

Turisme religiós, un actiu per gestionar

PERE MUÑOZ PERUGORRIA¹¹⁹

*Gestor Cultural
Director de l'ATB*

Resum

El turisme religiós és un concepte relativament recent lligat al significat espiritual, cultural i patrimonial d'un espai sagrat determinat. El present text analitza breument les possibilitats que aquest producte pot oferir, no només de cara al turista, sinó també per a la població local: rendibilitat econòmica i rendibilitat social. Actualment, un dels majors reptes que cal afrontar és la gestió d'aquesta activitat de manera que pugui beneficiar tant als feligresos com als profans, ja siguin turistes o residents.

Paraules clau: turisme religiós, peregrinatge, turisme cultural, rendibilitat, gestió, reptes

Abstract

Religious tourism is a relatively recent concept tied to a spiritual, cultural and patrimonial sense of a particular sacred space. This paper briefly analyzes the possibilities that this product can provide, not only towards tourists, but also for the local people: both, economic and social profitability. Currently, one of the biggest challenges is the management of this activity which can benefit both the parishioner and the layperson, whether they're tourists or residents.

Keywords: religious tourism, pilgrimage, profitability, management, challenges

El concepte de turisme religiós és relativament recent i engloba les activitats turístiques desenvolupades a llocs de significació religiosa i/o en l'àmbit de les pràctiques religioses. Per tant, es tracta d'un producte turístic lligat al significat espiritual, cultural i patrimonial d'un espai determinat.

¹¹⁹ És actualment Director de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), Govern de les Illes Balears. Fou creador i gestor de la Ruta Franciscana de Mallorca i la Ruta Ramon Llull. En aquest sentit, fou responsable de la creació i la gestió de la visita als espais, serveis relacionats de botigues, hostatgeria, restaurant i cafeteria, visites, atenció a grups, dinamització i activitats. Així com també dels serveis d'interpretació i acollida al visitant del Santuari de Lluc. Ha dirigit i/o participat en projectes integrals de millora de l'acollida als visitants al Santuari de Lluc (Mallorca), Santuari de Cura (Mallorca), Reial Convent de Sant Francesc (Mallorca), Convent de la Porciúncula (Mallorca), Monestir de la Real (Mallorca), Santuari de Sant Salvador de Felanitx (Mallorca). Paral·lelament ha participat en projectes de museïtzació, gestió i creació de nous productes i serveis al Monestir de Poblet (Catalunya), Muntanya de Montserrat (Catalunya), Santa Casa de la Misericòrdia (Salvador de Bahia), entre d'altres.

No és possible generar un recurs econòmic, a partir d'un element religiós tractat des de la seva vessant turística-cultural, sense un procés analític que suposi anàlisi de la demanda, coneixement de públics, accions de promoció i màrqueting i línies d'inversió. I tampoc és possible fer-ho sense comptar amb tota la cadena pròpia del turisme –agències, empreses de transport, taxistes, restaurants, bars, guies, hotels, etc.– ampliada, això sí, a les comunitats religioses i els fidels.

Turisme religiós és, per tant, una activitat turística on és element clau i essencial l'associació de la visita amb pràctiques religioses i la contemplació d'espais amb transcendència religiosa. No cal tenir por de parlar del patrimoni religiós relacionat amb la cultura, la fe, la identitat i, també, amb el consum de un producte turístic.

Algú pot pensar que és negatiu –una heretgia diríem si visquéssim en una altra època– treballar en l'aprofitament econòmic del turisme/patrimoni religiós tot parlant de comercialització, anàlisi, resultats i altres termes propis de l'economia de mercat, però quan l'objectiu és la salvaguarda del patrimoni religiós, el manteniment d'elements tangibles i intangibles, la preservació d'uns símbols i una identitat; quan l'objectiu és l'interès general o el bé comú, hem de estar convençuts que no només és positiu sinó necessari, pensar i projectar un patrimoni que, sense aquesta visió de rendibilitat social però també econòmica, pot caure en la més absoluta degradació. Recordem, per exemple, que la segona ciutat de França en allotjaments disposa de 270 hotels i 13 zones d'acampada, capacitat per servir 7.500 menús al dia, 48 complexos d'edificis, 400 treballadors, 100.000 voluntaris, es tracta de Lourdes (*Lourdes*), un espai que podríem definir com a “mini ciutat Santa” on es dona una dinàmica de mercat, sense perdre el seu caràcter religiós amb 60 sacerdots, religiosos i religioses, 52 misses diàries celebrades en 22 espais habilitats.

Rendibilitat econòmica... i social!

Això sí, cal pensar en una rendibilitat econòmica sense perdre de vista la ja comentada rendibilitat social, sense oblidar la finalitat primera d'aquest patrimoni religiós, fent incidència sobre la tasca pastoral i reforçant els elements espirituals essencials que són els que mantenen l'autenticitat de l'indret religiós.

En aquest sentit, s'ha de vetllar per tal que la comercialització de la religió i el màrqueting de les grans celebracions religioses contribueixin a donar a conèixer els espais religiosos sense perdre l'essència mateixa de l'espai. Tot plegat, doncs, ens obliga a fer més incidència encara sobre la experiència religiosa, el fet pastoral, el significat religiós de l'indret, tot evitant la banalització del lloc i la pèrdua del seu significat.

De vegades tendim a simplificar el fet turístic. El turisme és una de les activitats econòmiques més complexes que existeixen. Els motius per viatjar a un lloc o un altre, la multiplicitat de destins, les connexions aèries, l'oferta complementària, la qualitat del servei, la climatologia, la seguretat, la neteja, la imatge del destí, i un llarg etcètera són elements que generen que un destí sigui més competitiu que un altre.

El turisme religiós s'emmarca dins aquests mateixos paràmetres i encara se li afegeixen altres elements com puguin ser elements culturals, espirituals, naturals, d'interès patrimonial, etc., que condicionen la decisió del visitant i motiven la seva elecció per visitar un destí o un espai religiós.

Per tant, cal no caure en l'error d'atribuir al fet turístic simplificació, banalitat, i tot un seguit d'elements negatius que sovintegen entre algunes persones que consideren que el turisme està enfrontat de ple amb el fet religiós.

Turistes o peregrins?

Actualment, els espais de culte religiós al món reben al voltant de 250 milions de visitants, dels quals més de la meitat són espais cristians –la majoria catòlics–, centrats en un percentatge molt alt –un 80%– en el culte a la Mare de Déu. Entre aquests espais cristians més visitants trobem el Vaticà –8-9 milions–, Lourdes –6-7 milions–, Fàtima –4-5 milions– i Guadalupe –2 milions. És a dir en aquestes quatre destinacions es concentra un gran part del turisme religiós catòlic.

Totes aquestes xifres es refereixen a visitants sense diferenciar entre turistes i peregrins. De fet, alguns estudis (Sharpley, 2005) afirma que en Europa el número de turistes supera els de peregrins. I aquesta realitat tampoc ha de ser percebuda de manera negativa, perquè no es tracta més que d'una via més perquè les persones s'apropin, coneguin, gaudeixin o admirin el fet religiós des de les seves diverses vessants.

La Santa Seu al seu document sobre el pelegrinatge del 2000, "El pelegrinatge en el gran jubileu de l'any 2000", defineix com a peregrinació el viatge iniciat per motius religiosos a un lloc considerat sagrat per realitzar allà determinats actes religiosos de penitència o devoció.

Hi ha autors que diferencien entre peregrinació i turisme religiós, afirmant que la primera implica un camí cap allò que és sagrat, amb la intenció de trobar curació, perdó, compliment d'una promesa, un viatge que situa l'indret religiós com a destinació final. En canvi, el turisme religiós cerca visitar i conèixer llocs sagrats, participar en activitats religioses, valorar el patrimoni, la història, la bellesa del lloc, etc. Per tant, quan parlem de peregrinació no ens referim a una excursió turística, podríem dir que és un retir espiritual motivat.

Tal com hem esmentat és un error atribuir al turisme cert elements de superficialitat –en realitat, aquesta associació turisme i superficialitat no és real de manera general– i és aquest el motiu pel qual es considera la peregrinació com alguna cosa més, més sentida, més seriosa, més autèntica, més viscuda. Podríem dir que el turisme religiós està a mitjan camí entre el turisme i la peregrinació, entre el que és secular i el que és sagrat.

I es que en realitat, la motivació del viatjant potser i és molt diversa. En poques ocasions existeix un sol motiu per emprendre un viatge, i el turisme religiós tampoc acostuma a ser una motivació única. L'antropòloga Valene Smith posa de manifest les múltiples motivacions del viatgers que visiten espais religiosos: fe, interès cultural i patrimonial...

En realitat, a molts d'indrets no existeix el turista religiós i el que sí trobem és el turista interessat per la cultura, el patrimoni i, fins i tot, els elements espirituals que ens fan comprendre el lloc visitat i la seva gent. Per exemple, la ruta "El Madrid de los Austrias" proposa visitar la *Colegiata de San Isidro*, la *Basílica de San Miguel*, la *Iglesia del Sacramento*, la *Iglesia de San Andrés*, etc. Es tracta d'un circuit cultural amb un component religiós molt destacat. Igualment tenim altres exemples amb els Calls, la ruta de Catedrals, la ruta de Monestirs, o el mateix Camí de Sant Jaume.

I és que en realitat Lluís Vives ja parlava de la religió com a *cultura animi*, la religió com a cultura en el seu sentit més tradicional i clàssic.

Reptes

Lligat als elements religiosos s'estructuren tot una sèrie de serveis que van més enllà de les festes religioses i les peregrinacions, entre els que destaquen les hostatgeries religioses, uns allotjaments amb gran projecció de futur donada la seva singularitat, valor i aposta per la creació d'un clima turístic "diferent". No hem d'oblidar, en aquest mateix sentit, els museus, les botigues, les activitats o recorreguts que es generen al voltant d'un indret religiós i que són generadors de recursos econòmics.

Un dels reptes que afronta en aquest moments gran part del patrimoni religiós és l'atenció al visitant, la planificació i la millora de serveis. Alguns dels serveis actuals –hostatgeries, museus, etc.– no varen ser planificats i responien a una necessitat bàsica; avui, alguns d'aquests serveis no compten amb uns estàndards a l'altura dels nous visitants del segle XXI, molt més informats, formats i exigents.

El repte de la formació de guies especialitzats, guies de turisme religiós, és clau per augmentar la qualitat de la visita. Capacitar aquestes persones entre les institucions de turisme, les culturals, les religioses i la pròpia comunitat local és un element imprescindible per oferir un servei de qualitat al visitants.

I, finalment, el repte de la població local. Massa vegades ens oblidem dels feligresos, els més propers, els que han viscut i viuen els espais, per centrar-nos en els visitants forans. La població local, des del punt de vista turístic, ha de ser considerat un visitant privilegiat, un visitant que pot fer promoció de l'espai i un visitant que pot ajudar a preservar el patrimoni. A més, la població local afegirà un plus al valor cultural de la religió que pot tenir interès per als turistes, un plus consistent en haver gaudit de l'espai, en sentir-lo com a propi, en poder expressar la seva vida lligada a la de l'espai, en poder difondre les seves vivències, en poder transmetre les seves experiències espirituals. Per això quan creem recorreguts, visites, jornades, actes o difonem festes populars no podem deixar de banda aquells que estimen el lloc perquè forma part de la seva vida i de les seves creences. Valorem, doncs, l'intangible del lloc, intangible dipositat en les celebracions, les festes i, indefectiblement, en les persones.

A un espai religiós trobem turistes, visitants locals, visitants religiosos, excursionistes, esportistes, i peregrins. El motiu religiós de la visita pot ser present, però les seves hostatgeries poden acollir persones que viuen una estància totalment laica, centrada en l'indret com a lloc de pau, harmonia i natura, per exemple. I, probablement, és gràcies a aquests visitants que molts de monestirs i santuaris han vist com augmentava la seva visita.

Per tant, quin és el gran repte? Els gestors dels espais no han de perdre mai de vista la finalitat primera i darrera de l'espai, han d'oferir una experiència especial al visitant i una oportunitat de disposar d'una atenció pastoral, han de treballar per mantenir la naturalització de l'espai, han de maldar per fer possible la transmissió de valors, han de creure en el paper que encara és de les religions, el paper d'aproximar persones, el paper de la comunitat, i, com a clau de volta, cal reafirmar la cultura popular lligada a aquest espais, espais lligats al sentiment d'un poble, a la seva expressió i al seu significat.

Recordem sempre l'afirmació de Luigi Cabrini:

«el turisme és molt més que un fet econòmic i posseeix un contingut social, ètic i cultural».

Bibliografia

- ALBET, A. (2006). «De cómo la fe mueve montañas... y la religión las convierte en paisaje: una aproximación a la geografía de la religión», en Nogué, J. y Romero, J. *Las Otras Geografías*. Tirant Lo Blanch, Valencia.
- ARDÈVOL PIERA, E.; MUNILLA CABRILLANA, G. (coord.) (2001). *Antropología de la religión*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- CABRINI, L. (2008). Presentació del Congrés Internacional sobre Turisme Cultural i Religió. Póvoa de Varzim.
- EADE, J. (1992). «Pilgrimage and Tourism at Lourdes, France». *Annals of Tourism Research*, 19.
- ESTEVE SECALL, R. (2002). *Turismo y religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*. Universidad de Málaga, Málaga.
- HERNÁNDEZ ORAMAS, A. (2004). «El papel del patrimonio en el progreso económico, social y cultural. El caso particular del turismo». *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 2, n. 2.
- JACKOWSKI, A.; SMITH, V. L. (1992). «Polish pilgrim-tourists». *Annals of Tourism Research*, 19.
- MALDONADO, L. (1983). «Teología pastoral de la misión de los santuarios en los movimientos turísticos». *Revista Informa*, 16; Suplement del Butlletí Oficial del Bisbat d'Eivissa. Departament Nacional de Pastoral de Turismo.
- OSTROWSKI, M. (2002). Peregrinación o turismo religioso. Ponencia III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinaciones. Monestir de Montserrat. http://www.mercaba.org/FICHAS/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religios.htm
- OTTO, R. (1965). *Lo santo: lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid, Revista de Occidente.
- PORCAL GONZALO, M. C. (2006). «Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio». *Cuadernos de Turismo*, 18.
- ROSELL, R. (1995). Santuari i pelegrinatge. XVI Trobada de rectors de santuaris de Catalunya i Balears. Publicacions del Secretariat Interdiocesà de Santuaris de Catalunya i Balears.
- SANTOS SOLLA, X. (2006). «El Camino de Santiago: Turistas y Peregrinos hacia Compostela». *Cuadernos de Turismo*, 18.
- SHARPLEY, R.; JEPSON, D. (2011). «Rural Tourism a spiritual experience?» *Annals of Tourism Research*, 38,

SHARPLEY, R.; SUNDARAM, P. (2005). Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India». *Internacional Journal of Tourism Research*, 7.

SMITH, V. (1992). The Quest in Guest. *Annals of Tourism Research*, 19.

TIMM KNUDSEN, B.; MARIT WAADE, A. (2010). Re-Investing Authenticity, Tourism, Place and Emotions. Channel View publications.

Webgrafia

Abadia de Montserrat: <http://www.abadiamontserrat.net>

Departamento de Pastoral de Turismo, Santuarios y Peregrinaciones, CEE
<http://www.conferenciaepiscopal.es/pastoral/turismo.htm>

Revista de turismo y patrimonio cultural "Pasos": <http://www.pasosonline.org/>

Santuari de Lluc: <http://www.lluc.net/>

Santuari de Cura: <http://www.santuaridecura.org>

Turismo y peregrinaciones: <http://www.turismoyperegrinaciones.com/>