, entendre i desxifrar l'element. És el que alguns autors denominen turisme culte (Galí, Alcalde & Rojas, 2010).

cultural van des de la visita a un museu o una catedral, la degustació d'un plat típic de la cuina local o una passejada pel centre històric, fins a la visita a un poblat indígena Maya.

Referint-nos a les dades estadístiques, segons aquesta mateixa Associació, el turisme cultural significava, l'any 2003, un 37% del turisme global, i pronosticava un creixement del 15% anual (Richards, 2003). L'any 2009 però, segons la OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development), aquest segment del turisme ascendia fins al 40 % (Richards & Munsters, 2010). Pel que fa a Catalunya, és sabut el seu gran potencial turístic que atreia durant els últims anys abans de la crisi: uns 25 milions de turistes anuals, fet que situa a Catalunya com la primera destinació turística de l'Estat i una de les primeres destinacions mundials (Atles del turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics. Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa; <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/221.html#a2>).

Ara bé, dins el sector turístic de Catalunya, que l'any 2007 es calculava que suposava entre l'11 i el 12 % del PIB català (Informe del sector del turisme. 2026.CAT Estratègia per el Desenvolupament Sostenible de Catalunya. Generalitat de Catalunya; http://www.gencat.cat/mediamb/publicacions/Estudis/EDIS_sector_turisme.pdf), el turisme cultural experimenta un auge considerable, tenint en compte que aquelles destinacions més modestes, com ara els pobles d'interior petits, han trobat en la cultura i el patrimoni cultural una oportunitat per obrir-se al turisme.

Però aquest fet que mou tants turistes i que pot semblar tant modern, té, en realitat, els seus orígens uns quants segles enrere, en el que es coneix com el Grand Tour. El Grand Tour és un fenomen que va desenvolupar-se a Europa, sobretot durant el segle XVIII entre les joves elits, que consistia en emprendre un llarg viatge de formació cap a Itàlia. Els que s'aventuraven a realitzar aquest viatge, anaven en busca del llegat o l'herència cultural de l'antiguitat clàssica i el renaixement. La fascinació per les ruïnes que es trobaven arreu de la península itàlica, el record del passat i el testimoni viu del pas del temps eren els principals reclams que empenyien aquells viatgers desitjosos per aprendre.

Certament han estat moltes les disciplines que han abordat l'estudi d'aquest fenomen i els estudis turístics, evidentment, també hi ha trobat la seva perspectiva. Towner (1985) afirma que el Grand Tour és probablement el primer moviment extens de turistes. Va ser, per dir-ho així, una forma de turisme cultural *avant la lettre* que, com es veu, es relaciona clarament amb el turisme cultural d'avui.

L'ICOMOS defineix el turisme cultural des d'una perspectiva potser una mica més antropològica: és "l'activitat que permet a les persones experimentar diferents formes de vida d'altres persones, obtenint de primera mà el coneixement dels seus costums, tradicions, l'entorn físic, les idees intel·lectuals i aquells llocs d'interès arquitectònic, històric, arqueològic o amb altres significats culturals que es conserven de temps anteriors."

Per tant, pel que s'ha pogut veure en aquestes definicions, el turisme cultural s'ha de definir com un moviment que involucra les persones en l'exploració o l'experiència de les diverses formes de vida de l'altra gent, que reflecteix els costums socials, les tradicions religioses o les idees intel·lectuals del seu patrimoni cultural (ICOMOS, 1997).

El factor de l'experiència juga un paper fonamental en aquests segment del turisme, i des d'aquesta perspectiva Donaire (2008) proposa una teoria força interessant. Defineix el turisme cultural com "un aiguabarreig entre el turisme i la cultura [...], un àmbit en constant transformació", i continua dient que "en l'essència del turisme cultural podem trobar evidències de l'experiència cultural, com la transcendència, la mística [...] i també de l'experiència turística, com la curiositat, la transgressió". Dels sis significats que suggereixen els usos del turisme cultural que proposa Donaire, destaquem el darrer, el viatge extra-ordinari, que posa de relleu l'experiència turística com a ritual que trenca amb l'espai ordinari. És a dir que el turista trenca, durant el seu viatge, amb allò que li és quotidià i s'endinsa en una altra realitat que ha de percebre amb tots els sentits per comprendre-la, per construir una experiència dotada de càrrega simbòlica (Donaire, 2008).

En definitiva, cal entendre el turisme cultural més com un concepte que no pas com un conjunt de productes que conformen un mercat. Un concepte que es base en la recopilació d'experiència (o experiències) i que posa l'èmfasi en l'actitud que adopta el turista per l'aprenentatge i el coneixement cultural de la destinació per la seva pròpia satisfacció.

Arribats a aquest punt, i després de conèixer de què es tracta el turisme cultural a través de varies definicions, és adient fer-se un parell de qüestions sobre aquest turista cultural. Qui és? Quines motivacions el mouen? Si bé és cert, com s'ha pogut comprovar, que hi ha un cert consens en la definició de turisme cultural, quan es tracta de les motivacions culturals que mouen aquest tipus de turisme la cosa es complica. En primera instància, es pot afirmar que el turista cultural és aquella tipologia de visitant

motivats principalment pel consum de la cultura (Galí, Alcalde & Rojas, 2010); és a dir, que la cultura és el motiu fonamental pel qual emprenen un viatge.

Però més enllà d'aquesta primera definició, cal veure de quina manera, o per quin motiu, aquest turista entra en contacte amb la cultura. Així, alguns autors han establert una classificació del turista cultural segons el seu grau d'interès per la cultura, o dit d'una altra manera, segons si contacta amb la cultura d'una forma accidental o més volguda. És una classificació que, si més no, ajuda a copsar l'abast d'aquest fenomen. Donaire (2008) distingeix entre els turistes culturals veritables o autèntics, que són aquells que es desplacen a una destinació per entrar en contacte amb el patrimoni, i els turistes culturals accidentals o "falsos", els quals no tenen com a motivació principal l'accés a la cultura.

Per la seva banda, i també en base al grau de motivació cultural dels turistes, Ashworth i Turnbridge (1990) distingeixen entre el turista cultural d'intenció i el turista cultural accidental, i Richards (2003) ho fa entre els turistes culturals generals i els específics. Però la teoria més acceptada –com ja apuntaven Donaire (2008) i Galí, Alcalde & Rojas (2010)– és la de Silberberg (1995), qui fa una distinció del tipus de turista cultural en quatre grups: els accidentals, els adjacents, els parcialment motivats i els altament motivats. Essencialment, però, aquesta teoria engloba els turistes culturals en dues tipologies: l'accidental i la motivacional; és a dir el que considera la cultura com a un complement o un element secundari, i el que consumeix la cultura com a motivació principal.

Val la pena, però, apuntar breument encara una altra teoria. Bywater (1993) identifica la segmentació del mercat del turisme cultural en tres tipologies: el turista culturalment motivat, el turista culturalment inspirat i el turista culturalment atret (citats a McGettigan, 2003). Dit ràpidament, la primera tipologia es caracteritza per seleccionar la destinació segons els seus equipaments culturals i, per tant, són turistes altament motivats per aprendre. La segona categoria comprèn aquells turistes que visiten llocs culturals molt coneguts, els "consumidors de cultura", formant part de les grans masses turístiques. I la tercera categoria engloba aquells turistes que, tot i no programar els viatges segons els equipaments culturals, veuen l'oportunitat de visitar una ciutat o un lloc històric com una activitat més del seu programa de vacances.

Per tant, i per concloure aquest apartat després d'haver analitzat aquest concepte, podem dir que el turisme cultural és el moviment de persones cap a una destinació

motivats culturalment. Ara bé, hem vist també que aquesta motivació cultural té diferents gradacions, de manera que una persona pot fer turisme cultural, per dir-ho així, intencionadament –és a dir, pel seu afany per conèixer i aprendre– o com a conseqüència de les circumstàncies del seu viatge –és a dir, perquè s’hi veu conduït a través de les polítiques de gestió de visitants, o perquè s’hi troba “accidentalment”.

3.1.2. El turisme religiós

Com en l’apartat anterior, en aquest punt abordarem el turisme religiós des de les diferents definicions que n’han fet alguns autors per tal de poder veure l’evolució del concepte i entendre de què es tracta aquesta tipologia turística.

Si el turisme cultural, com hem acordat damunt d’aquestes línies, és el moviment de persones motivades per la cultura, és fàcil endevinar que el turisme religiós mou les persones que tenen com a motivació principal la fe. De fet, és el que tradicionalment s’ha denominat com a pelegrinatge –és a dir, els desplaçaments (a peu) de persones cap a llocs sagrats– entès com a un ritual pel desenvolupament personal i individual, tant físicament com espiritualment (Carnegie, 2003). Timothy & Olsen (2006;a) apunten que, tradicionalment i històricament, el pelegrinatge ha estat definit com a un viatge físic en busca de la veritat, en busca d’allò sagrat o sant (citant Vukonić 1996).

El concepte de turisme religiós, com l’entendem avui en dia, és relativament modern i sovint s’utilitza indistintament per determinar diverses maneres de desplaçament que tinguin una motivació religiosa i, per tant, engloba qualsevol aspecte relacionat amb viatjar i religió. Vegem, però, quins són els seus orígens. Segurament no fa falta recordar que el turisme religiós no és un fenomen nou. Timothy & Olsen (2006;a) ja apuntaven, citant a Smith (1992), que la religió ha estat des de fa molt temps un motiu integral per emprendre viatges i que es considera, generalment, la forma més antiga de viatjar per motius no econòmics. Des de fa milers d’anys, els desplaçaments per devoció religiosa han estat presents arreu, sense importar la creença, l’estatus social o la condició humana (Millán, Morales & Pérez, 2010). Al llarg del temps, el viatge religiós ha experimentat moltíssimes vicissituds i adaptacions a les circumstàncies de temps i de lloc, tot i que, en essència, continua essent el mateix (Esteve, 2002).

Hem de recular molts segles per veure'n alguns exemples. Podem situar-nos a l'antiga Grècia, on la religió movia molta gent a pelegrinar cap als oracles, com el de Delfos, on s'hi buscava resposta a tota classe de problemes o preocupacions i les prediccions del déu Apol·lo. O podem avançar en el temps fins a l'època medieval, on els individus també viatjaven per motius religiosos, en els seus pelegrinatges per aconseguir indulgències, en busca del perdó dels seus pecats, de la purificació de l'ànima o de l'acotament a la divinitat, i en les croades que emprenien els militars cap a Terra Santa per defensar les seves creences religioses i per alliberar-la dels musulmans. Així, podem considerar el pelegrinatge com l'origen del turisme religiós: "una passejada que, orientada cap al diví, cap a l'espai sagrat i el temps perdut, es converteix en un viatge de turisme religiós, en què les persones deixen el seu lloc de residència habitual per una raó que no és la necessitat bàsica de subsistència" (Esteve, 2003).

Posarem un exemple per il·lustrar aquest fet. Un cas paradigmàtic del pelegrinatge que té origen a la baixa edat mitjana –amb orígens que es remunten ben bé fins al segle IX i amb l'assoliment del seu punt àlgid entre els segles XII i XIV– i que encara avui perdura és el Camí de Sant Jaume. La Catedral de Santiago de Compostela va esdevenir, en l'època, un dels tres centres de peregrinació més importants del cristianisme –els altres dos eren Roma i Jerusalem– on hi conduïen diversos camins procedents de diferents llocs d'Europa. Aquest camí no tant sols va ser creat per qüestions polítiques i religioses, sinó també per la necessitat d'organitzar una gran infraestructura al voltant del pelegrinatge: camins, calçades, ponts, hospitals, hostals, allotjaments, etc. (Esteve, 2003). A més, un gran nombre d'edificis religiosos van ser bastits també al llarg dels camins que conduïen a la capital gallega. Aquesta ruta, per tant, va esdevenir un element de canvi tant econòmic com social.

El Camí de Sant Jaume va experimentar una davallada a partir del segle XVI aproximadament, però des de fa alguna dècada el fenomen està revifant. L'any 2013 es va comptabilitzar que van realitzar el Camí de Sant Jaume gairebé 216.000 pelegrins (Oficina d'acollida al pelegrí de Santiago de Compostela, <http://www.peregrinosantiago.es/esp/wp-content/uploads/informes/peregrinaciones2013.pdf>).

Amb el temps, però, hem d'anar sumant altres aspectes i hem d'anar afegint motivacions que transformen el pelegrinatge fins al que avui en dia entenem per turisme religiós. Això si, sense que el pelegrinatge deixi de ser una manera de viatjar per sí sola que, com hem comprovat, encara avui mou moltes persones. Com dèiem, turisme

religiós és un concepte relativament modern que té moltes acceptacions més enllà de l'estricta definició que considera la religió com a motivació principal. Hi ha, per exemple, qui parla de turisme espiritual o fins i tot qui visita elements religiosos sense cap motivació religiosa. A partir d'ara, doncs, en veurem els matisos.

Podem definir el turisme religiós com el moviment de persones cap a un lloc religiós i que, per tant, tenen com a motivació principal la religió, malgrat s'hi puguin combinar altres interessos. Segons un informe sobre turisme religiós presentat per la Federations of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI) l'abril del 2012, el turisme religiós pot definir-se com els viatges amb el motiu central d'experimentar formes religioses, o els productes que indueixen, com l'art, la cultura, les tradicions i l'arquitectura (Diverse Beliefs: Tourism of Faith. Religious tourism gains ground; <http://www.ficci.com/spdocument/20207/Diverse-Beliefs-Tourism-of-Faith.pdf>).

Per tant, aquest és un concepte que va molt més enllà de la religió i més enllà del pelegrinatge. Visitar el Duomo de Florència, la Catedral de Colònia o les esglésies romàniques del Pirineu català no es considera pelegrinatge i de ben segur que ho visiten persones que no són religioses però, malgrat tot, és clar que es tracta de turisme religiós (amb un clar component cultural). Així, aquest segment turístic ha de considerar-se com un viatge turístic (amb diferents motivacions) on l'element religiós constitueix un dels objectius principals (Ostrowsky, 2002). Ostrowsky, citant a Jackowski, afegeix, a més, que diferentment al pelegrinatge, en el turisme religiós el lloc sagrat es visita durant el viatge però es concep com a destí final, i que encara que es participi en la devoció i en els actes de culte, quan es visita un santuari o església, els turistes prioritzen les visites als objectes que pertanyen a la cultura religiosa, caracteritzats també per un significat humà. Aquesta idea del turisme religiós diferenciat del pelegrinatge va aflorar a Europa en els anys de la postguerra: va sorgir un sistema complex de turisme religiós que inclou els santuaris de pelegrinatge, altres llocs religiosos de valor històric o artístic, i festivitats o esdeveniments religiosos (Da Graça Mouga Poças Santos, 2003; citant Nolan & Nolan, 1992).

Des d'una perspectiva amb menys connotacions religioses podem referir-nos també al que alguns autors denominen com a turisme espiritual, que en essència és bastant similar al turisme religiós, però presenta alguns matisos. Norman (2011) es refereix al turisme espiritual com a aquell turisme caracteritzat per una recerca intencionada del benefici espiritual que coincideix amb pràctiques religioses. Per tant, en aquest cas es

posa èmfasi en aspectes no tant religiosos i més relacionats amb la reflexió, la pau interior, la comprensió d'un mateix. El turisme espiritual implica un projecte individual on el turista viatja a destinacions on pot participar en pràctiques religioses sense necessitat de ser creient (Norman, 2011). En qualsevol cas, però, amb aquesta definició s'intueix una estreta relació entre el turisme religiós i l'espiritual.

Fem un cop d'ull a les dades turístiques d'aquest segment per veure quina dimensió agafa tot plegat. Segons la UNTWO, s'estima que entre 300 i 330 milions de turistes visiten els llocs religiosos clau del món⁴, amb aproximadament 600 milions de viatges religiosos nacionals i internacionals al món, un 40% dels quals tenen lloc a Europa (World Tourism Organisation; <http://media.unwto.org/press-release/2014-12-10/tourism-can-protect-and-promote-religious-heritage>). En el primer Congrés Mundial de Turisme Religiós es va estimar que aquest segment significava un 20% del mercat turístic global. A Catalunya, els centres religiosos més visitats conformen dues icones turístiques del país, el Monestir de Montserrat i la Basílica de la Sagrada Família de Barcelona, amb un total de 2'4 milions i gairebé 3'3 milions de visites, respectivament, durant l'any 2014.

Com en totes les tipologies del turisme, i com s'ha vist també en l'apartat sobre turisme cultural, en el turisme religiós les motivacions del turista són molt importants i són les que permeten que el tema pugui entendre's des de diferents perspectives. És clar que els turistes que es mouen per interessos religiosos estan inclosos en aquesta tipologia però, quines altres motivacions porten els turistes cap al llocs sagrats de tot el món? Quins interessos tenen a part del religiós? Vukonić (1996) afirma que "és indubtable que els viatges turístics determinats tant sols per un motiu són molt rars [...]. Independentment dels motius que prevalen avui en la demanda turística, que poden denominar els viatges de plaer, no se'n poden obviar d'altres, no menys importants, que sense dubte inclouen el component espiritual, sacre o religiós". Des d'aquest punt de vista, el mateix autor estableix que el turista religiós es mou segons la intensitat i el grau de la seva creença religiosa però, a més, cal tenir en compte que el turista religiós pot participar també en algun altre segment de la demanda turística, on la religió no sigui la principal o una important motivació (Vukonić, 1996).

⁴ Segons la revista Forbes, en una publicació de 2013, els 5 llocs religiosos més visitats a nivell mundial van ser, en aquest ordre, la Basílica de la Verge de Guadalupe (Ciutat de Mèxic, Mèxic), el Vaticà i la Basílica de Sant Pere (Roma, Itàlia), Jerusalem (Israel), Santiago de Compostela (Galícia, Espanya) i el Santuari de Fàtima (Portugal). L'ordre d'aquesta llista és una tendència que s'està mantenint durant els últims anys.

Segons Da Graça Mouga Poças Santos (2003), cada persona es pot classificar com a pelegrí o com a turista d'acord amb unes coordenades específiques de lloc i temps i dels seus propòsits. Proposa, doncs (citant a Smith, 1992), una interessant teoria que estableix una gradació entre el turisme i el pelegrinatge a partir de diferents motivacions que van des d'allò sacre a allò profà o secular (Figura 1). Per tant, segons Da Graça Mouga Poças Santos (2003) i Smith (1992), el turisme religiós és el resultat de la convergència entre els motius de fe religiosa i els de caràcter més profà, és a dir, entre el pelegrí devot que realitza el viatge sobretot per motius religiosos, i el turista purament profà que es troba completament descontextualitzat en relació al valor religiós del lloc que visita.

PELEGRINATGE		TURISME RELIGIÓS		TURISME
pelegrí devot	pelegrí>turista	pelegrí=turista	pelegrí<turista	turista laic
sagrat		fe / coneixement profà (basat en)		laic

Figura 1. Relació entre turisme i pelegrinatge segons les motivacions.

Font: Smith, 1992: 4.

És entremig d'aquest rang on se situa el turisme religiós, que comprèn persones que es poden considerar pelegrins i turistes per igual, persones que es consideren més pelegrins que turistes, i al revés, persones que es consideren més turistes que pelegrins. Els matisos d'aquesta construcció cultural depenen de les creences i del coneixement (Smith, 1992) i, de nou, es diferencia clarament el concepte de turisme religiós –on la motivació religiosa es combina amb altres– del de pelegrinatge, entès com un moviment motivat estrictament per la religió, per la devoció.

En aquesta mateixa línia, Lefevre (1980) engloba en el turisme religiós tant devots com seculars. Descriu el turisme religiós com “un sistema que abraça un rang de llocs sagrats, des de la catedral més gran a la capella més petita, les instal·lacions de serveis associades i un espectre de visitants des dels devots als seculars” (citat a Fernandes, McGettigan & Edwards, 2003: 5).

Els motius religiosos són un concepte complex amb més d'un significat, i presenta diferents nivells d'intensitat depenent de les creences individuals i el context social (Blackwell, 2007). Segons Blackwell (2007) la religió ha estat, i és, un motiu principal per emprendre viatges cap a llocs sagrats i cap a esdeveniments i festivals religiosos.

Així, aquest autor distingeix els visitants a llocs sagrats segons si són pelegrins visitant llocs sagrats que tenen un significat per a ells, turistes religiosos, turistes seculars, pelegrins visitant llocs sagrats que no tenen un significat religiós per a ells, i els participants en esdeveniments i festivals religiosos.

Per concloure, podem acordar –després d’haver analitzat el concepte de turisme religiós des de la seva evolució, definicions i tipologies de turistes religiosos– que el turisme religiós és, com s’ha dit al començament d’aquest apartat, el moviment de persones que tenen com a motivació principal la fe. Però també hem vist que va més enllà, que darrera d’aquest concepte que a primer cop d’ull pot semblar evident, s’hi amaga un ventall de possibilitats molt relacionades, d’altra banda, amb la vessant cultural. Les possibilitats del turisme religiós, doncs, engloben turistes que viatgen estrictament empesos per la seva creença religiosa fins a turistes que visiten elements que conformen el patrimoni religiós d’una destinació sense que mostrin cap interès que no s’entengui des del punt de vista cultural o del coneixement. Es defuig, per tant, del significat estricte que té el pelegrinatge, que resulta ser l’origen del turisme religiós però que ha experimentat una evolució que ha portat aquest fenomen a encabir diferents tipus de turistes amb altres motivacions a part del fet sagrat o religiós.

3.1.3. El turisme cultural de temàtica religiosa

El patrimoni religiós és un element que posseeixen totes les destinacions del món; cada país o regió ofereix algun lloc relacionat amb la religió d’aquell indret que, a més, es pot explotar turísticament. A més a més, aquest patrimoni religiós és part de la vessant cultural dels països o regions i, per tant, l’hem d’entendre com un element directament relacionat, o molt lligat, al patrimoni cultural. No podem obviar, doncs, que la religió forma part de la cultura, o més ben dit, que la religió és cultura. La religió és quelcom que defineix, a banda d’altres elements, la cultura d’un lloc i n’identifica cada societat.

És des d’aquest punt de vista que podem establir una relació entre el turisme religiós i el turisme cultural. Però això no vol dir que estiguem posant una tipologia dins de l’altra. Com s’ha avançat en l’anterior apartat, un turista pot visitar una església o una catedral per motius de fe (turista religiós), però també pot visitar-ho i mostrar un interès per aquell element que no sigui el religiós, sinó que l’interès pot venir donat per

l'art, per l'arquitectura, per la història (turista cultural). En definitiva, que mostri més interès pels aspectes culturals que pels religiosos.

De fet, igualment que les autoritats eclesiàstiques convenen a parlar de turisme religiós i a involucrar-se en aquest món, els llocs religiosos també s'han avingut a sumar-se al turisme cultural per obrir, d'alguna manera, els seus horitzons i donar cabuda a altres formes de relacionar-se amb la societat a part de la religió. McGettigan (2003) afirma que el consum de turisme i de cultura cada cop augmenta més i hi ha una necessitat per part de cada categoria d'atractiu turístic, ja siguin museus o edificis religiosos, d'adoptar altres enfocaments més creatius i professionals de cara al mercat del turisme cultural.

Així, un turista (cultural) pot estar assistint a una festivitat o participant en un esdeveniment de caire o de tradició religiosa sense que hi tingui necessàriament una vinculació de fe. La motivació del turista en aquest cas, per tant, s'ha d'entendre com a aprenentatge, com a coneixement i com a mostra d'interès per la cultura de la destinació que visita –deixant de banda, és clar, la voluntat recreacional, tot i que aleshores ja no estaríem parlant estrictament de turisme cultural. I de la mateixa manera, independentment de si el turista és creient o no, pot visitar un museu on hi ha quadres de temàtica religiosa o elements litúrgics, admirar una catedral per la seva construcció arquitectònica, o recórrer el Camí de Sant Jaume per viure l'experiència.

Per tant, aquesta relació tant estreta que s'estableix entre el turisme cultural i el turisme religiós ens porta a poder parlar d'un "nou" concepte que unifica aquests dos segments turístics i que, de ben segur, defineix el cas d'estudi del present treball. Creiem que és encertat establir una nova denominació perquè no es caigui en l'error de considerar que una tipologia està subordinada a l'altra. Ens referim al que podem identificar, com alguns autors ja han fet, com a turisme cultural de temàtica religiosa. Volozinskis (1991) ja considerava més adequada aquesta denominació (citada a Aulet, 2012:162) i McGettigan (2003) advertia que, generalment, els elements religiosos solen estar classificats segons el seu valor artístic o arquitectònic, més que no pas pel seu valor religiós i que, per aquesta raó, els llocs sagrats han estat "adherits" en l'àmbit cultural i etiquetats, per tant, com a "turisme cultural".

Potser en allò en què difereix més el turisme religiós del turisme cultural és en les motivacions. Les que mouen el turisme religiós, com hem vist, són clares, perquè involucren necessàriament un espai o lloc religiós i un rerefons religiós també per part

del turista, element que no pertany gairebé a cap altre tipologia turística. McGettigan (2003) estableix una relació entre ambdues tipologies turístiques (Figura 2) a través de, com diu, una enorme gamma de recursos religiosos que s'utilitzen en la producció del turisme cultural. Hi afegeix, a més, el turisme espiritual, que podríem dir que queda a mig camí entre l'un i l'altre –entre el fet cultural i el fet religiós– ja que es basa en una satisfacció mental/intel·lectual del propi turista.

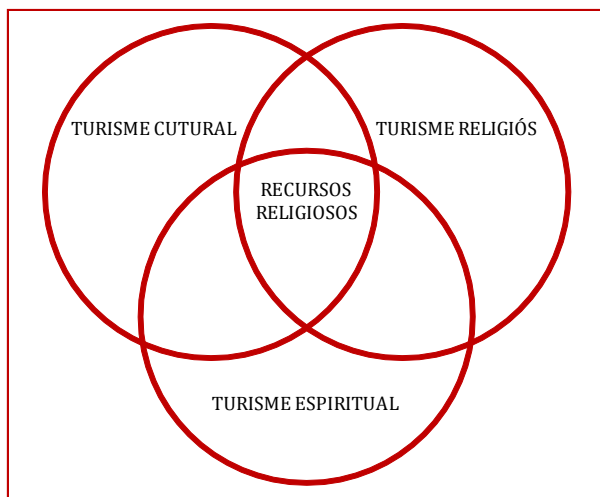


Figura 2. Relació entre turisme cultural, el turisme religiós i el turisme espiritual, basada en els recursos religiosos.

Font: McGettigan, 2003: 21.

Així doncs, el turisme cultural de temàtica religiosa és un fenomen social i cultural, a més d'econòmic, que ve determinat pel desplaçament de persones cap a llocs (que no són el seu lloc habitual de residència) o espais que tenen alguna relació amb el fet religiós, per una varietat de motivacions que no han d'incloure necessàriament la religiosa, amb l'objectiu d'acumular un seguit d'experiències, aprenentatge i coneixements sobre allò que es visita. Es tracta, bàsicament, de l'acostament i el coneixement, per part del turista, al llegat cultural religiós (arquitectura, art, museus, música, història, llegendes, tradicions, celebracions i esdeveniments populars, etc.) de la destinació.

Per tant, és el que es podria considerar com una variant dins el mateix turisme cultural, on el visitant busca endinsar-se en els usos i costums de la destinació que visita per tal d'adquirir coneixements i créixer personalment i espiritualment. L'especificitat es presenta en el fet que els elements o recursos culturals que busca el turista es troben en l'àmbit religiós.

3.2. La gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa

En aquest capítol parlarem d'alguns dels aspectes que fan referència a la gestió de llocs sagrats, tal com ho denomina Myra Shackley (2001), tot i que per ser més precisos, pel que fa al present treball, potser és més apropiat parlar de gestió del patrimoni cultural. I encara ho acotem més si ens referim a la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa. Sigui com sigui, el que intentarem a partir d'ara és traçar les línies d'aquells elements que cal conèixer i tenir presents a l'hora de gestionar un element patrimonial com és la Catedral de Vic. Així, al final, podrem respondre a la pregunta d'investigació que ens formulàvem al principi (com s'ha de gestionar i quins elements s'han de tenir en compte a l'hora de gestionar un monument patrimonial cultural-religiós per oferir un bon producte turístic?).

Què és la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa? Estrictament, el concepte de gestió implica haver de portar a terme una sèrie d'actuacions per aconseguir un propòsit concret. En el cas de la gestió cultural de temàtica religiosa, doncs, podem establir que es tracta del conjunt d'activitats destinades a la protecció, la conservació i la difusió dels béns del patrimoni cultural per tal que puguin exercir una funció social i puguin ser transmèsos a les generacions futures (Querol, 2010: 51)⁵. A més, aquests objectius s'han de complir tant si la gestió de l'element patrimonial en qüestió la realitza l'administració pública o com si ho fan entitats privades.

Abans d'aprofundir en aspectes més complexos sobre la gestió, veurem breument quins són els mecanismes que permeten la pràctica d'aquestes actuacions, els quals ens ajudaran a entendre més el concepte. Querol (2010) parla de quatre accions principals: conèixer, planificar, controlar i difondre. Conèixer és l'acció que pot semblar més òbvia, però és importantíssima perquè és primordial tenir, per el disseny de qualsevol política de gestió, un coneixement d'allò que es posseeix, del seu estat, de les seves característiques.

La planificació és la mesura més apropiada per afrontar futures problemàtiques i evitar intervencions innecessàries. És a dir: planificar és l'acció destinada a programar el que es farà en un futur amb aquell bé cultural que es gestiona i normalment es porten a terme en forma de projectes destinats, sobretot, a la posada en valor de l'element. Aquest és el nostre cas, ja que la proposta de visita turística de la Catedral de Sant Pere

⁵ Querol utilitza aquestes paraules per a definir la gestió del patrimoni cultural. Així doncs, considerem aquesta definició com a vàlida també per a definir la gestió cultural de temàtica religiosa.

de Vic s'ha encarregat pensant justament en la posada en valor, o valoritzar, més l'edifici religiós.

L'acció de controlar està enfocada en treballar perquè les lleis que emparen el patrimoni cultural en general, i el patrimoni cultural de temàtica religiosa en particular, es compleixin. Però també ens podem referir a l'acció de controlar quan es tracta de desenvolupar mesures que operin quant a gestió o control de públics, per exemple. I pel que fa a la difusió, aquesta és l'acció que d'alguna manera dóna sentit a totes les anteriors. Cal donar a conèixer tots els aspectes de la gestió que s'han dut a terme en un element patrimonial i mostrar-ne els seus resultats. La difusió es pot realitzar de diverses maneres, com ara facilitar la visita al públic i fomentar el seu coneixement mitjançant la realització d'activitats o la seva presència en mitjans de comunicació, entre altres. Però farem referència a aquest aspecte més detingudament en els propers apartats.

Després d'haver vist què és i quins passos s'han de seguir en la gestió del patrimoni cultural en general, veiem ara en quin context ens podem trobar. En algunes destinacions turístiques –joves o gens massificades– crear serveis i productes pot resultar relativament fàcil perquè hi ha una predisposició per fixar-se en el model i l'experiència d'altres destinacions més madures, les quals han de buscar noves fites i innovar per diversificar la seva oferta i seguir atraient el turisme (Abril, Azpelicueta & Sánchez, 2014).

Ara bé, per crear aquests serveis i productes cal que existeixin uns recursos, dels quals cal saber-ne identificar el potencial i gestionar-los per convertir-los en producte cultural (històric, artístic, religiós...) turístic. Per tant, cal saber com s'ha de fer aquest procés i com fer-lo correctament, per tal que la gestió resulti satisfactòria pel turista, però, en el cas dels edificis religiosos com ara una catedral, també sigui respectuosa pels usuaris (pelegrins/oradors). Hem de tenir molt present que en el turisme cultural de temàtica religiosa el que estem gestionant són llocs "sagrats" com a atraccions turístiques i hi ha molts factors que no es poden oblidar, tant des de la perspectiva religiosa o funcional, com ara la naturalesa del producte –un edifici religiós pensat per a la celebració del culte– com des de la perspectiva turística, com ara la manera en què es ven el producte als visitants, la naturalesa de l'experiència del visitant, o els enllaços entre el lloc sagrat i els proveïdors de serveis (Shackley, 2001).

Tot seguit, en els següents subapartats, veurem diversos aspectes que hem de tenir en consideració; els reptes que se'ns presenten en la gestió turística del patrimoni

cultural de temàtica religiosa, i aspectes sobre la interpretació i la posada en valor d'aquest patrimoni.

3.2.1. Els reptes de la gestió

Parlar de la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa, tant si es tracta de llocs visitats anualment per alguns milions de persones, com és el cas de Notre Dame de París, per exemple –que rep al voltant de dotze milions de visites l'any, fet que l'ha convertit en l'atracció turística més popular d'Europa (Shackley, 2001)– com si es tracta d'una catedral més modesta que amb prou feines arriba a uns quants milers de visites, significa haver d'encarar diversos reptes.

Potser el repte més important, que cal tractar en preferència quan s'inicia la gestió d'un edifici religiós, és procurar que la convivència entre els diferents tipus de públic que pot haver-hi sigui el màxim de satisfactòria; és a dir, que es garanteixi el culte i es faci respectar la seva autenticitat (Aulet, 2012), assegurant mantenir el sentit o l'essència del lloc (Shackley, 2001), alhora que es satisfan les necessitats del turista. Dallen Timothy afirma que, des d'una perspectiva de gestió, els llocs religiosos són d'alguna manera diferents a les altres atraccions turístiques perquè és un dels pocs llocs patrimonials on els fidels es barregen amb els turistes, i això pot ocasionar problemes (Timothy, 2011: 395-396).

Els edificis religiosos, ja sigui una catedral, un monestir, una ermita, una església, un santuari, són vistos com a elements diferents per la gent local i pels visitants. Els locals han conviscut sempre amb l'edifici religiós, forma part de la seva cultura, de la seva quotidianitat, i per tant tendeixen a veure l'església o catedral com a llocs de culte o devoció. Pels fidels, han de ser llocs testimonials d'un sistema de valors, així com un lloc d'encontre amb la divinitat i un element interessant (Shackley, 2001:1). En canvi, els visitants o turistes tenen una visió que difereix d'aquesta: hi ha una tendència a no percebre l'edifici com a un lloc sagrat, sinó com a un recurs turístic més. Pel turista aquests llocs (llocs sagrats) han de ser o contenir grans obres d'art, i poden ser visitats per la seva arquitectura, pel seu entorn, la seva atmosfera, o simplement com a part d'un gran dia (Shackley, 2001:1).

Tot plegat, en ocasions, genera unes tensions internes que cal gestionar. Segons Shackley, la percepció del sagrat és fonamental per la idea de l'espai sagrat ja que només ho és (espai sagrat) per aquells qui coneixen les seves característiques (Shackley, 2001: 13). Una persona que desconeixi o que no mostri interès per les característiques i la naturalesa del lloc sagrat que visita, només l'estarà visitant com a una atracció turística cultural i no com a un centre religiós. És justament per això que s'ha de tenir molt clar quins són els possibles usos d'un element patrimonial cultural de temàtica religiosa a l'hora de convertir-lo en producte turístic. En relació a aquest aspecte de convivència entre diferents públics dins els espais religiosos, Daniel H. Olsen –citant a Bremer, 2001– parla d'una “dualitat de lloc” que ve derivada de la “turistificació” dels llocs religiosos, on convergeixen l'espai religiós/sagrat i l'espai turístic/secular, de manera que sorgeixen qüestions entorn el manteniment, la interpretació i el significat del lloc (Olsen, 2006).

Però, de fet, el cert és que quan es gestiona un element d'aquestes característiques s'ha de procurar garantir les funcions d'ús, tant de l'espai religiós com de l'espai secular. Clara S. Petrillo, diu, a més, que cal fer-ho procurant també satisfer les necessitats dels visitants que visiten aquests llocs empesos, cada cop més, per satisfer diferents necessitats; per exemple, per una voluntat d'assolir un enriquiment cultural i espiritual, i cercar certs valors com ara l'autenticitat (Petrillo, 2003). Així, Petrillo identifica diverses activitats que aporten valor afegit al recurs cultural religiós (pertanyent a l'Església) i dues funcions d'ús diferents (Figura 3).

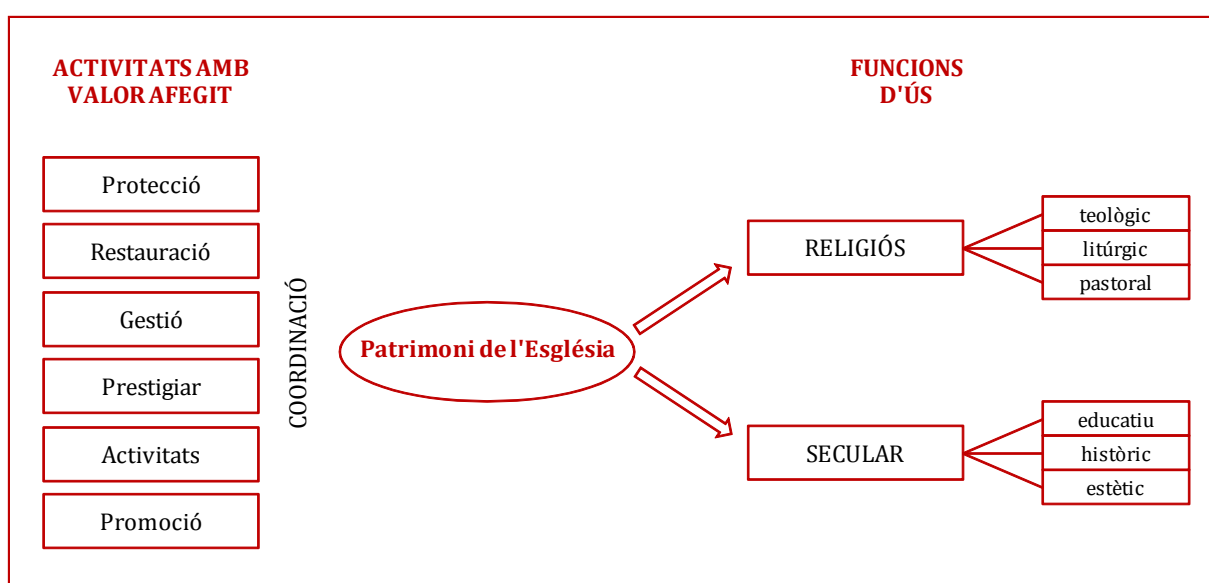


Figura 3. Activitats amb valor afegit i funcions d'ús d'un actiu cultural religiós.

Font: Petrillo, 2003: 77.

Mitjançant la gestió i la coordinació dels espais sagrats, doncs, s'aconsegueix respectar les funcions d'ús religioses –que inclou aquells usos més vinculats amb el culte: ús teològic, litúrgic i pastoral– i les funcions d'ús seculars –que comprèn els usos més relacionats amb els valors culturals: ús educatiu, històric i estètic.

Per tant, podem afirmar que la gestió d'un element patrimonial cultural de temàtica religiosa s'ha de realitzar en funció dels diferents tipus de públic que rep (religiós/secular) i segons les diferents motivacions que l'han portat fins allà (religió, art, història, cultura, turisme, entreteniment, curiositat, etc.). Aquest aspecte de les motivacions, o les expectatives, del visitant és crucial, ja que no només esperen assolir alguna fita a nivell personal, sinó que també esperen disposar d'una gamma de serveis que va des de una bona gestió, fins a una correcta informació, accessibilitat, o equipaments pel visitant (Shackley, 2001: 11). Però com es tradueix tot això en la pràctica?

Els recursos turístics culturals de temàtica religiosa són atraccions turístiques culturals, però també són, en primera instància, centres religiosos i cal gestionar-los respectant aquesta dualitat de funcions. A l'hora de gestionar una catedral, com en el nostre cas d'estudi, haurem de fer-ho tenint en compte un seguit d'aspectes. D'una banda, la gestió del recurs com a centre religiós s'haurà de dur a terme d'acord amb els principis religiosos, oferint serveis específics i garantint als fidels que puguin desenvolupar les seves pràctiques religioses habituals (Aulet, 2012: 176). Per tant, la gestió s'ha de realitzar tenint sempre present que és un lloc on s'hi celebren activitats religioses com ara misses, pregàries o altres celebracions i cal garantir que no s'alterin aquestes activitats. De la mateixa manera és primordial que l'activitat dels fidels no es vegi interrompuda o “molestada” per l'activitat dels visitants o turistes.

En la majoria de llocs religiosos turístics, els visitants “no fidels”, podríem dir-ne, superen en nombre els visitants religiosos i això, en ocasions, és sinònim de conflictes. Si temps enrere entrar en una catedral requeria un cert recolliment i silenci, avui en dia molts visitants no estan al cas dels principis o les normes religiosos i no s'adonen que parlar alt, portar les espatlles descobertes, o fer fotografies, per exemple, pot destorbar l'activitat dels fidels i desvirtuar el sentit del lloc. Caldrà veure, doncs, com farem més endavant, quins mecanismes cal impulsar per evitar aquestes tensions.

D'altra banda, la gestió del recurs com a atracció turística cultural també requereix d'uns elements específics, sobretot aquells que tenen a veure amb la gestió cultural i de

monuments (Aulet, 2012: 176). Així doncs, en aquest aspecte caldrà pensar en aquells aspectes que van directament dirigits als visitants i turistes, com ara els horaris d'obertura, els serveis d'informació, els continguts que s'expliquen, els serveis d'interpretació, la comercialització, el control de fluxos, els serveis complementaris, etc.

Per tant, veiem que la gestió dels recursos turístics culturals de temàtica religiosa involucra aquells aspectes propis d'un element religiós –fet que no hem de deixar mai de banda perquè la majoria dels centre religiosos, si no tots, estan en actiu i segueixen desenvolupant pràctiques i celebracions religioses dirigides als fidels– i aquells aspectes propis d'una atracció turística. Es gestiona, doncs, des de dues perspectives ben diferents però que, en aquests casos, no es poden deslligar l'una de l'altra. En definitiva, part del repte de gestionar el públic als llocs sagrats radica en les dificultats associades amb la interacció entre allò sagrat i allò profà (Shackley, 2001: 24).

Malauradament, però, aquest no és l'únic repte al qual cal enfrontar-se pel que fa a la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa. Gestionar els impactes dels visitants, per exemple, pot ser un altra problemàtica que cal saber minimitzar. Un aspecte que, de fet, es pot estendre a la gestió de qualsevol recurs turístic, cultural o no. En referència a la gestió dels impactes dels visitants, Shackley (2001) parla bàsicament de dos tipus d'impactes: aquells que, ocasionats deliberadament o involuntàriament, afecten el mateix recurs físicament –els quals solen implicar alguna despesa econòmica per fer-hi front– i aquells que d'alguna manera disminueixen la qualitat de l'experiència del visitant (tant turistes com fidels). Alguns dels impactes amb els quals ens podem trobar a l'hora de gestionar un recurs com ara una catedral, poden ser el robatori d'objectes, el vandalisme, l'erosió per contacte, la contaminació (brutícia, deixalles, soroll), o l'acumulament de gent⁶.

Tractem ara, breument, l'acumulament de gent, és a dir, el que en la gestió dels recursos turístics –culturals o no, religiosos o no– es denomina fluxos de visitants. Aquest és un repte al qual també cal fer front quan gestionem un element del patrimoni cultural de temàtica religiosa. El control de fluxos de visitants és quelcom relativament fàcil en llocs on el nombre de visitants és reduït, de manera que conduir els visitants cap a espais concrets i evitar acumulacions no comporta problemes. Ara bé, la complexitat es troba en les destinacions o llocs religiosos que reben un gran nombre de visitants. En aquests casos, cal buscar solucions per evitar la congestió del recurs i evitar que es

⁶ Per a més informació sobre aquesta qüestió, consultar Shackley, 2001: 36-54 (*Managing visitor impacts*).

deteriori o disminueixi el seu valor. Possibles solucions per controlar els fluxos de visitants, com ja s'està fent a molts llocs, passen per l'aplicació de polítiques de control de l'accés, per exemple, requerint la reserva prèvia, fer cua o incrementar les tarifes (Shackley, 2001: 56).

Tindrem ocasió de veure amb més detall l'aplicació pràctica de tot el que s'ha exposat en aquest subapartat, en la segona part del treball on, dissenyant la visita turística de la Catedral de Vic, probablement ens haurem d'enfrontar a alguns d'aquests reptes que sorgeixen durant el procés de gestió del monument.

3.2.2. La interpretació del patrimoni cultural (de temàtica religiosa)

Fins a aquest punt hem parlat dels aspectes més tècnics de la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa; hem vist perquè cal gestionar els recursos patrimonials, quins mecanismes hi ha per fer-ho i hem introduït els reptes amb els quals s'ha de treballar. En aquest subapartat veurem un altre element que s'inclou dins la gestió, concretament en la difusió: la interpretació del patrimoni, un concepte sorgit als Estats Units (*interpretation*) i que contribueix en la conservació i la difusió del patrimoni en qüestió i dels seus valors. Exactament, però, de què es tracta aquest concepte?

Primerament, tot i que ja s'ha introduït a l'inici d'aquest capítol, exposem breument què és la difusió del patrimoni. La difusió és una de les accions principals de la gestió patrimonial que, en ella mateixa, implica una sèrie d'altres accions i conceptualitzacions destinades, entre altres coses, a fomentar l'ús d'un bé patrimonial o atractiu turístic, sigui de la tipologia que sigui, promocionar la seva visita, divulgar el seu valor, conscienciar sobre la seva fragilitat, despertar interès per la seva preservació, la seva interpretació –com veurem tot seguit– o la posada en valor –com veurem en l'apartat següent (Martín, M. «*La difusión del patrimonio. Actualización y debate*», a Revista electrónica de patrimonio histórico, nº 1, desembre de 2007; <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo3.php>).

L'Associació per a la Interpretació del Patrimoni (AIP), una associació que té com a objectiu potenciar el desenvolupament professional i tècnic de la interpretació, s'avé a definir el terme *interpretació del patrimoni* com a “un procés de comunicació estratègica que es desenvolupa en funció del públic al qual va dirigit (visitants) i el recurs

patrimonial, utilitzant les tècniques i els mitjans més adequats” (Asociación para la Interpretación del Patrimonio; <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/interpretacion>). Adverteix, però, que la interpretació és una disciplina en constant evolució i que, per tant, admet moltes altres definicions. Timothy & Boyd, per exemple, defineixen la interpretació com a una activitat basada en l’educació que revela significats darrera dels llocs històrics, la seva gent i les seves històries; com una manera útil de gestionar els visitants del patrimoni i els seus impactes potencials (Timothy & Boyd, 2003).

Però la interpretació del patrimoni, com avançàvem, va sorgir als Estats Units de la mà de Freeman Tilden que va escriure *Interpreting Our Heritage* l’any 1957. L’escriptor i periodista nord-americà va treballar com a assessor en el servei de Parcs Nacionals del país i va desenvolupar una teoria sobre la interpretació del patrimoni mitjançant el seu coneixement dels parcs com a patrimoni natural i cultural, des de la perspectiva del seu sentit i funció per a la societat.

Tilden (2006) explica que en aquests llocs (parcs i monuments) el visitant està exposat a una espècie d’educació optativa i que, a més, s’enfronta al propi objecte de manera que experimentarà quelcom que cap llibre pot explicar ni cap descripció humana pot proporcionar (Tilden, 2006: 28). En aquest fet educatiu, i en el fet de generar curiositat per part del visitant, és precisament on rau l’objectiu de la interpretació. Per tant, d’aquesta afirmació podem deduir, d’entrada, que l’experiència del visitant dependrà, en gran mesura, de la interpretació del patrimoni.

Per tant, segons l’AIP, la interpretació del patrimoni és un procés creatiu i impactant de comunicació *in situ* que ha de transcendir el simple fet de la visita; és l’art de connectar intel·lectualment i emocionalment el visitant amb els valors del recurs patrimonial, per tal que generi els seus propis significats. És, doncs, una eina de gestió que resulta ser molt eficaç, sempre que se’n faci un bon plantejament, per a reduir els impactes negatius i inculcar bones actituds com ara, i sobretot, l’estima i la cura cap al patrimoni.

Diem que la interpretació és un procés (de comunicació) perquè consta de diverses fases. Segons Morales Miranda (1998), un pla d’interpretació es realitza mitjançant set fases: diagnòstic, planificació, disseny específic, execució i implementació, presentació al visitant, avaluació i retroacció (citat a Ballart & Juan, 2008: 178).

Ara bé, com a gestors del patrimoni, com s’aconsegueix que hi hagi una bona interpretació del recurs patrimonial cultural (de temàtica religiosa)? Hem vist què és la

interpretació i quina finalitat té però, com s'ha d'actuar i en quins elements s'ha d'intervenir perquè el visitant interpreti correctament allò que visita i tingui una experiència satisfactòria?

Partint de la base que els objectius interpretatius constitueixen un element fonamental de tot programa o servei (Ballart & Juan, 2008) i, per tant, també en la gestió del patrimoni i, sens dubte, en el disseny d'una visita turística, la interpretació del patrimoni ha de constar d'una sèrie de mesures que han de despertar, en el visitant, el coneixement, l'emotivitat i el comportament, seguint un seguit de principis –Freeman Tilden en va establir sis però altres autors n'han identificat més– en els quals s'ha de fonamentar. Aquest és un fet que pot semblar relativament fàcil donat que el visitant generalment es troba en una disposició receptiva quan visita un lloc determinat (Tilden, 2006), però, en realitat, és un tema complex.

Recordem primer, ja que ho hem mencionat, els sis principis de la interpretació segons Tilden (2006): 1. Qualsevol interpretació que d'alguna manera no relacioni el que es mostra o descriu amb quelcom que es trobi en la personalitat o en l'experiència del visitant, serà estèril; 2. La informació, tal qual, no és interpretació. La interpretació és revelació basada en informació, tot i que són coses completament diferents. No obstant, tota interpretació inclou informació; 3. La interpretació és un art que combina moltes altres arts, sense importar que els materials que es presenten siguin científics, històrics o arquitectònics. En certa manera, qualsevol art es pot ensenyar; 4. L'objectiu principal de la interpretació no és la instrucció, sinó la provocació; 5. La interpretació ha d'intentar presentar un tot enlloc d'una part, i ha d'estar dirigida a l'ésser humà en el seu conjunt, no a un aspecte concret; i 6. La interpretació dirigida a nens i nenes (diguem-ne, fins als dotze anys) no ha de ser una dilució de la presentació a les persones adultes, sinó que ha de seguir un enfocament bàsicament diferent. Per obtenir el màxim profit, necessitarà un programa específic.

Vegem, però, com anàvem dient, quines són les mesures concretes de la interpretació que, basades en aquests principis, s'han d'aplicar per aconseguir uns efectes i unes reaccions concrets en el visitant. Ballart & Juan (2008) expliquen que per despertar el coneixement del visitant és necessari concretar allò que volem que sàpiguen i transmetre-ho mitjançant un missatge simple que el visitant pugui comprendre i identificar sense problemes. Per despertar l'emotivitat del visitant, hem de pensar què volem que sentin i com se sentirà a gust. En aquest aspecte, cal tenir en

compte els elements estètics i lúdics de la interpretació, és a dir, tota una sèrie de tècniques d'exposició i presentació que seran els que causaran uns efectes emocionals al visitant. I per últim, per dirigir el comportament del visitant s'ha d'aconseguir que es desperti un sentiment de respecte pel patrimoni i que es faci cas de les senyals i les indicacions.

Segons Gianna Moscardo la interpretació del patrimoni serà molt més completa, entenedora i satisfactòria si el visitant està atent. Quan el visitant es mostra atent, diu l'autora, para més atenció al seu voltant, és més receptiu i aprèn i veu coses des de varies perspectives (Gianna Moscardo, 1996)⁷. L'autora, presenta una relació, a la qual val la pena fer-hi un cop d'ull, dels factors que intervenen a l'hora de crear visitants atents i el rol de la comunicació al lloc patrimonial (Figura 4).

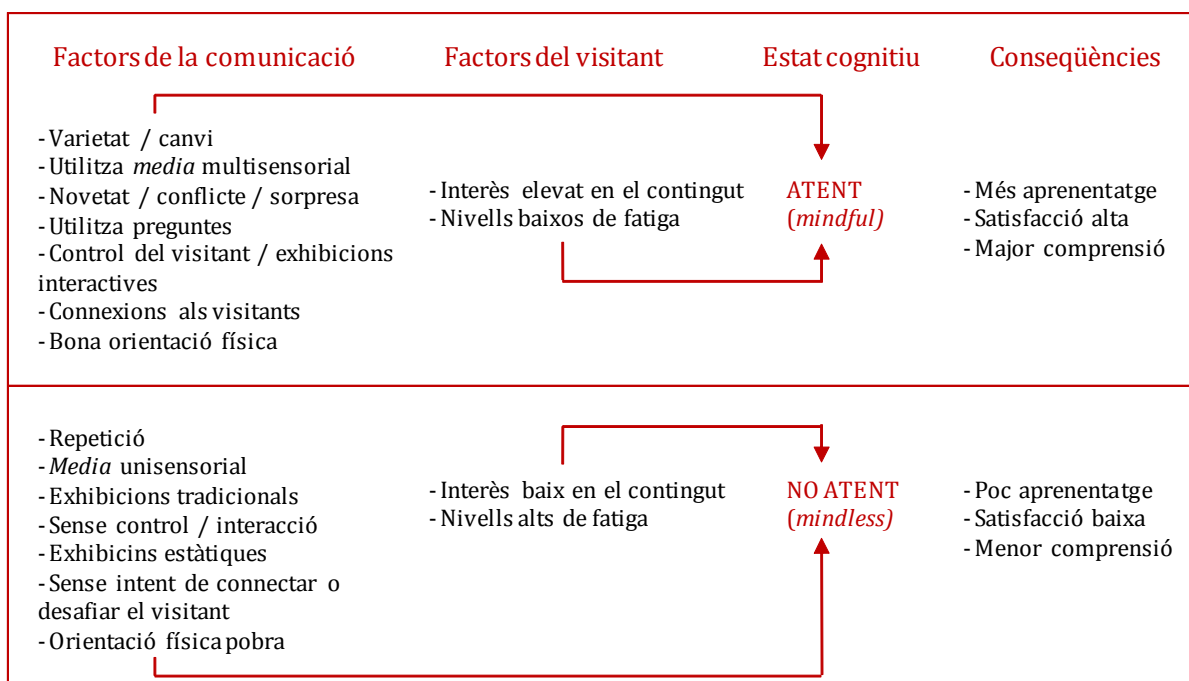


Figura 4. Comunicació i comportament del visitant als llocs patrimonials.
Font: Moscardo, 1996: 383.

Observant el requadre, veiem que posa en relleu una comparació entre aquells elements que influencien l'experiència del visitant: la comunicació i els factors del mateix visitant, o la seva predisposició, podríem dir-ne. Distingeix, per tant, entre els visitants atents i els no atents (*mindful / mindless*). La seva experiència final, doncs, serà

⁷ Gianna Moscardo (1996) utilitza la paraula anglesa *mindful* per a definir aquell visitant conscient o, com considerem més adequat de traduir, atent. Ellen Langer (1993) definia *mindfulness* com "un estat d'ànim que resulta de dibuixar noves distincions, examinar informació des de noves perspectives i ser sensible al context...Quan estem atents reconeixem que no hi ha una sola perspectiva òptima, sinó que n'hi ha moltes de possibles en una mateixa situació (citada a Moscardo, 1996).

o no satisfactòria en funció de tots aquests factors, de tots els elements que ha anat trobant o ha trobat a faltar en la interpretació dissenyada.

Tot transcorre correctament quan el visitant surt satisfet de la visita al lloc o l'element patrimonial però, malauradament, també hi ha visitants insatsifets. Hem de tenir present, doncs, que hi ha mecanismes per motivar-los. Per exemple, hi ha maneres d'ajudar el visitant a seguir un itinerari més fàcilment mitjançant un sistema d'orientació senzill o col·locant els mapes alineats amb la seva posició, entre altres. També podem establir millor connexions amb el visitant a través de la història i els continguts que expliquem, o bé proposant activitats. A més a més, és essencial, com ja s'ha apuntat anteriorment, proporcionar una varietat de sentits; és a dir, que el visitant pugui escollir des de quina perspectiva realitzarà la visita.

En l'anàlisi de cas, veurem com apliquem tots aquests aspectes per tal que hi hagi una bona interpretació dels continguts de la visita turística a la Catedral de Vic. Sigui com sigui, de moment i després de tot el que hem vist en aquest apartat, podem concloure que, pel que fa a la interpretació del patrimoni cultural –dins el qual, no ho oblidem, també incloquem el de temàtica religiosa– l'experiència del visitant ha de constituir un element central del procés de la gestió de l'element o lloc patrimonial. I aconseguirem que l'experiència sigui positiva si planifiquem una bona interpretació que segueixi tots els principis i compleixi cadascun dels rols que la defineixen: l'educació, l'entreteniment, la conservació i el desenvolupament sostenible, el control del visitant, els beneficis econòmics i ambientals, la participació de la comunitat i els valors (Timothy & Boyd, 2003). El visitant és el subjecte que s'ha de tenir en compte constantment durant tot el procés de gestió, ja que és qui ens donarà les pistes per saber si s'està realitzant una bona feina o si, en canvi, hi ha coses a millorar.

3.2.3. La posada en valor del patrimoni cultural (de temàtica religiosa)

Hem vist els principis bàsics de la interpretació del patrimoni, una de les accions que integra la gestió en l'àmbit de la difusió. Anem a veure, tot seguit, un altra acció que hem cregut adient de comentar en aquest treball: es tracta de la posada en valor del patrimoni. No oblidéssim que un dels objectius principals del nostre projecte de visita

turística de la Catedral de Vic és, precisament, la posada en valor de l'element patrimonial.

La posada en valor del patrimoni és una idea relativa a la protecció, la conservació i la utilització del patrimoni cultural, que comprèn tant els llocs, com els monuments, els béns mobles i el patrimoni cultural immaterial. El concepte prové del francès i és el que podríem traduir, malgrat té una difícil traducció, de "valorització" (*valorisation*), tot i que sovint també es fa referència a valorar o reconèixer el valor d'algun element.

Una altra aproximació al concepte és la vinculació entre la interpretació del patrimoni i la seva presentació al públic, entenent així la posada en valor com a una acció cultural sobre el bé destinada a una doble estratègia de conservació i interpretació. Per tant, amb aquestes primeres definicions ja es pot intuir que la posada en valor del patrimoni ve determinada per algunes de les accions (o totes) que es porten a terme durant el procés de gestió que han d'estar destinades a adequar l'element patrimonial, a donar-lo a conèixer i garantir la salvaguarda dels seus valors intrínsecs, per tal que se li atorgui un major valor, tant material com social. Aquesta valorització, val a dir, serà, al mateix temps, la que permetrà la conservació i el manteniment de l'element patrimonial i l'hem d'entendre, a més, com a quelcom que ajuda al desenvolupament turístic cultural i, per tant, també econòmic, d'una població o regió.

Així doncs, la posada en valor està directament relacionada amb el projecte de gestió patrimonial, sigui quin sigui el patrimoni en qüestió. És a dir, és una acció especial per establir un ordre de l'espai i jerarquitzar les seves funcions en un "projecte total" que constitueix la seva adequació i posada al dia (Martín, M. «*La difusión del patrimonio. Actualización y debate*», a Revista electrónica de patrimonio histórico, nº 1, desembre de 2007; <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo3.php>).

Segons les Normes de Quito, escrites l'any 1967 –que és la redacció de l'informe de la reunió sobre conservació i utilització de monuments i llocs d'interès històric i artístic d'Amèrica, però que la definició que en fa de "posada en valor" ens és útil– es defineix la posada en valor del patrimoni cultural com l'equivalent a "habilitar-lo de les condicions objectives i ambientals que, sense desvirtuar la seva naturalesa, ressaltin les seves característiques i permetin el seu aprofitament òptim" (Normes de Quito (1967). ICOMOS; <http://www.icomos.org/charters/quito.htm>).

D'aquesta manera, podem establir una proposta d'intervenció –que admet modificacions segons el projecte– mitjançant un seguit de fases seqüencials, les quals inclouen totes les accions de gestió, amb un objectiu últim d'elaborar un pla estratègic per a la posada en valor del patrimoni cultural, i en el nostre cas, de temàtica religiosa. La primera fase seria, com ja hem indicat en alguna altra ocasió, la de coneixement i identificació del bé patrimonial, una fase que pot semblar òbvia però que és crucial si volem treballar bé. La fase següent consistiria en la sensibilització i la participació social, elements fonamentals per la sostenibilitat de les accions que es porten a terme: la societat ha de mantenir una relació activa i positiva amb l'element patrimonial. La tercera fase seria la intervenció pròpiament dita, que engloba les accions de conservació, protecció i posada en valor, i les dues últimes fases són les destinades, una a la difusió del patrimoni i dels seus usos econòmics i socials, i l'altra a la seva utilització pedagògica com a garantia del seu coneixement i conservació.

Per tant, havent analitzat el concepte, tant en la seva definició com en el seu procediment, a mode de conclusió acordem que la posada en valor és un dels objectius principals de la gestió que es basa en posar en productivitat un recurs, una riquesa inexplorada o no del tot aprofitada, mitjançant un procés de revalorització que accentua la significació i les característiques –tant històriques com artístiques– de l'element i, sovint, de l'àmbit on es troba inscrit, posant-la al servei del coneixement i del gaudi de la societat.

La proposta de visita turística de la Catedral de Vic serà un bon exemple per posar en pràctica tots els conceptes que hem posat de relleu en aquests dos primers capítols del marc teòric. Per tant, ho anirem veient.

3.3. El model de gestió cultural i turístic d'altres catedrals

Després d'haver introduït tot un seguit de conceptes relatius al turisme cultural de temàtica religiosa i la seva gestió, veurem, ara, com s'apliquen i com desenvolupen algunes catedrals la gestió turística del monument.

És molt habitual ja, que les grans catedrals, sobretot aquelles que formen part de destinacions turístiques consolidades, s'hagin desenvolupat com a element cultural i turístic, mirant de satisfer l'exigent demanda turística, obrint nous camins de relació amb la societat i oferint tota mena de productes i serveis –tant culturals com turístics, tot i que actualment és gairebé impossible desvincular un adjectiu de l'altre– per diversificar l'oferta. Així, actualment un turista pot desplaçar-se fins a qualsevol destinació europea i probablement, si no segurament, a totes podrà realitzar una visita a la seva catedral. I no només això, sinó que és del tot probable que pugui dissenyar-se la seva visita a mida, segons els seus interessos, segons el temps de què disposi i segons el que estigui disposat a pagar.

La catedral de Vic, a jutjar per la informació que ofereix Internet⁸, és un element que com a producte cultural i turístic té molt de recorregut per fer. Tindrem ocasió de veure les possibilitats que ofereix en la segona part del treball (II PART). Abans, però, fixem-nos amb altres models. Hem de tenir present que l'anàlisi del que ofereixen altres catedrals consolidades com a producte turístic ens serà de gran ajuda a l'hora de dissenyar una proposta per la Catedral de Vic perquè podrem assimilar les seves experiències, tant per allò que funciona i es pot repetir, com per allò que no funciona i cal evitar.

Són quatre les catedrals que s'han escollit per estudiar-ne el seu model de gestió; tres que es troben dins del nostre territori i una a fora. Les tres primers s'han escollit per veure com s'està treballant en aquest àmbit dins el mateix territori on se situa la Catedral de Vic i que, en alguns casos, reben, com a destinació, un perfil de turista similar, com pot ser el cas de Girona o Lleida. Per tant, els conjunts catedralicis escollits han estat, com acabem d'avançar, la Catedral de Girona i la Seu Vella de Lleida que, malgrat no és la catedral actual, sí que ho va ser en el seu moment, i és un bonic exemple de gestió d'un conjunt monumental extraordinari. La tercera catedral inscrita al nostre

⁸ La Catedral de Vic no disposa de pàgina web pròpia, per accedir a la informació turística cal fer-ho a través del web de *victurisme*, on tant sols hi apareix un paràgraf sobre l'element, l'horari i les tarifes. De l'escassa informació que es proporciona, també es dedueix la poca varietat de productes i serveis que ofereix la catedral.

territori és la de Barcelona, escollida per ser la catedral més visitada de Catalunya, incorporada, juntament amb el Barri Gòtic, als circuits turístics de la ciutat comtal a partir dels anys cinquanta del segle passat (Ganau, 2003: 272).

L'exemple de catedral internacional escollit és la Catedral de Canterbury, Anglaterra, seleccionada per tenir ocasió de conèixer com funciona el model anglès, un dels pioners en temes de gestió del patrimoni.

El procediment que seguirem per veure tots els aspectes relatius a la gestió de cada catedral, com s'ha avançat al capítol de *Metodologia*, serà mitjançant la consulta de les respectives pàgines web, que ens permetran veure cada producte i servei que ofereixen, així com alguns dels continguts que transmeten. Un cop analitzat cada model, farem un balanç general del que s'ofereix (productes i serveis) en aquest tipus de recursos culturals i turístics.

3.3.1. La Catedral de Girona

En el mateix indret del fòrum romà de l'antiga *Gerunda*, dominant tot el Barri Vell de la ciutat i coronant-ne el cim, s'alça l'imponent catedral de Santa Maria de Girona formant, juntament amb l'agulla de Sant Feliu, un dels símbols més representatius de la ciutat⁹ (Imatge 1, pàgina 51).

El conjunt catedralici és l'element més visitat de Girona, amb diferència. Un total del 75'75% dels turistes que visiten la ciutat es desplacen fins a la catedral (Royo & Vidal (dirs.), 2005: 22). L'any 2013 van visitar-la fins a 216.152 persones, un 27'79% de les quals eren catalans, un 14'23% francesos i un 11'61% (25.107 persones) russos. Amb menys mesura, anglesos, alemanys, espanyols, italians, holandesos i americans també van visitar la Catedral de Girona el mateix any 2013 (Diari de Girona, 10/02/2014; <http://www.diaridegirona.cat/girona/2014/02/10/catedral-girona-mante-visitants-durant/655931.html>).

Per trobar la informació referent a la gestió cultural i turística de la Catedral de Girona consultem dues pàgines web: www.catedraldegirona.cat i www.catedraldegirona.org, dos portals web que, pel que fa a continguts són bastant similar –les dues informen, tant als turistes com als fidels, dels horaris de visita, les

⁹ Fragment extret del web de *Catalonia Sacra*, de la descripció de la Catedral de Santa Maria de Girona, realitzada per la mateixa autora (2015).

activitats culturals, les celebracions litúrgiques, etc. La primera, però, sembla tenir un disseny que potser ha quedat una mica obsolet. Sigui com sigui, ens servirem d'ambdues pàgines web per extreure la informació que necessitem.



Imatge 1. Catedral de Girona i Basílica de Sant Feliu.

Font: <https://www.pinterest.com/pin/23643966769965859/>.

Pel que fa a les activitats que s'ofereixen des de la gestió de la catedral de Girona, trobem, en primer lloc, la visita cultural general que inclou els següents espais: la nau, el Tresor, el claustre i la Basílica de Sant Feliu. I en segon lloc trobem fins a quatre activitats didàctiques adreçades a alumnes de primària i secundària. La Catedral de Girona realitza aquestes activitats didàctiques en col·laboració amb el Servei Educatiu del Museu d'Art de Girona, la Delegació Diocesana d'Ensenyament i amb l'Institut Superior de Ciències Religioses de Girona. Per cada activitat i nivell educatiu, es proporciona el material didàctic corresponent, en arxius descarregables del mateix lloc web.

Les activitats que es proposen són: 1. *Descobrim la Catedral*, on es realitza una visita comentada, d'una hora i mitja de durada aproximadament, de tot el conjunt monumental amb els objectius d'ajudar a conèixer millor la història de la ciutat al llarg dels segles, d'adquirir una visió general de la catedral, o de comprendre l'edifici i els objectes d'art, entre altres. 2. *El vitraller de la Catedral*, una activitat de dues hores que té per objectiu familiaritzar-se amb les eines, els materials i la tècnica del vitrall, tot observant els vitralls de la catedral i experimentant al taller del Museu d'Art. 3. *Art romànic i gòtic: pintura, escultura i arquitectura* és una activitat de dues hores en què es realitza una visita comentada a les col·leccions d'art romànic i gòtic del Museu d'Art i de la Catedral,

pensada per a descobrir les seves característiques i funció. I 4. *Simbologia religiosa*, on es coneix la iconografia religiosa de les diferents manifestacions artístiques i el caràcter simbòlic dels objectes litúrgics, a través d'una visita dinamitzada, de dues hores de durada, a les col·leccions d'art religiós del Museu d'Art i la Catedral.

A banda de les activitats didàctiques i la visita general, ocasionalment també s'ofereix la possibilitat, des d'aquest any 2015, de realitzar visites nocturnes al complex catedralici, proposant una experiència del tot original.

En referència als horaris i els dies d'obertura, la Catedral té establerts dos horaris diferents: d'abril a octubre obre al públic (visita cultural) cada dia de 10.00h del matí a 19.30h del vespre, mentre que de novembre a març, que els dies s'escurcen, obre les portes cada dia de 10.00h del matí a 18.30h del vespre, és a dir una hora menys. Val a dir que al web de catedraldegirona.cat figura que l'horari d'obertura s'allarga mitja hora més, és a dir, fins les 20.00h en el període d'abril a octubre i fins a les 19.00h en el període de novembre a març.

Quan a les tarifes i la política de preus sempre hi ha hagut un debat obert sobre si s'ha de cobrar entrada als edificis religiosos i si s'ha de cobrar a tothom. Aquest és un aspecte molt interessant que comentarem a la segona part del treball, quan tractem els temes de gestió turística de la Catedral de Vic. Sigui com sigui, la Catedral de Girona va establir una política de preus a partir de l'any 2005, que s'adapta a tots els públics. L'entrada general, amb audioguia inclosa, té un preu de 7€, als jubilats i estudiants acreditats se'ls aplica un descompte i han de pagar 5€, també amb audioguia inclosa en el preu. Els grups d'un mínim de deu persones amb guia oficial paguen 2'5€ per persona i els grups escolars i menors de 16 anys paguen 1'2€ per persona.

Aquestes tarifes inclouen la visita cultural a la nau, el Tresor i el claustre de la catedral i també a la Basílica de Sant Fèlix. Tot i les tarifes establertes, però, a més a més per qui ho prefereixi, hi ha la possibilitat de realitzar gratuïtament la visita cultural a la catedral (nau, Tresor i claustre) els diumenges durant tot el dia. Els menors de 7 anys i els col·lectius especials, com escoles o grups de minusvàlids, entren gratuïtament a tots els espais cada dia. En total, un 30 % dels visitants no van pagar entrada durant l'any 2013 (Diari de Girona, 10/02/2014; <http://www.diaridegirona.cat/girona/2014/02/10/catedral-girona-mante-visitants-durant/655931.html>).

Són tres, per tant, els espais que habitualment es poden visitar a la Catedral de Girona: la nau, amb totes les seves capelles perimetrals, deambulatori i elements

litúrgics que conté, el claustre i el museu-Tresor, que alberga nombroses i notables obres d'art religiós, com ara el còdex del Beatus (s. X), el famós Tapís de la Creació (s. XII), el retaule renaixentista de Santa Helena (s. XVI), o un valuosíssim conjunt d'escultura, pintura i orfebreria gòtic. Excepcionalment, es poden visitar altres espais com els antics soterranis.

Comentem, ara, quines són les eines d'interpretació personals i no personals de les quals els visitants de la Catedral de Girona poden disposar. És a dir, quins són aquells elements de suport que l'ajudaran a realitzar i a comprendre millor la seva visita al monument i, per tant, faran que tingui una visita, en principi, més satisfactòria i de més qualitat. Comencem explicant l'existència d'un document anomenat *Visita a la Catedral de Santa Maria de Girona*, escrit per Marc Sureda. És un document que es troba penjat a la xarxa, en format *pdf* i que, per tant, el visitant potencial de la catedral pot descarregar-se'l i utilitzar-lo en la seva visita. L'objectiu d'aquest document, que bàsicament descriu una visita guiada pel complex catedralici, és donar una eina prou útil per aquells visitants individuals que desitgin realitzar la visita pel seu compte i que volen disposar d'un suport explicatiu prou complet i fiable. El document es troba al web de *Catalonia Sacra*¹⁰ (més endavant explicarem detalladament en què consisteix aquest projecte), com a arxiu adjunt a la fitxa descriptiva de la seu gironina.

La visita guiada escrita és, per tant, una eina d'interpretació no personal, però no és l'única. A l'interior de l'edifici, a la nau, darrere el cor, hi ha col·locades quatre maquetes que mostren l'evolució arquitectònica del complex i el seu entorn més immediat, i uns plafons amb diverses informacions, com per exemple sobre la factura de la façana barroca de l'edifici (Imatge 2, pàgina 54). També s'utilitzen, al llarg de la nau, senyals identificatius de les diferents capelles i, al museu-Tresor, plafons explicatius de cadascun dels elements exposats. Les audioguies també són una eina d'interpretació molt útil en monuments d'aquestes característiques; la Catedral de Girona en té de disponibles en sis idiomes (català, castellà, francès, anglès, italià i alemany).

Pel que fa a les eines d'interpretació personals, és a dir aquelles que són proporcionades directament per una persona, hi ha les visites guiades, a més a més dels tallers i les diferents activitats que ja s'han comentat.

¹⁰ *Catalonia Sacra* és un projecte cultural i turístic, iniciativa dels deu bisbats amb seu a Catalunya (Girona, Vic, Lleida, Barcelona, Tarragona, Urgell, Sant Feliu de Llobregat, Solsona, Tortosa i Terrassa). És una iniciativa que té com a propòsit donar a conèixer el patrimoni arquitectònic i artístic vinculat a l'Església Catòlica, i ajudar a la seva visita turística (www.cataloniasacra.cat). Al web s'hi poden trobar descripcions, documentació i enllaços d'interès, relacionats amb qualsevol de les esglésies i edificis dels bisbats catalans, amb informació molt útil.



Imatge 2. Maquetes i plafons interpretatius a la nau de la Catedral de Girona.

Font: <http://blogs.libertaddigital.com/articulos-de-viaje/gerona-medieval-judia-bella-10673/>.

Per últim, cal destacar un aspecte sobre la comercialització. La Catedral de Girona té una petita botiga situada a l'entrada, on es poden comprar objectes varis com a record del monument o de la ciutat. Val a dir, però, que la presència de productes que no tenen res a veure amb el lloc (llibres de cuina i altres elements turístics) desvirtuen força aquest espai.

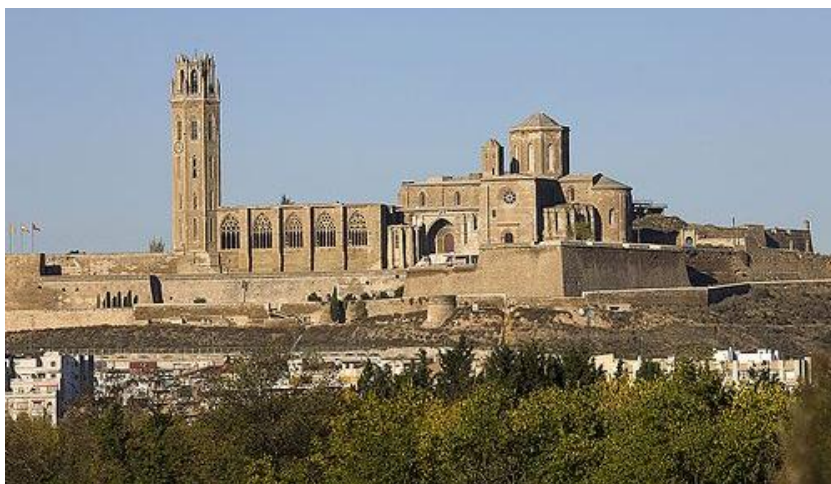
No obstant això, la Catedral de Girona amb els anys s'ha anat fent un lloc en l'imaginari del turista que l'ha portat a constituir el node principal de la ciutat, essent-ne també la imatge característica de tot el conjunt monumental del casc antic.

3.3.2. La Seu Vella de Lleida

La Seu Vella de Lleida forma part d'un magnífic conjunt monumental que s'alça damunt del turó amb el mateix nom (Imatge 3, pàgina 55). A l'estar situada, juntament amb el Castell del Rei Jaume I el Conqueridor, conegut com la Suda, i la fortificació moderna, al capdamunt d'un turó, el conjunt d'edificis configura la famosa imatge que projecta la ciutat. La Seu Vella no és la catedral actual de la ciutat de Lleida, però sí que ho va ser en època paleocristiana i visigòtica. Per aquest motiu, i per ser l'edifici més emblemàtic de la capital del Segrià, hem cregut adequada l'anàlisi de la seva gestió.

L'any 2014 el Turó de la Seu Vella va rebre gairebé 100.000 visitants, una xifra similar a la del 2012 que segueix, en termes generals, una tendència creixent any rere any (Lleida.com; <http://www.lleida.com/noticia canal/el-turo-de-la-seu-vella-guanya-un-20-de-visitants-el-2014>). L'augment de públic és degut, sobretot a la consolidació de diverses activitats que comentarem tot seguit.

El consorci del Turó de la Seu Vella de Lleida, que és l'òrgan encarregat de la gestió del monument (a diferència de les altres seus que s'analitzen en aquest capítol, que són propietat de l'Església), té una pàgina web sobre el conjunt monumental amb tota la informació cultural i turística d'interès, d'on s'extreu tota la informació per a realitzar aquest anàlisi del conjunt. La pàgina web és www.turoseuvella.cat.



Imatge 3. Conjunt monumental del Turó de la Seu Vella de Lleida.

Font: <https://www.pinterest.com/pin/57632070204620951/>.

Com avançàvem tot just fa unes línies, les activitats proposades per la gestió del monument han contribuït positivament en l'afluència de visitants. Amb la finalitat d'apropar el conjunt patrimonial a tota la societat –amb necessitats i interessos diferents– es proposa una oferta d'activitats educatives variada, que involucren tant la Seu Vella com la Suda, amb una vessant lúdica i vivencial, per tal que els visitants tinguin una experiència positiva i emocionant. Pel que fa a les activitats escolars, es proposen activitats (16 en total) per a cadascun dels nivells educatius; així, trobem disponibles activitats per a nens d'educació infantil, de primària i de secundària, que tenen l'objectiu específic de despertar la curiositat i la imaginació dels alumnes per facilitar l'aprenentatge sobre l'entorn, la ciutat i els fets històrics, a través de visites dinamitzades, visites teatralitzades i l'observació dels elements i els edificis.

També es proposen tres activitats per a realitzar en família i altres activitats de caire cívic, cultural o festiu, destinades més a un públic genèric, amb una oferta molt interessant, amb activitats com ara concerts, la participació en algunes jornades especials –Lleida forma part de la Xarxa de Ciutats Catedralícies organitzant activitats durant la jornada especial de celebració– o visites nocturnes i temàtiques, entre altres.

Pel que fa als horaris generals i dies d'obertura, la Suda de Lleida estableix dos horaris diferenciats; el d'hivern i el d'estiu. L'horari d'hivern que, com en el cas de Girona, va d'octubre a abril, es pot visitar el monument de dimarts a divendres en horari partit, de 10.00h a 13.30h del matí i de 15.00h a 17.30h de la tarda; els dissabtes de 10.00h del matí a 17.30h de la tarda; i els diumenges i festius de 10.00h del matí a 15.00h de la tarda.

Durant l'horari d'estiu, que va de maig a setembre, es pot visitar la Seu Vella de dimarts a dissabte de 10.00h del matí a 19.30h del vespre; i diumenges i festius de 10.00h del matí a 15.00h de la tarda. Els dilluns no festius, tant d'estiu com d'hivern, és tancat. A més a més, també s'estableixen uns altres 4 dies durant l'any en què no s'obren les portes al públic.

Des de la gestió del monument també s'estableixen uns horaris i dies específics pel que fa a determinades activitats com ara les visites guiades, les visites temàtiques i altres activitats.

Quant a les tarifes, hi ha una entrada general, que inclou la visita a la Seu Vella i al Castell del Rei, de 7€. Per aquells que ho prefereixin, però, hi ha la possibilitat d'entrar tant sols a un dels llocs, havent de pagar 5€ per l'entrada a la Seu Vella i 3€ per l'entrada al Castell. D'altra banda, s'ofereix entrada reduïda, pagant un euro menys en cadascuna de les modalitats d'entrada, per a majors de 65 anys, pensionistes, joves d'entre 7 i 18 anys, grups de més de 25 persones i docents acreditats. A més a més, tenen gratuïtat els menors de 7 anys, els grups escolars, els discapacitats, els aturats, els titulars del carnet de família nombrosa, les entitats amb conveni, i tothom el primer dimarts de cada mes i els dies de festa major de la ciutat.

Per a la realització de les diferents activitats que s'ofereixen, hi ha un preu específic establert de 50€ per activitat i grup.

Pel que fa a les eines d'interpretació de les quals disposa el conjunt del Turó, de les no personals cal destacar el material disponible online, tant pel que fa als continguts i els textos explicatius del conjunt monumental, com pel que fa a elements complementaris com ara imatges o plànols. A més a més, *in situ* hi ha disponibles audioguies i material específic per a invidents, com ara maquetes i llibres editats en Braille. Les eines d'interpretació personal es resumeixen, bàsicament, en les visites guiades i les diferents activitats.

Ara bé, a part d'aquests aspectes que, si fa no fa, anem trobant a tots els edificis catedralicis, aquest ofereix un servei complementari molt original i que, a més aporta un ingrés extra de diners: es tracta del lloguer d'espais. Hem de tenir en compte però, que segurament aquesta activitat és possible en aquest lloc per dos motius. El primer, com hem comentat anteriorment, perquè el conjunt és responsabilitat del Consorci del Turó de la Seu Vella de Lleida i no de l'Església, i el segon, perquè és un lloc que ja no té una funció cultural regular, és a dir, que ja no té uns usos estrictament religiosos i, per tant, permet més flexibilitat a l'hora de programar-hi activitats i utilitzar els seu espais.

Així doncs, es permet el lloguer dels diferents espais del conjunt –la nau central, la capella Requesens, la capella de Jesús, el claustre, la sala gran de la canonja, la casa de la volta (canonja), el Castell del Rei i els exteriors– per a ús privat, amb l'objectiu principal de finançar el redreçament, la conservació i la millora del Turó.

Per acabar amb l'anàlisi de la Seu Vella de Lleida, comentarem que també s'ofereixen altres serveis. Dins el mateix recurs, trobem ubicada una Oficina de Turisme de la Generalitat de Catalunya, un bar (Bar 1203), una ludoteca ("turoteca") i la botiga on es poden adquirir diferents productes relacionats amb el lloc. D'altra banda, des de Turisme de Lleida, s'ofereixen rutes guiades que complementen la visita al Turó amb la visita a la Seu Nova i el Museu Diocesà, per exemple, de manera que els visitants puguin realitzar una visita molt més completa i contextualitzada coneixent altres llocs relacionats amb la Seu Vella i, per tant, oferint la possibilitat d'experimentar una visita més satisfactòria.

3.3.3. La Catedral de Barcelona

Durant la darrera dècada, la Catedral de Santa Eulàlia de Barcelona, juntament amb l'entorn on es troba, el Barri Gòtic, del qual és impossible desvincular-la –no s'entén l'un sense l'altre– ha constituït un important reclam turístic que, a banda de ser una de les síntesis més completes de la història urbanística recent de la ciutat, s'ha convertit en una de les pedres angulars del turisme cultural: la tematització dels espais històrics (Ganau, 2003).

No cal recordar l'enorme i creixent quantitat de turistes que visiten la ciutat de Barcelona, any rere any, i l'extensa oferta de productes turístics culturals que ofereix per

satisfer la demanda. Dotzenes de rutes temàtiques i itineraris culturals construïts sobre els principals elements patrimonials de Barcelona són realitzats cada dia: el call, el romànic, l'aigua, el gòtic, Gaudí, la Guerra Civil i un llarg etcètera. La Catedral de Barcelona i el seu entorn més immediat (Imatge 4), és la fita d'algunes d'aquestes rutes i l'objectiu de molts visitants.



Imatge 4. Catedral de Barcelona.

Font: <http://www.conocerbarcelona.com/catedral-barcelona>.

Com en l'anàlisi del cas de Girona i Lleida, per aquest ens hem basat en les dades obtingudes de la pàgina web de la Catedral de Barcelona (www.catedralbcn.org), on s'hi exposen continguts que van des dels estrictament turístics, fins als continguts històrics o informacions sobre les persones que gestionen, d'alguna manera o altra, el complex catedralici. Per aconseguir altres dades i informacions, com ara les activitats que s'ofereixen, s'ha consultat un estudi titulat *Turismo religioso y destinos maduros. La gestión turística de dos catedrales: Palma de Mallorca y Barcelona*, on s'analitzen i es comparen les dues catedrals com a producte turístic.

Segons aquest estudi, doncs, el ventall d'activitats que ofereix la Catedral de Barcelona està format per visites guiades al recinte catedralici per a turistes, visitants individuals i/o famílies, visites guiades al recinte catedralici per a escolars, visites al Museu de la Catedral i, en menor mesura, assistència a conferències i seminaris (Abril, Azpelicueta & Sánchez, 2014: 225). No obstant, no s'especifica, ni al web ni a l'estudi, la naturalesa i els objectius d'aquestes activitats, de manera que pot resultar força complicat pel visitant potencial a l'hora de decidir o planificar la seva visita.

Destaquem, però, la presència de la Catedral i el Barri Gòtic dins la ruta *Gòtic/Bcn*, una guia d'història urbana realitzada, juntament amb unes altres catorze més, pel Museu d'Història de Barcelona (MUHBA) amb l'objectiu d'oferir "un punt de vista innovador construït sobre els elements patrimonials actuals de Barcelona posats en relació amb temes de la seva història urbana que puguin interessar tant als barcelonins com als turistes" (Publicacions. MUHBA; <http://museuhistoria.bcn.cat/ca/taxonomy/term/146>). *Gòtic/Bcn*, doncs, porta el visitant a fer un recorregut per aquells edificis i indrets més característics d'aquest estil de la ciutat, incloent, és clar, la visita a la Catedral.

En referència als horaris i els dies d'obertura del complex catedralici de Barcelona, la gestió té establerts tres modalitats diferents de dies –feiners, dissabtes i vigílies de festius, i diumenges i festius– amb horaris també diferenciats –matí, migdia-tarda, i tarda. Així, els dies feiners es pot visitar la catedral de 8.00h a 12.45h del matí, de 13.00h del migdia a 17.30h de la tarda i de 17.45h a 19.30h del vespre.

L'horari establert pels dissabtes i vigílies de festius és si fa no fa el mateix amb l'única diferència que en la franja horària de migdia-tarda es tanca mitja hora abans (17.00h) i en la franja horària de tarda s'obre mitja hora més aviat i es tanca mitja hora més tard (17.15h a 20.00h). I pel que fa a l'horari establert pels diumenges i festius, la catedral es pot visitar de 8.00h a 13.45h del matí, de 14.00h del migdia a 17.00h de la tarda i de 17.15h a 20.00 del vespre. El claustre és l'únic espai visitable de la catedral que té un horari específic de visita, podent-lo visitar, únicament, de 8.30h a 12.30h del matí i de 17.45h a 19.00h del vespre, en dies feiners, dissabtes i vigílies, i de 8.30h a 13.00h del matí i de 17.15h a 19.00 del vespre, els diumenges i festius.

En referència a la política de preus que proposa la Catedral de Barcelona trobem, en aquests, un exemple que no havíem vist en els altres dos models analitzats. La visita a la catedral tant sols és de pagament en la franja horària de migdia-tarda o, com figura a la pàgina web, es requereix un donatiu. Sigui com sigui, s'ha de pagar una entrada per visitar el complex catedralici en l'horari que va de 13.00h a 17.00h aproximadament. La resta de les hores d'obertura l'entrada és gratuïta i permet la visita al temple i al claustre. Ara bé, si durant aquest horari de visita gratuïta el visitant vol veure el cor o pujar als terrats de la catedral, caldrà que pagui una entrada de 3€ per a cadascun.

Pel que fa a l'"entrada amb donatiu", la tarifa individual és de 7€ i la tarifa per grups és de 5€. Amb aquesta modalitat es poden visitar tots els espais del complex i s'entrega,

a més, un fulletó explicatiu dels espais. No s'especifica, però, si existeixen alguns descomptes per a certs col·lectius.

Amb tot, els espais que es poden visitar a la Catedral de Barcelona són sis: el temple, amb tots els espais que incorpora: nau central i naus laterals, capelles, deambulatori i cripta; el claustre gòtic amb el seu jardí de palmeres i les tretze oques; els terrats, des d'on es pot percebre la ciutat i la mateixa catedral des d'una perspectiva interessant poc habitual; el cor amb el cadiram del Toisó d'or; el Museu de la Sala Capitular, amb una magnífica col·lecció de peces romàniques i gòtiques; i la capella del Sant Crist de Lepant, de començaments del segle XV.

Quant a les eines d'interpretació que s'utilitzen a la Catedral de la ciutat comtal, en general trobem les que ja hem comentat en els altres dos edificis catedralicis. Com a eines d'interpretació no personals, la de Barcelona compte amb cartells identificatius de cada espai i objecte de l'edifici, així com informació històrica i descriptiva en fulletons i l'ús de les audioguies. Les eines d'interpretació personal es basen, sobretot, en les diferents visites guiades.

I per últim, cal mencionar, com a eina de comercialització, la botiga de la catedral, que es troba dins una capella del claustre i que, com en cada cas que hem vist, és una font d'ingressos extra per la gestió del complex.

3.3.4. La Catedral de Canterbury

Abans d'analitzar els aspectes relatius a la gestió cultural i turística de la Catedral anglesa de Canterbury, és convenient exposar, encara que resumidament, els orígens i les bases del model anglès de gestió del patrimoni.

Podem considerar, que el Regne Unit, juntament amb els francesos i els italians, van ser pioners pel que fa a la conservació i la gestió patrimonial. Doncs bé, els orígens i el desenvolupament de les pràctiques i els principis de la conservació patrimonial al Regne Unit van iniciar-se ja al segle XVIII, treballant i estudiant sobre els monuments antics (Emerick, 2014) ¹¹.

¹¹ Segons Emerick (2014), és molt difícil identificar un període com a punt de partida de l'interès en l'arqueologia i els monuments antics, però varis autors situarien aquest punt en el període Tudor, és a dir, durant el segle XVI aproximadament, quan creixia la consciència d'identitat nacional.

Aquest va ser tant sols l'inici de la recuperació i l'estudi del que fins aleshores era vist només com a ruïnes romàntiques i que, amb el temps, conscients del llegat que posseïen, esdevindria tota una disciplina que oferiria múltiples possibilitats d'investigació. Amb aquest propòsit, amb el pas dels anys, a mitjans segle XIX es van començar a formar societats arqueològiques i arquitecturals, i van començar a desenvolupar-se iniciatives per a la preservació, així com una legislació pertinent.

El que avui es coneix com a *English heritage* –que anteriorment portava el nom de *The Historic Buildings and Monuments Commission for England*– per exemple, va néixer d'aquesta necessitat de preservar el patrimoni, a part de la voluntat de posar-lo en mans privades. El cas és que és una organització que a principis del segle XX ja custodiava gairebé tres-cents llocs, entre ells l'Stonehenge o l'abadia de Rievaulx. La preservació d'aquests llocs tant importants era l'objectiu principal, però també ho era explicar les seves històries. Amb aquests propòsits, doncs, aquests llocs i molts més –actualment gairebé quatre-cents, dels quals 84 són llocs religiosos, i entre els quals hi trobem la Catedral de Canterbury– van ser adequats per la seva obertura al públic (*Our history. English Heritage*; <http://www.english-heritage.org.uk/about-us/our-history/>).

La Catedral de Canterbury (Imatge 5), situada al comtat de Kent, Anglaterra, és probablement la seu anglicana més famosa del país. A més a més, està inscrita com a Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO des de l'any 1988¹².



Imatge 5. Catedral de Canterbury, Kent, Anglaterra.

Font: <http://www.sacred-destinations.com/england/canterbury-cathedral/photos/ext-wp-cc-hans-musil>.

¹² <http://whc.unesco.org/en/list/496>.

Ja en època de Sant Agustí (segle VI), Canterbury constituïa un centre espiritual important, però va esdevenir una destinació de pelegrinatge notable després del martiri de Sant Thomas Becket, a finals del segle XII. Des d'aleshores, i fins els nostres dies, el complex catedralici ha rebut milers i milers de visitants –pelegrins i turistes– d'arreu del món. Segons dades de l'informe anual que publica la mateixa catedral, l'any 2012 un total de 970.000 persones van visitar l'edifici (Canterbury Cathedral Trust. Annual Report 2013; <https://www.canterbury-cathedral.org/wp-content/uploads/2013/08/Canterbury-Cathedral-Trust-report-2013.pdf>).

L'anàlisi de les dades referents a la gestió del monument, tant culturals com turístiques, són extretes de la pàgina web de la mateixa Catedral: www.canterbury-cathedral.org. Analitzarem, per tant, els productes i serveis que s'ofereixen al visitant i veurem, si s'escau, els punts en comú i les divergències entre el model anglès i els models del nostre territori.

Pel que fa a les activitats relacionades amb la catedral anglesa que es poden portar a terme, trobem, en primer lloc, les visites escolars, que representen una oportunitat per donar a conèixer l'edifici com a testimoni de la història i ajudar a reviure aquesta història formant part d'una experiència transversal molt interessant. Aquestes visites escolars estan dirigides a grups de primària i secundària, tant nacionals com internacionals.

D'altra banda, també s'ofereixen activitats per a realitzar en família o amics. *The Canterbury Journey* és, com ells mateixos l'anomenen, un programa d'estiu de diversió familiar (*Family Fun Summer Programme*) pensat per a descobrir diferents aspectes relacionats amb la Catedral: els grius, les gàrgoles, el jardí dels monjos, els artesans de l'edifici, etc. El programa està repartit en vuit dies diferents –d'agost i setembre– a cadascun dels quals es treballa una temàtica, dins un horari establert, mitjançant un taller determinat. Són activitats gratuïtes que tant sols requereixen inscripció prèvia.

A part d'aquestes activitats didàctiques des de la gestió de la Catedral també s'organitzen alguns esdeveniments, oberts al públic en general, com ara diferents actes i celebracions per participar als *Magna Carta Events*, que commemoren la redacció d'aquest document legislatiu anglès, i altres esdeveniments. Aquest any, per exemple, de maig a agost es podia assistir a *The Ancestors*, un exhibició que mostrava alguns dels vitralls més antics i importants de la Catedral. El públic tenia l'oportunitat de contemplar i conèixer de ben a prop, durant tres mesos, les vint-i-una figures de mida natural creades per a la Catedral, pels millors artistes medievals d'Europa durant els

segles XII i XIII, que representen els avantpassats (*the ancestors*) bíblics de Crist. Un cop acabada l'exhibició, les figures, que algunes d'elles s'han exposat també en altres indrets com ara el Paul Getty Museum de Los Angeles, retornaran al finestral sud, després d'haver-se restaurat. Val a dir que les exhibicions i les exposicions temporals són una bona iniciativa, ja que beneficien el lloc religiós per dos motius: primer perquè solen atraure un major nombre de públic mentre dura, i segon perquè sovint poden causar un efecte "mediàtic" que pot suposar també un increment de visites al monument, no només durant el període que dura l'exposició, sinó durant un major període.

Per últim, pel que fa a les activitats, se n'ofereixen dues més. Una són les visites guiades de nit (*private evening tours*), una oportunitat única per aquells que vulguin conèixer i gaudir del monument sense les multituds de turistes que hi ha durant el dia; una experiència que, sens dubte no ha de deixar indiferent. I l'altra activitat és l'anomenada *Behind the scenes tour*, una activitat de molt d'èxit en la qual el visitant pot conèixer allò que queda darrere les parets de la Catedral, com treballa tot un equip per deixar a punt els productes i serveis que s'ofereixen, per restaurar el patrimoni, per crear la música, etc. Amb aquesta activitat, doncs, es pot entrar a espais com el taller de restauració o la biblioteca i els arxius.

Fem referència, ara, als horaris i als dies d'obertura. La Catedral és una part molt important de la comunitat religiosa del municipi. A més, s'utilitza habitualment, com hem dit, per als serveis i esdeveniments locals, regionals i nacionals. Per tant, en algunes ocasions alguns espais o tot el recinte pot trobar-se tancat a les visites generals. En tot cas, el web és una bona font per informar-se dels dies de tancament del complex. Els horaris de la Catedral de Canterbury s'estableixen en dues modalitats, estiu i hivern. Durant l'horari d'estiu es pot visitar el recinte, els dies entre setmana i els dissabtes, de 9.00h del matí a 17.30h de la tarda. L'horari d'hivern és pràcticament el mateix però es tanca mitja hora abans (17.00h). Els diumenges, tant d'estiu com d'hivern, la Catedral s'obre al públic general de 12.30h a 14.30h del migdia. Cal fer notar, a més, que alguns espais del complex poden trobar-se oberts fora d'aquests horaris.

Quant a les tarifes i la política de preus, la Catedral anglesa estableix quatre preus diferents per a l'entrada general, que inclou tots els espais visitables. Així, els adults han de pagar una tarifa de 10'5£, aquells que tenen alguna concessió o descompte paguen 9'5£, els grups amb reserva prèvia en paguen 9, els estudiants 8'5, els nens menors de 18 anys en paguen 7 i els nens amb un val específic i altres col·lectius tenen entrada

gratuïta. En total, durant el 2012, aproximadament un 50% dels visitants van accedir-hi sense pagar entrada (*Canterbury Cathedral Trust. Annual Report 2013*; <https://www.canterbury-cathedral.org/wp-content/uploads/2013/08/Canterbury-Cathedral-Trust-report-2013.pdf>).

Un producte molt ben pensat és el *Precincts Pass*, un passi gratuït de dotze mesos de durada que consisteix en el següent: el titular del passi “dóna” la seva quota d’entrada (“Gift Aid”), de la qual posteriorment se’n reclama el 25% de l’impost sobre la renda. És un producte especialment pensat per a contribuents del Regne Unit, veïns i treballadors de Canterbury, però qualsevol interessat pot obtenir-lo.

Els espais que es poden visitar dins el recinte del complex catedralici són vuit: les naus, amb els seus finestrals plens de vitralls i alguns memorials a les seves parets; el creuer, amb una portalada de pedra ricament esculpida amb sis estàtues reials; el cor, que data de més de 800 anys enrere; la *Trinity Chapel*, santuari de Sant Thomas Becket; el martiri, l’indret on va morir Sant Thomas Becket; el Capítol, que és el més gran d’aquest tipus a Anglaterra; el claustre; i la cripta romànica del segle XI.

Pel que fa a les eines d’interpretació que Canterbury posa a la disposició dels seus visitants per tal que puguin realitzar una visita més satisfactòria, en trobem, com en les altres catedrals comentades, de personals i de no personals. Les personals són, bàsicament, les visites guiades. És en les no personals on trobem un exemple interessant: les presentacions audiovisuals. En essència és com les audioguies que podem trobar a qualsevol monument i també a Canterbury però, en aquest cas, ofereix quelcom diferent, original. Les presentacions audiovisuals són visites guiades disponibles en diferents idiomes que proporcionen una introducció o una conclusió adequada de la visita al monument. Així, el visitant pot gaudir d’una explicació d’allò que es trobarà, si escull la introducció, o un resum del que ha vist durant la visita, si escull la conclusió, per tal de tenir una visita completa, sabent tot allò que necessita saber sobre el monument que visita. El fet que no només sigui amb àudio, sinó que també sigui visual, és un valor afegit que connecta més directament amb el visitant, fent que s’endinsi d’una manera més intensa en els continguts de la visita.

La Catedral de Canterbury també disposa de serveis turístics complementaris, com ara la botiga o el centre d’acollida al visitant.

Arribats a aquest punt, després d’haver vist com es gestionen turísticament les catedrals de Girona, Lleida, Barcelona i Canterbury, podem concloure, pel que s’ha

analitzat, que les quatre són productes culturals força consolidats i així ho avalen els milers de turistes que les visiten anualment. No obstant això, hem de tenir present que les quatre catedrals es troben en contextos diferents i no es pot generalitzar, però podríem dir que, pel que fa a nombre de visitants, els monuments de Lleida i Girona s'acostarien força, mentre que les de Barcelona i Canterbury també serien bastant equiparables. Sigui com sigui, cada catedral –sigui gestionada per l'Església o per altres institucions o organismes– ha sabut com adreçar-se al seu públic oferint-li, amb més o menys mesura, una gamma de productes i serveis més o menys satisfactoris, amb un ventall d'activitats complet.

Pel que fa a la interpretació del patrimoni de cada lloc religiós, a jutjar pel que s'ha pogut llegir a les diferents pàgines web –malauradament, per raons òbvies, no hem pogut desplaçar-nos a cada monument per comprovar-ho *in situ*– cada lloc reuneix esforços per posar a la disposició del visitant unes bones eines d'interpretació que li permetin conèixer, entendre i connectar amb allò que visiten. Hem vist, malgrat tot, que en gran part, allò que més s'utilitza són les eines habituals com ara les visites guiades o les audioguies. Potser l'exemple més original en aquest aspecte l'hem vist a Canterbury amb les presentacions audiovisuals.

En referència als horaris i els dies d'obertura, hem pogut comprovar que cada catedral estableix uns horaris diferenciats segons l'època de l'any –estiu o hivern– de manera que aquest fet ens fa pensar que aquest és un sistema que funciona.

Quant a les tarifes, hem vist que el cas anglès és el que estableix uns preus més elevats (10'5£ –gairebé 15€– l'entrada general pels adults), per tant, no és un bon exemple a tenir en compte a l'hora de pensar els preus per el nostre cas a Vic. Ens hem de fixar més, doncs, en els preus que estableixen les catedrals catalanes, que van des d'uns 5€ per entrada reduïda als 7€ per entrada general. La política de preus que es proposa a cada cas, però, té en compte diferents modalitats. Per tant, intenta adaptar-se a tots els públics i, com es diu popularment, a totes les butxaques, però també a tots els interessos.

Tot plegat seran aspectes que haurem de pensar a l'hora de gestionar la visita turística de la Catedral de Sant Pere de Vic, per tant, l'anàlisi ha servit per veure en quins elements es treballa en un producte cultural i turístic d'aquestes característiques i per començar a intuir cap on s'haurà de tirar, quins elements s'hauran de potenciar, quines polítiques haurem d'aplicar.

II PART

4. ANÀLISI DE CAS: LA CATEDRAL DE VIC

En la primera part del treball hem determinat el marc teòric que contextualitza aquesta segona part que iniciem a partir d'ara. Hem definit dos conceptes clau que emmarquen el turisme cultural de temàtica religiosa i hem fet una aproximació als aspectes més importants sobre la gestió del patrimoni cultural, veient aspectes sobre la seva interpretació o la seva posada en valor.

En aquest capítol ens endinsarem en el cas de la Catedral de Vic, presentant, analitzant i proposant diversos temes que ens permetran conèixer cadascun dels elements que envolten aquest conjunt catedralici per poder, finalment, assolir l'objectiu principal del present treball que, recordem, és dissenyar una proposta de readaptació de la visita turística de la Catedral per tal que, tant el nombre de visitants com la qualitat de la visita, augmenti.

En primer lloc oferirem una aproximació al voltant de l'element catedral. El nostre cas d'estudi es basa en un edifici catedralici i, per tant, és del tot adient dedicar-li un apartat on veurem els seus orígens, els seus usos, i com ha esdevingut un producte cultural i turístic. També tindrem ocasió de veure el context actual d'aquests recursos, és a dir, quins són els més visitats, o en què s'està treballant a nivell de Catalunya. Després, presentarem la Catedral de Vic des del punt de vista històric i contextual per tal de situar-la i conèixer-la millor. Tot seguit, molt breument i a mode de retrat, veurem quina és l'oferta cultural turística que reuneix la ciutat de Vic.

Per últim, veurem quin és l'estat de la qüestió del complex catedralici com a producte turístic, és a dir, com s'està duent a terme actualment la seva gestió, què s'ofereix al visitant, quins resultats dona, etc. I a partir d'aquí, un cop haguem estudiat tots aquests aspectes previs, procedirem a construir la nostra proposta de visita turística amb tot el que això suposa a nivell de gestió cultural i turística, a partir d'una sèrie d'actuacions.

4.1. La catedral com a recurs cultural i turístic

Després d'haver introduït el que s'exposarà en aquest capítol, i abans d'entrar en matèria, és oportú parlar, aquí, en termes generals, del recurs cultural i turístic que ens ocupa: la catedral. I és que quan parlem de turisme cultural de temàtica religiosa, potser l'atracció turística "estrella" siguin les catedrals. Ens atreviríem a afirmar que la catedral d'una destinació conforma un dels nodes principals. Així, Notre Dame de París és l'atractiu turístic més visitat de la capital francesa, la catedral de Colònia és el monument més visitat de tot Alemanya o, sense anar més lluny, la Catedral de Girona és el lloc que atrau més turistes de la ciutat.

La catedral és un element amb el qual convivim des de fa molts segles –des del segle XI aproximadament– i fins al moment, en alguns lloc més i en altres menys i independentment de les creences individuals de cadascú, és un element més que, com a edifici i com a símbol, ens ha definit i ens defineix com a societat. La catedral és testimoni del pas dels segles, de l'evolució de la nostra història, de l'art, de l'arquitectura, de la cultura i, sobretot, de la religió.

Si hem de definir el concepte, ens cenyim a la definició que en va fer Javier Rivera en la seva ponència durant el simposi internacional celebrat a Valladolid, l'any 2008, que portava per títol *La Europa de las catedrales. Conservación y gestión*. Rivera, doncs, definia la catedral com "el conjunt religiós més representatiu de la Baixa Edat Mitjana (que és el període comprès entre els segles XI i XIV), tant des del punt de vista estamental –bisbe, clergues, poble– com des de l'intel·lectual cristià, per reunir tot el pensament filosòfic i espiritual a través de la seva iconografia i iconologia, com de la seva ubicació, els seus models tipològics i sistemes constructius, que es manifesten en urbanisme, arquitectura i obres d'art i elements mobiliaris i d'ús quotidià pel compliment de les funcions de la càtedra del bisbe, la institució episcopal a la diòcesi en les seves missions i la transmissió de l'Evangelí. És doncs, la primera església o església mare de la seu" (Rivera, 2008:18).

Tal com fa notar també Rivera, les construcció de les catedrals va sorgir en un moment en què Europa començava a experimentar un canvi; naixia una nova Europa enfilant el camí cap a una nova etapa de progrés i modernitat (Rivera, 2008:18), i l'Església no podia quedar-se'n al marge. Va ser a l'aleshores petit reialme de França on es van començar a aixecar un seguit d'edificis catedralicis (París, Saint Denis, Chartres,

Laon, Reims...) que amb els segles acabarien conformant una inigualable obra d'arquitectura, les grans catedrals gòtiques. Amb el temps, aquest model s'estendria pel continent, de manera que esdevindria una nova Europa on els homes van voler arribar al cel. Era l'època de les grans catedrals.

Eren catedrals construïdes segle rere segle –primer en el romànic i el gòtic, i després en el renaixement i el barroc– per tots aquells que, moguts per la fe, miraven de contribuir d'alguna manera o una altra en aquelles grans obres. Així les nostres catedrals, a més de ser la imatge física de l'Església, constitueixen un exemple de societat, de civilització i de cultura que tots sentim nostre. I és per això, com a herència nostra que és, que s'ha de treballar per garantir la seva conservació i transmissió com a llegat.

Una de les formes que s'ha trobat, no sabem si la millor, per a contribuir a la conservació de les catedrals, és proposar-les com a atracció turística. En les últimes dècades, dues en el cas espanyol, l'Església s'ha vist amb la necessitat o ha volgut sumar-se a la demanda social i cultural per a reutilitzar monuments i espais. Així, molts edificis religiosos, fins fa relativament poc únicament destinats al culte, s'estan convertint en espais multifuncionals, acollint des de concerts fins a exposicions, tot buscant un equilibri i un respecte entre aquestes noves utilitats i la seva funció primera. En aquest aspecte, França, Itàlia i Anglaterra van ser pioners, van ser capaços d'aprofitar tot el potencial turístic-cultural dels edificis catedralicis sense afectar negativament les seves condicions de permanència, amb la intel·ligència suficient en la gestió dels monuments i llocs sagrats per a millorar la qualitat de vida dels seus ciutadans (Rivera, 2008: 33).

Així doncs, la catedral és una expressió cultural de primera magnitud, dotada d'altres valors com el polític i el simbòlic i que, alhora, compleix amb una funció utilitària, turística (Abril, Azpelicueta & Sánchez, 2014). A més a més, com fa notar Troitiño Vinuesa, els conjunts catedralicis constitueixen una peça fonamental de l'estructura urbana i es converteixen en una fita de referència cultural i turística (Troitiño, 2008). Forma part del paisatge urbà, del qual normalment sol ser-ne protagonista. Només cal que ens vingui a la memòria la imatge del centre històric d'alguna ciutat: Girona, Santiago de Compostela, Florència, Toledo, Colònia, a totes hi apareix la catedral majestuosa com a part del passat però que s'ha transformat en un recurs turístic present i futur.

Malgrat tot, també s'ha de dir que aquest fet sovint comporta algunes problemàtiques o conflictivitats que solen anar relacionades amb la forta pressió turística que reben aquests edificis i el seu entorn immediat, que congestionen la zona. Sigui com sigui, però, aquest de moment no és el nostre cas, ja que la ciutat de Vic, tot i comptar amb una catedral molt interessant i força important històricament, aquesta encara no constitueix un node principal. Però tot això ho veurem en els següents apartats.

La catedral és, doncs, un edifici d'orígens medievals i amb unes funcions estrictament culturals, que ha experimentat uns canvis que l'han portat a transformar-se en recurs turístic-cultural (real o potencial) que contribueix a *excepcionalitzar* el lloc on es troba, a dotar-lo d'identitat i a diversificar-ne l'oferta. Aquest fet la converteix en un edifici amb triple funcionalitat: la religiosa (raó de ser del conjunt catedralici i clau de la seva existència), la cultural (algunes catedrals atresoren un patrimoni cultural molt ric i divers que les converteixen en autèntics centres museístics), i la turística (generalment es consideren fites d'obligada visita en les destinacions).

Si mirem en el context turístic actual ens adonem que força catedrals europees es troben situades com a les més visitades, tant a nivell europeu com a nivell mundial. El Periódico publicava l'any passat (2014) un rànquing dels deu monuments més visitats d'Europa ([http://viajar.elperiodico.com/destinos/europa/los-10-monumentos-mas-visitados-de-europa/\(imagen\)/150214/catedral-de-notre-dame-paris#mainContent](http://viajar.elperiodico.com/destinos/europa/los-10-monumentos-mas-visitados-de-europa/(imagen)/150214/catedral-de-notre-dame-paris#mainContent)), d'entre els quals hi situava la Catedral de Colònia, Alemanya, que rep aproximadament uns 6 milions de visitants l'any, i Notre Dame de París, França, amb un total de visites que ronda els 12 milions anuals. Segons la revista Forbes, en una publicació del 2013, aquestes dues catedrals també se situen entre els vint llocs sagrats més visitats a nivell mundial.

Si acotem més els límits i ens centrem en el panorama espanyol, l'any 2012 l'edició digital del diari ABC situava la Catedral de Santiago de Compostela i la Catedral del Pilar de Saragossa, entre els vint monuments més visitats del país (Los monumentos más visitados de España, *ABC.es*, Cultura; <http://www.abc.es/20120716/cultura/abci-monumentos-visitados-espana-201207110330.html>). Santiago de Compostela va rebre, l'any 2010, més de 3'5 milions de visitants situant-lo any rere any, no cal dir-ho, com a principal centre de pelegrinatge del país.

Pel que fa a Catalunya, trobem que és oportú explicar un projecte anomenat *Catalonia Sacra*, que ja hem introduït anteriorment quan analitzàvem les visites guiades a la Catedral de Girona. L'any 1996 el Bisbat de Vic va fundar L'Albergueria, Centre de Difusió Cultural, una entitat especialitzada en la gestió i la dinamització del patrimoni cultural d'arrel religiosa. Creava un centre responsable, entre altres coses, de la programació cultural de la pròpia entitat i de la gestió del monestir de Santa Maria de l'Estany. A més a més, és l'entitat gestora del projecte *Catalonia Sacra*.

Catalonia Sacra és un projecte cultural i turístic, iniciativa dels deu bisbats amb seu a Catalunya, promogut pel Secretariat Interdiocesà per a la Custòdia i Promoció de l'Art Sagrat de Catalunya (SICPAS) i cofinançat per la Conferència Episcopal de la Tarraconense i la Generalitat de Catalunya a través de la Direcció General de Turisme. El projecte té com a propòsit donar a conèixer el patrimoni arquitectònic i artístic vinculat a l'Església Catòlica, i ajudar a la seva visita turística. Per aconseguir-ho, l'objectiu principal és la creació d'una sèrie d'itineraris que permetin conèixer la història, l'art i la vida religiosa de Catalunya a partir de la visita de llocs emblemàtics de geografia cristiana del territori.

Les accions del projecte, doncs, van des de la programació de múltiples i diverses activitats –visites guiades, xerrades, concerts– fins a programes de formació molt interessants. Al seu web (www.cataloniasacra.cat) es poden consultar les ressenyes d'una gran quantitat d'esglésies, amb la informació turística corresponent, ordenades segons el bisbat i l'itinerari al qual pertanyen.

Els itineraris que proposa *Catalonia Sacra* es divideixen en tres nivells: el nuclear, amb itineraris per les catedrals de les deu diòcesis de Catalunya; el radial, amb itineraris pels elements patrimonials més rellevants de cada diòcesi; i el global, amb itineraris per tot el territori català. D'aquests tres nivells, però, volem destacar les anomenades rutes nuclears, que s'estan desenvolupant actualment des d'aquest projecte, les quals estan directament relacionades amb les catedrals catalanes. Les rutes nuclears no són altre cosa que una guia de visita amb la qual comptarà cada catedral, pensada perquè el visitant pugui descarregar-se-la del web i utilitzar-la com a orientació quan visiti la catedral en qüestió.

En definitiva, aquesta i les altres rutes del projecte, malgrat encara hi ha molt per fer, són una eina molt útil per conèixer i comprendre els elements del patrimoni cultural religiós de Catalunya que, a més, ajuden a una posada en valor del conjunt.

4.2. La Catedral de Vic. Context i introducció històrica

La Catedral de Sant Pere de Vic (Imatge 6) es troba situada al nucli antic d'aquesta població de gairebé 42.000 habitants. Vic és una ciutat que per les característiques que reuneix, és propícia a rebre fluxos de visitants. La ciutat es troba a mig camí entre el mar i els Pirineus, i la seva proximitat amb la ciutat de Girona, de la qual la separen només 60 quilòmetres, i amb Barcelona, a 70 quilòmetres, la converteix en una de les capitals de la Catalunya central. A més, el conjunt d'edificis del seu centre històric i la seva vinculació amb el passat medieval, són un reclam indiscutible pels turistes. Segons dades proporcionades per la mateixa Oficina de Turisme de la ciutat, Vic va rebre, l'any 2013, gairebé 30.000 visitants¹³. D'aquests, més d'un 79% –la gran majoria– provenien de l'estat espanyol, i els internacionals amb més presència a la ciutat van ser, per la proximitat, els francesos, amb un 7'5%, seguits dels holandesos (2'05%) i dels anglesos (1'79%).

72

No obstant, la capital osonenca es troba fora dels circuits turístics de gran intensitat, però aquesta és una circumstància no necessàriament negativa, sinó més aviat avantatjosa en el nostre cas. A diferència d'altres moltes destinacions ja més consolidades, Vic ofereix un ventall més ampli de possibilitats per explorar en el camp del turisme i sembla que té força potencial.



Imatge 6. Catedral de Vic.

Font: <http://www.ruta1714.cat/escenaris/catedral-de-vic/>.

¹³ Aquest és el nombre de visitants que, durant l'any 2013, van passar per l'Oficina de Turisme de Vic. No es contemplen aquells que van visitar la ciutat sense passar per l'oficina d'informació turística.

Segons un estudi dels visitants de la Catedral portat a terme per a realitzar el Pla Director de la Catedral de Vic (2002)¹⁴, s'establia que el nivell de visites que rebia la catedral, almenys en aquella època, era reduït però constant durant tot l'any (Vila, 2002). Deduïm, d'aquesta informació, que el nivell de visites a la resta de la ciutat de Vic responia a les mateixes característiques i que, és molt probable que actualment aquets comportament es mantingui.

Pel que fa a la Catedral, però, l'estudi exposa que les visites realitzades són a nivell privat i busquen, sobretot, contemplar la part romànica de l'edifici i les pintures de Sert. Més endavant tindrem l'oportunitat de conèixer amb profunditat de quins elements i espais visitables disposa la Catedral de Vic. Amb tot, aquest fet suggereix, per tant, l'atractiu potencial que posseeix el complex catedralici, malgrat no sigui gaire conegut pel gran públic. Però coneguem una mica més la Catedral; quina és la seva història? Com ha evolucionat al llarg dels segles? Qui la va construir i com?

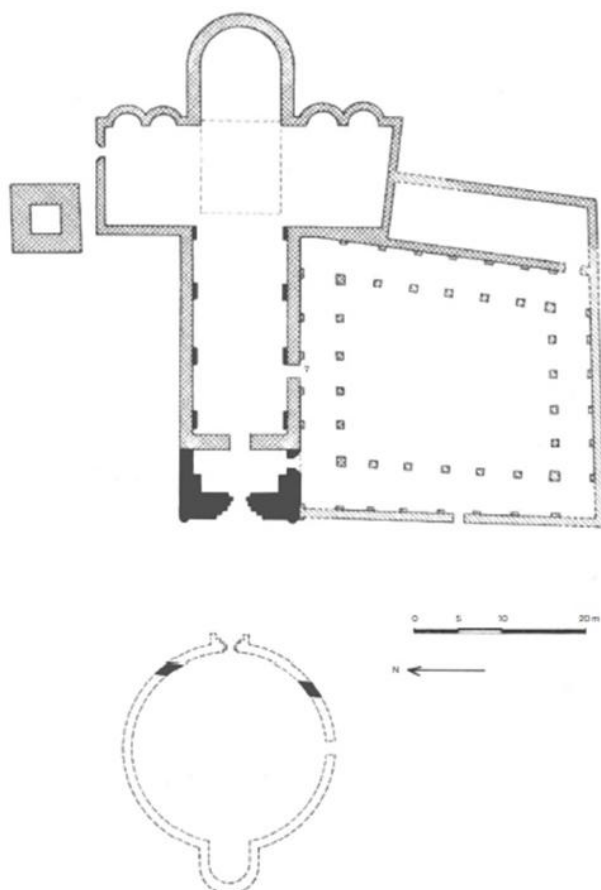
En qualsevol estudi històric, o en la majoria, sobre la Catedral de Vic, impera un dubte que potser no es resoldrà mai. No hi ha cap indici arqueològic ni cap text literari prou convincents que permetin assegurar el lloc exacte on s'emplaçava la primera catedral de Vic, existent almenys des de l'any 516, any en què es documenta el primer bisbe d'Osona (Barral, 1994). Aquesta catedral primitiva, però, hauria estat destruïda durant la invasió sarraïna (717-718) i no se'n va construir cap altra fins a la repoblació d'Osona a mans del comte Guifré (886) i la restauració del Bisbat amb el bisbe Gotmar. Sigui com sigui, segons la documentació conservada, la catedral apareix esmentada per primera vegada, l'any 889 en un precepte que el rei Odó I va atorgar a la seu vigatana.

Però el bisbe més important que va tenir Vic va ser Oliba, qui va esdevenir-ne bisbe l'any 1017, època en que es pot afirmar rotundament que ja hi existia una catedral des de finals del segle IX; una catedral que, malgrat no se sap com era exactament, estava composada per tres edificis que formaven un conjunt episcopal: l'església de Sant Pere, la de Santa Maria –coneguda, per la seva planta central circular, com “La Rodona”– i la de Sant Miquel. Sobre aquest grup episcopal va ser sobre el qual va operar el bisbe Oliba.

Oliba, en arribar a Vic i prendre possessió del seu nou càrrec, va iniciar la construcció de la primera catedral romànica (Imatge 7, pàgina 74), que seria consagrada

¹⁴ El Pla Director de la Catedral de Vic, realitzat per Rafael Vila (2002), s'emmarca dins el *Plan Nacional de Catedrales* i tenia per objectiu estudiar l'edifici, sobretot estructuralment i arquitectònicament, per resoldre les seves deficiències i adequar-lo per a la seva deguda conservació. El Pla, però, també fa uns primers intents per acostar-se al potencial turístic cultural del complex catedralici.

l'any 1038. Va reedificar l'antiga catedral de Sant Pere, va modificar la de Santa Maria i va fer desaparèixer la de Sant Miquel, que quedaria integrada a la nova Catedral. Oliba va plantejar, doncs, un projecte amb dos edificis. Sabem que la nova església romànica de Sant Pere responia a una estructura amb una destacada capçalera de cinc absis, o més concretament, amb un gran absis central –muntat sobre una cripta– i quatre absidioles laterals obertes a un gran transsepte. Al costat nord del transsepte hi havia una torre campanar, avui adjacent als murs de la catedral, però que en origen es trobava exempta. L'edifici era de nau única, que posteriorment (s. XII) s'ampliaria, fet que comportaria també l'ampliació i construcció d'una nova portada. Una petita obertura al mur sud permetia l'accés al claustre, que aleshores probablement constava tant sols d'una o dues galeries (Barral, 1994: 207). A l'altre extrem del claustre hi havia el Palau episcopal. Es creu que l'edifici estava cobert amb una volta de canó a la nau central i el presbiteri i amb dues voltes de canó més als braços del transsepte. L'absis presentava una volta de quart de cercle i el creuer anava cobert amb una petita cúpula.



Imatge 7. Planta hipotètica de la primera catedral romànica de Vic (1017-1038).
Font: Barral (1979).

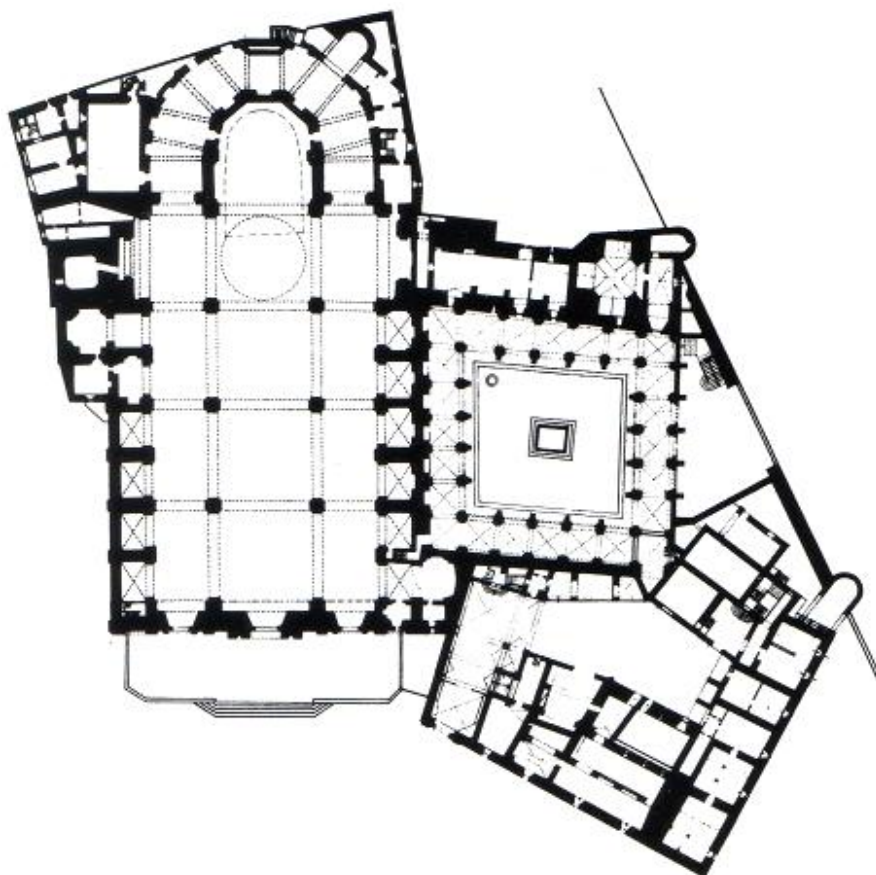
Aquest tipus d'estructura arquitectònica que Oliba va portar fins a Vic, i que va desenvolupar en la seva màxima esplendor en el Monestir de Ripoll, manifesta unes comunicacions amplíssimes amb Europa, assumint un llenguatge arquitectònic, anomenat del "primer romànic", que es trobava en regions com el Rosselló, la Borgonya, la Llombardia, l'Emília-Romanya, o fins i tot al Lazio.

La segona etapa constructiva de la Catedral de Vic s'inicia a partir de la segona meitat del segle XII. L'entorn i "La Rodona" van continuar pràcticament intactes, mentre que a Sant Pere van tenir lloc algunes modificacions importants. D'una banda, es van adossar quatre lesenes als dos murs de la nau, destinades a reforçar la volta, i es van multiplicar els altars. De l'altra, es va aixecar una gran façana monumental, que deixava un espai porticat a davant, que devia estar esculpida. Ens podem imaginar que hauria estat alguna cosa semblant al que podem trobar a Ripoll. A més a més, es va procedir a un engrandiment de la cripta amb la construcció, cap a ponent, de quatre trams que s'estenien fins al centre del transsepte.

El claustre data del segle XIV (1318-23) i va ser construït en estil gòtic. Per sota de les galeries gòtiques, però, encara es poden veure les arcades anteriors, els vestigis romànics d'aquest recinte. A tot voltant, s'hi van ubicar diverses capelles i s'hi va obrir una estança, seguida de la sala del Capítol, coberta amb una bonica cúpula octogonal. Durant els segles del gòtic, la Catedral de Vic, a més d'anar-se ampliant, s'anava embellint amb nombroses obres d'art posades al servei del culte. Obres promogudes, en la majoria de casos, per iniciativa dels bisbes i canonges del complex. Una de les obres més notables ja l'hem comentat, el claustre; una altra és el retaule d'alabastre policromat que Pere Oller va construir per adornar l'altar major després que, a principis del segle XV, el creuer i el presbiteri de l'església romànica fossin reforçats i modificats. El cor, construït el 1440, també va ser una obra important del gòtic però malauradament va ser destruït a causa d'un incendi durant la Guerra Civil.

A la primera meitat del segle XVII van construir-se vàries capelles que conformarien la nau lateral esquerra, i en la segona, va començar a sorgir la idea de la construcció d'un nou edifici. Segons els plànols conservats per mossèn Gudiol, el temple s'havia d'estructurar en una nau central amb cinc capelles a cada costat, creuer amb cúpula, absis rectangular i capella del Santíssim en el creuer al costat de l'Epístola. La façana seguia els esquemes tradicionals de divisió amb pilastres que distribuïen el mur amb tres cossos verticals (Barral, 1994: 224).

D'aquest projecte avui no en resta pràcticament res. A finals del segle XVIII l'orientació del projecte va fer un tomb i es va decidir construir una Catedral totalment nova respectant la fàbrica del segle XVII, però que implicava destruir la romànica, conservant-ne només el campanar i els claustres. Així, la nova catedral neoclàssica (Imatge 8) consistia, tal com descriuen Barral (1994) i Pladevall (1986), en tres naus de tres trams cadascuna, separades per pilars quadrats molt esvelts coronats per capitells compostos sobre pilastres estriades. Pel que fa al creuer, aquest es va allargar sobresortint lleugerament del perfil de la nau i es va construir un gran absis poligonal. Al costat de l'Epístola s'hi va ubicar la capella del Sagrament, que avui no es conserva. A la banda de l'Evangeli s'hi va construir la Sagristia i un vestidor. Es va cobrir tot el temple amb voltes esfèriques, de planta quadrada a la nau central i rectangular a les laterals. El creuer va ser cobert amb una cúpula i la façana va ser decorada amb una gran portada.



Imatge 8. Planta neoclàssica actual de la Catedral de Vic i Palau episcopal.
Font: Barral, 1994: 234.

“La Rodona”, que va ser demolida, es va reconstruir al final de la galeria de llevant d'un claustre que també havia estat desplaçat i reconstruït. A més, s'hi va afegir un pis

superior destinat a biblioteca episcopal i arxiu. El temple va ser inaugurat, de nou, l'any 1803.

L'espai interior, que havia quedat nu i sense decoració, va ser decorat per Josep Maria Sert (1874-1945). Havien de cobrir els murs del temple uns grans llenços pintats a l'oli amb escenes del misteri de la Redempció, de l'Antic i del Nou Testament. L'any 1936 però, les pintures, juntament amb els retaules, els orgues, el cadirat del cor i la resta del mobiliari litúrgic, van desaparèixer en l'incendi de la Guerra Civil. Les voltes van cedir i la resta de l'estructura va quedar força malmesa, fet que va fer que s'hagués de reconstruir la Catedral respectant l'arquitectura anterior. Va ser llavors quan es va aixecar un deambulatori tot voltant l'absis. L'any 1939, Sert va pintar de nou l'edifici i les pintures constitueixen avui una visita obligada i un dels principals reclams de la Catedral.

La Catedral de Vic està catalogada com a monument protegit integralment a nivell patrimonial, essent declarada Bé Cultural d'Interès Nacional (BCIN) en un decret de l'any 1931¹⁵. Amb aquesta declaració de màxima protecció se li va atorgar un caràcter jurídic i va adquirir el significat de benefici per a la totalitat de la població i representació de la memòria del passat de la nostra cultura carregada de valors inalienables i indestructibles, per la qual cosa la legislació obliga a la seva conservació (Rivera, 2008: 17).

¹⁵ Es pot consultar la fitxa tècnica de la Catedral de Vic al web sobre patrimoni de la Generalitat de Catalunya: <http://invarquit.cultura.gencat.cat/Cerca/Fitxa?index=10&consulta=MCUyKzA4Mjk4MSUzKz10JTOuMiU=&codi=262>.

4.3. Altres atractius turístics culturals de Vic

Ara que coneixem una mica més el context i la història de la Catedral de Sant Pere de Vic –recordem que comentarem amb més detall cada element i atractiu del temple més endavant, quan tractem els continguts de la visita– creiem apropiat anomenar ràpidament alguns dels altres atractius turístics culturals amb els quals compta la ciutat.

Vic compta amb una oferta cultural força bona, que va des d'una gran quantitat d'edificis històrics, museus i centres culturals, fins a rutes culturals, visites guiades, fires i mercats, o jocs de descoberta de la ciutat. D'entre els edificis que recorren el centre històric medieval, en trobem de diferents estils arquitectònics, des de l'època romana fins al modernisme. En destaquen, per exemple, el temple romà del segle II, les muralles del segle XIV, o la casa de la ciutat, d'estil gòtic i barroc.

Pel que fa als museus i centres culturals, Vic pot presumir de tenir una de les col·leccions d'art litúrgic medieval, amb obres mestres de pintura i escultura del romànic i del gòtic català, més important del territori, custodiada al Museu Episcopal de Vic. També es pot visitar el Museu de l'Art de la Pell, dedicat a les arts decoratives i aplicades a la pell, amb una col·lecció heterogènia d'objectes, d'època i procedència diverses.

Quant a rutes culturals i visites guiades, l'Oficina de Turisme de la ciutat en proposa una oferta ben variada. Les rutes culturals estan pensades per conèixer els trets més representatius del patrimoni cultural vigatà i actualment se'n poden fer sis: la ruta "Centre històric", la ruta "Sert", la ruta "Els camins del Bisbe i Abat Oliba"¹⁶, la ruta "El bisbe Oliba i el Vic medieval", la ruta "Maria Àngels Anglada i la ruta de la novel·la "Laura a la ciutat dels Sants". Les quatre primeres rutes inclouen la visita a la Catedral de Sant Pere. Les visites guiades, dirigides tant a grups d'escolars com a turistes, són organitzades conjuntament amb l'Associació Vic Informadors i s'adapten als interessos de cada visitant.

Les fires i mercats culturals probablement són el que més es coneix de la ciutat de Vic i el que atrau un major nombre de visitants. Hem de destacar el famós Mercat Medieval, que se celebra cada desembre durant el pont de la Puríssima, i que en els

¹⁶ "Els camins del Bisbe i Abat Oliba" és una ruta d'art romànic català (GR 151) que uneix vàries comarques –el Bages, Osona i el Ripollès– utilitzant com a fil conductor la figura del religiós. La ruta presenta l'art romànic com un element integrador de la Catalunya central i constitueix un molt bon argument per donar a conèixer el paisatge, la gastronomia, la tradició, la història, l'art, l'arquitectura i també, de passada, l'oferta turística de la Catalunya interior. La ruta, doncs, passa per la ciutat de Vic. Per saber-ne més: www.caminsoliba.cat.

darrers anys ha atret més de 100.000 visitants. Any rere any, la vessant cultural d'aquest mercat s'ha anat consolidant (Mercat Medieval. *VicFires*; <http://www.vicfires.cat/fires.php?idm=1&subpg=8&subpg2=1>).

Per últim, és interessant destacar un producte cultural i turístic que creiem molt interessant i original. Es tracta del joc *El Bisbe Oliba i el manuscrit perdut*, un joc de pistes pensat per realitzar en família, amb nens de 6 a 12 anys, on l'objectiu és descobrir tant la ciutat com l'empremta que hi va deixar Oliba. El joc consisteix en seguir les instruccions del llibret (disponible a l'Oficina de Turisme de Vic per 2€) per tal d'anar recorrent diferents espais de la ciutat en busca del bisbe Oliba, a qui se li ha de tornar el manuscrit.

En definitiva, Vic és una ciutat amb molta història i molt rica en contrastos, que viu entre la tradició i la modernitat, i que alberga elements i edificis de diverses èpoques. Per tant, la seva oferta és completa i pot satisfer les necessitats i interessos de moltes tipologies de visitants.

Aquesta àmplia oferta turística cultural que proporciona Vic s'haurà de tenir en compte, no només per conèixer què s'ofereix als visitants de la ciutat, sinó també perquè a l'hora de gestionar la Catedral ens pot ser útil per pensar nous productes per complementar o diversificar la visita al monument religiós. Noves rutes, *packs* o tiquets integrats, descomptes, etc., són algunes de les idees que poden sorgir mitjançant el coneixement complet de l'oferta turística cultural d'una destinació.

4.4. La Catedral de Vic. Estat de la qüestió

En aquesta segona part del treball hem introduït, fins ara, el concepte catedral des de diferents punts de vista –com a edifici religiós, com a element cultural i com a producte turístic–, hem contextualitzat la Catedral de Vic des d’una perspectiva historicoartística i també contextual, i hem vist què més es pot fer, com a turistes culturals, a la ciutat de Vic.

En aquest apartat, analitzarem quin és l’estat de la qüestió de la Catedral de Sant Pere de Vic. Veurem en quina situació es troba actualment, si rep gaire visites, si presenta elements enfocats al turisme, quin tipus de gestió s’hi fa i qui ho gestiona, etc. En definitiva, veurem tota una sèrie d’elements que ens permetran determinar si hi ha alguns aspectes que no funcionen, quins són i per què no funcionen. De la mateixa manera, s’identificarà allò que sí que funciona.

En l’apartat introductori ja s’ha comentat el motiu principal de la seva realització del treball. Recordem que es tracta d’un projecte que té intenció de fer-se realitat, és a dir, que la proposta de visita turística que ideem en aquest treball de Màster Tesi s’acabarà aplicant a la Catedral osonenca. L’encàrrec, doncs, va arribar-nos des de la Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic, que és l’entitat que gestiona la Catedral de Vic, i se’ns demanava que es realitzés una proposta de visita turística que ajudés a millorar la qualitat de la visita, a augmentar les visites i a promocionar l’edifici religiós.

D’aquesta proposició se’n dedueix, per tant, que hi deu haver alguna cosa que no acaba de funcionar en la gestió de la Catedral o, almenys, que fan falta idees noves, fresques, que aportin un valor afegit, quelcom que ajudi a configurar un producte turístic cultural de temàtica religiosa de qualitat.

Per poder desenvolupar aquest apartat, com s’ha comentat en l’apartat de *Metodologia*, ha estat necessari utilitzar l’observació com a mètode d’investigació. Així, ha calgut visitar la Catedral de Vic en dues ocasions per tal d’observar *in situ* tot allò relacionat amb la visita turística al monument, des dels accessos o itineraris, fins a les eines d’interpretació o els continguts.

Pel Pla Director de la Catedral de Vic (2002), del qual hem parlat ja anteriorment, sabem que ja es contemplaven aspectes relatius al turisme i a la difusió de l’interès cultural del conjunt, com ara la mateixa realització d’una visita turística determinada.

Per tot plegat, s'entén, calia anar adequant el monument per a aquests usos turístics. Pel que hem pogut observar –com tot seguit comentarem– hi ha molts aspectes que es poden modificar, que cal adequar i modernitzar.

La primera visita al monument podem considerar que va ser el naixement, el tret de sortida, d'aquest projecte. Va ser una trobada amb el Sr. Dani Font Montanyà, coordinador de la Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic, responsable de continguts de “L'Albergueria, Centre de Difusió”, i coordinador del projecte “Catalonia Sacra”; i amb Mn. Josep Maria Riba Farrés, director de la Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic, membre de la Comissió Diocesana per el Patrimoni Cultural, director del Museu Episcopal de Vic, i director de “L'Albergueria, Centre de Difusió”. L'objectiu d'aquesta trobada era ben clar: conèixer les persones que han encarregat el projecte i tenir un primer contacte amb la Catedral. La conversa amb Font i Riba va ser clau per entendre el desenvolupament de la gestió del monument, els punts forts i les mancances.

La segona visita va ser a títol personal; podríem dir que va ser una visita turística cultural pròpiament dita, per acabar de veure i comprendre, de primera mà, quin pot ser el comportament del turista dins el monument. L'objectiu era experimentar personalment el que el visitant o turista es troba dins el monument. En tot cas, és a partir d'aquestes dues visites que s'ha pogut observar cada detall i concretar quin és l'estat de la qüestió de la Catedral de Vic. Per arribar a aquest punt, però, primer cal descriure el que hi trobem; quina imatge es projecta als visitants.

Ens trobem fora de l'edifici religiós. El casc antic on es troba ubicada la catedral és una zona força protegida i ordenada pel municipi, de manera que la major part és zona de vianants. Al mateix temps, però, la ciutat compta amb una zona d'aparcaments dissuasoris al seu entorn que es troben força a prop del complex catedralici, a uns 400-500 metres (5 minuts caminant). Per tant, pel que fa als accessos, podem dir que la Catedral té un entorn adequat i accessible.

Ara bé, quant a la senyalització, es troben a faltar alguns indicadors. Els carrers pels quals s'accedeix a la Catedral, almenys aquells per on els visitants generalment fan el seu itinerari, haurien de comptar amb una correcta senyalització de direcció, indicant la direcció de la Catedral. En els cartells que podem trobar actualment pels carrers de Vic s'hi indica, en gran part, “Ruta turística” o “Centre històric”. Tant sols a una placeta (la Plaça Santa Elisabet) indica “Catedral”. Un cop arribats a la Plaça de la Catedral potser

seria bo col·locar-hi un indicador de posició que identifiqui l'element, o fins i tot un indicador descriptiu o informatiu, visible des de qualsevol punt de la plaça. Una bona senyalització és crucial perquè el visitant iniciï la vista amb bones expectatives. Al costat de la porta d'accés a l'edifici hi ha dues plaques informatives (Imatge 9): l'una identifica l'edifici i n'enumera els elements més rellevants; i l'altra informa dels horaris d'obertura.



Imatge 9. Senyalització a la façana de la Catedral de Vic.
Font: Jordi Serra.

Accedim dins el monument. D'entrada, ens adonem que no hi ha cap recepció o punt d'informació (*front office*), ni dins ni fora de l'edifici, on el turista o visitant pugui obtenir la informació necessària per la realització de la visita. Per tant, el visitant entra al recinte sense cap suport ni eina d'interpretació, i sense pagar entrada. Proporcionar una benvinguda i unes bones eines d'interpretació és clau perquè la visita sigui de qualitat.

D'altra banda, no hi ha cap element que indiqui on comença l'itinerari dins l'edifici, però sí que hi ha un seguit de fletxes que indiquen quina direcció s'ha de seguir. La nau central, que és de lliure accés, reuneix força elements, entre ells, la major part de les pintures murals de Sert, però, en canvi, no es proporciona cap informació al respecte. Tant sols si el visitant es dirigeix fins a l'accés al deambulatori, per la banda de l'Evangeli, troba un taulell (buit en la majoria dels casos) gestionat per les monges que custodien el temple¹⁷, on se li demanarà que pagui 2€ (1€ per a grups, majors de 65 anys i menors de 10 anys) –com s'indica, escrit a mà, un cartell situat al costat– si vol

¹⁷ Aquestes monges, anomenades *Servidoras del Señor y de la Virgen de Matará*, provenen de l'Argentina. A la seva arribada a la ciutat, l'any 2008, es van instal·lar al Convent de Santa Clara i són, a més, les encarregades de l'atenció al visitant de la Catedral de Vic des de l'agost del mateix any.

claustre. El claustre també presenta un aspecte poc acurat, sobretot la part romànica, que no es troba adequada per la visita. Tot sortint del claustre, la porta que condueix als peus de la nau es troba tancada, fet que, altre cop, pot confondre al visitant.

Aquesta és, a grans trets, la imatge que projecta la Catedral de Vic al seus visitants; una imatge un xic descuidada, o obsoleta, podríem dir, que fa que el turista cultural no pugui captar el significat i la importància de l'edifici i allò que conté. La visita a un edifici religiós sense gaire serveis turístics i continguts pot ser més o menys agradable per els professionals del món historicoartístic, o per algú ben informat que sap què va a visitar i què s'hi trobarà, però de ben segur que un turista cultural necessita eines que l'ajudin durant la seva visita.

Tal com ens va informar el Sr. Dani Font, el comportament del visitant que entra a la Catedral és el següent: accedeix a l'edifici, contempla molt ràpidament les naus, que és la part que es pot visitar gratuïtament, i poques vegades traspassa la reixa que mig amaga el taulell. Com que les portes per accedir al claustre generalment es troben tancades, tampoc hi accedeixen. Generalment, el visitant realitza la visita a títol individual, sense contractar cap servei de visita guiada o rutes de les que es proposen des de l'Oficina de Turisme, que hem comentat en l'apartat anterior.

Per tant, havent-nos fixat en cadascun dels elements que intervenen en la visita turística de la Catedral, podem establir, d'una manera força evident, que la gestió cultural i turística del temple presenta un seguit de problemàtiques que fan que la visita turística quedi desaprofitada i no pugui ser ben concebuda per part del visitant i, per tant, que tant l'equip gestor com el turista en tinguin una percepció baixa.

Exactament, però, quines són aquestes problemàtiques? Alguns dels problemes que reflecteixen la mala gestió i poden afectar negativament en la imatge que percep el visitant es poden resumir amb els següents punts:

1. La senyalització del monument és deficient i no segueix uns criteris de format uniformes.
2. No existeix cap *front office* ni punt de venda d'entrades. No s'informa de les modalitats de visita.
3. Es proporcionen uns continguts molt breus i no s'articula cap discurs.
4. No hi ha un itinerari clar marcat. No s'informa de la possibilitat de visitar el campanar romànic.
5. La retolació de les peces semblen insuficients i només són en català.

6. No es proporcionen eines d'interpretació (personals i no personals), tret d'un fulletó que no tothom troba.
7. Sistema d'il·luminació de les pintures murals inadequat.
8. Estat de deixadesa en certs espais del conjunt.
9. Espais que podrien ser visitables no oberts al públic.
10. Accessos no adaptats a persones amb mobilitat reduïda.

Tots aquests aspectes inconvenients que s'han pogut detectar, seran sobre els quals s'haurà de treballar i formular propostes d'actuació per tal de millorar la gestió de la Catedral i així poder proposar una visita turística de qualitat, que ajudi a la posada en valor del lloc religiós, sense mai oblidar, és clar, que estem gestionant un lloc religiós que per davant de tot ha de complir amb les seves funcions religioses. Per tant, hem de treballar tenint sempre present que s'han de conciliar les funcions religiosa i turística del conjunt.

4.5. Proposta de visita turística de la Catedral de Vic

Hi ha molts factors que intervenen en la visita turística d'un monument; d'un element del patrimoni cultural de temàtica religiosa, com és el nostre cas. Des del moment en que un espai religiós es fa visitable i s'obre al públic general, són molts els aspectes que s'han de gestionar per configurar un producte cultural i turístic que respongui a la demanda i que, per tant, doni resposta a allò que el visitant espera.

86

Al mateix temps, gestionar un element d'aquestes característiques, no ho oblidem, comporta saber conciliar diferents usos (religiós i secular) i diferents interessos. Però ja s'ha comentat quins eren els reptes de la gestió a l'apartat 3.2.1.

Coincidim amb Myra Shackley (2001), quan explica que els mètodes de gestió varien i els gestors han de realitzar un equilibri delicat entre allò que necessita el visitant i allò que necessita l'edifici. El que volem dir és que és primordial que es conservin les característiques i l'essència del lloc i cal tenir molt present que s'actua dins d'un edifici amb uns valors històrics, arquitectònics, artístics i, en definitiva, patrimonials, que cal preservar i no alterar.

Per tant, pel visitant, visitar un lloc sagrat –independentment de si els seus interessos són religiosos, culturals o estrictament turístics– hauria de ser una experiència emotiva, de manera que les persones encarregades de la gestió han de mirar de preservar la qualitat espiritual del lloc, la seva essència (Shackley, 2001: XV-XVIII).

En aquest apartat, doncs, es proposen un seguit d'actuacions, tant des del punt de vista més cultural –entenent com a culturals tots aquells aspectes relatius als continguts, les eines d'interpretació, els diferents itineraris, etc.– com des d'una perspectiva més turística o de gestió interna –entenent com a turístics tots aquells elements relatius a la senyalització, el punt d'informació, la política de preus, els horaris, etc.– que han d'acabar conformant, en conjunt, una nova visita turística de la Catedral de Vic. Avancem que es farà més èmfasi en unes actuacions que en d'altres, així com hi haurà actuacions aplicables a llarg termini o no tant urgents. Per tant, amb aquestes actuacions, 11 en concret, es pretén donar solució als diferents aspectes problemàtics que s'han identificat en l'apartat anterior i anar configurant el conjunt que definirà les quatre accions principals de la gestió, de les quals se n'ha parlat a l'apartat 3.2. (conèixer, planificar, controlar i difondre).

Tot seguit tindrem ocasió de veure de què es tracta cada actuació, però de moment,

podem avançar que les actuacions 3 i 4 pertanyen clarament a l'acció de conèixer, les actuacions 5, 6, 9 i 10 formen part de l'acció de planificar, les número 2, 7 i 11 estan destinades a controlar, i les actuacions 1, 8, 9 i 10, pertanyen a l'acció de difondre.

4.5.1. Actuacions

Actuació 1. Implementar una senyalització adequada i uniforme

La senyalització exterior i interior és un dels primers elements amb els quals el visitant entra en contacte amb l'element patrimonial, per tant, cal tenir-ne cura. La primera actuació, doncs, consisteix en implementar una senyalització adequada i uniforme per tal que el visitant sàpiga en cada moment on es troba, cap on ha de seguir el seu recorregut i què observa.

Diem que ha de ser una senyalització adequada en el sentit que ha d'identificar, posicionar o descriure l'element o els elements que conté. Així, hem de contemplar diferents tipus de senyalització: la de direcció, aquella que marca l'itinerari a seguir o indica cap a quina direcció se situen els espais o objectes; la de posició, aquells marcadors que identifiquen el lloc o l'espai on es troba el visitant i que, a més, n'augmenta el seu valor; la descriptiva, aquella que explica els continguts del monument i crea un enllaç entre l'objecte i el subjecte; i la informativa, aquella que proporciona informació útil i pràctica.

Diem que ha de ser una senyalització uniforme en el sentit que tots els senyals han de presentar una homogeneïtat quant a format, amb les mateixes mides, el mateix color de fons i de lletra, una tipografia igual per cada placa o senyal, etc.

La informació que acompanya les peces d'art o els espais dins la Catedral no ha de ser molt extensa però tampoc s'ha de trobar a faltar informació; cal que contingui la informació justa per conèixer correctament la peça o espai. Igualment, caldria presentar aquesta informació en altres idiomes a part del català, per exemple, el castellà, l'anglès i el francès.

Aquesta actuació té una prioritat elevada ja que, com hem dit en una altra ocasió, creiem que és important pel fet que és un dels primers elements que condicionen la imatge que transmet el monument al visitant.

Actuació 2. Situar una *front office* a l'entrada de la Catedral

El visitant de la Catedral ha de tenir a la seva disposició un punt d'informació per poder ser rebut i atès en qualsevol dels dubtes o necessitats que pugui tenir. Per aquest motiu, l'actuació número dos consisteix en situar un taulell als peus de la Catedral, on el visitant s'hagi d'adreçar tant bon punt accedeixi a l'edifici.

Pel que fa a la seva ubicació ha de ser, per una qüestió d'espai, a l'interior del temple, tot i que en l'anàlisi del model de les altres quatre catedrals, hem vist que la majoria tenen ubicat el taulell d'informació en un espai més o menys exterior a la pròpia catedral. Això és possible si es disposa d'un espai més o menys proper a l'accés del temple que es pugui habilitar com a tal.

En tot cas, la *front office* ha d'oferir diferents serveis. D'una banda ha de fer la funció de punt d'informació per proporcionar tot tipus de material i dades al visitant, des de les tarifes i els horaris, fins a les modalitats de visita. I de l'altra banda, una altra funció que ha de tenir la *front office* és la de punt de venda d'entrades i d'altres serveis que s'ofereixin (rutes, visites guiades, activitats, etc.). Disposar de servei de taquilla, a més, pot ser útil a l'hora d'obtenir informació del visitant, ja que permetrà enregistrar dades com ara el nombre de visitants que rep la Catedral, les modalitats d'entrada més venudes, o les franges horàries en que hi ha més visitants, entre altres coses.

Pel que fa a la gestió, la *front office* hauria d'estar gestionada per una empresa externa especialitzada o, en tot cas, per personal que hagi rebut una formació prèvia per ser capaç de desenvolupar les funcions pròpies d'un punt d'informació i de taquilla.

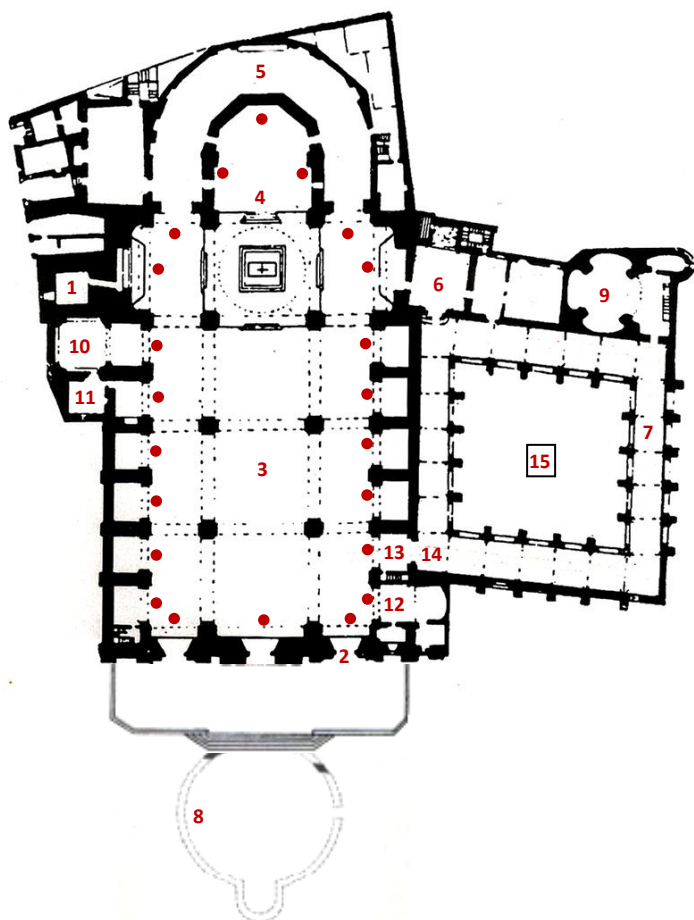
Aquesta actuació també és de màxima prioritat perquè el visitant ha de poder rebre informació sobre el monument i escollir com ho vol fer segons les opcions que se li donen.

Actuació 3. Configurar els continguts de la visita

Allò que s'explica en una visita turística és un altre dels elements més importants de la gestió cultural d'un monument. En principi, el visitant visita un lloc perquè vol conèixer-lo, vol saber la seva història, les seves característiques, i, per tant, se li ha de proporcionar informació sobre allò que visita. És per això, que aquesta tercera actuació la dediquem a configurar els continguts de la visita a la Catedral de Vic.

Tant important és el que s'explica de la Catedral com el com s'explica. Hem de tenir especial cura amb la informació que el visitant obté durant la seva estada i procurar que compregui tot allò que se li explica. Per això cal mirar de respondre a diferents perfils de públic; aquells que volen veure, els que volen saber i els que busquen una experiència emotiva (Royo & Vidal (dirs.), 2005: 77). Uns bons continguts, a més, seran els que permetran articular un discurs i configurar diferents visites. Així, la intenció és que els continguts s'estructurin a partir dels espais, tant des de l'exterior com de l'interior de l'edifici, i també els elements que contenen.

En l'apartat 4.2. ja hem introduït la Catedral de Vic des d'una perspectiva històrica, fent èmfasi a les dates de construcció i les etapes constructives. Veiem ara, doncs, què cal explicar de cada element que forma part del complex catedralici (Imatge 11) i com s'ha de descriure.



Imatge 11. Planta de la Catedral de Vic amb el traçat de l'antiga Església de "La Rodona" a ponent, amb la ubicació dels espais i objectes d'interès.

Font: elaboració pròpia (planta catedral: Barral, 1994: 234; planta "La Rodona": Barral, 1979).

El campanar (1). El campanar és un dels pocs elements de la primera catedral romànica que encara avui resten en peu i, a més, actualment és un dels més ben conservats i dels més antics de Catalunya (Pladevall, 1986). Va ser construït a partir de l'any 1017, juntament amb la resta de la construcció romànica que va projectar Oliba, a la banda de tramuntana del temple. Avui es troba adherit als murs de la Catedral i s'hi accedeix des de l'interior del mateix edifici, però originàriament es trobava exempt i s'hi devia accedir per un dels tres murs que ara no són accessibles.

La torre, que conforma un exponent típic dels campanars catalans del segle XI (Barral, 1994), és de planta quadrada de 8 metres de costat i quatre pisos d'alçada, més els dos anomenats de planta baixa, que en total mesuren 46 metres. La seva construcció respon a la tècnica i estil llombards, seguint un model que es va difondre i que encara podem trobar des del nord d'Itàlia fins al nostre territori, amb aparell petit i regular, i decorat amb arcuacions cegues, lesenes i frisos en dents de serra. Presenta obertures en totes les seves cares i a l'interior, que avui presenta una escala de cargol tancada, hi havia una escala de fusta en trams adossats a les cares interiors del mur.

Des del capdamunt, ofereix unes vistes espectaculars de la ciutat de Vic i del seu entorn que no es poden deixar de veure. Creiem que aquest és un dels elements que cal posar en valor d'una forma més evident.

La façana (2). La façana que presenta actualment la Catedral de Vic és una façana neoclàssica, construïda a partir de l'any 1781, obra de l'arquitecte vigatà Josep Morató i Codina. La façana, igual que la resta del conjunt que podem contemplar avui, demostra una voluntat classicitzant, fortament arrelada a Catalunya durant el darrer terç del segle XVIII (Barral, 1994:225).

Per la construcció d'aquesta façana va ser necessari enderrocar l'antiga nau romànica de Sant Pere, amb la façana del segle XII, i l'església de "La Rodona" situada només a 6 metres de la nova projecció. La façana del segle XII consistia en una gran façana monumental adossada davant de l'edifici a manera de porxo amb arquivoltes obertes al mur de ponent. Se sap per un parell de descripcions, que la façana romànica deuria estar coberta per decoracions esculpides. Barral (1994) la descriu així: "al centre de la façana hi devia haver un portal amb ressaltos i tres columnes per banda cimejades per capitells, coronat amb probablement set arquivoltes. Les sis columnes estaven adornades amb entrellaçats, i la base del muntant de la porta, amb una palmeta vegetal. Les arquivoltes estaven ornades amb motius vegetals [...]. Als extrems de la façana, tota

esculpida, dues columnes que feien cos amb l'edifici li donaven l'aire d'un arc de triomf. [...] La façana estava coronada per una Majestat [...] i la llinda de la portada estava decorada amb un Sant Sopar. A la façana s'hi representaven els apòstols i els profetes i potser hi havia alguna escena del cicle de la vida de sant Pere" (Barral, 1994: 211).

Amb la idea de construir un nou edifici que respongués a les necessitats de l'època, Morató va projectar una façana neoclàssica, que seguia els esquemes tradicionals d'aquest estil: divisió en tres cossos verticals, essent el central de pedra de diferent color que la que s'utilitza en els laterals. En el cos central s'hi obre una portalada flanquejada per columnes, sobre la qual hi ha la rosassa, envoltada per les arquivoltes reaprofitades de la portalada romànica. Els cossos laterals presenten uns balcons de pedra sobre dues portes. Tot el conjunt estava coronat per sis estàtues dels patrons de la ciutat (Sant Miquel dels Sants, Sant Bernat Calbó, Sant Just i Santa Escolàstica, Sant Lluç i Sant Març) que van ser destruïdes durant la Guerra Civil. L'única estàtua que es conserva és la imatge de Sant Pere, situada a la fornícula central.

Les naus (3). El conjunt de les tres naus de la Catedral de Vic són un espai arquitectònic que, d'entrada, sorprèn per la seva amplitud. Res es pot veure, en aquests murs, de la construcció romànica originària, sinó que actualment el que presenta les naus de la Catedral respon al que l'arquitecte Josep Morató i Codina va projectar l'any 1781, que implicava la destrucció de la major part de la catedral romànica d'Oliba.

La catedral neoclàssica, doncs, consistia en un temple de tres naus separades per pilastres corínties i al voltant de les quals s'articulen diverses capelles, un transsepte poc pronunciat, una coberta de voltes semiesfèriques i una cúpula en el creuer. Tot aquest ampli espai va ser completament decorat entre 1939 i 1945, amb les pintures murals obra de Josep Maria Sert.

Les pintures de Josep Maria Sert (•). L'edifici neoclàssic, un cop acabat, va quedar fred i nu, de manera que es va decidir que calia posar-hi remei i omplir els murs. Va ser així com es va iniciar, segons Barral, un dels episodis més insòlits de la pintura catalana del segle XX (Barral, 1994: 229). I és que els primers treballs que Sert va preparar per a la Catedral de Vic, uns grans olis sobre llenç, van quedar completament destruïts en un incendi durant la Guerra Civil. Per tant, el que podem contemplar actualment a les naus de la Catedral i al presbiteri, són els murals de substitució, fetes pel mateix pintor, d'aquells primers llenços que van tenir tant poca fortuna.

L'any 1939 doncs, Josep Maria Sert començaria a treballar en els nous llenços que anirien sobre els murs de la Catedral, amb unes pintures de tons negres i sèpia sobre fons daurat, i amb grisalles sobre plata a les parts baixes. El programa iconogràfic narra els Misteris de la Redempció. A l'absis trobem, a la part central, la Crucifixió, entre les escenes de l'Enterrament i l'Ascensió. Al creuer s'escenifica la història del pecat de la Humanitat, amb quatre escenes: el Pecat Original i Adam amb la mort per intervenció del diable, a la banda de l'Evangeli, i el mal ús de la vida i el Paradís tancat, a la banda de l'Epístola. Als murs de les naus laterals es representa la superació per mitjà de la Religió a través de les escenes del triomf dels apòstols i dels evangelistes glorificats. Així, seguint la nau lateral esquerra des del creuer fins als peus i la nau lateral dreta des dels peus fins el creuer, podem veure les següents escenes: Sant Joan escrivint l'Evangeli, el Martiri de Sant Pere i Sant Pau, el Martiri de Sant Andreu, el Martiri de Sant Jaume l'ancià, el Dubte de Sant Tomàs, Sant Marc escrivint l'Evangeli, Sant Lluç escrivint l'Evangeli, el Martiri de Sant Jaume el jove, Sant Felip matant el drac, el Martiri de Sant Bartomeu, Sant Simó i Sant Judes preveuen una guerra i el Martiri de Sant Mateu evangelista. Les últimes escenes representades les trobem al mur dels peus de les naus, on hi ha, d'esquerra a dreta, Jesús expulsant els mercaders del temple, Jesús condemnat a mort i el Camí del Calvari. Les llunetes, que van ser decorades després de la mort de Sert, van ser decorades amb imatges de sants benaurats.

Les pintures de Josep Maria Sert, constitueixen un motiu de visita obligada quan es va a la capital osonenca. L'artista va treballar en tres edificis més de la ciutat que es poden visitar realitzant la Ruta "Sert".

La cripta (4). En un nivell inferior, sota l'altar major, el bisbe Oliba va fer-hi construir una cripta, com ja era habitual en els temples, de planta lleugerament rectangular, amb dues fileres de columnes amb capitells de diferents estils que l'estructuren en tres naus d'igual amplada cobertes amb volta d'aresta. L'espai s'il·luminava a través de tres finestres de doble esqueixada situades a la part que correspon al mur semicircular de l'absis, i s'hi descendia mitjançant unes escales a la part central i se'n sortia a través d'unes de laterals. Van ser suprimides en ampliar la cripta durant el segle XII.

Aquest espai va ser colgat vers l'any 1400 i va quedar en l'oblit durant cinc segles, fins que es van aprofitar les obres de reconstrucció de la catedral després de la Guerra Civil per fer excavacions arqueològiques, fet que va permetre recuperar la cripta amb

molta fidelitat al seu aspecte original. S'hi pot accedir des del deambulatori, a través d'unes escales molt rectes i estretes.

El retaule de Pere Oller i el Sepulcre de Bernat Despujol (5). Durant l'etapa constructiva de la catedral que va tenir lloc entre els segles XV i XVI, es van portar a terme les obres de remodelació del creuer i del presbiteri. Va ser aleshores quan l'altar major va ser adornat amb un retaule d'alabastre policromat, esculpit per Pere Oller, qui és considerat un dels millors escultors gòtics catalans, i que es troba documentat entre 1395 i 1442. El retaule va ser un encàrrec del canonge de la Catedral, Bernat Despujol, qui li va donar instruccions de que l'obra havia d'estar dedicada a la Verge i li va proporcionar a l'escultor el programa iconogràfic del conjunt (Vicens, 1995).

Pere Oller va ser un escultor del període de l'anomenat gòtic internacional, un corrent molt tècnic i amb un gran sentit del detall, caracteritzat per representar els plecs de les vestimentes, figures allargassades i un cromatisme viu. Durant l'edat mitjana els estils o tendències estilístiques es transmetien amb relativa facilitat per tot el continent europeu. Així, en l'últim quart del segle XIV, es va començar a tenir coneixement del refinament de l'obra de França, Alemanya i Flandes, i es va entrar en contacte amb artistes vinguts d'arreu del centre d'Europa. És així com el quatre-cents es va endinsar sota un nou signe: el gòtic internacional, una etapa brillant de la cultura occidental, la difusió de la qual la van fer gairebé exclusivament els retaulers com ara Pere Oller.

El retaule està format per un bancal o predel·la, tres cossos superposats, un eix o carrer central i dos carrers més per banda. Al l'eix central hi veiem dues figures, l'una damunt de l'altra. A la part inferior, col·locat sobre un sagrari poligonal, hi ha representada la imatge d'un Sant Pere dret, amb tiara pontifícia i les claus a la mà esquerra. A la part superior hi ha la Verge Reina, entronitzada, amb ceptre i corona, que sosté el nen a la falda. Ambdues figures estan protegides per una estructura en forma de dossier. A banda i banda del sagrari, on hi ha representat Crist sostingut per un àngel flanquejat per la Verge i Sant Joan, s'hi desenvolupa una predel·la amb catorze compartiments, amb les figures dels apòstols i els evangelistes.

Pel que fa als dos carrers de banda i banda de l'eix central, de tres cossos cadascun, s'hi representen temes de la vida de Crist, de la Verge i de Sant Pere. D'esquerra a dreta i de dalt a baix, les escenes són les següents: Ascensió, Vinguda de l'Esperit Sant, Coronació de la Verge, Sant Pere coronat pontífex de l'Església, Aparició de Crist a Sant Pere, Martiri de Sant Pere, Martiri de Sant Pau, Crist sosté Sant Pere sobre les aigües,

Anunciació, Naixement de Crist, Adoració dels Reis i Resurrecció. Aquestes dotze escenes estan flanquejades per divuit estatuetes amb diferents sants i santes, tots amb els seus atributs que les fan de fàcil reconèixer.

Actualment el retaule es troba darrere l'absis, al mur exterior del deambulatori. Davant per davant, hi ha el sepulcre, esculpit pel mateix artífex, del promotor de l'obra i canonge de la Catedral de Vic, Bernat Despujol († 1434).

La Sala Capitular (6). Aquesta sala és l'espai que comunica l'interior del temple amb el claustre gòtic, i és, juntament amb aquest últim element esmentat, l'únic espai gòtic conservat després de la construcció de la catedral actual. La Sala Capitular és l'estança on es reunia el Capítol de canonges de la Catedral en les seves sessions ordinàries, i és un espai que sol estar embellit amb ornamentació arquitectònica.

La de la Catedral de Vic va ser construïda per Bartomeu Laderosa. Presenta dos espais diferenciats: el primer és de planta rectangular coberta per una cúpula octogonal amb nervis angulars; i el segon és una petita capçalera o absis de forma quadrangular que acull la capella de l'Esperi Sant, consagrada l'any 1360.

La seva bonica portada gòtica que dóna al claustre, està formada per una porta acabada en arc apuntat cec amb riques decoracions, i dues finestres laterals també treballades escultòricament.

El claustre (7). El claustre gòtic de la Catedral de Vic és una construcció magnífica del segle XIV que s'ha conservat gairebé intacte fins als nostres dies, si no fos perquè en la construcció de la nova catedral neoclàssica va ser necessari desmuntar-lo i desplaçar-lo cap a llevant. Va ser l'any 1318 quan els canonges de la Catedral van decidir iniciar la construcció d'un nou claustre que s'iniciaria, l'any 1323, sota la direcció de Ramon Despuig. Les galeries del nou claustre es col·locarien sobre les arcades de l'auster claustre d'època romànica.

Com descriu Barral, va ser una construcció molt més rica, amb unes arcades apuntades molt esveltes, amb claraboies calades en pedra entre contraforts que les lliguen a la part baixa. Cada ala, on s'hi van obrir diverses capelles, està composta per cinc arcs. Els arcs són dividits per columnes primes, sobre les quals descansen unes traceries elaborades que omplen els arcs apuntats amb diferents entramats. Els capitells de les columnetes i les impostes dels pilars angulars presenten decoració vegetal, amb excepció d'alguns de l'angle nord-oest, on s'hi poden veure motius historiatos amb temes evangèlics (Barral, 1994: 216). A aquestes galeries gòtiques se'ls hi va sobreposar un pis

superior envoltat de balcons que completaven el conjunt, destinat a biblioteca episcopal i arxiu.

“La Rodona” (8). “La Rodona” és com es coneix la petita església de planta rodona de Santa Maria que, juntament amb l’església de Sant Miquel i la de Sant Pere, formava part del conjunt episcopal de Vic, construït al segle XI pel Bisbe Oliba. Ens hem de situar davant la Catedral, a l’escalinata, per poder apreciar les traces del terra que marquen on estava situada aquesta construcció. El cercle interior correspon a la construcció del segle XI, mentre que el cercle exterior, més gran, correspon a la del segle XII.

“La Rodona” va tenir molta relació amb Sant Pere des dels seus orígens. Les portes d’ambdós temples es trobaven en el mateix eix, l’una mirant l’altra, i durant el segle XIII totes les processons que sortien de Sant Pere passaven per l’església de Santa Maria, i al revés (Pladevall, 1986: 694). En l’època medieval, tota la vida religiosa de la ciutat de Vic era centrada entorn aquest conjunt episcopal i el culte parroquial es practicava a “La Rodona”, on s’administraven els sagraments i es tenia cura de l’enterrament dels fidels.

Segons les descripcions conservades, era un temple circular, d’aproximadament 8 metres de diàmetre interior, amb un absis semicircular situat a ponent i una porta monumental a llevant. Tenia una cúpula amb una torre campanar central que servia de llanterna. L’església va ser remodelada en nombroses ocasions des del segle XII fins al XVIII, quan va ser destruïda definitivament en construir la nova Catedral.

La capella Rodona (9). La construcció de la façana neoclàssica de la Catedral del segle XVIII va comportar la destrucció de “La Rodona”, ja que s’havia de situar tant sols a 6 metre d’aquesta. A les acaballes de segle, però, es va decidir reconstruir aquesta església al final de la galeria de llevant del claustre, on actualment hi trobem la capella de la Mare de Déu de la Rodona, construïda finalment l’any 1806, per exercir les funcions de parròquia que ja realitzava quan es trobava davant la Catedral.

La capella conserva un bonic retaule barroc, provinent de l’església romànica, construït a finals del segle XVII, que guarda la imatge de la Verge jacent, esculpida el 1632. La imatge romànica del segle XII d’aquesta verge es conserva al Museu Episcopal.

Capella del Santíssim i de Sant Bernat Calbó (10), Altar de Nostra Senyora de Montserrat (11), Capella de Nostra Senyora del Pilar (12) i Altar de Sant Miquel dels Sants (13). En la renovació de la Catedral que va tenir lloc en els segles del barroc, sobretot durant el segle XVII, es van construir un seguit de capelles a la nau lateral nord de l’edifici. L’obra es va iniciar amb la capella de Sant Bernat Calbó, l’any 1633. Després

d'aquesta es van construir la resta de capelles, que van conservar-se malgrat la nova construcció neoclàssica. De totes les capelles n'hi ha almenys quatre que no podem passar per alt.

La capella del Santíssim i de Sant Bernat Calbó va ser construïda en jaspis del país i coronada amb una cúpula, i conserva sota l'altar el cos d'aquest sant del segle XIII en una urna de plata obrada per l'orfebre Joan Matons, entre 1701 i 1728, i que va realitzar per substituir l'urna medieval, destruïda durant la Guerra de Successió. Bernat Calbó va ser abat de Santes Creus i bisbe de Vic, i personatge destacat en les conquestes de Mallorca i València. La capella també guarda la reserva del Santíssim, sempre il·luminada.

A la capella de la Mare de Déu de Montserrat hi veiem la imatge de la Verge flanquejada per relleus de l'Anunciació, la Visitació, l'Adoració dels Reis i diversos escolans. A una banda hi ha un Crist Jacent, obra de Josep Llimona, i a l'altra banda hi ha la tomba del bisbe Josep Torras i Bages, reconegut intel·lectual de finals del segle XIX i inicis del XX que va combinar i potenciar la vinculació entre el catolicisme i el catalanisme. El magnífic sepulcre està format per un sarcòfag de bronze amb la figura del difunt, obra de Joan Borrell.

Als peus de la Catedral, a la nau lateral sud, torbem les capelles de la Mare de Déu del Pilar, que conserva la decoració i mobiliari originals neoclàssics, i la capella d'accés al claustre, la de Sant Miquel dels Sants, de gran devoció encara avui.

Tomba de Josep Maria Sert (14). Al claustre de la Catedral de Vic, situada tot just al costat de la porta que comunica amb les naus, és on està situada la tomba de Josep Maria Sert, l'autor de les pintures que decoren tot l'edifici. El sarcòfag, de línies molt senzilles fet de formigó, es troba sota d'un arcosoli de pedra vista. No hi ha cap element decoratiu; tant sols hi ha representat un crismó a la tapa i una inscripció que, traduïda del llatí, diu: "AQUÍ REPOSA JOSEP MARIA SERT, PINTOR BARCELONÍ QUE VA DECORAR AQUESTA ESGLÉSIA MERAVELLOSAMENT. MORT EL 27 DE NOVEMBRE DE 1914".

Tomba de Jaume Balmes (15). Al pati interior que delimiten els claustres romànic i gòtic, s'alça el monument funerari de Jaume Balmes, teòleg, clergue i un dels filòsofs més llegits del pensament catòlic a Catalunya. Va néixer i morir a Vic (1810-1848). Al capdamunt del monument hi veiem una escultura del filòsof, obra de Josep Bover. El monument va ser traslladat del cementiri de Vic fins al claustre de la Catedral l'any 1865. En la inscripció de la tomba s'hi pot llegir un dels poemes que li va dedicar Verdagner i un fragment del de Jaume Collell.

Situades a la galeria de tramuntana, es poden contemplar quatre tombes més, corresponents a quatre personatges il·lustres de la clerecia vigatana, la vida dels quals va estat molt lligada a la Catedral. Es tracta de les tombes de Jaume Collell, Josep Gudiol, Eduard Junyent i Lluís Romeu.

Aquesta actuació també és indispensable per desenvolupar una bona visita turística; sense uns bons continguts el visitant no pot conèixer correctament allò que visita i per tant pot perjudicar molt negativament a la imatge que aquest rebí de l'element cultural turístic. Configurar allò que expliquem, doncs, és essencial.

Actuació 4. Articular un discurs

Tenir uns continguts ben treballats i que permetin al visitant entendre cada element que s'explica és molt important. Però cal anar més enllà per oferir quelcom més, per connectar amb el visitant, per interpel·lar-lo, perquè se senti atret, emocionalment vinculat amb el que s'explica. Una bona manera d'aconseguir-ho és posant exemples, fent preguntes, comparant elements. Per tot plegat, és necessari, doncs, portar a terme l'actuació número quatre, articular un discurs.

Per aquesta actuació ens basem en el model que utilitza la Catedral de Girona a l'hora d'articular el discurs dels continguts de la seva visita turística¹⁸, ja que creiem que és un molt bon exemple que pot funcionar a la Catedral de Vic. Un discurs pensat per un element patrimonial cultural de temàtica religiosa s'ha de construir de manera que superi el discurs purament historiogràfic; cal presentar elements que captin l'atenció del visitant des d'altres perspectives, explicant aspectes que poden anar des del valor simbòlic o espiritual, fins a aspectes més quotidians com ara llegendes o anècdotes. L'objectiu és aconseguir l'acostament del visitant, sigui quin sigui el motiu que l'ha portat a visitar la Catedral i siguin quines siguin les seves creences o religió.

En aquest sentit, el discurs que proporcionarem s'ha d'articular en base als espais i els elements que conté el temple. Aquest és un aspecte que pot semblar evident, però, en realitat, són molts els objectes que poden servir per desenvolupar un discurs narratiu que ajudi a conformar una història amb sentit i que, alhora, sigui atractiva pel visitant.

¹⁸ Aquest aspecte està molt ben explicat en l'estudi sobre la imatge i la comunicació de la Catedral de Girona, que va portar a terme la Universitat de Girona l'any 2005. La investigació es titula *Estudi de la imatge i pla de comunicació de la Catedral de Girona* i va ser realitzat per un equip format per diferents professors de la UdG i altres investigadors.

Per tot això, és clar, l'encarregat d'explicar els continguts –ja sigui un guia turístic, o bé una audioguia, per exemple– ha de tenir un guió estructurat que li permeti anar desenvolupant el discurs i descrivint els elements de manera ordenada i coherent. Per tant, es proposa que el discurs s'articuli de la següent manera:

La visita a la Catedral de Vic generalment s'iniciarà a l'exterior de l'edifici, a la Plaça de la Catedral, de manera que pot ser adient començar fent un recorregut històric on s'expliquin les dates de creació, les etapes constructives, els estils arquitectònics, els artífexs, etc. L'exterior del conjunt també pot ser un bon lloc per introduir els elements i espais d'interès que es troben fora els murs de la Catedral, com ara el campanar romànic o "La Rodona". Si el recorregut s'inicia en un altre punt, aquest començament també és vàlid.

Un altre aspecte a tenir en compte que ajudarà a fer més entenedor el discurs i a captar més l'atenció del visitant, és introduir dades complementàries quan es parla dels autors o promotors de l'edifici. Així, quan parlem del bisbe Oliba, per exemple, serà bo explicar qui era i com va arribar a Vic, quines altres obres va manar construir o quines influències artístiques tenia. El mateix farem quan parlem de Josep Maria Sert o de Pere Oller.

A dins l'edifici, on hi ha més espais i objectes per explicar, fa falta seguir un ordre per tal de no anar fent i desfent el recorregut constantment. Quan el visitant entra a l'edifici se li pot fer notar l'amplitud de les naus, les grans dimensions del conjunt, la decoració impactant dels murs. Seguidament es pot començar recorrent les naus tot explicant el seu contingut, posant més èmfasi en aquells espais i objectes que ens semblin que mereixen una atenció especial; per exemple, a la capella de Sant Bernat Calbó, a la Cripta o al retaule d'alabastre de Pere Oller. Quan s'ha explicat l'interior de la Catedral es pot anar cap al claustre, seguint el mateix sistema: anar explicant els continguts a mesura que els anem veient.

Pel que fa als objectes artístics que conté la catedral –retauls, quadres, peces d'orfebreria, etc.– el discurs ha d'anar encaminat a descriure l'aspecte físic i artístic, el seu significat o com es va construir. D'aquesta manera es proporciona una descripció exhaustiva de cada element per tal que el visitant el compregui totalment. També ens serà útil incorporar en el discurs algunes comparatives entre els objectes litúrgics o de la decoració de la Catedral de Vic i altres objectes d'art –per exemple alguns dels que es

troben exposats al Museu Episcopal– que per la seva similitud, o pel seu caràcter excepcional, són descrits per singularitzar la Catedral de Vic.

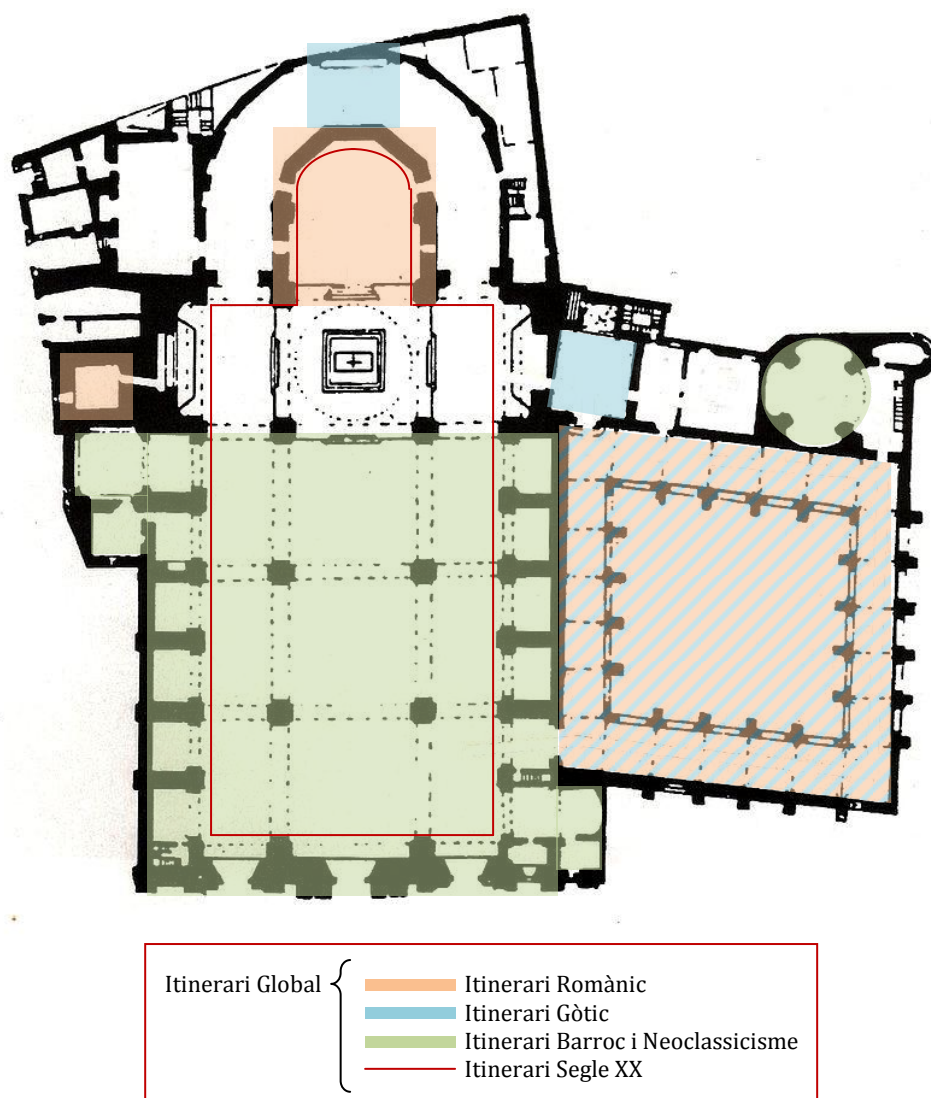
Finalment, per acabar el discurs podem recórrer a la cultura popular per tal d'aprofundir en aspectes simbòlics, o a les llegendes, per tal de donar a conèixer com la gent de la ciutat convivia, i conviu, amb el centre religiós. I d'aquesta manera, també, s'aconsegueix que el visitant retingui més fàcilment alguns aspectes que potser explicats de diferent manera oblidaria de seguida. També podem convidar al visitant a veure altres zones o edificis de la ciutat que tinguin alguna relació amb la Catedral o el que conté.

Com les altres tres actuacions que s'han proposat, la quarta també és primordial. Si els continguts que s'expliquen al turista o visitant són essencials, la manera com s'explica també ho és.

Actuació 5. Crear itineraris

Tota visita turística requereix seguir un itinerari que permeti veure i conèixer allò que es visita. En aquesta cinquena actuació el que proposem és crear uns recorreguts que condueixin el visitant pels diferents espais que conformen la Catedral de Vic.

Primerament es proposa un itinerari global que porti el visitant a veure tots i cadascun dels espais i elements que conformen la Catedral. I en segon lloc, proposem un seguit d'itineraris temàtics, podríem dir-ne, cadascun dels quals correspon a un període històric determinat, aprofitant que la construcció i el bastiment de la Catedral passa per diferents períodes visibles en la seva arquitectura i decoració. Per tant, proposem crear un total de cinc itineraris (Imatge 12, pàgina 100): l'itinerari Romànic, que mostra els espais que resten de la primera construcció d'Oliba (campanar, cripta, claustre inferior); l'itinerari Gòtic, per conèixer els elements del gòtic que conté l'edifici (claustre superior, Sala Capitular, retaule de Pere Oller); l'itinerari Barroc i Neoclassicisme, que permet conèixer aquells elements i espais d'aquestes èpoques (façana, naus, capelles laterals, capella de la Rodona); i l'itinerari Segle XX, que fa un recorregut per les pintures de Josep Maria Sert, distribuïdes per les naus i el presbiteri. Són aquests quatre itineraris els que conjuntament formen l'itinerari global, que tot just anomenàvem, fent un recorregut per tots els espais visitables de la Catedral.



Imatge 12. Planta de la Catedral de Vic amb les zones marcades segons l'itinerari al qual pertanyen.
 Font: elaboració pròpia.

Val a dir que, pel que fa a “La Rodona”, tot i no ser un espai visitable físicament, s’inclouria en el primer itinerari (Romànic) ja que es pot explicar en base a les marques visibles davant la Catedral. La formulació d’aquest itineraris vol donar resposta a diferents interessos possibles del visitant, de manera que una persona que vulgui visitar elements de l’època del Neoclassicisme, per exemple, té la possibilitat d’escollir un itinerari que tant sols si explicarà aquest període. I així amb cada itinerari.

Cabria la possibilitat, d’integrar en alguns d’aquests itineraris la visita a altres espais propers a la Catedral de Vic, com poden ser el Museu Episcopal de Vic o la sala d’exposicions del centre cultural l’Albergueria. Això implicaria, però, la creació de noves rutes o itineraris, com ara un que s’iniciés darrera la Catedral, al carrer de l’Albergueria, per on s’accediria a l’edifici, mitjançant una porta que s’utilitzava antigament, avui

tapiada. En qualsevol cas, aquest és un aspecte que es pot estudiar i implementar-lo més endavant.

Aquesta actuació és important i relativament fàcil d'executar, i amb un baix cost, ja que a grans trets només implica haver de configurar els itineraris per èpoques, cosa força senzilla quan ja tenim configurats els continguts globals.

Actuació 6. Fer visitables més espais

La Catedral de Vic compta amb nombrosos espais, sales i habitacions: els espais d'ús litúrgic als quals pot accedir el públic general; els espais d'ús litúrgic reservat als religiosos –és a dir, les dependències o estances d'ús privat–; i altres espais.

Amb aquesta actuació el que es proposa és fer visitables alguns dels espais que actualment resten tancats al públic i que, en algun moment, havien estat oberts. Ens referim, per exemple, a dues sales que es troben a la galeria est del claustre gòtic, entremig de la Sala Capitular i la capella de la Rodona, i a les galeries del claustre romànic.

Pel que fa a les sales del claustre, trobem primer la sala d'orfebreria litúrgica i tot seguit la sala d'indumentària litúrgica. Són dues sales que, com hem dit, anys enrere estaven obertes al públic, de manera que els visitants podien accedir-hi per conèixer el que es guardava al seu interior. La sala d'orfebreria recollia part del patrimoni moble de la Catedral; entre els objectes que s'hi exposaven cal remarcar l'extraordinària creu processional d'argent sobredaurat i esmalts, una obra mestra obrada per Joan Carbonell l'any 1394, altres creus processionals més tardanes, la custòdia de la parròquia de la Pietat, o el reliquiari de Sant Bernat Calbó.

A la sala d'indumentària hi havia exposats una sèrie d'ornament dels segles XVIII i XIX, que completaven la col·lecció dels segles XIII-XVII procedent de la mateixa Catedral i que es troba al Museu Episcopal. En aquest espai, destacaven els ornaments de diferents bisbes de l'època. En definitiva, el conjunt catedralici comptava amb dues sales museístiques molt interessant que creiem que seria bo de recuperar per aportar valor a la visita turística i reforçar la llista d'elements d'interès que conté l'edifici.

El claustre romànic és un altre dels espais que creiem que s'han de condicionar i fer visitables. Actualment, aquest espai tant sols es pot contemplar des de les galeries del claustre gòtic i seria interessant que els visitants poguessin passejar per sota les seves

voltes i d'aquesta manera s'enriqueix la visita dels espais del romànic. A més, habilitar aquest espai obre possibilitats en quant a noves rutes.

Hi ha encara un altre espai que seria interessant d'obrir al públic: les golfes i les teulades de la Catedral, un espai que, juntament amb el campanar romànic, podria estar disponible en un horari establert, de manera que els visitants hagin de pujar en petits grups i durant una estona determinada. Així es faria accessible un espai que normalment resta tancat i s'evitaria la seva degradació i l'acumulació de visitants en un espai relativament petit o estret. Val a dir, que des del projecte *Catalonia Sacra* ja s'estan fent algunes visites guiades per visitar aquest espai tant singular del conjunt catedralici; una visita que ha tingut una gran acollida i ja s'ha repetit en un parell d'ocasions.

La sisena actuació, doncs, és important però no de primer ordre, sinó que es pot estudiar la proposta i dur-la a terme un cop condicionats de nou els espais per a la seva visita.

Actuació 7. Manteniment de les instal·lacions i adequació dels espais

En resposta a la problemàtica identificada en relació a l'estat de deixadesa en el qual es troben alguns dels espais de la Catedral de Vic, proposem l'actuació número set. És una actuació que consisteix en adequar tots els espais per a la visita turística, és a dir, fer una neteja dels paviments, parets i sostres, per tal que no acumulin brutícia, pols o teranyines. A més, es van detectar alguns desperfectes fruit d'alguna gamberrada, com ara guixades a les parets del deambulatori o ratllades a les del claustre. Així doncs, cal eliminar tot allò que doni un aspecte brut i deixat i mantenir-ho net.

Tot intervé en la imatge que els visitants perceben del nostre producte o element turístic, per tant, el manteniment de les instal·lacions també s'ha de tenir en compte. Aquesta, per tant, és una actuació que s'ha de realitzar constantment.

Actuació 8. Millorar l'experiència del visitant

En el punt 3.2.2. ja hem explicat que l'experiència del visitant és un element central de la gestió turística del patrimoni i, de fet, totes les actuacions descrites aquí –i algunes que es descriuran a continuació– són pensades tenint sempre present la figura del visitant, perquè, al final, serà ell qui es beneficiï del lloc que visita. Per tant, cal

aconseguir que la seva experiència sigui positiva i per això cal oferir-li quelcom que pugui contribuir a millorar-la. I en això rau l'actuació 8.

Aquesta actuació consisteix en dissenyar tot un seguit d'eines d'interpretació que el visitant pugui tenir a la seva disposició a l'hora de realitzar la visita dins el monument. Seran eines que es distribuïran des de la *front office* i el visitant podrà comprar/llogar juntament amb la seva entrada.

Som conscients que aquesta actuació potser pertany més a l'àmbit de la gestió que fa referència a la comunicació i la imatge de la Catedral, però es té en consideració igualment, atès que està estretament lligat amb els continguts i el discurs. Així doncs, les eines que caldria dissenyar són diferents tipus de material de suport, tant físic com conceptual. És a dir, material que va des de fulletons generals o específics on es presenti allò essencial de la Catedral, que es distribueixin a tots els visitants i fins i tot a les entitats de promoció turística de la ciutat; o audiovisuals que el visitant es pugui anar trobant al llarg del recorregut, amb informacions complementàries (muntatges, reconstruccions hipotètiques) per comprendre millor l'edifici; fins a les audioguies que vagin narrant els continguts i conduint la visita.

D'altra banda, creiem que és essencial que la Catedral de Vic ofereixi un servei de visites guiades, gestionades des de la pròpia catedral o des de l'Oficina de Turisme de la ciutat. Sigui com sigui, els guies encarregats de dur a terme les visites guiades als espais del conjunt catedralici, hauran de rebre una formació específica per tal de conèixer els continguts exhaustivament, en forma de cursos o xerrades, per exemple. Al mateix temps, des de la gestió de la Catedral, se'ls ha de mantenir informats constantment d'aspectes relatius a horaris, horaris de misses, tarifes, serveis, etc.

Incorporar eines d'interpretació és una actuació de molta prioritat, crucial perquè el visitant pugui realitzar la visita amb tot el suport que necessita i pugui gaudir d'una bona experiència.

Actuació 9. Pla d'accessibilitat¹⁹

Contràriament al que es pugui pensar quan es parla d'accessibilitat, amb una associació directa a l'eliminació de barreres arquitectòniques, aquest concepte va molt

¹⁹ La mateixa autora ha realitzat, dins el programa del Màster en Turisme Cultural, en el marc de l'assignatura Bases Jurídiques per a la Gestió del Turisme Cultural, un treball sobre un hipotètic pla d'accessibilitat de la Catedral de Vic. Aquest, per tant, podria ser un bon punt de partida si es decidís portar a terme aquesta actuació.

més enllà i té un abast més global. L'objectiu d'un pla d'accessibilitat ha de ser, doncs, el de promoure i facilitar l'accessibilitat a tots els ciutadans mitjançant la supressió de barreres arquitectòniques per a persones amb discapacitat física o mobilitat reduïda, però també ha de contemplar la modificació dels sistemes d'informació i comunicació per a persones amb discapacitats sensorials o intel·lectuals.

Així, en l'actuació nou, proposem establir un pla d'accessibilitat pel conjunt catedralici de Vic, en la mesura que això sigui possible, sense necessitat de configurar un pla integral. Per portar a terme això, s'ha de tenir molt present que cal pensar sempre en intervencions i adaptacions suficientment flexibles per a poder ser utilitzades directament –sense recolzament o modificacions, per qualsevol persona, amb discapacitat o no– però que no suposin una càrrega desproporcionada o suposin una agressió a la naturalesa arquitectònica, històrica i espiritual de la Catedral.

Que el pla d'accessibilitat sigui exitós, dependrà de si el visitant pot passar per quatre estadis durant la seva visita, és a dir, que pugui realitzar el recorregut sense necessitat d'ajudes externes i que, a més, pugui fer el mateix recorregut que la resta de visitants sense requerir-ne un d'especial o diferenciat. Així doncs, aquests quatre estadis són: (1) que el visitant pugui arribar a través d'un entorn adequat, (2) que pugui entrar a l'edifici sense haver de superar entrebancs, (3) que pugui fer ús i gaudir del bé, i (4) que pugui finalitzar la visita satisfactòriament.

Per tant, molt breument podríem apuntar unes quantes propostes que seria bo d'estudiar en el cas que des de la gestió de la Catedral es volgués dur a terme una adaptació d'aquestes característiques. Per a discapacitats físiques, les actuacions estan encaminades, com ja hem dit, amb la supressió de barreres arquitectòniques, de manera que la col·locació de rampes o l'ús de cadires pujaescales podria ser una solució adequada. Per a discapacitats sensorials les actuacions haurien d'anar encaminades a adaptar les eines d'interpretació per a discapacitats visuals, auditius o amb sordceguesa, utilitzant, per exemple, signoguies, text Braille o maquetes. I pel que fa a discapacitats intel·lectuals es proposarien actuacions com ara el desenvolupament de programes específics, jornades especials o visites guiades amb guies experts en tractar persones amb aquest handicap.

Sigui com sigui, aquesta actuació és aplicable a llarg termini ja que necessita un estudi i desenvolupament específics que volen temps. Tinguem present, però, que un producte turístic accessible aporta valor afegit i qualitat a la visita.

Actuació 10. Crear valor afegit

A la comparació del model de gestió d'altres catedrals catalanes i d'una catedral anglesa hem tingut ocasió de comprovar com cadascuna proposava una oferta d'activitats i productes més o menys àmplia. Creiem que la Catedral de Vic també pot diversificar la seva pròpia oferta per aquesta banda.

L'actuació número deu té la intenció de crear un valor afegit al producte Catedral creant precisament diferents activitats i productes que facin de la Catedral un recurs que ofereix més que no tant sols una visita turística. Recordem, tot i així, que des de l'Oficina de Turisme de Vic ja s'ofereixen algunes rutes i visites guiades a l'edifici, de les quals destaquen la pròpia visita guiada per visitar les pintures de Sert i els espais més importants de la Catedral (campanar, cripta, retaule gòtic, claustre) i les rutes "El bisbe Oliba i el Vic medieval" i "Sert".

Es proposa, aquí, oferir alguna activitat més dirigida al públic en general i alguna activitat didàctica dirigida a escolars. Pensem en alguna activitat didàctica semblant a les que ofereix, per exemple, la Catedral de Girona, amb un propòsit de conèixer la catedral, la simbologia religiosa o l'art romànic i gòtic, en les quals amb el preu s'inclogui un petit dossier de treball. D'altra banda es podrien oferir activitats com ara la Catedral de nit, una visita que pot donar molt de joc perquè permet veure l'edifici des d'una perspectiva totalment diferent –amb fosc, punts de llum, música– al que el visitant està acostumat. D'altra banda, un altre producte que creiem que podria funcionar és oferir *packs* o visites complementàries, com ja hem comentat anteriorment. És a dir, que el visitant pugui complementar la seva visita a la Catedral, amb la visita al Museu Episcopal o al centre cultural L'Albergueria, per exemple.

Hi ha altres maneres de crear aquest valor afegit, com ara la publicació de llibres monogràfics o fulletons, però aquests pertanyen a una vessant comunicativa i promocional.

Aquesta tampoc és una actuació preferent, tot i que s'hi pot començar a treballar paral·lelament amb la conformació de la visita turística de manera que es pugui implementar com més aviat millor.

Actuació 11. Establir una política de preus

Creiem oportú fer menció a la política de preus, malgrat aquest sigui un tema que cal estudiar conjuntament amb els encarregats de la gestió del monument i que, de moment, resta pendent de fer. Aquesta actuació, per tant, de moment és orientativa.

Hi ha alguna cosa en els humans que fa que generalment no atorguem pràcticament cap valor a allò que no suposa una despesa econòmica. Establir una política de preus per aquest recurs cultural i turístic és essencial per atorgar-li aquest valor. La cultura és un recurs que s'ha de pagar. A més, hem de pensar que les recaptacions en concepte d'entrades són crucials per l'autofinançament, i si el nostre objectiu és crear una visita turística de qualitat, amb tot el que hem comentat fins ara, és elemental que establim una política de preus per la Catedral de Vic.

Però aquest és un tema que crea molta controvèrsia; hi ha molt de debat entorn de si s'ha de fer pagar o no per entrar a un lloc religiós i, encara més, de si s'ha de fer pagar a tothom. Com a molts llocs religiosos, actualment la Catedral de Vic demana una petita entrada en forma de donatiu (1-2€) per visitar els seus espais (tret de les naus, que són d'accés lliure). Segons Willis (1994), però, està comprovat que aquestes donacions sol·licitades aporten realment poc i no solen ser suficients per cobrir els costos de manteniment i gestió (citada a Olsen, 2006: 108). Justament per això, cada cop més llocs religiosos cobren una quota d'entrada. Però realment, l'establiment d'una o diverses quotes d'entrada, d'una política de preus, pot ser beneficiós pel lloc, més enllà dels beneficis econòmics.

Segons Shackley, les quotes d'entrada poden ser un element dissuasori per a aquelles persones que no tenen un interès real en visitar el lloc religiós, o per limitar l'accés a algunes zones o espais més sensibles a l'impacte humà. Aspectes que, per tant, estan estretament relacionats amb la motivació, la gestió i la interpretació del lloc (Shackley, 2001: 56).

Per la Catedral de Vic, doncs, el que es proposa és crear diferents modalitats d'entrada (Figura 5, pàgina 107) que donin cabuda a les diferents motivacions i interessos que pugui tenir el visitant. Una primera modalitat, és clar, serà l'entrada general individual, amb la qual el visitant tindrà accés a les naus, al deambulatori, a la cripta, a la Sala Capitular i al claustre. Una segona modalitat serà l'entrada plus, que donarà accés als espais de la primera modalitat més el campanar romànic. La tercera

modalitat és una entrada combinada entre la Catedral i el Museu Episcopal, una entrada que surt més a compte que comprant per separat les entrades generals de cada lloc (l'entrada general individual del Museu Episcopal de Vic val 7€). I la darrera modalitat, la modalitat "Tot inclòs", permet l'accés a tots els espais dels altres tres tipus d'entrada.

MODALITAT ENTRADA	ACCÉS	TARIFA	REDUCCIONS
General: Catedral	naus, cripta, deambulatori, Sala Capitular, claustre	4€	estudiants, pensionistes, majors de 65 anys, menors de 16 anys, grups escolars, grups de més de 10 persones. Menors de 7 gratuït.
General plus: Catedral + campanar	naus, cripta, deambulatori, Sala Capitular, claustre + campanar	6€	
Combinada: Catedral + Museu Episcopal	naus, cripta, deambulatori, Sala Capitular, claustre + Museu Episcopal	9€	
Tot inclòs: Catedral + campanar + Museu Episcopal	naus, cripta, deambulatori, Sala Capitular, claustre + campanar + Museu Episcopal	10€	

Figura 5. Relació orientativa de modalitats d'entrada.

Font: elaboració pròpia.

Totes les modalitats podran experimentar alguns canvis en funció de les activitats, productes i serveis que des de la gestió es consideri oportú d'oferir; és a dir, si s'obren més espais al públic, si s'adeqüen les sales museístiques del claustre, si es combina l'entrada amb exposicions temporals a L'Albergueria, etc. Pel que fa als preus estipulats a la Figura 5, recordem que són orientatius. No obstant, creiem que establir un preu de 7€ per l'entrada general, com fan a altres catedrals catalanes –com a mínim a les que hem analitzat, de Girona, Barcelona i Lleida– és excessiu per una Catedral com la de Vic, que no és de primer ordre, per dir-ho així.

Creiem que el desenvolupament de tot plegat no s'hauria d'allargar massa en el temps, sobretot tenint en compte que l'aplicació de la proposta corre pressa i que, alguns dels elements més costosos, o que volen més temps, ja s'han pràcticament enllestits en aquest treball, com ara l'estudi i la redacció dels continguts que, això si, potser caldrà adaptar d'una manera breu i clara, segons la tipologia de visitant o el suport on es trobin.

Per tant, considerem que, deixant de banda els mesos que hi portem treballant, en els quals s'ha realitzat investigació sobre la gestió i recerca històrica i artística del

conjunt catedralici, la proposta pot estar enllestida en el transcurs de 5 mesos, podent inaugurar la visita turística el mes de gener de 2016. A continuació presentem un quadre resum amb una proposta de temporalització (Figura 6) que haurien de seguir les actuacions que hem proposat.

Nº ACTUACIÓ	setembre					octubre					novembre				desembre				gener					
	1-6	7-13	14-20	21-27	28-30	1-4	5-11	12-18	19-25	26-31	2-8	9-15	16-22	23-29	1-6	7-13	14-20	21-27	28-31	4-10	11-17	18-24	25-31	
1																								
2																								
3																								
4																								
5																								
6																								
7																								
8																								
9																								
10																								
11																								

Figura 6. Proposta de temporalització.
Font: elaboració pròpia.

Com es pot veure, l'Actuació 9 s'ha dibuixat en línia discontinua perquè és una actuació que, com hem dit, podem començar a pensar-la tant bon punt iniciem el projecte, però que potser serà bo d'implementar quan la visita estigui consolidada. I val la pena anotar, també, que aquesta proposta de temporització és orientativa, de manera que totes les actuacions poden moure's segons convingui. No figura en aquest quadre, però no podem oblidar que hi ha una acció primordial, l'avaluació, que ens ajudarà a determinar si el conjunt de la proposta evoluciona correctament i si els resultats obtinguts són satisfactoris. Seria adequat realitzar un exercici d'avaluació semestralment o anualment.

Treballant sobre aquestes onze actuacions, començant per implementar aquelles que considerem més prioritàries –és a dir les que fan especial referència en els continguts de la visita, l'articulació del discurs, els itineraris, la senyalització o la situació d'una *front office*– és com la formulació de la proposta de la visita turística de la Catedral de Vic anirà agafant forma. Amb tot, el que es vol aconseguir és crear un producte cultural i turístic de qualitat, que aconseguixi situar la Catedral de Vic en l'imaginari turístic de la ciutat i de la comarca d'Osona.

5. CONCLUSIONS

Com hem dit en algunes ocasions al llarg del treball, el turisme cultural és un segment turístic que ha trobat cabuda arreu, des de les destinacions més concorregudes i més consolidades, que han vist en el turisme cultural una porta per diversificar la seva oferta, fins a les destinacions més desconegudes, petites o remotes, que veuen en el turisme cultural una oportunitat per obrir-se camí en aquet camp i activar la seva economia.

El turisme cultural, també ens hi hem referit en el treball, abraça molts elements: l'art, l'arquitectura, el paisatge, les tradicions, la gastronomia, etc., i és justament per això que cada part del món pot desenvolupar aquest tipus de turisme. La religió també és un d'aquests elements que podem encabir dins la cultura, i el patrimoni religiós, que és l'objecte clau del turisme religiós, és quelcom que podem relacionar molt estretament amb el turisme cultural, i un dels segments més creixents dels últims anys.

Doncs bé, aquest treball ha volgut ser una investigació entorn aquells aspectes que giren al voltant del turisme cultural de temàtica religiosa. Concretament, aquells que tenen a veure amb la seva gestió, tant des del punt de vista cultural com des de la perspectiva turística. Una investigació que ha servit per establir unes bases i un context previ molt útils a l'hora de començar a esbossar les primeres idees per tal de dissenyar una visita turística a la Catedral de Vic, que hem plasmat en forma de propostes d'actuació, que tenen com a propòsit millorar el que s'ofereix actualment.

La pregunta d'investigació que ens formulàvem tot just començar aquesta Màster Tesi, és *com s'ha de gestionar i quins elements s'han de tenir en compte a l'hora de gestionar un monument patrimonial cultural-religiós per oferir un bon producte turístic?* Hem de tenir present que no és una pregunta que tenia la intenció de corroborar o desmentir cap aspecte, sinó que més aviat havia de dirigir el recorregut de la investigació i portar-nos a trobar aquells factors clau per a configurar la proposta. Per tant, tenint en compte aquest matís, podem afirmar que hem pogut establir quins elements hem de considerar a l'hora de gestionar un monument com és la Catedral de Sant Pere de Vic, i com cal fer-ho.

El recorregut pels diferents temes que hem tractat durant el treball ens ha dut, com hem esmentat, a configurar un rerefons força complet en temes de gestió que ha estat indispensable per començar a engegar un projecte que, no ho oblidem, es posarà en pràctica en els propers mesos.

El primer pas que ha calgut fer és definir un marc conceptual amb el qual hem pogut comprendre de què es tracta el turisme cultural de temàtica religiosa, un concepte, com hem vist, que deriva de l'estreta relació entre el turisme cultural i el turisme religiós. I coincidim amb Francis McGettigan quan diu que aquesta relació s'estableix mitjançant recursos religiosos que s'utilitzen en el turisme cultural. D'aquesta manera, visitar una església del Pirineu català, contemplar el Tapís de la Creació de Girona, o recórrer les naus de la Catedral de Chartres, més enllà de si es visita per una motivació religiosa o no, és turisme cultural (de temàtica religiosa). Així, acordem que aquesta "nova categoria" es fonamenta en el coneixement del turista del llegat cultural religiós de la destinació que visita.

Un cop s'han aclarit els primers conceptes, hem pogut endinsar-nos en l'àmbit de la gestió del patrimoni cultural de temàtica religiosa per conèixer, d'una manera força exhaustiva, quins elements hi intervenen. Havent fet la investigació pertinent, doncs, podem concloure que es tracta, recordem, d'un conjunt d'activitats portades a terme segons uns passos determinats degudament ordenats que englobem en quatre accions: conèixer, planificar, controlar i difondre. La finalitat d'aquestes activitats és adequar l'element o el producte en qüestió, per donar-li un valor, garantir la seva protecció i donar-li una funció social i turística.

Hem tingut la oportunitat, a més, de veure quins reptes s'han d'afrontar quan gestionem un element patrimonial. Molts autors (Shackley, Timothy, Olsen, Petrillo) ens fan adonar de la "dualitat de lloc" que aflora quan es posa un lloc religiós al servei del turisme, és a dir, de les diferents funcions (religiosa, cultural, turística) que hem de conciliar dins un mateix lloc per tal d'aconseguir que aquest no perdi la seva "essència". En definitiva, cal trobar un consens entre allò sagrat i allò profà. També hem parlat d'altre reptes, com ara gestionar els impactes dels visitants per tal que no desvirtuïn ni la visita turística ni l'activitat religiosa, o controlar els fluxos de visitants.

Un cop hem presentat en què consisteix la gestió patrimonial i d'haver-ne estudiat els reptes, hem fet una ullada a dos dels aspectes més rellevants de la gestió que afecten directament el nostre cas d'estudi: la interpretació i la posada en valor. Hem pogut veure

que la interpretació és un procés de comunicació (què es comunica i com es comunica) que ha d'anar més enllà de la visita turística aconseguint l'atenció del visitant, connectant-hi emocionalment, creant vincles entre aquest i el recurs patrimonial, per tal de despertar unes reaccions determinades, com ara el coneixement, l'emotivitat o el bon comportament i el respecte.

Pel que fa a la posada en valor, després d'haver estudiat el concepte acordem que ve determinada per totes aquelles accions que es desenvolupen durant el procés de gestió. Recordem que la posada en valor és l'objectiu al qual es pretén arribar amb l'adequació de l'element patrimonial i consisteix en donar-lo a conèixer, en protegir-lo i conservar-lo, en atorgar-li uns valors d'ús i sensibilització socials.

L'estudi dels aspectes que intervenen en la gestió d'un element patrimonial (de temàtica religiosa), ho hem repetit nombroses vegades, ha servit per conformar el rerefons del que ha estat el nostre anàlisi de cas i, insistim, ens ha permès de respondre la nostra pregunta d'investigació.

Però abans de començar amb la Catedral de Vic, l'anàlisi del model de gestió de quatre conjunts catedralicis ha estat clau. Sempre és adequat conèixer el que altres productes turístics equiparables estan fent; conèixer el que ofereixen des de la perspectiva cultural i des del punt de vista turístic de ben segur ens ha ajudat a conformar una millor visita turística per la Catedral de Vic. En les quatre catedrals –la de Girona, la de Lleida, la de Barcelona i la de Canterbury– hem trobat algun element que ens ha inspirat alguna idea.

I això ens ha dut a encetar la segona part del treball, la qual respon a l'objectiu principal que ens proposàvem en l'inici del treball, que ha estat dissenyar una proposta de readaptació de la visita turística de la Catedral de Sant Pere de Vic. Una proposta que, com s'ha dit al principi, es realitza juntament amb un company, desenvolupant dues parts diferenciades (continguts i discurs, per una banda, i comunicació i promoció per l'altra) que finalment s'uniran per tal de presentar i executar una única proposta. Sigui com sigui, el que hem desenvolupat aquí ha girat entorn dels continguts que creiem que s'han d'explicar en la visita turística, tenint en compte els elements importants del conjunt catedralic, que el visitant no pot deixar de conèixer.

Seguint els objectius específics (I. Determinar quin és l'estat de la qüestió actual de la Catedral de Vic, II. Analitzar l'atractiu turístic/històric/artístic de la Catedral de Vic, i III. Conèixer l'atractiu turístic de la ciutat de Vic) hem obtingut el coneixement necessari

per planificar les diferents propostes d'actuació que ens han permès començar a dibuixar la visita turística. És a dir, per configurar els continguts que cal explicar al visitant, per determinar quin discurs s'ha d'articular, quins itineraris podem proposar, quins espais hem de posar en valor, quins serveis turístics hem de crear, o com podem millorar l'experiència del visitant.

La Catedral de Vic és un element important del patrimoni religiós català que, malgrat tot, és força desconegut i no està gaire integrat en l'itinerari turístic de la ciutat de Vic, rebent pocs visitants i no formant part de l'imaginari turístic del país. El conjunt catedralici alberga elements i espais molt interessants des d'un punt de vista històric i artístic que cal valoritzar i potenciar: la construcció d'època romànica d'Oliba, que inclou el meravellós campanar i la cripta, el magnífic retaule i claustre gòtics, o les pintures murals que cobreixen la totalitat de les naus. Recordem que és un edifici la construcció del qual abraça moltes èpoques diferents, i això configura un gran potencial a nivell turístic. A més, hem pogut comprovar que l'oferta cultural i turística de Vic és prou interessant com perquè es puguin conformar nous productes i serveis que es relacionin amb la Catedral. En definitiva, amb el disseny de la visita turística de la Catedral de Vic, s'ha volgut crear un producte que posi en valor el conjunt del monument i, així, el volum de visitants augmenti, a la vegada que augmenta també el grau de satisfacció de l'experiència que viuen.

No volem deixar l'oportunitat de comentar breument algunes de les limitacions que han condicionat el present treball i una possible investigació o treball futurs. Val a dir que les limitacions, però, s'han presentat generalment per una qüestió de temps i no han impedit el bon desenvolupament de la investigació. La limitació principal rau en que les actuacions proposades en l'anàlisi de cas no podem considerar-les com a definitives, sinó que més aviat són les primeres idees que resten a l'espera de la posada en comú del treball realitzat fins ara amb la resta de l'equip; és a dir, amb els responsables de Delegació Episcopal del Patrimoni Cultural del Bisbat de Vic, el company Jordi Serra que desenvolupa la visita des del punt de vista de la comunicació i la promoció, i la professora Sílvia Aulet, que dirigeix el nostre treball. Per tant, doncs, no hi ha hagut, encara, un feedback de les diferents actuacions aquí descrites, de manera que hi ha pendent la presa de decisions definitiva, fet que fa que la proposta pugui experimentar alguns canvis a l'hora d'executar el projecte.

D'altra banda, una altra limitació que ha condicionat el desenvolupament de la proposta, ha estat el fet de no disposar de temps per realitzar un estudi del públic que està rebent actualment la Catedral de Vic. En el treball ens hem servit, ja ho hem explicat, del que els encarregats de la gestió patrimonial cultural de la ciutat ens van comentar en la visita realitzada al lloc, però un coneixement exhaustiu del turisme a Vic (nombre de visitants, perfil del visitant, motivacions, llocs més visitats, temps de visita, etc.) hauria estat molt útil.

Això ens porta a plantejar un possible treball o investigació futurs que complementi el present document. Malgrat tot l'esforç, dedicació i perseverança, tots els objectius establerts al principi del treball s'han complert de bon grat, cosa que ens representa una gran satisfacció, però som conscients que resta treball per fer. I fer un estudi de públic del monument és una part pendent, que permetrà poder acotar molt millor els productes i serveis que s'han d'oferir des de la gestió de la Catedral.

6. BIBLIOGRAFIA

ABRIL, M.; AZPELIQUETA, M^aC.; SÁNCHEZ, M^aD. (2014). «Turismo religioso y destinos maduros. La gestión turística de dos catedrales: Palma de Mallorca y Barcelona», dins *Cultura, desarrollo y nuevas tecnologías. VII Jornadas de investigación en turismo*. Sevilla, 11 i 12 de juny de 2014, 215-228.

114

ASHWORTH, G. i TUNBRIDGE, J. (1990). *The Tourist-Historic City*. Londres: Belhaven.

Atles del turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics. Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa; <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/221.html#a2>. Consultat 22 juliol 2015.

AULET, S. (2012). *Competitivitat del turisme religiós en el marc contemporani. Els espais sagrats i el turisme*. Disponible a: <http://www.tdx.cat/handle/10803/96379>.

AULET, S. (2014). *Estudi del turisme religiós i espiritual a les comarques gironines, una oportunitat per al turisme rural*. Girona: Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

AULET, S. & HAKOBYAN, K. (2011). «Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya», dins *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, vol. 1, n^o1, 63-82.

BALLART, J.; JUAN, J. (2008). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel Patrimonio.

BARRAL, X. (1994). «La Catedral de Vic», dins *Les Catedrals de Catalunya*. Barcelona: Ed. 62, 205-232.

BLACKWELL, R. (2007). «Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events», dins Raj, R.; Morpeth, N.D. (eds). *Religious Tourism and Pilgrimage Management. An International perspective*; 35-47.

BLASCO, A. (2006). *Tipologías turísticas: un anàlisi de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida*. Girona: Xarxa d'Escoles de Turisme: Servei de Publicacions de la Universitat de Girona: Institut del Patrimoni Cultural.

BYWATER, M. (1993). «Market segments: The youth and student travel market», dins *Travel and Tourism Analyst*, 3 (1), 35-50.

Canterbury Cathedral Annual Report 2013. Canterbury: Canterbury Cathedral Trust. Disponible a: <https://www.canterbury-cathedral.org/wp-content/uploads/2013/08/Canterbury-Cathedral-Trust-report-2013.pdf>.

- CARNEGIE, E. (2003). «"To be a pilgrim?" Pilgrimage as a model for interpreting the role and function of charity trusts», dins Fernandes, McGettigan & Edwards (eds.). *Religious tourism and pilgrimage*. ATLAS – Special Interest Group, 1st Expert Meeting, 110-120.
- DA GRAÇA MOUGA POÇAS SANTOS, M. (2003). «Religious Tourism: Contributions towards a clarification of concepts», dins Fernandes, C.; McGettigan, F.; Edwards, J. (eds.). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal, 23-27 april 2003*; 27-42.
- Diverse Beliefs: Tourism of Faith. Religious tourism gains ground. New Delhi: Ficci. Disponible a: <http://www.ficci.com/spdocument/20207/Diverse-Beliefs-Tourism-of-Faith.pdf>.
- DONAIRE, J. A. (2008). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire: Vitel·la.
- ESTEVE, R. (2002). *Turismo y religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*. Màlaga: Universitat de Màlaga.
- ESTEVE, R. (2003). «The origins of religious tourism. Special reference to the Saint James's way tourism», dins Fernandes, C.; McGettigan, F.; Edwards, J. (eds.). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal, 23-27 april 2003*; 121-130.
- EMERICK, K. (2014). *Conserving and managing ancient monuments. Heritage, democracy and inclusion*. Woodbridge: Boydell & Brewer Ltd.
- 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.
- GALÍ, N.; ALCALDE, G.; ROJAS, A. «Anàlisi de les definicions de turisme cultural i de les formes de recompte dels turistes culturals», dins *Estudis, Fulls de Cultura i Comunicació*, núm. 17: 2010.
- GANAU, J. (2003). «La recreació del passat: el Barri Gòtic de Barcelona, 1880-1950», dins *Barcelona Quaderns d'Història*, 8: 257-272.
- ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La gestión del turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. Disponible a: http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf.
- Informe del sector del turisme. 2026.CAT Estratègia per el Desenvolupament Sostenible de Catalunya. Generalitat de Catalunya. Disponible a: http://www.gencat.cat/mediamb/publicacions/Estudis/EDIS_sector_turisme.pdf
- MALLOR, E., GONZÁLEZ-GALLARZA, M., FAYOS, T (2013). «¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español», dins Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 11, nº 2, 269-284.

MARTÍN, M. (2007). La difusión del patrimonio. Actualización y debate; Revista electrónica de patrimonio histórico, nº 1, diciembre de 2007. Disponible a: <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo3.php>.

MCGETTIGAN, F. (2003). «An analysis of Cultural Tourism and its relationship with Religious Sites», dins Fernandes, C.; McGettigan, F.; Edwards, J. (eds.). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal, 23-27 april 2003*; 13-23.

MILLÁN, M^a G.; MORALES, E.; PÉREZ, L. (2010). «Turismo religioso. Estudio del Camino de Santiago», dins *Gestión turística*, nº 13, 9-37.

MORRO, A. (2009). *El Turismo cultural*. Barcelona: UOC.

MOSCARDO, G. (1996). «Mindful visitors», dins *Annals of Tourism Research*, Vol.23 (2),376-397.

NOLAN, M. & NOLAN, S. (1992). «Religious sites as tourism attractions in Europe», dins *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 68-78.

NORMAN, A. (2011). *Spiritual tourism. Travel and religion practice in Western Europe*. Londres; Nova York: Continuum.

OLSEN, D. (2006). «Management issues for religious heritage attractions», dins Timothy, D.; Olsen, D. (2006). *Tourism, religions and spiritual journeys*. Londres; Nova York: Routledge, 104-118.

OSTROWSKY, M (2002). «Peregrinación o turismo religioso», dins *III Congrés Europeu de Santuaris i Pelegrinatges*, Santuari de Montserrat, Catalunya. Disponible a: [http://www.mercaba.org/FICHAS/Evangelizacion/peregrinacion o turismo religios.htm](http://www.mercaba.org/FICHAS/Evangelizacion/peregrinacion%20o%20turismo%20religios.htm).

PETRILLO, C. (2003). «Management of churches and religious sites: some cas studies from Italy», dins Fernandes, C.; McGettigan, F.; Edwards, J. (eds.). *Religious tourism and pilgrimage: Atlas special interest group 1st expert meeting: Held at Fátima, Portugal, 23-27 april 2003*; 71-86.

PLADEVALL, A. (ed.) (1986). «Vic. Catedral (o Sant Pere) de Vic», dins *Catalunya romànica III. Osona II*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 678-722.

QUEROL, M^aA. (2010). *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid: Akal.

Resum de dades de l'Oficina de Turisme de Vic del 2013. Oficina de Turisme de Vic; Ajuntament de Vic.

RICHARDS, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, UK: CAB International.

RICHARDS, G. (2003). «What is Cultural Tourism?», dins Van MAaren, A. (ed.). *Erfgoed voor Toerisme*. Disponible a: [http://www.academia.edu/1869136/What is Cultural Tourism](http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism).

- RICHARDS, G. (2004). *Turismo cultural en Europa: tendencias y retos*. Barcelona: Fundació Interarts. Disponible a: [http://www.academia.edu/9341230/Turismo cultural Tendencias y retos](http://www.academia.edu/9341230/Turismo_cultural_Tendencias_y_retos).
- RICHARDS, G. (2007). «Culture and Heritage in a Unifying Europe», dins Bruce, D. & Rotariu, I. (eds.). *European cultural tourism, past present and future. Lectures from the ATLAS Winter University, Sibiu, Romania 2007*, 7-20.
- RICHARDS, G (2011). *Tourism Trends: the convergence of culture and tourism*. Disponible a: [https://www.academia.edu/9491857/Tourism trends The convergence of culture and tourism](https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism).
- RICHARDS, G. & MUNSTERS (2010). *Cultural tourism research methods*. Wallingford, UK: CAB International, cop. 2010.
- RIVERA, J. (2008). «Conservación, función y gestión de las catedrales españolas», dins *Simposio Internacional. La Europa de las catedrales. Conservación y gestión*, 15-44. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.
- ROYO, M.; VIDAL, D. (dirs.) (2005). *Estudi de la imatge i pla de comunicació de la catedral de Girona 2005*. Estudi no publicat.
- RODRÍGUEZ, R. (2006). *El Plan Director de la Catedral de Vic (Barcelona)*. Disponible a: [http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/abc/2006/capitulos/06 El Plan Director Catedral Vic - Barcelona-/06 El Plan Director Catedral Vic \(Barcelona\).pdf](http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/abc/2006/capitulos/06_El_Plan_Director_Catedral_Vic_-_Barcelona-/06_El_Plan_Director_Catedral_Vic_(Barcelona).pdf).
- RUBIO, L. & PONCE, G. (eds.) (2012). *Gestión del patrimonio arquitectónico, cultural y medioambiental. Enfoques y casos prácticos*. Alicante: Universidad de Alicante. Publicaciones de la Universidad.
- SAUNDERS, M.; et. al. (2009). *Research methods for business students*. Harlow, England [etc.]: Financial Times/Prentice Hall, 5th ed.
- SHACKLEY, M. (2001). *Managing sacred sites: service provision and visitor experience*. London; New York: Continuum.
- SILBERBERG, T. (1995). «Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites», dins *Tourism Management*, 16 (5), 361-365.
- SMITH, V. (1992). «The Quest in Guest», dins *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 (1), 1-17.
- TILDEN, F. (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona: Asociación para la Interpretación del Patrimonio.
- TIMOTHY, D. (2011). *Cultural heritage and tourism: an introduction*. Bristol: Channel View.
- TIMOTHY, D.; BOYD, S. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education Limited.

- TIMOTHY, D.; OLSEN, D. (2006). *Tourism, religions and spiritual journeys*. Londres; Nova York: Routledge.
- TIMOTHY, D.; OLSEN, D. (2006; a). «Tourism and religious journeys», dins Timothy, D.; Olsen, D. (2006). *Tourism, religions and spiritual journeys*. Londres; Nova York: Routledge, 1-21.
- TOWNER, J. (1985). «The Grand Tour. A key phase in the history of tourism», dins *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, 297-333.
- TROITIÑO, M. À. (2008). «La catedral en el contexto de la función turística de la ciudad histórica», dins *Simposio Internacional. La Europa de las catedrales. Conservación y gestión*, 47-79. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.
- VICENS, T. (1995). «El retaule de Pere Oller de la Catedral de Vic: algunes observacions iconogràfiques», dins *Lambard, Estudis d'art medieval*, vol. VIII, 149-159.
- VILA, R. (2002). «El Plan Director de la Catedral de Vic (Barcelona)», dins *Bienes culturales: revista del Instituto del Patrimonio Histórico Español*, nº 1, 2002, 35-54.
- VUKONIĆ, B. (1996). *Tourism and religion*. Pergamon: [s.l.].

Pàgines web consultades:

- AIP, Asociación para la Interpretación del Patrimonio.
<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/>.
- ATLAS, Association for Tourism and Leisure Education and Research.
<http://www.atlas-euro.org/>.
- Canterbury Cathedral.
<http://www.canterbury-cathedral.org/>.
- Catalonia Sacra.
<http://www.cataloniasacra.cat/>.
- Catedral de Barcelona.
<http://www.catedralbcn.org/>.
- Catedral de Girona.
<http://www.catedraldegirona.cat/es/catedral-de-girona-y-basilica-de-san-felix.aspx>;
<http://catedraldegirona.org/>.
- El Camí Oliba.
<http://www.caminsoliba.cat/>.
- English Heritage.
<http://www.english-heritage.org.uk/>.

ICOMOS, International Council on Monuments and Sites.

<http://www.icomos.org/en/>.

MUHBA, Museu d'Història de Barcelona.

<http://museuhistoria.bcn.cat/>.

OECD, The Organisation for Economic Co-operation and Development.

<http://www.oecd.org/>.

Seu Vella de Lleida.

<http://www.turoseuvella.cat/>.

UNWTO, World Tourism Organization.

<http://www2.unwto.org/>.

Vic Turisme, el portal turístic de la ciutat de Vic.

<http://victurisme.cat/>.

LA GESTIÓ TURÍSTICA DEL PATRIMONI
CULTURAL DE TEMÀTICA RELIGIOSA.

Proposta de visita turística de la Catedral de Vic.

Setembre 2015