

Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACION



TURISMO RELIGIOSO Y ESPACIOS SAGRADOS: UNA PROPUESTA PARA LOS SANTUARIOS DE CATALUNYA

Silvia Aulet Serrallonga

Profesora en el Departamento de Historia del Arte en la Facultad de Turismo en la Universidad de Girona.
DEA en Turismo Cultural por la Universidad de Girona. Investigadora en el
Programa del Doctorado en Turismo, Derecho y Empresa en la Universidad de Girona, España.
E-mail: silvia.aulet@udg.edu

Karine Hakobyan

Investigadora en el Programa del Doctorado en Turismo, Derecho y Empresa en la
Universidad de Girona, España.
E-mail: karhakob@gmail.com

Resumen

Con el presente trabajo se intenta conceptualizar el turismo religioso, a nivel de similitudes y diferencias con otras tipologías de visitantes como turistas, turistas culturales o peregrinos. El objetivo de dicha distinción es identificar algunos aspectos de la gestión de estos espacios sagrados a tener en cuenta para evitar posibles tensiones entre visitantes y devotos, mediante la aplicación a una tipología concreta de espacios sagrados (los santuarios) y una zona geográfica concreta (Cataluña).

Palabras clave: Turismo Religioso. Peregrinaje. Santuarios. Cataluña. Gestión.

1 TURISMO RELIGIOSO Y SU CONCEPTUALIZACIÓN

El turismo religioso es uno de los nichos del mercado turístico en crecimiento. Los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural. El turismo religioso tiene una composición compleja debido a varios elementos que constituyen sus destinaciones y los motivos que mueven a los viajeros hacia estos lugares. Es decir, el turismo religioso se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos, que muchas veces interactúan en la intención y la decisión de emprender el viaje.

El turismo religioso crece considerablemente, no tan sólo en los países desarrollados, sino también en los países en vías de desarrollo, «ya que los excedentes económicos permiten viajar a las clases altas y medias. En el siglo XXI en búsqueda de valores, el turismo religioso y espiritual puede representar una gran oportunidad para las mujeres y los hombres de todas las creencias,

filosofías y religiones» (Lanquar, 2007, p.1). Según las estimaciones, el turismo religioso y espiritual representa alrededor del 20% del turismo mundial, sea del turismo internacional y nacional incluyendo excursiones (Lanquar, 2007).

Robles Salgado (2001) se refiere al *Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000* para mostrar los datos de visitantes de los centros religiosos: según las estimaciones, cada año los centros de culto religioso reciben entre unos 220 - 250 millones de personas, de las cuales aproximadamente 150 millones, es decir un 60 - 70 %, son cristianos. Sólo en Europa, alrededor de 30 millones de cristianos, sobre todo católicos, dedican sus vacaciones (o una parte de ellas) a realizar una peregrinación. Los centros de culto religioso más grandes en el mundo cristiano atraen alrededor de 25 millones de peregrinos (el 15% de los fieles migratorios de esta religión). A estos centros pertenecen Roma con el Vaticano (aproximadamente 8 millones), Lourdes en Francia (6 millones), Fátima en Portugal (4 millones) y Guadalupe en México (2 millones). Entre los santuarios cristianos, un papel importante lo desempeñan los santuarios marianos. La mayoría de los lugares de peregrinación del cristianismo está relacionada con el culto a la Virgen (alrededor del 80%).

Estas estimaciones se basan en el número total de visitantes a estos centros sagrados; contándose entre ellos tanto los peregrinos como los turistas. A pesar de ello, y según la afirmación de Sharpley y Sundaram (2005), en la mayoría de los santuarios de Europa occidental, el número de turistas religiosos a menudo supera al de los peregrinos.

El concepto «turismo religioso» ha sido objeto de reflexiones y estudios entre los científicos no tan sólo del mundo del turismo y las instituciones sociales sino también por parte de los etnógrafos, antropólogos, sociólogos, geógrafos, economistas. Por otro lado también ha sido estudiado y definido desde la perspectiva eclesiástica, siendo pionera en su formulación en los años 50 y 60 del siglo XX.

La conceptualización del término «turismo religioso» contiene una cierta complejidad. Se trata de un concepto, formado por dos entidades, *turismo* y *religión*, que tienen valor en sí mismas y que dan lugar a una nueva realidad o entidad que comparte las características o los elementos de ambas entidades (Parellada, 2009).

El turismo religioso es un término de recién creación y define, generalmente, las actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso. Sin embargo, la definición de este concepto lleva ciertas dificultades, puesto que a la hora de intentar una conceptualización, surgen preguntas vinculadas a los motivos del viaje, al comportamiento de los visitantes, y en consecuencia, a distintas tipologías, expectativas y experiencias. ¿Cuáles son las razones que mueven a los turistas a visitar estos lugares? ¿Son estas razones de contenido puramente religioso, es decir la intención de realizar penitencia o devoción, o intención de acercamiento a lo divino? ¿O pueden ser razones estrictamente culturales: conocer a fondo su propia cultura, o acercarse a una cultura nueva y a otra forma de expresión cultural y religiosa? Tal vez, las visitas dentro del contexto del turismo religioso

pueden ocurrir por una desviación ocasional dentro del itinerario del turismo de ocio u otras formas de turismo.

Las preguntas expuestas anteriormente están estrechamente vinculadas a cualquier intento de definición y conceptualización del turismo religioso. Existen opiniones muy diferentes, desde las que igualan las peregrinaciones al turismo religioso hasta las que consideran el turismo mismo como religión o viaje sagrado.

En el marco de este estudio, es interesante sobre todo determinar cuáles son los elementos cruciales que definen un viaje turístico religioso, cuáles son los motivos que llevan a los turistas a visitar santuarios y otros lugares de culto religioso. Desde este punto de vista, se considera relevante examinarlo desde el ángulo comparativo entre los fenómenos de turismo religioso y de peregrinación, ya que en el mundo científico su conceptualización lleva a ciertas oposiciones en cuanto a la naturaleza de estos viajes.

Los espacios de recepción de peregrinos, turistas religiosos y turistas seculares, representan la meta final o intermedia de un viaje en relación con los objetivos y motivaciones que mueven a visitar un destino determinado. Para un peregrino, todo el camino de peregrinación está dirigido hacia el destino final que es el lugar sagrado donde se produce la expresión religiosa de su identidad y se realiza el culto sagrado. Para los turistas, sean religiosos o no, este espacio puede ser representado por el lugar de la última etapa de su viaje o bien por aquellos que forman parte del recorrido.

Los lugares sagrados, que han sido y siguen siendo lugares de peregrinación, en la sociedad moderna de progreso técnico, industrial y social se han convertido en sitios turísticos. Shinde (2010) define el turismo religioso como un término muy utilizado en la teoría y la práctica para hacer referencia a los patrones de viaje contemporáneo a lugares de peregrinación.

Las prácticas y celebraciones religiosas que se manifiestan en los lugares sagrados atraen tanto a los fieles como a los turistas cuyos motivos de visita pueden ser tanto religiosos como laicos. Para los peregrinos, las prácticas religiosas forman parte importante de todo el camino y sobre todo en la meta final - el santuario. Las oraciones y rituales son elementos imprescindibles de la peregrinación, mediante los cuales los creyentes ejercen la penitencia y la meditación. La percepción de la práctica religiosa por parte de los turistas comporta un carácter profano, y se entiende más bien como la oportunidad de nuevas experiencias, adquisición de conocimientos, incluso a veces se ve como divertimento, pasatiempo o pura curiosidad. No obstante, junto con estas motivaciones profanas, existe el interés de carácter espiritual, que mueve a los turistas «religiosos» a sitios sagrados y su participación en las prácticas religiosas obtiene un matiz más religioso que secular.

En este contexto se considera importante, ante todo, definir los conceptos de peregrinación y viaje turístico religioso, determinar los elementos comunes entre ambos fenómenos, así como las diferencias.

2 ENTRE EL PEREGRINAJE Y EL TURISMO RELIGIOSO, APROXIMACIONES Y DIFERENCIAS

El estudio de los fenómenos del turismo religioso y las peregrinaciones, sus características comunes y particulares, su «coexistencia» en la realidad moderna y sus expresiones varias en el ámbito del turismo ha dado lugar a la aparición de opiniones muy diversas vinculadas a las relaciones entre ambos fenómenos.

Algunos investigadores insisten en la dificultad de establecer diferencias y analogías, otros estudios se basan en nuevos enfoques del fenómeno del peregrinaje que reclaman una diferenciación entre ambos fenómenos. Según unos autores el turismo en sí, y no tan sólo el turismo religioso, es el equivalente a la peregrinación religiosa, ya que comparte algunas de las características del viaje sagrado.

En varios estudios el turismo religioso se compara al fenómeno de las peregrinaciones (MacCannell, 2003; Graburn, 1992; Cohen, 1998; Turner y Turner, 1989). A menudo el concepto de turismo religioso aparece como sustitución del fenómeno de la peregrinación, casi como su sinónimo, denotando una tendencia a denominar con un lenguaje moderno formulas antiguas (Parellada, 2009).

Según MacCannell (1973) y Collins-Kreiner (2009) el turismo contemporáneo comparte muchas de las características del peregrinaje, el turista se percibe como un peregrino en el actual mundo secular moderno. Autores como Graburn (1992); Collins-Kreiner (2009), Digance (2006), Herrero Pérez (2008), Vukonik (1996), Eade (1992), Cohen (1979), Sharpley y Sundaram (2005) sostienen que existen procesos paralelos en peregrinación formal y en el turismo, siendo el turismo una forma de peregrinaje de la civilización moderna. Es el equivalente moderno de las fiestas y peregrinaciones de las sociedades antiguas más tradicionales. El viaje turístico es un peregrinaje dirigido a la auto transformación y obtención de conocimientos a través de lo extraordinario y lo sagrado, y consideran el peregrinaje como antiguo precursor y análogo del turismo moderno. Según Graburn (1989), un viaje turístico es un peregrinaje, porque ello representa un intervalo entre aquello ordinario y no ordinario; lo sagrado y lo profano, que de sentido a la vida. Ambos implican la ruptura con la vida cotidiana y el paso de un tiempo profano (el de la vida cotidiana) a un tiempo sagrado, totalmente diferente, en el que es posible la renovación del sentido (Herrero Pérez, 2008).

Sharpley y Sundaram (2005), mencionando a Smith (1992), sostienen que sin duda algunos encuentros turísticos pueden ser tan convincentes [como la peregrinación] y casi espiritual en el sentido personal.

Hoy en día, la distinción entre las dos formas es bastante difusa, y cada vez es más difícil diferenciar entre peregrinación y turismo, ya que el turismo está emergiendo de un modo rápido e intensivo en las aéreas religiosas, donde se comparten las mismas infraestructuras y elementos del sistema turístico.

Turismo y peregrinaje comparten algunos aspectos, como los requisitos fundamentales para llevar a cabo el viaje, es decir, disponibilidad de tiempo libre y recursos financieros. Los turistas, los turistas religiosos y los peregrinos usan las mismas infraestructuras y comparten el mismo espacio, así como ciertas actividades (Smith, 1992; Parellada, 2009; Jackowski y Smith, 1992). Actualmente, en los santuarios de peregrinación, los medios de transporte utilizados y las necesidades de alojamiento no se distinguen mucho de las que se puede encontrar en otros tipos de turismo.

En estos lugares, se puede encontrar tanto peregrinos «puros», cuya motivación es solo de carácter religioso, como otras tipologías de visitantes que participan o no en actos de culto y celebraciones religiosas. Las visitas de estos últimos pueden incluir visitas a otros lugares turísticos, tratándose de un viaje multifuncional.

El turismo religioso es un producto más de consumo turístico que está vinculado al significado cultural y espiritual de los lugares. Este proceso, se encuadra en la laicización de los actos religiosos, que a su vez se convierten en una importante atracción turística (Cánoves Valiente, 2008). Shide (2010) constata que la religión proporciona los recursos (tanto materiales como metafísicos), incluyendo artefactos físicos, tales como templos, iglesias y catedrales, los rituales, festivales y eventos para la actividad de turismo religioso.

A pesar de la dificultad de diferenciar entre ambos fenómenos y de las varias opiniones que sostienen la presencia de claras semejanzas entre los dos, existen también afirmaciones que mantienen la existencia de importantes diferencias. Los mismos autores que defienden la teoría de equivalencia entre peregrinaje y viaje turístico, exponen algunos de los elementos diferenciales entre dichos fenómenos. Estas diferencias se basan, sobre todo, en las motivaciones principales del viaje, el comportamiento y la intensidad de uso de los elementos religiosos durante el viaje.

Parellada (2009) afirma que el turismo, las peregrinaciones y las experiencias religiosas tienen su propia identidad y no se pueden confundir entre ellos. Las peregrinaciones representan el sentido de un camino dirigido a lo sagrado, a Dios, en búsqueda del acercamiento y del contacto con lo divino. Sus motivaciones son distintas a las del turismo religioso puesto que tienen mucho una clara relación con la petición del perdón, de curación, de cumplimiento de voto. Al contrario, el turismo religioso tiene como motivación principal la visita de lugares sagrados o la participación en celebraciones religiosas, así como el descubrimiento del valor histórico y la belleza artística.

Bauer (1993) se refiere a la afirmación de Jan Pach (1992) que la peregrinación no es una excursión turística sino un retiro espiritual que pide un sacrificio y motivaciones profundamente religiosas, y señala que el fenómeno de peregrinación está totalmente fuera del turismo.

Tradicionalmente, se ha atribuido al término turismo una cierta superficialidad y frivolidad, mientras que la peregrinación se considera como algo serio, auténtico y legítimo (Pffaffenberger, 1983).

Sharpley y Sundaram (2005) sostienen que la relación entre el turismo y la religión se puede conceptualizar como un proceso basado en la intensidad de la motivación religiosa. En este sentido se puede hacer referencia al esquema de Smith (1992) que representa dos extremos: en uno se encuentra peregrinaje sagrado, un viaje cuyos motivos son la fe, la religión y la plenitud espiritual; en el otro extremo se encuentran los turistas seculares que pudieran tratar de satisfacer alguna necesidad personal o espiritual a través del turismo. Entre estos dos extremos se pueden encontrar varias formas de turismo religioso motivado, en mayor o menor medida, por necesidades religiosas, o necesidades culturales o basadas en la adquisición de conocimientos.

Tabla 1: Delimitación entre peregrino y turista

Peregrinaje		Turismo religioso	Turismo	
a	b	c	d	e
Sagrado		Sagrado - secular. Turismo cultural de patrimonio religioso	Secular	

a - Peregrino
 b - Peregrino > turista (¿turista accidental?)
 c - Peregrino = turista
 d - Peregrino < turista
 e - Turista secular / profano

Fuente: Cànoves Valiente (2006), elaborado Valene L. Smith (1992).

Ostrowski (2002) considera el turismo religioso como «el nuevo término que refleja una nueva forma de turismo que se coloca entre lo sacro y lo profano». Cada forma de turismo se destaca y se caracteriza por varias motivaciones que mueven a las personas hacia lugares determinados. Estas motivaciones pueden coincidir y ser transicionales, o tener un matiz específico, propio a cada una de las formas de turismo.

En el caso de turismo religioso las motivaciones principales están vinculadas con los lugares y prácticas religiosas, es decir su elemento clave o uno de las motivaciones principales es la motivación religiosa (Parellada, 2009; Cànoves Valiente, 2006; Romo Guijarro, 2000). La motivación religiosa coexiste con la curiosidad o el interés cultural. Durante los viajes de turismo religioso se realizan visitas a lugares sagrados (santuarios, conventos, monasterios, iglesias, ermitas, catedrales), participaciones en celebraciones religiosas para descubrir la esencia religiosa, el mensaje transmitido, el valor histórico-cultural, la belleza de la creación artística (Parellada, 2009).

La motivación es el elemento diferencial básico entre los dos fenómenos. El motivo de la peregrinación es sobre todo religioso: la llegada al lugar sagrado, acto de culto unido a la oración, la penitencia y otras formas de culto. En cambio, en el turismo religioso, el lugar sagrado se visita durante el viaje, pero no es el destino final. Esta forma de turismo se destaca en primer lugar por aspectos de conocimiento religioso o simplemente por aspectos de conocimiento (Cànoves Valiente, 2006; Ostrowski, 2002; Rinschede, 1992). Según Ostrowski (2002), «el turismo religioso debe considerarse como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales». En el caso del turismo religioso, a las motivaciones tradicionales del turismo tales como el deseo de moverse, el descanso o la curiosidad por conocer cosas nuevas, se le añaden nuevos elementos como la participación en las celebraciones litúrgicas.

En su discurso de las Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo el padre Enric Parellada (2009) se refiere a la definición del término de turismo religioso expresado por Costa (véase *El Peregrino e il turista*, pp. 69-82): «El turismo religioso es la síntesis de los viajes tradicionales a un santuario y de los viajes culturales orientados, guiados y regulados por organizaciones religiosas o de inspiración religiosa». Por viajes culturales orientados podemos entender la coordinación y organización de estos itinerarios por parte de varias asociaciones profanas o eclesiásticas. En caso de la Iglesia Católica, esta misión tiene una organización completa dirigida por la Pastoral de Turismo, servicio de la Iglesia que organiza la acogida, la estancia y organización de actividades todo con el objetivo del acercamiento e integración de los visitantes en la comunidad cristiana y atracción a la celebración de culto cristiano. Desde la perspectiva de la Iglesia, el turismo religioso tiene su importancia en la evangelización y la realización de catequesis. A través de las explicaciones sobre una iglesia, sus componentes, la historia de su creación, etc., se realiza una catequesis, porque se explica el sentido espiritual y religioso y la dimensión sagrada del lugar, ayudando a los visitantes a avanzar en el camino interior (Kerhuel, 2008; Ostrowski, 2002).

Aunque el turismo religioso utiliza el esquema del turismo como base, se fomenta de elementos de experiencia religiosa, que «transforma su calidad, su finalidad, sus ritmos y su estilo de actuación» (Parellada, 2009, p.25). El autor insiste en que el turismo religioso «respira los aires del turismo cultural, pero no se reduce a ser simplemente un propagador de bienes patrimoniales, en su sentido más amplio, de carácter religioso» (Parellada, 2009, p. 25).

Sharpley y Sundaram (2005) refiriéndose a la definición de turismo religioso de Sigaux (1966) y de Vukonic (1996) afirman que es probablemente una de las formas más antiguas de turismo, con la migración del ser humano ligado a la religión desde los primeros tiempos, se manifiesta en una diversidad de actividades turístico-religiosas, desde viajes a largo plazo (es decir, la peregrinación) y / o estancias en los centros religiosos hasta visitas a corto plazo en los centros religiosos o en los sitios con el propósito de la celebración

religiosa, la contemplación o la reunión. En general, estos turistas visitan el sitio del centro y participan en al menos una parte de los ritos.

3 CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO, LOS SANTUARIOS EN CATALUÑA

Cataluña es una Comunidad Autónoma (CA) ubicada en el noreste de España, aunque las divisiones eclesiásticas no coinciden con las divisiones políticas. Por eso, cuando hablamos del patrimonio religioso de la Iglesia, hacemos referencia a la Conferencia Episcopal Tarraconense que incluye el territorio administrativo de la CA de Cataluña pero también parte de las CA de Aragón y Valencia así como el Principado de Andorra. Eclesiásticamente, la Tarraconense está dividida en 10 obispados.

El estudio de los santuarios en la Tarraconense es complejo. En primer lugar porque a nivel conceptual no hay unanimidad en la definición de santuario.

Según el diccionario de la lengua española, santuario es “un templo en el cual se venera una imagen o reliquia de un santo de especial devoción”. El Código de Derecho Canónico de 1983 amplía este concepto e asigna al santuario un estatuto jurídico particular; definiéndolo como “una iglesia u otro lugar sagrado hacia el cual peregrinan los fieles con frecuencia por razón de devoción, con la aprobación del Ordinario del Lugar” (Canon 1230).

Su personalidad jurídica dentro de la Iglesia le viene dada por ser un lugar de peregrinaje, es decir, no por lo que es pero por lo que representa ante los fieles. El carácter de pelegrino y el espíritu de peregrinación deben seguir vivos para mantener la identidad del santuario. Mn. Ramon Rosell (1995) añade que la razón de ser de un santuario no yace solamente en las peregrinaciones religiosas, también en las peregrinaciones turísticas.

Un concepto clave en la definición de santuario es el del localismo. Christian (1976) afirma que el localismo pertenece a la esencia misma de los santuarios. Este localismo hace que se manifieste entorno al santuario una auténtica cultura popular que lo convierte en el centro del ser, el sentir y la expresión de un pueblo. El espacio geográfico próximo al santuario, desde el punto de vista devocional, es el llamado “territorio de gracia”.

En contraposición a este localismo, Esteve Secall (2002) pone en relieve la universalidad de los santuarios como espacios sagrados, puesto que la esencia de estos lugares es su capacidad para absorber y reflejar multiplicidad de discursos religiosos.

Por el hecho de ser espacios sagrados, aunque dentro del localismo antes mencionado, los santuarios participan de manifestaciones, características y simbolizaciones del espacio sagrado que son identificables en las distintas tradiciones religiosas, y que confieren a estos espacios su carácter universal. Por mencionar algunos de estos aspectos, podemos citar:

- El espacio puede ser sagrado porque participa del simbolismo del centro del mundo; el centro es el punto de convergencia, intersección (e intercesión), de coordinación y ordenamiento, de equilibrio y armonía (entre distintos puntos, líneas, planos, entre el arriba y el abajo). El lugar central es considerado sagrado porque nos libera del caos y la confusión; ejerce un poder salvador (Maldonado, 1983). Toda esta simbología intenta expresar lo que los fenomenólogos llaman la ruptura de nivel, es decir, la apertura hacia el más allá, hacia lo trascendente.

- Directamente vinculadas a las creencias sobre el centro del mundo, encontramos las concepciones religiosas sobre la altura, las regiones superiores y los procesos ascensionales. Otro de los grandes significados simbólicos de los santuarios, especialmente de aquellos edificadas en las cimas de las montañas, nos remite hacia a las alturas de aquello celeste. El sentido simbólico de este santuario participa del simbolismo de la montaña sagrada, lugar desde el cual se asciende al cielo. Los lugares elevados tienen un carácter trascendente i sobrehumano porque participan directamente de lo sagrado. El hombre que accede a estos espacios trasciende su condición humana, la supera, porque abandona el espacio profano y se integra en el espacio sagrado.

- Manifestaciones de lo sagrado (hierofanías). El sagrado se puede manifestar o representar en estos lugares mediante la presencia de reliquias o mediante la revelación de la presencia divina a través de milagros y apariciones. Entendemos por milagro un fenómeno extraordinaria y sorprendente que acontece en el universo de la experiencia humana i que, al no poder explicarse por causas naturales se atribuye a la presencia y a la acción de una entidad divina (Miró Vinassa, 2001).

- Simbolismos arquitectónicos. Los santuarios, en su arquitectura, son construidos a imagen de la Jerusalén celestial. El templo, desde el punto de vista arquitectónico, es el espacio físico donde se materializa el espacio sagrado; por este motivo su arquitectura no tienen nada de casual, sino que cada parte simboliza o participa de alguno de los simbolismos que representan el concepto de sagrado. En este sentido existe una amplia bibliografía de autores como Guenon, Burckhart y Hani sobre el simbolismo del templo.

Para el estudio de los santuarios de Cataluña se han utilizado, entre otras fuentes, el *Estudio sociológico sobre santuarios y ermitas de Catalunya* (Cotrina, 1984); distintos materiales editados, como una de las últimas publicaciones de Turismo de Cataluña sobre los santuarios (Roselló, 2010) y la base de datos del proyecto de valorización turística del patrimonio religioso de la iglesia, *Catalonia Sacra* que inventaría 325 elementos del patrimonio religioso de la iglesia entre los cuales se cuentan algunos santuarios. A estos elementos se le añade el trabajo de campo, por ahora no publicado, realizado por los mismos autores.

Según las distintas fuentes, el número de santuarios, justamente por la complejidad existente en su definición, oscila entre los 55 que ha seleccionado Roselló (2010) para la guía de Turismo de Cataluña como los más relevantes y

los 110 que se han identificado en el trabajo de campo, consultado distintas fuentes y preguntando directamente a los obispos.

4 TIPOLOGÍAS DE VISITANTES EN LOS SANTUARIOS

Los santuarios representan distintos valores que condicionan, en cierto modo, el tipo de público que los visita haciendo necesaria su identificación y posterior estudio para garantizar una buena gestión y evitar posibles conflictos entre las distintas tipologías de visitantes. A grandes rasgos, podemos resumir estos aspectos en valores religiosos, valores culturales, valores ecológicos y valores turísticos.

4.1 Motivación religiosa

Los santuarios son, en primer lugar, espacios de vocación religiosa; lugares de ejercicio de culto, de plegaria, donde se dan muestras de devoción popular. En la mayoría de los santuarios las celebraciones litúrgicas, especialmente las de mayor devoción, son sentidas y participadas vivamente por el pueblo. También hay otras prácticas religiosas como el rezo del rosario, las rogativas, los recesos, las plegarias, los cantos de alabanza, etc. Todos estos actos configuran las fiestas, ceremonias y rituales de cada santuario.

Los visitantes motivados religiosamente van desde los peregrinos hasta los turistas religiosos que han sido identificados en la introducción de este artículo.

Según los datos del proyecto Catalonia Sacra (2011), el patrimonio intangible vinculado a las celebraciones religiosas sigue siendo importante, pues en un 74,77% de los elementos inventariados se mantienen aún celebraciones relacionadas con las fiestas principales; en el 75% de los elementos se mantiene también el culto y los actos litúrgicos. Según Cotrina (1984) la asistencia a los actos litúrgicos en los santuarios tiende a mantenerse, igual que los peregrinajes, las romerías y los festivales religiosos.

4.2 Motivaciones culturales

Los santuarios son espacios de cultura, entendida en su sentido más amplio. El patrimonio cultural de la Iglesia representa no solo las trazas del arte europeo y su compleja historia, también las raíces espirituales de los pueblos.

La infraestructura patrimonial incluye además de los edificios, objetos y monumentos artísticos, los escritos (himnos, alabanzas, historia del santuario...), las tradiciones orales sobre el santuario, los audiovisuales...

En este caso el abanico de visitantes es amplio e incluye diferentes niveles de motivación cultural. Tal como dice Richards (2004) se observan algunos cambios en las pautas de consumo de los turistas culturales, como por ejemplo que el mercado nacional cada vez tiene más importancia (en las últimas encuestas representa cerca de un 36% pero en el caso de los santuarios el

porcentaje es superior). Otro aspecto relevante es que la gente joven representa un segmento importante (más del 40% tienen menos de 30 años) justamente porque una de las principales motivaciones es la combinación de ambiente, cultura local e historia y no solo la visita al que hasta ahora se ha considerado como "alta cultura" (museos y monumentos). En los santuarios se dan distintos valores de este tipo que hacen de estos espacios lugares privilegiados para estas visitas.

4.3 Motivaciones relacionadas con la naturaleza

Como consecuencia de su ubicación, muchas veces los santuarios tienen un importante componente ecológico. Una tipología de hierofanía asociada al santuario suele ser la de la naturaleza o la de esa realidad que hoy llamamos paisaje. La impresión de situación privilegiada se ve reforzada por la panorámica que se divisa desde muchos de los santuarios y por el paisaje que les rodea (Prat, 1989). En Cataluña, según Cotrina (1984) solo un 7,23% de los santuarios son urbanos; estando ubicados el resto en puntos no urbanos como cimas, valles y caminos.

Shackley (2001) introduce el concepto de paisaje cultural que es el resultado de una evolución cultural. El término es válido en lugares donde se considera que el paisaje natural tiene un significado espiritual, complementado o no por patrimonio construido. Son espacios donde hay una intersección entre lo físico y lo espiritual y prueba de ello es que conmueven al ser humano en su ser más profundo, independientemente de sus creencias religiosas o no religiosas. Muchas civilizaciones han construido sus templos y espacios sagrados sobre el lugar donde ya se habían asentado otros templos en otros momentos históricos, en otras culturas e incluso en otras religiones.

Muchas de las visitas a nuestros santuarios también comparten este componente. Por ejemplo, podemos mencionar el santuario de Montserrat que está ubicado en el Parque Natural de la Montaña de Montserrat, punto de partida de numerosos itinerarios senderistas.

4.4 Motivaciones turísticas

Como consecuencia de todo lo mencionado anteriormente, los santuarios son lugares, también, de vocación turística que atraen flujos de visitantes motivados por valores e intereses muy diferentes. En su estudio, Nolan y Nolan (1992) distinguen entre santuarios turísticos y no turísticos. Dentro de los santuarios turísticos incluyen espacios como la Catedral de Chartres, el Mont Saint Michel, la catedral de Colonia o las basílicas mayores de Roma; es decir, lugares donde la proporción de peregrinos en relación con los visitantes interesados por otras motivaciones es difícil de determinar.

Los santuarios no turísticos son los que tienen pocas atracciones turísticas convencionales para el turismo profano, no tienen un relevante significado histórico o artístico.

La distinción entre turistas, pelegrinos y turistas religiosos como hemos expuesto anteriormente es difícil y puede hacer variar la percepción individual de estos espacios sagrados. Es innegable que, independientemente de la terminología usada, todos los santuarios, en mayor o menor medida, reciben visitantes, y una parte de ellos acude por motivaciones no estrictamente religiosas que pueden abarcar desde las motivaciones culturales, festivas, de ocio, de contacto con la naturaleza o simplemente de curiosidad.

El hecho turístico de los santuarios es innegable y por eso es preciso gestionarlos de forma que se tengan en cuenta las diferentes necesidades de los visitantes: religiosas, culturales y turística.

5 ASPECTOS DE LA GESTIÓN A TENER EN CUENTA

Gestionar grandes volúmenes de visitantes comporta grandes retos, es preciso equilibrar la necesidad de conservar el lugar y ofrecer a los visitantes una experiencia especial. Los santuarios son lugares que deben facilitar el ejercicio de culto y hacer respetar la autenticidad y esencia del lugar puesto que los visitantes pueden no percibirlo como un lugar sagrado y, en consecuencia, comportarse de forma inapropiada, generando una serie de tensiones. La cohabitación entre turistas y creyentes constituye una cuestión de difícil resolución. Un concepto fundamental es el de espíritu del lugar. (Shackley, 2001). Uno de los retos en la gestión de los santuarios es mantener el espíritu numinoso del lugar a pesar de la afluencia de visitantes.

Cuadro 1: Poder de atracción de los santuarios en función del número de pelegrinos

Santuarios que atraen:	Número	%
> 100.000 pelegrinos/año	139	2,3
> 10.000 pelegrinos/año	691	11,2
> 1.000 pelegrinos/año	1.247	20,3
< 1.000 pelegrinos/año	4.073	66,2
TOTAL	6.150	100

Fuente: Nolan i Nolan (1989)

A pesar de que en Cataluña no hay un estudio hecho de los visitantes en los santuarios, según fuentes propias de cada uno de los santuarios podemos afirmar que encontramos santuarios en todos los niveles. El más importante de todos es el Santuario de Montserrat, que según fuentes del propio santuario, supera el millón de visitantes cada año. Junto a este santuario, encontramos muchas otras tipologías de espacios que oscilan entre diferentes números de visitantes dando lugar a diferentes niveles de adecuación turística como infraestructuras complementarias (hospedería, restaurante, tiendas, zonas de picnic...).

En referencia a la hospedería y el restaurante, según datos elaborados a partir Roselló (2010) el 56,26% disponen de restaurante y el 41,81% de

hospedería. Los datos obtenidos a partir de la información recopilada para el proyecto Catalonia Sacra (2011) difieren un poco, situando el número de restaurantes en un 84,92% y el de alojamientos en un 78,77% porque en este caso se han tenido en cuenta no solo las instalaciones ubicadas en el propio santuario sino también las ubicadas en la zona de proximidad, i que, por tanto, pueden cubrir las necesidades turísticas igualmente.

Una de las formas de gestionar los conflictos entre devotos y visitantes es mediante la información (Shakley, 2001). La información que se dé en el santuario es clave para garantizar una buena acogida, al mismo tiempo que básica para explicar a los visitantes la naturaleza del lugar donde se encuentran. Como apuntan, Scheer i Williams (2003) las herramientas de interpretación son un elemento fundamental. A partir del trabajo de los datos del proyecto Catalonia Sacra (2011), hemos elaborado el cuadro siguiente sobre las herramientas de interpretación en los elementos patrimoniales de la iglesia.

Cuadro 2. Herramientas de interpretación en los elementos patrimoniales de la iglesia

Herramienta	Número de elementos	%
Visitas guiadas	139	42,77
Folletos	133	40,92
Explicación del responsable	129	39,69
Paneles informativos	103	31,69
Guías editadas	73	22,46
Audiovisuales	30	9,23
Audioguías	21	6,46
Herramientas para discapacitados	6	1,85

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del proyecto Catalonia Sacra; Vidal (2011).

De este cuadro se desprende la importancia de las herramientas de interpretación tradicionales como las visitas guiadas, los folletos, la explicación de los responsables y los paneles informativos; aunque muchas veces suelen transmitir informaciones de carácter artístico o histórico y no tanto de la naturaleza del lugar.

6 CONCLUSIONES

El turismo religioso es un nicho de mercado turístico en crecimiento. Los destinos de este tipo de turismo son los lugares de culto religioso que además de sus características devocionales y penitenciales también, muchas veces, se destacan por su valor histórico-cultural. Los destinos de peregrinación tradicional se han convertido, en las últimas décadas, en lugares turísticos importantes que acogen tanto a pelegrinos como a turistas, y en consecuencia son espacios de carácter multifuncional. Son espacios a los que acuden visitantes cuyas motivaciones y expectativas pueden ser radicalmente diferentes.

La definición y la conceptualización del turismo religioso, un término relativamente nuevo, comporta ciertas dificultades. El turismo religioso siempre ha sido objeto de estudios multidisciplinarios, y los enfoques científicos se contraponen en cuanto a la naturaleza del viaje religioso y las motivaciones que mueven a la gente hacia los lugares sagrados. Por una parte, se opina que el viaje turístico en general, y el religioso en particular, es sinónimo de peregrinaje. La noción del tiempo y del espacio fuera del marco habitual de la vida cotidiana tiene aspectos de un viaje "sagrado". Por otra parte, existen definiciones que defienden la existencia de una naturaleza radicalmente distinta entre ambos fenómenos. Durante una peregrinación, por parte de los fieles, se ejerce la penitencia, la devoción y la oración. En cambio un viaje turístico conlleva un comportamiento distinto plasmado en interés cultural, de conocimiento, de descanso, etc. No obstante, hay un punto de intersección de las distintas visiones sobre la naturaleza del turismo religioso que es la motivación principal que induce a la iniciación del camino. En un viaje turístico religioso, que es un viaje multifuncional, el motivo principal es religioso, es decir que los visitantes están atraídos no tan sólo por los aspectos puramente histórico-culturales y paisajísticos del lugar, sino que más por el interés y el acercamiento a la cultura y tradiciones religiosas. En muchas ocasiones, las visitas suponen participación al culto e iniciación, de alguna manera, a las raíces y los símbolos de la tradición religiosa.

En el caso concreto de estudio, los santuarios, estos son espacios de devoción local con vocación universal.

Desde la perspectiva local, hay que tener presente que son construcciones arquitectónicas normalmente ubicadas en espacios naturales, considerando como sagrado no solo el edificio sino también su entorno. En estos espacios se ha manifestado la divinidad en forma de reliquias, milagros o apariciones que son el elemento clave de la devoción popular y explican el origen de los peregrinajes hacia estos lugares. De hecho, tal como hemos visto, no se puede entender el concepto de santuario sin estos peregrinajes y la comunidad de fieles que aquí se reúne. Por eso, son espacios de plegaria, donde se celebra la liturgia y donde tienen lugar distintas manifestaciones de religiosidad popular que determinan su área devocional (variable en extensión según la importancia de los santuarios desde local, regional o nacional).

Como espacios con vocación universal, hay que tener presente que son espacios sagrados porque son centros de poder o energía espiritual que reproducen unos simbolismos sagrados comunes en todas las religiones: el centro del mundo, la verticalidad y la ascensión, la piedra como elemento que simboliza la fortaleza, el simbolismo del agua que purifica... Estos espacios están claramente separados de los espacios profanos y tienen atributos como la inmortalidad, la eternidad y la estabilidad. Por eso son espacios propicios para el encuentro del hombre con sí mismo, espacios para meditar, renovarse y abrirse a los demás. Son espacios universales que reproducen múltiples discursos religiosos, con capacidad para abrirse a otras culturas y fomentar el diálogo y la relación entre seres humanos. Por ejemplo, suelen estar ubicados en

entornos que podemos denominar paisajes culturales, donde el paisaje natural tiene un significado espiritual, son lugares imponentes e inaccesibles para el hombre donde la naturaleza muestra su grandeza i frente a los cuales el espíritu humano empequeñece y, mediante la reflexión y la contemplación, puede entrar en contacto con la transcendencia.

Correctamente gestionados son una oportunidad para el desarrollo turístico cultural y religioso ofreciendo experiencias y vivencias a los visitantes. La naturaleza de la experiencia ofrecida por un lugar sagrado a sus visitantes es altamente compleja porque es intangible e incluye elementos como la nostalgia, la proximidad a Dios, la atmosfera o el mérito espiritual de la visita, elementos que no tienen un valor económico y que incluyen no solo la visita sino el viaje para llegar al lugar, las características y la atmósfera del sitio, la influencia del personal y la gestión, los servicios a los visitantes y la realización de actividades (Shackley, 2001).

Estos aspectos deben tenerse en cuenta desde la gestión. Constatamos que a nivel de Cataluña existe una gran disparidad en la adecuación turística y en la gestión de los santuarios. Se debería establecer una estructura en red entre ellos para poder intercambiar información y experiencias, mejorar la relación entre los agentes implicados, mejorar la gestión del día a día, etc. A este nivel, existe el Secretariado Interdiocesano de Santuarios de Cataluña y Baleares, integrado por los responsables religiosos de estos espacios, que se reúne una vez al año, pero para tratar aspectos vinculados con la pastoral y la evangelización y no aspectos a nivel de gestión y de atención a todas las tipologías de visitantes.

Este elemento es fundamental teniendo en cuenta que los santuarios son puntos de luz en una sociedad que busca a ciegas, son las fares del día a día.

RELIGIOUS TOURISM AND SACRED SPACES: A PROPOSAL FOR HOLY WEEK CATALUNYA

Abstract

The present paper attempts to conceptualize religious tourism, in terms of similarities and differences with other types of visitors and tourists, cultural tourists or pilgrims. The purpose of this distinction is to identify some aspects of the management of these sacred spaces to take into account to avoid possible tensions between visitors and devotees, by applying a specific type of sacred sites (shrines) and a specific geographical area (Catalonia).

Keywords: Religious Tourism. Pilgrimage. Sanctuaries. Catalonia. Management.

BIBLIOGRAFIA

AMBROSIO, Vitor (2000). *Fátima, territorio especializado na Recepção de Turismo Religioso*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

ARDÈVOL PIERA, Elisenda; MUNILLA CABRILLANA, Glòria (coord). *Antropologia de la religió*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

AUCOURT, R. (1990). "Pélerins touristes ou touristes religieux"; *Cahiers d'Espaces* n° 102, mars 1990, pàg. 19-21.

AULET SERRALLONGA, Silvia (2007). *Aproximación al concepto de santuario: una oportunidad para el turismo cultural*. Trabajo de investigación presentado para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados en Turismo Cultural. Universidad de Girona, octubre de 2007. Documento no publicado.

BATALLA GARDELLA, Salvador (2002). "El patrimonio cultural y artístico de la Iglesia: gestión y mantenimiento"; *Actas del I Congreso del Turismo Cultural, Salamanca, 5-6 de noviembre de 2002*.

BATALLA, SALVADOR (2002). "El turisme religiós a Catalunya". *Estudis de Turisme de Catalunya*, 11, pàg. 34.

BAUER, Michel (1993). "Tourisme religieux ou touristes en milieu religieux. Esquisse d'une typologie"; *Cahiers Espaces* 30: *Tourisme religieux*, pàg. 24-37.

BURCKHART, Titus (2000). *Principios y métodos del arte sagrado*. Barcelona: Olañeta.

BURNBRIDGE, Horacio (1992). *Turismo religioso y santuarios. Una propuesta para la Argentina*; Buenos Aires: Comisión Episcopal de migraciones y turismo, Secretariado Nacional para la Pastoral de Turismo.

CÀNOVES VALIENTE, G. (2006). «Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo». *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp.63-76. Recuperado 17 de marzo 2010 <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n18/02%20CANOVES.pdf>

CHEER, Martin; WILLIAMS, Joachim (2003). "Regional Interpretations and symbolic representation of religion and heriatge in respect of tourism"; en FERNANDES, Carlos; McGETTIGAN, Frances; EDWARDS, Jonatha (eds). *Religious Tourism, ATLAS special interest group 1st Expert Meeting*. ATLAS.

CODI DE DRET CANÒNIC (1983). Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

COHEN, Erik (1998). "Tourism and Religion: A Comparative Perspective"; *Pacific Tourism Review*, 2 (1), 1-10.

COLLINS-KREINER, N. (2010). «Researching pilgirmage. Continuity and Transformation». *Annals of Tourism Research*, xx, No. xx, pp. xxx-xxx.

COSTA, N. (1992). "Il pelegrino e il turista : dalla contrapposizione del ruolo"; MAZZA, C. *Turismo religioso: Fide, Cultura, istituzione e vita quotidiana*. Ravenna: Longo editorial, p.69-82.

COTRINA, Ramon; CERVERA, Joaquim (1984). *Estudi sociològic sobre santuaris i ermites de Catalunya*. Barcelona: ISCREB.

DALRYMPLE, W. (2000). *Desde el Monte Santo: viaje a la sombra de Bizancio*. Barcelona: Península.

DIGANCE, J. (2003). «Pilgrimage and contested sites». *Annals of Tourism Research*, vol. 30, num. 1, pp. 143–159.

EADE, J. (1992). «Pilgrimage and Tourism at Lourdes, France». *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pp. 18-32

ELIADE, Mircea (1981). *Lo sagrado y lo profano*. 4ª ed. Madrid: Guadarrama.

ESTEVE SECALL, Rafael (2000). *Turismo y religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*. Estudios y Ensayos, 65. Málaga: Universidad de Málaga.

GRABURN, Nelson (1992). "Turismo, el viaje sagrado"; a SMITH, Valene (ed) *Amfitriones e invitados. Antropología del turisme*. Madrid: Endimyon

GRABURN, Nelson (1993). *To pray, pay and play*. Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.

GRIFFIHS, Maureen (2003). "The interaction of religion and tourism: Managing visitor experience at St. Patrick's Cathedral Melbourne"; en FERNANDES, Carlos; McGETTIGAN, Frances; EDWARDS, Jonatha (eds). *Religious Tourism and Pilgrimage. ATLAS special interest group 1st Expert Meeting*. Fátima: ATLAS.

GUÉNON, René (1995). *Símbolos fundamentales de la ciencia sagrada*. Barcelona: Paidós.

HERRERO PÉREZ, N. (2008). «La recuperación de la peregrinación jacobea: aportaciones al debate acerca de las relaciones entre turismo y peregrinación». *Pasos*, num. 10.

HANI, Jean (1996). *El simbolismo del templo cristiano*. 2a ed. Palma de Mallorca: José Olañeta.

HARVEY, D. (1990). *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.

JACKOWSKI, A., y SMITH, V. L. (1992). «Polish pilgrim-tourists». *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pp. 92-106.

JACKOWSKI, A. (1987) "Tourisme et pèlerinage religieux"; *Problems of Tourism*, vol. X n° 1 (35), Institute of Tourism, Warsaw, pàg. 37-53.

MACCANNELL, Dean (2003). *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.

KERHUEL, G. (2008). «*La pastorale du tourisme, un chemin de foi?*» Rencontre annuelle des délégués diocésains. Recuperado 28 febrero 2010 desde <http://www.eglise.catholique.fr/download/1-1480-0/la-pastorale-du-tourisme-chemin-de-foi.pdf>

LANQUAR, R. (2007). «La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual». *Resumen del informe general de la OMT preparado por el autor en el contexto de la Conferencia internacional de Córdoba sobre "Turismo y Religiones: una contribución al dialogo de religiones, culturas y civilizaciones1"*, OMT, 29-31 de octubre de 2007.

MALDONADO, Luís (1983). "Teología pastoral de la misión de los santuarios en los movimientos turísticos"; en *Revista Informa*, 16; Suplemento del Boletín Oficial del Obispado de Ibiza. Departament Nacional de Pastoral de Turismo.

McGETTIGAN, Frances (2003). "An analysis of Cultural Tourism and its relationship with Religious Sites"; en FERNANDES, Carlos; McGETTIGAN, Frances; EDWARDS, Jonatha (eds). *Religious Tourism and Pilgrimage. ATLAS special interest group 1st Expert Meeting*. Fátima: ATLAS.

MOUGA POÇAS SANTOS, Maria de Graça (1996). «Fátima: religious tourism in a sanctuary-city» (Master tesis, A Residência Secundária no âmbito da Coimbra: Comissão de Coordenação da Região). Recuperado 21 marzo 2010 desde 150.214.182.12:8080/turismo/.../fatima%20religiosus%20tourism.pdf

MOUGA POÇAS SANTOS, Maria de Graça (2003). "Religious tourism: contributions towards a clarification of concepts"; en FERNANDES, Carlos; McGETTIGAN, Frances; EDWARDS, Jonatha (eds). *Religious Tourism and Pilgrimage. ATLAS special interest group 1st Expert Meeting*. Fátima: ATLAS.

NOLAN, M.; NOLAN, S. (1989). *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe*; Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

NOLAN, Mary Lee; NOLAN, Sidney (1992). "Religious sites as tourism attractions in Europe"; *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pàg. 68-79.

OSTROWSKI, M. (2002). «Peregrinación o turismo religioso». Exposición sobre las diferencias conceptuales que definen los términos peregrinación y turismo religioso realizada por el autor en el III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes celebrado del 4 al 7 de marzo de 2002 en el Santuario de Montserrat, en Catalunya (España). Recuperado 12 junio 2010 desde http://www.mercaba.org/Fichas/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religios.htm

OTTO, Rudolf (1965). *Lo santo: lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: revista de Occidente.

PARELLADA, Joseph Enric. (2009). «El turismo religioso. Sus perfiles». *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo, Ávila*. Conferencia Episcopal Española. Recuperado 28 febrero 2010 desde <http://www.conferenciaepiscopal.es/pastoral/turismo/encuentro/2008/JosepEnricParellada.pdf>

PLAFFENBERGER, B. (1983). «Serious pilgrims and frivolous tourists». *Annals of Tourism Research*, vol. 10. pp. 57-74.

PRAT CARÓS, Joan (1989). "Los santuarios marianos en Cataluña: una aproximación des de la etnografía"; en ALVAREZ SANTALÓ, Carlos; BUXÓ REY, María Jesús; RODRÍGUEZ BECERRA, Salvador (coord); *La religiosidad popular*. Barcelona: Anthropos. Vol III; pág. 211-254.

RICHARDS, G. (2004). *Nous camins per al turisme cultural*. Ponència interacció 2004. <http://www.diba.es/cerc/Arxinteract04/Arxsem1/richards/ponrichardscat.pdf>

RINSCHÉDE, G. (1992). "Forms of Religious Tourism"; *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, pàg. 51-67.

ROBLES SALGADO, JAVIER (2001). "Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo". *Revista Bibliogràfica de Geografia y Ciències Socials*, núm. 316, 8 d'octubre de 2001. Barcelona.

ROSELL, Ramon (1995). "Santuari i pelegrinatge"; en *Textos, conferències i taula rodona de la XVI Trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears celebrada el 6 i 7 de març al Santuari de la Mare de Déu de la Font de la Salut, Sant Feliu de Pallerols*; Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.

ROSELLÓ, Magda (2010). *Santuaris de Catalunya. Una geografia dels llocs sagrats*. Col. Guie Turístiques de Catalunya. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

SAN PETRILLO, Clara (2003). "Management of churches and religious sites: some case studies from Italy"; en FERNANDES, Carlos; McGETTIGAN, Frances; EDWARDS, Jonatha (eds). *Religious Tourism and Pilgrimage. ATLAS special interest group 1st Expert Meeting*. Fátima: ATLAS.

SHACKLEY, Myra (2001). *Managing sacred sites: service provision*. Continuum.

SHACKLEY, Myra (2002). "Space, Sanctity and Service, the English Cathedral as Heterotopia"; *International Journal of Tourism Research*, núm. 4, pág. 345-352.

SHARPLEY, R., y SUNDARAM, P. (2005). «Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India». *Internacional Journal of Tourism Research*, num. 7, pp. 161-171.

SHINDE, K. A. (2010). «Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs in Religious Tourism in India». *Internacional Journal of Tourism Research*.

SMITH, Valene (ed) (1992). *Amfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endimyon.

TURNER, Victor; TURNER, Edith (1989). *Image and Pilgrimage in Christian Culture*. New York: Columbia University Press.

VIDAL, Dolors (coordinadora) (2011). *Proyecto Catalonia Sacra. Secretariado Interdiocesano de Custodia y Promoción del Arte Sagrado de la Conferencia Episcopal Tarraconense*. [Documento no publicado]

VUKONIC, Boris (1996). *Tourism and Religion*. Oxford: Pergamon.

WILLIAM, Christian (1976). "De los santos a María, panorama de las devociones a santuarios españoles desde el principio de la Edad Media hasta nuestros días"; en *Temas de Antropología Española*; Madrid: Akal, editorial Carmelo Lisón; pág. 50-105.

Trabajo recibido el 31/03/2011. Aceptado para su publicación en 11/06/2011.