

TURISMO RELIGIOSO: CONFRONTO ITALIA-SPAGNA

di Anna Zollo

Universidade da Coruña

annazollo@gmail.com

doi: 10.7358/rst-2014-002-zoll

ABSTRACT

This paper has the goal to analyze the religious tourism in Italy and in Spain, comparing and verifying differences and similarities. In both the countries, the religious tourism has a main role, even if with a different approach in terms of faith and cult. In Spain the case of «Santiago pilgrim path» is very different because involves pilgrimage and tourism with a main role of apostolic activities. In Italy religious tourism is well represented by the need to express its own faith with practical actions such as the «ex voto» in some main cases such as Pompei, Assisi and Pietrelcina. In both the cases there is the confirmation of faith, even if with different approaches.

Keywords: Italy, pilgrimage, religious tourism, Santiago de Compostela.

[...] peregrini si possono intendere in due modi, in uno largo, in uno stretto: in largo, in quanto è peregrino chiunque è fuori dalla sua patria, in modo stretto non s'intende peregrino, se non chi va verso la casa di Sa' Jacopo e riede.

Dante, *Vita Nuova*, XL

1. INTRODUZIONE

Il turismo religioso, per la letteratura tradizionale può essere inserito nella categoria (o meglio come sottocategoria) del turismo culturale e sociale. Tale pensiero si è oggi modificato, visto il potere economico e

sociale (330 milioni di presenze per una spesa complessiva di 18 miliardi di dollari)¹ che il turismo religioso ha assunto in questi ultimi anni.

Le motivazioni di tale affermazione per gli studiosi di sociologia sono da rinvenirsi nella capacità del turismo religioso di accorpate sia i turisti in senso stretto che i pellegrini. Se si analizzano le origini storiche che spingevano gli individui a intraprendere un viaggio verso mete di culto, si evidenzia come questa forma di viaggio sia antichissima: se ne ritrovano esempi già in epoca pre-romana. I pellegrinaggi, in senso stretto, erano pratiche che venivano svolte già dal 300 d.C., anche se le forme più organizzate si fanno risalire al periodo del Medio Evo con i templari e con i viaggi verso la Terra Santa. Una evoluzione della pratica del pellegrinaggio si è avuta con il *Gran Tour* e con lo sviluppo del viaggio per motivi di studio. Il concetto stesso di viaggio si è ampliato; le persone infatti si muovevano non solo per andare verso mete sacre o per il commercio, ma anche per svago o per cultura.

Analizzando le diverse accezioni che si danno al termine turismo religioso, si può constatare come non univoca sia la definizione: molto spesso si tende a usare il termine pellegrinaggio e turismo religioso come sinonimi.

Secondo Costa,

Il pellegrinaggio è una forma di pratica di fede che si svolge ai vari livelli nei santuari, nelle case del pellegrino, nelle abbazie, nei monasteri e nei conventi. Il turismo religioso si deve intendere, invece, come un'attività economico-sociale da organizzare e promuovere, il turista religioso, a differenza del turista e del pellegrino, non ha un'identità teologico-pastorale come tipo particolare di viaggiatore.²

Ciò che differenzia in modo sostanziale pellegrini e turisti religiosi, quindi, sono le motivazioni per cui essi intraprendono il viaggio. Le motivazioni del turista possono essere sintetizzate con la voglia di divertimento, di evasione, di *relax*. Il pellegrino invece è spinto nel suo viaggio alla ricerca di Dio della fede, il pellegrinaggio devoto «rappresenta lo sforzo collettivo dell'umanità nel suo transito nel mondo ma-

¹ WTO, 2009.

² Costa, 1995.

teriale; il cammino che conduce alla patria celeste dalla quale proviene l'uomo e verso la quale si rivolge dopo un soggiorno temporaneo ed effimero nel mondo sensibile»³.

Nell'accezione più moderna, infatti, la figura del pellegrino in visita a un luogo sacro si sdoppia in due sottfigure tipiche che sono quella del «pellegrino escursionista» e quella del «pellegrino turista». Il primo visita la località nell'arco di una giornata e non soggiorna nelle strutture ricettive; il secondo vi soggiorna, e di conseguenza è classificato come un turista, ed è così che nasce il turismo religioso.

Il turismo religioso oggi può essere, quindi, considerato quale macrosistema in cui far rientrare sia il turista in senso stretto che il pellegrino.

Una sintesi che ci fa comprendere come il turismo e il pellegrinaggio possono essere accomunati la fornisce Nocifora, che definisce

[...] turismo religioso quella pratica turistica che ha come meta luoghi che hanno una forte connotazione religiosa, ma la cui motivazione è eminentemente culturale e/o spirituale, quando non direttamente etnica, o naturalistica, o a carattere etico/sociale, ma non religiosa in senso stretto.⁴

Casi in cui è possibile confermare tale giustificazione sono le mete più famose di turismo religioso quali Pompei, Città del Vaticano e Santiago de Compostela.

Il caso simbolo, in cui è più semplice dimostrare il nostro ragionamento è per Nocifora quello del «Camino de Santiago», l'unico esempio in cui turismo religioso e pellegrinaggio convivono a stretto contatto fra loro. Al momento di ricevere la «compostela» si compila un breve questionario in cui si cerca di indagare la motivazione del «pellegrino»⁵.

Nel Camino, continua Nocifora, il «turista si dà una meta che ha una connotazione religiosa, un santuario, un convento, un luogo che ha un significato mistico, ma non è la sua confessione a guidare la pratica di viaggio quanto piuttosto la sua cittadinanza in un movimento turi-

³ Sant' Agostino, 1200.

⁴ Nocifora, 2010.

⁵ *Ibidem*.

stico connotato in senso moderno»⁶. Così facendo si crea un legame fra il passato e presente, dove le mete del pellegrinaggio tradizionale sono trasformate in mete di un movimento turistico caratterizzato la maggior parte delle volte in senso culturale, o etico/sociale, o naturalistico/salutista.

La legittimazione del turismo verso le mete di culto o a forte spiritualità si è avuta nel 1987, quando il Consiglio d'Europa ha riconosciuto l'importanza dei percorsi religiosi quali veicoli culturali e spirituali di primaria importanza. Anche analizzando i dati forniti dalla WTO, si può constatare il peso che oggi il turismo religioso riveste nell'economia mondiale.

Secondo gli ultimi dati, il turismo religioso coinvolge più di 300 milioni di persone l'anno con un giro d'affari di circa 18 miliardi di dollari⁷.

2. LE DIMENSIONI DEL TURISMO RELIGIOSO E DEL PELLEGRINAGGIO

Obiettivo del lavoro è dimostrare come differenti sono gli approcci dei fruitori delle mete religiose. Anche se le mete sono legate al sacro, le motivazioni sono differenti in base al tipo di luogo che si vuole raggiungere.

Da un'analisi empirica si evidenzia come differenti sono gli approcci e le motivazioni che spingono un individuo a dirigersi verso una meta a vocazione religiosa o mistica. La motivazione del viaggio della fede è differente in base al luogo ma soprattutto al proprio *background* sociale e culturale.

Secondo la letteratura sono sette le dimensioni cui riferirsi per comprendere le motivazioni di un viaggio a vocazione religiosa⁸, ed è proprio attraverso tali dimensioni che si può comprendere come il pellegrinaggio s'integra e diventa un tutt'uno con il turismo religioso.

⁶ Nocifora, 2010.

⁷ WTO, 2009.

⁸ Cipolla - Martelli, 2002.

Il Cipolla nei suoi studi evidenzia come le diverse dimensioni del viaggio religioso (sia esso pellegrinaggio che turismo) siano sette: rituale, dottrinale, esperienziale, vitale comunicazionale, conoscitiva e comunicale/ecclesiale⁹.

Nel gergo meno tecnico e più evangelico¹⁰, oggi si tende a declinare le dimensioni del pellegrinaggio secondo la:

1. *dimensione apostolica*: l'itineranza del pellegrino ripropone quella di Gesù e dei suoi discepoli, che percorrono le strade della Palestina per annunciare il Vangelo di salvezza;
2. *dimensione escatologica*, essenziale e originaria: il pellegrinaggio, «cammino verso il santuario», è momento e parabola del cammino verso il Regno dei Cieli; il pellegrinaggio infatti aiuta a prendere coscienza della prospettiva escatologica in cui si muove il cristiano;
3. *dimensione escatologica*: il pellegrino che si reca al santuario è in comunione di fede e di carità non solo con i compagni con i quali compie il «santo viaggio», ma con il Signore stesso, che cammina con lui come camminò al fianco dei discepoli di Emmaus; con la sua comunità di provenienza, e attraverso di essa, con la Chiesa dimorante nel cielo e pellegrinante sulla terra; con i fedeli che, lungo i secoli, hanno pregato nel santuario; con la natura, che circonda il santuario, di cui ammira la bellezza e che si sente portato a rispettare; con l'umanità, la cui sofferenza e la cui speranza si manifestano variamente nel santuario;
4. *dimensione penitenziale*: il pellegrinaggio si configura come un «cammino di conversione»; camminando verso il santuario, il pellegrino compie un percorso che va dalla presa di coscienza del proprio peccato e dei legami che lo vincolano a cose effimere e inutili al raggiungimento della libertà interiore e alla comprensione del significato profondo della vita;
5. *dimensione festiva*: la gioia del pellegrinaggio cristiano è prolungamento della letizia del pio pellegrino di Israele, è sollievo per la rottura della monotonia quotidiana nella prospettiva di un momento diverso, è alleggerimento del peso della vita, che per molti, soprat-

⁹ Le suddette dimensioni sono frutto di uno studio empirico effettuato su turisti nell'ambito del giubileo 2000.

¹⁰ <http://archive.laicidomenicani.com/>.

tutto per i poveri, è fardello pesante; è occasione per esprimere la fraternità cristiana, per dare spazio a momenti di convivenza e di amicizia, per liberare manifestazioni di spontaneità spesso represses;

6. *dimensione culturale*: il pellegrino cammina verso il santuario per andare incontro a Dio, per stare alla sua presenza rendendogli l'ossequio della sua adorazione e aprendogli il cuore; nel santuario il pellegrino compie numerosi atti di culto appartenenti alla sfera sia della liturgia sia della pietà popolare.

Dall'analisi di queste dimensioni si possono comprendere le diverse motivazioni che spingono i pellegrini e/o i turisti verso le mete quali Santiago de Compostela, Lourdes, Pompei, il Vaticano.

Il pellegrino/turista sceglie quindi Pompei per la dimensione culturale e festiva. Egli si dirige al santuario per chiedere una grazia o per ringraziare della grazia ricevuta; di converso, sceglie di fare il Cammino di Santiago perché preferisce la dimensione penitenziale apostolica, intraprendendo un viaggio interiore con se stesso oltre che con il proprio Dio.

Queste piccole differenze, sono valutabili anche da un punto di vista socioeconomico e non solo apostolico. Attraverso la lettura dei dati relativi gli arrivi e alle presenze forniti dalle agenzie turistiche, si evidenzia come le dimensioni illustrate vengano prese in considerazione nelle analisi di *customer satisfaction* e in quelle sulle motivazioni nello scegliere delle mete a vocazione turistica.

Obiettivo di questo lavoro è verificare il tipo di motivazione per la quale si sceglie una determinata meta a vocazione religiosa rispetto ad un'altra; nello specifico, si analizzeranno le differenze fra i fedeli/turisti che frequentano le mete italiane e quelle spagnole, focalizzando l'attenzione sul Cammino di Santiago.

3. IL TURISMO RELIGIOSO IN ITALIA

In Italia e in Spagna il turismo per motivi religiosi è molto vivo. Secondo i dati dell'Isnart¹¹ il turismo religioso pesa per l'1,5% sul totale dei

¹¹ 2014.

flussi. Tra le mete principalmente prescelte troviamo per la Spagna vi è Santiago de Compostela (con il suo Cammino) e per l'Italia, escludendo città del Vaticano, Assisi Pompei, San Giovanni Rotondo ecc.

Nello specifico, in Italia sono state censite 2.410 strutture e infrastrutture legate strettamente al turismo religioso. Le strutture sono dislocate in modo pressoché omogeneo sul territorio nazionale: 1.030 nell'Italia settentrionale, 980 al centro e 400 nel sud del Paese. Il Lazio, con 344 strutture religiose, è la prima regione italiana in termini di offerta, seguita da Veneto (247) e Lombardia (215).

Il sud, pur avendo meno strutture è competitivo in termini di presenze. I luoghi di culto con maggiori presenze sono la Chiesa di San Gennaro a Napoli, il Santuario di Pompei, il Santuario di San Giovanni Rotondo. Suddetti luoghi riescono, in termini di presenze, a eguagliare e a volte superare le presenze del resto di Italia.

Secondo la ricerca dell'Isnart¹², in Italia il turismo religioso pesa l'1,5% sul totale dei flussi turistici, di cui il 2% sulla domanda internazionale e l'1,1% sulla clientela italiana, per un totale di 5,6 milioni di presenze turistiche (di cui 3,3 milioni di presenze straniere e 2,3 milioni di presenze legate al mercato italiano). La clientela straniera costituisce, quindi, circa il 60% del segmento. Nello specifico il 45,3% delle presenze proviene dall'Europa e il 14,9% dai Paesi extraeuropei. I principali fruitori sono gli adulti (41,4%) con un'età che varia fra i 30 e i 50 anni. Il mezzo principalmente usato (44,4%) nella scelta di un viaggio è l'intermediazione tradizionale (*tour operators* e agenzie di viaggio). Tale dato è differente se si confrontano le scelte del turista italiano (22,3%) e quello straniero (con il 59% dei turisti che si affidano alle agenzie di viaggi, in particolare il 54,2% dall'Europa e il 73,7% dai Paesi extraeuropei). Dallo studio dell'Isnart emerge, inoltre che il 32,7% dei visitatori preferisce viaggiare in compagnia del proprio *partner*. Di questi, il 20% si rivolge a un *tour* organizzato, il 19,7% parte con un gruppo di amici, il 13,3% con la famiglia, mentre il 9,8% viaggia da solo. Il pellegrino viaggia principalmente in bassa stagione e spende mediamente 51 euro il giorno: gli italiani spendono di più degli stranieri (rispettivamente 59 euro e 46 euro).

¹² Isnart, 2013.

La motivazione religiosa rappresenta la principale ragione di scelta del soggiorno per la stragrande maggioranza (71,9%) è seguita dal desiderio di partecipare ad eventi di natura spirituale (37%). Fra le altre motivazioni troviamo che il 42,4% dei turisti sceglie le località italiane anche per la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale, mentre il 26,3% esprime il desiderio di conoscere nuovi luoghi, e il 21,1% intende conoscere gli usi e costumi della popolazione locale.

4. IL TURISMO RELIGIOSO A SANTIAGO DE COMPOSTELA

La Spagna è un Paese con una grande offerta di turismo religioso. La meta prescelta dai visitatori della fede è la città di Santiago dopo aver percorso il Cammino; tra gli altri luoghi di culto a forte *appeal* vi è la Ruta Mariana.

Santiago de Compostela, come quasi tutti i santuari e luoghi di culto e «perla incastonata» in aree ad elevato pregio naturalistico, dove la spiritualità è un tutt'uno con la naturalità. Diversi i modi per arrivare al santuario; oltre che in aereo o in treno, molti preferiscono arrivare in bicicletta oppure a piedi. Il Cammino di Santiago si lega ancora oggi alla via Francigena e alla via Francigena del Sud (strade percorse dai pellegrini dai templari per raggiungere il *Santo Graal* e Gerusalemme), quindi le principali vie di terra che convergevano verso Santiago sono descritte nel *Codex calixtinus* (il *Liber Sancti Jacobi*)¹³.

Così come in passato, si può giungere in Galizia (regione in cui ricade la città di Santiago) in diversi modi:

¹³ Si tratta di un'opera del XII secolo attribuita al papa Callisto II. Sono un insieme di testi redatti in latino nelle diverse epoche storiche. È di cinque sezioni o libri: libro I, il più esteso, riprende delle omelie e dei frammenti relativi alla liturgia dell'apostolo San Giacomo; libro II, collezione di ventidue miracoli dovuti all'intercessione dell'apostolo, sopravvenuti in diverse regioni dell'Europa; libro III, il più breve, racconta il trasporto del corpo di San Giacomo dalla Terra Santa in Galizia, e parla dell'abitudine dei primi pellegrini di raccogliere delle conchiglie marine sulle coste galiziane; libro IV, conosciuto come «Pseudo Turpino», essendo stato attribuito all'arcivescovo di Reims, Turpino, è l'opera di un anonimo del XII secolo; libro V è il più celebre di tutti ed esiste ora tradotto in diverse lingue moderne. Questo *Liber peregrinationis*, o «Guida del pellegrino», riporta fedelmente al vissuto dei pellegrinaggi del XII secolo.

- dall'Italia, attraverso la via Francigena (con una variante costiera che si diramava lungo la costa da Pontremoli) e poi la via Tolosana fino ai Pirenei;
- dalla Francia, attraverso:
 - la via Tolosana, la più meridionale, da Arles attraverso Tolosa; questo cammino era in passato utilizzato anche dai pellegrini tedeschi provenienti dall'Oberstrasse, e passava i Pirenei sul Passo del Somport (Huesca);
 - la via Podense, da Lione e Le Puy-en-Velay, che passava per i Pirenei a Roncisvalle;
 - la via Lemovicense, da Vézelay, per Roncisvalle;
 - la via Turonense, da Tours e Roncisvalle, che raccoglieva i pellegrini che arrivavano dall'Inghilterra, dai Paesi Bassi e dalla Germania del nord lungo la Niederstrasse.

In Spagna l'ente ufficiale che monitora i flussi turistici per Santiago de Compostela è l'«Officina del Peregrino». L'Officina è l'istituzione che rilascia la cosiddetta «credenziale» che di volta in volta vidima le tappe obbligatorie che devono fare chi percorre il Cammino.

Secondo gli ultimi dati pubblicati si evidenzia come si sia registrato un incremento delle presenze negli ultimi 10 anni: si è infatti passati dalle oltre 68.000 del 2002 alle 192.488 del 2012. Il maggior numero di presenze si è registrato durante i cosiddetti «iacobei», cioè il 25 luglio, festa annuale del santo, quando è di domenica.

Sono gli spagnoli per quasi il 50% a fruire maggiormente dell'area, mentre tra gli stranieri prevalgono i tedeschi (16%), gli italiani (13%) e i portoghesi (11%). Dati evidenziano come per il 56 % i pellegrini sono uomini, per il 44% donne. Il Cammino è percorso dall'85% dei pellegrini a piedi, ma c'è anche chi lo fa in bicicletta (15%), e qualcuno anche a cavallo (0,15%)¹⁴.

Per quanto concerne le motivazioni che spingono i soggetti a intraprendere il Cammino, per il 41% esse sono religiose, per il 53% legate a valenze religioso-culturali, mentre solo per il 6% solo legate a motivi culturale.

¹⁴ Officina del Peregrino, 2014.

In conclusione, chi decide di intraprendere il Cammino lo fa per:

- motivi genericamente «spirituali»,
- il bisogno di trovarsi da soli con se stessi,
- poter riflettere,
- allontanarsi dallo *stress* quotidiano,
- misurarsi con se stessi in un'impresa ritenuta notevole sul piano fisico e ancor più su quello mentale,
- il fascino derivante dalla storia del Cammino,
- i segni d'arte e della storia (come gli *ex voto*, il vedere le arti e le opere materiali).

5. CONCLUSIONI

Nell'organizzazione di un viaggio a tema religioso vengono meno quelle che sono le fasi tradizionali per la scelta della destinazione.

Nel caso del turismo tradizionale, infatti, si considerano una serie di variabili che nel truisimo religioso vengono meno; il fedele tradizionale si dirige verso un luogo di culto perché spinto da una forza interiore che ha poco a che vedere con l'ambiente esterno e con la lussuosità della struttura ricettiva. Il turismo religioso è per antonomasia un turismo povero, e molto spesso chi intraprende un viaggio per motivazioni legate alla fede o mistiche, non si ferma nell'area (essendo il viaggio inserito in un pacchetto organizzato). Questo comporta uno squilibrio nella *carrier capacity* dell'area, costituendo un fattore negativo per le comunità locali.

Si può affermare, quindi, che il turismo religioso in senso stretto è un turismo «povero»; è fondamentale quindi, per renderlo economicamente vantaggioso, integrarlo con altre forme di turismo similari quali quello culturale, quello rurale ed enogastronomico.

Valorizzando le aree limitrofe (che, come detto precedentemente, sono caratterizzate da peculiarità ambientali e culturali di eccellenza) si potrà creare un circuito virtuoso in cui potranno convivere il turista, le comunità locali e l'ambiente.

6. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AA.VV. (2013). *Impresa Turismo*, Roma, Isnart.
- AA.VV. (2014). *Compendium of Tourism Statistics Data 2008-2012*, UNWTO.
- Cipolla, C. - Cipriani, R. (2002). *Pellegrini del giubileo*, Milano, Franco Angeli, 200-201.
- Costa, N. (1995). Il turismo religioso: definizioni e caratteristiche, *Annali Italiani del Turismo Internazionale* 1 (2): 121-168.
- Nocifora, E. (2010). Religious tourism and pilgrimages. The example of Rome, *Rotur: Revista de Ocio y Turismo* 3 (*Turismo y centros de peregrinación mundial*): 180-190.
- Oficina del Peregrino (2014). *Il turismo religioso in Spagna*, <http://oficinadelperegrino.blogspot.it/>.
- Sesana, G. (2006). *Pellegrini e turisti. L'evoluzione del viaggio religioso*, Milano, Hoepli.
- Zollo, A. et al. (2010). El culto mariano del Rosario de Pompeya, *Rotur: Revista de Ocio y Turismo* 3 (*Turismo y centros de peregrinación mundial*): 169-180.

RIASSUNTO

Il lavoro si pone l'obiettivo di analizzare il fenomeno del turismo religioso in Italia e in Spagna, confrontando e verificando le uguaglianze e le differenze presenti. In entrambi i sistemi turistici, il fenomeno del turismo religioso è molto radicato, anche se differente è l'approccio alla fede e al culto. In Spagna un caso molto interessante da analizzare è quello relativo al «Cammino di Santiago», dove il pellegrinaggio e il turismo religioso si confrontano, dove ancora molto radicato è il ripercorre le vie della fede. In Italia invece il turismo religioso è rappresentato dalla «necessità di manifestare il proprio credo attraverso azioni quali la supplica, gli «ex voto» e quindi la richiesta della grazia; alcuni casi emblematici sono Pompei, San Francesco, Padre Pio. In entrambi i casi vi è la riconferma della fede, ma secondo due approcci differenti.

Parole chiave: Italia, pellegrinaggio, turismo religioso, Santiago de Compostela.