



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN GEOGRAFÍA
MAESTRÍA EN GEOGRAFÍA
SOCIEDAD Y TERRITORIO**

**ALCANCE REGIONAL DEL TURISMO RELIGIOSO DEL
SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE ARANTZAZU,
GUIPÚZCOA, ESPAÑA**

**TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN GEOGRAFÍA**

**PRESENTA:
MÓNICA DEL CARMEN LÓPEZ CRUZ**

**TUTOR
DR. ENRIQUE PROPÍN FREJOMIL
INSTITUTO DE GEOGRAFÍA, UNAM**

MÉXICO, D. F. MAYO, 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A mi mamá
y mi hermana Mine**

*“Un día se lanzó a buscar un país, un lugar,
donde todos los sueños no se hicieran pequeños,
y duraran mucho más...*

*Buscaba el primer día del resto de su vida,
“Borrón y cuenta nueva”, eso le escuche decir...”*

José Antonio Crespo

*“Volverán las primeras golondrinas, volverán a su ciudad,
volverán a florecer los tamarindos, volverán a ver el mar...*

*Vestirán las calles cientos de cerezos en flor,
y a nuestros balcones llegará un suspiro de sol”*

Xabier San Martin

*“Los besos tan largos, los tragos amargos,
pasiones y sueños que hemos compartido,
la risa, los cuentos, los malos momentos,
comernos la vida, bebernos el miedo,
Lo que hemos vivido.”*

Daniel Marco Varela

*“Conduciré camino aunque reviente
y en mis talones rompiendo las olas,
removeré el mundo hasta que te encuentre,
no importan los días que pasen las horas...”*

Pablo Mora

*“No dejes que caigan tus sueños al suelo
que mientras más amas más cerca está el cielo.*

*Grita contra el odio, contra la mentira,
que la guerra es muerte y la paz es vida.”*

Axel Patricio Fernán Witteveen

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México, porque más allá de ser mi lugar de formación académica por más de diez años, es el sitio donde han nacido, crecido y desarrollado mis más grandes ilusiones. Al Consejo Nacional de Ciencia y tecnología (CONACYT), institución que creyó en mí y en este proyecto al brindarme una beca para realizar mis estudios de Maestría y mi estancia en el extranjero.

A mi tutor Dr. Enrique Propín Frejomil, un amigo en todos sentidos, que siempre ha apoyado cada decisión que he tomado. Por el sustento, la ilusión y dedicación a este proyecto. Pero sobre todo, por siempre tener las palabras indicadas en cada momento, más por aquellas que me dedicó estando lejos de casa y que lograron que siguiera adelante en los peores momentos. Y por compartir sus más grandes bendiciones.

A los Doctores parte del sínodo, que concedieron parte de su tiempo y conocimiento a la revisión de este trabajo. Doctor Álvaro Sánchez Crispín por las sugerencias dadas a esta investigación. Doctor José María Casado Izquierdo por su buen trato y por cada una de sus comentarios. Doctora María del Carmen Juárez Gutiérrez, por sus recomendaciones a esta investigación, por el apoyo que me dio al regreso de mi estancia. Porque pasan los años y sigo aprendiendo de usted.

Y de manera especial a la Doctora María del Carmen Mínguez García de la Universidad Complutense de Madrid, porque desde el principio mostro un gran entusiasmo por ser parte de este sínodo, por su gran dedicación a la revisión de esta investigación, y por cada una de sus observaciones que fueron del todo acertadas.

A la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea, y de manera particular a la Doctora María Cruz Porcal Gonzalo, miembro del Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología de la Facultad de Letras, por aceptar ser mi co-tutora, por sus recomendaciones, por proporcionarme información de gran valor para la realización de este trabajo y facilitar mi estancia de investigación en la ciudad de Vitoria-Gasteiz. Eskerrik asko.

Al Doctor Manuel de la Calle Vaquero, miembro del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” del Departamento de Geografía Humana, en la Facultad de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid. Por la oportunidad de ser parte de una de sus asignaturas y de participar en la práctica de la ciudad de Toledo. Por toda la ayuda brindada durante mi estancia y durante estos meses. Por la ayuda dada a través de la Dra. Libertad Troitiño, a la cual también agradezco su apoyo. Por contactarme con la Doctora Mínguez, y por cada una sus críticas a esta investigación. No sé como agradecerle todo lo que ha hecho por mí.

MAHALO DAKUJEM MAHALO RHÂT TERU شُكْرًا TAKK GRAZIE JAMÄDI
GRACIAS 谢谢 BLAGODARAM TAKK SYAABAAS XIÉ
 DANKE DEKOJU спасибо **ESKERRIK ASKO** FA'AFETAI
 SHOKRÁN **GRÀCIES** HVALA Ευχαριστώ DYAKOOYU KILI
 THANK YOU NTYOX 𐄂TRUGAREZ **MERCI** SHOKRÁN CÁM
 FALEMINDERIT QÚI 𐄂DAKUJEM TĀNAN TAK **OBRIGADO**

A mi **madre** por seguir dándome todo lo que tienes, porque aun luchas en mi nombre, por habernos apoyado para que cumpliéramos nuestro más grande sueño, por el valor de salir adelante aun estando sola, por apoyar cada una de nuestras locuras y por ser la *mamá más mala del mundo*... A **Mine**, hermana, amiga, confidente y compañera de aventuras, por dejar un año la escuela para compartir el mayor de nuestros sueños, y lograr que fuera más de lo que imaginamos. Por alentarme a no quedarnos quietas y siempre ir a por más, por hacerme reír tanto, por cuidarme, por secar mis lágrimas, por curar mis heridas, por ser a veces la hermana mayor, por los regaños, por la música compartida, por los conciertos, por todos los sueños que nos quedan por cumplir, porque siempre seremos “Mine y Moni, Moni y Mine”. Sabes que tarde o temprano regresaremos a esa ciudad marfil de la cual nos enamoramos y volveremos a ver a los amigos que esperan por nuestra vuelta. Te amo... A **Angélica** por cuidar de mi mamá cuando estuvo sola, por seguir apoyarnos en nuestras locuras, por estar siempre para nosotras, por la confianza y el cariño... A mi **familia**, Ade, Juan, Eliot y Elsa, por el aprecio y los momentos compartidos... A mi **abuelita** (†) y **Tony** (†), mis dos ángeles que siguen muy cerca cuidando de nosotras... A **los profesores** de la Maestría que durante estos dos años me dieron parte de su conocimiento... A **Teresita**, porque aun sigue creyendo en mí y me sigue regalando su amistad... A **Estanislao** porque aun en el silencio y la distancia siempre está allí, y en cada encuentro sus palabras me alientan a seguir... A **Barbará** por el tiempo que aun pudimos compartir de nuestra larga amistad, yo nunca me fui... A **Maru** por compartirme tus altas y tus bajas y por seguir siendo mi amiga... A **Ricardo, Mynjell, Xochitl** y **Aldo** porque sé que, aunque hemos ido por diferentes caminos, aun puedo contar con su amistad... A **Armando** por todo el apoyo cuando nos fuimos y por alentarnos a no volver a casa y por estar cuando volvimos, se que podemos contar contigo... A **Bele** por siempre estar al tanto de todo de nosotras, por compartir tus tristezas, alegrías y conocimientos... A **Avi** por siempre ser tan transparente, por decir lo que sientes, por ser tan honesta, y por el apoyo a nuestra vuelta... A **Miri**, por todos estos años, por siempre darte un tiempo para ponernos al día, por comer e irte... A **Vais** por siempre estar para Mine... A **Vero** por todo el afecto que nos das... A **Mina** por compartir tantas aventuras, tantas alegrías y tristezas, por ser nuestra “chofera”, por todo... A **Manu** por la confianza, por las pláticas, por las risas y por dejarte hacer “burling”... A los ocho (Armando, Bele, Avi, Miri, Vais, Vero, Mina y Manu) porque a pesar de ser amigos de Mine, también me han regalado su amistad y me hacen sentir parte de ustedes... A **Ali Negrete**, por tratarnos con tanto cuidado, por las platicas, por tu apoyo y por las risas compartidas... A **Elia** y *sus pollos* (**Diego** y **Leo**) por el gran regalo que nos

hizo cuando nos fuimos, por todo su aprecio, por ser una excelente mamá y por dejar que pasemos momentos tan increíbles con sus pequeños, que son un amor de niños... A **Víctor Acuña** por la amistad y por compartir el catalán, un día nos encontraremos en Barcelona para practicar... A **Vladimir** por querer tanto a Maru, y por los consejos para sobrevivir lejos de casa y para soportar la vuelta... A **Itzy** por compartir un mismo gusto y por tu amistad, algún día nos encontraremos por Madrid... A **Vero Venegas** por tu amistad y por tus palabras... A **Goonies México** (Jackie, Baldo, Milton, Eliot, Ramón, Ceci buena, Ceci mala y Jessica) por su amistad, por seguir compartiendo el gusto por la música de LOVG, y la iberofilia... A **Jorge, Rodrigo y América** por dejarme ser parte de su mundo, por regalarme todo su cariño y por darme la oportunidad de verlos crecer... A **Ares** por tu amistad, por quererme tanto y por compartir tus logros... A **Diana, Said, Roció, Cesar** y al **Dr. Rogelio** por los días en Tepatitlan, nos vemos pronto... A **Karen y Grisel** por su amistad y lograr que no me sintiera tan rara, aun nos debemos esa reunión de vuelta... A cada uno de mis compañeros de Maestría por compartir esta etapa... A **Chucho y Marel** por su amistad, por poder compartir una fase más de nuestra formación, por darme la oportunidad de conocerles más, y por acompañarnos en la aventura de vivir en otro país, aunque lo hiciéramos en diferentes sitios y tiempos, yo sentía que no era la única que estaba lejos de casa... A **Lety**, porque sin conocernos compartimos la experiencia de encontrarnos en lugares extraños y nuevos para nosotras, por ayudarme a no rendirme ante los primeros obstáculos, por intercambiar anécdotas de lo que estábamos pasando, y por la amistad que de todo esto surgió... A **Alicia**, porque a pesar de habernos visto en clase nos conocimos en otro país, por las horas de pláticas en el chat, por los buenos y malos consejos al llegar a Madrid, por ayudarnos cuando más perdidas estábamos, por los días de clases en la Complutense, por las salidas en grupo, por tu montón de preguntas, por estar cuando volvimos a México, pero sobre todo por darnos tu amistad a Mine y a mí... A **Marisa**, por la confianza, por todas las facilidades, por las horas de café, por los consejos, por tu amistad... A **Ulises, Denisse, Alfonso, Fátima y Asier**, por recibirnos tan bien en la Embajada Mexicana, por su ayuda, por las pláticas, por tantos consejos, por hacernos sentir un poco más cerca de casa, por su amistad, perdón por no habernos despedido, esperamos volver pronto... A **Adrian**, por todas las horas de viaje que compartimos en el coche, por todo los pueblos que conocimos, por las comidas compartidas, por el intercambio de dudas culinarias, por todos las curiosidades sobre País Vasco, por tu ayuda aun en la distancia... A **Mikel**, por ser tan buen compañero de piso... A **Doña Pilar y Don Eusebio**, por tan buen recibimiento en la casa rural, por compartir sus experiencias, por toda su admiración hacia nuestro país, esperamos un día lo puedan visitar... A **Begoña**, por tratarnos tan bien en el Atxuri, por soportar nuestros ánimos y por alentarnos a tomar la mejor decisión... Al **Padre Joseba Etxeberria**, por compartir parte de su tiempo y de su conocimiento, por mostrarme desde otra perspectiva Arantzazu... A **Arantxa**, por la oportunidad de conocer la historia de tu nombre, por compartir un momento de nuestros viajes, por tu amistad, espero que nos veamos pronto... A **Nancy y José**, por tener el valor de saludarnos y no quedarse con la duda, por contarnos su historia de amor, ojala el destino nos dé la oportunidad de volver a coincidir en Zaragoza... A **Sara y Alex**, primero a ella por su amistad todos estos años, por ayudarnos cuando más lo

necesitamos, por enseñarnos a cocinar, por mostrarnos parte de Madrid, por las salidas de amigas, a él por darnos la oportunidad de conocerte, por hacer tan feliz a Sara, por quererla tanto, por enseñarnos de quesos y vinos, a ambos por recibirnos tantos días en su casa, aún no sabemos cómo agradecerles todo lo que hicieron por nosotras, por la fiesta de cumple de Alex, por dejarnos ayudarlos a organizar su boda, por hacernos parte de un momento tan más importante, aún les debemos una muy grande, ya nos veremos pronto... A **Ana, José, David, Jorge, Paco, Devesa y Rita** (si se me olvida alguien, perdón soy un poco mala para los nombres), amigos de Alex, por habernos hecho sentir tan bien en un momento tan difícil, por sacarnos tantas sonrisas, por hacernos sentir parte de ustedes, por lo bien que lo pasamos en la boda de Sara y Alex, una lástima no habernos visto otra vez, ojala nos veamos a la vuelta... A **la familia de Alex**, por todo el intercambio cultural, por tratarnos tan bien, algún día visitaremos su ciudad... A **Emily y Mikel** por dejar que compartiéramos piso con ustedes, por las comidas, por las pláticas, por el consejo del restaurante mexicano... A mi **María**, que me faltan palabras para agradecerte todo, por acordarte de mi promesa de verte al otro lado, por lograr que Mine volviera a ser ella, por enseñarle parte de Madrid, por llevarla a conocer el “Tigre del Norte”, por recibirnos en tu casa y terminarnos el mejor vino de tu padre, por la tortilla de patatas tan deliciosa de tu madre, por tus confesiones apenas conocernos, por las salidas de amigas, por los jueves de tacos, por aquella escapada a la Sierra, por el finde en Vitoria, por todos tus consejos, tus palabras, por ser como eres, por todo lo que nos diste en tan poco tiempo, por todo tu cariño, por tus silencios, por regalarnos tu amistad a Mine y a mí, ya nos vemos pronto acá o allá... A **More** (que en más de una ocasión te he dado las gracias, pero esto es para los restos) por las primeras palabras a la distancia y sin conocernos, por los ánimos apenas llegar a España, por tu preocupación cuando te pedí auxilio al estar en Madrid (nunca se me olvida que “Madrid mola”), por darme la oportunidad de cumplir un sueño casi imposible, por el chocolate con churros y la púa, por siempre responder a mis llamadas de auxilio, por presentarnos a los demás *despistaos*, por toda tu ayuda en Arevalo, por compartir tantos vicios, por prestarme tus películas, por los conciertos, por hacer tanto por nosotras, por toda la confianza, por las platicas, por toda tu paciencia, por dejarme conocerte un poco más, por ser mi catalizador, por tus sonrisas, por seguir allí, por ser como tú eres, por todo lo que no se puede contar... A **Dani Marco**, por toda las letras y música que creas, por darnos la oportunidad de conocerte, por decir a Mine “que hacer en caso de aniversario”, por recibirnos tan bien cuando te conocimos, por invitarnos a la comida en la casa rural, por la cena, por aquel guacamole dulce, por enseñarnos que era el calimocho, por compartirnos tus gustos musicales, por todo lo que hiciste por nosotras en Arevalo, por tu gusto por la comida mexicana, por las comidas en el mexicano, por tratarnos siempre tan bien, por tu sencillez, por tu calidez, por tu nobleza y generosidad, por ser un gran ser humano, por toda la ilusión que tienes de conocer México, pronto nos veremos acá... A **Krespo**, porque aunque nos costo, logramos caerte bien, porque a pesar de vivir en tu mundo nos dejaste conocer un poco de la gran persona que eres, por siempre tener que decir y por callar cuando no debes, por compartir tus anécdotas de tu paso por México, por aquella tarde de café, por tu sinceridad, por tus ganas de volver al D.F., ya nos veremos pronto por acá... A **Lázaro**, por toda tu energía explosiva, por tus

sonrisas y carcajadas, por toda tu coquetería, por esos ojazos, porque sin presentación alguna ya sabíamos quiénes éramos, por hacer el tonto, por tocar lo que te dejen, por tu gran corazón, por las pláticas, por la confianza, por tu sorpresa cada que nos encontrábamos, por siempre tratarnos de maravilla, por el gusto que te dio que viviéramos un poco de lo que hacen como Despistaos, ya nos veremos pronto... A **Isma**, por tratarnos con tanto cuidado, por hacernos sentir a gusto y bien en cada momento que coincidimos, por explicarnos palabras, por contarnos de música, por las pláticas, por ser tan sincero, por ser tan entusiasta, por ayudarnos, por resolver nuestras dudas, por ser tan buena persona con nosotras, esperemos que pronto nos veamos... A los cinco, por todo lo que hemos vivido, por darnos la oportunidad de conocerlos, por su cariño, por lo cercanos que son, por su sencillez, por toda su entrega, por los conciertos, por todos los sueños que nos ayudaron a cumplir... A **Rebe**, por comerte mi tarta en el *Despicumple IX*, por toda tu energía, por los conciertos, por los rotos y los brazos pintados, por los chupitos, por las pláticas, por aquella comida en Madrid, por seguir allí a pesar de la distancia, por todo tu afecto, por darnos sinceramente tu amistad, pronto nos vemos... A **Nacho**, por animarnos en el aniversario, por “*bautizarnos*” como “*México*”, por toda tu alegría, por tratarnos tan bien, por invitarnos a tu casa, por portarte tan bien con nosotras en Burlada, por los conciertos, por tu amistad... A **Kike**, por las veces que coincidimos, por los conciertos, por las palabras que nos dedicaste en el video... A **Luisi**, por tratarnos tan bien, por dejarnos viajar en tu “limoncito”, por aquel concierto de Luter, por los conciertos, por tu amistad... A **Cesar**, por tratarnos tan bien, por los conciertos, por ser tan buen competidor en el concurso, por reírte de nuestro acento, por tu amistad... A **Tere**, por tratar de hacernos sentir bien en el *Despicumple*, por todos los “*datos curiosos*” que nos compartiste, por las pláticas, por ser tan buena, por tu amistad, y como dijiste, una pena no habernos tratado más, ya será a nuestra vuelta o cuando decidas venir a México... A **Laura Magro**, por aquel primer calimocho, por tratarnos tan bien a Mine y a mí, por las púas... A **Pablo Mora**, por la suerte de haberte conocido, por acordarte de nosotras, aunque fuera un poco borrosas, por la alegría de vernos otra vez, por tratarnos tan bien, ojala podamos verte pronto... A **José Mora**, por el entusiasmo de saber la historia de cómo conocíamos a tu hermano, por la oportunidad de conocerle... A Luisimi, por aquella plática en la cena del aniversario, A **Veri, Sara, Alba e Isabel**, por recibirnos en la casa rural, por tratarnos tan bien sin conocernos de nada, por los conciertos... A **Lara**, por los conciertos, por las veces que coincidimos en las fiestas post-concierto, por ayudarme con lo de la traducción, por invitarnos a conocer Bilbao, a nuestra vuelta espero sea posible, Eskerrik asko... A **Ana**, por las veces que llegamos a coincidir, pero sobre todo por ayudarme con la traducción, te debo una, Eskerrik asko... A **Mara**, por las pláticas, por mantenernos tan informadas del mundo del rock, sobre todo de Sober, por lo linda que te portaste con nosotras, por la invitación a Salamanca, espero siga en pie y pueda ser pronto... A **Lety Sanchez-Seco** por tratarnos tan bien, por aquel día en el FNAC, por los momentos compartidos... A **David** “El Topo” por tan buena vibra, por los conciertos compartidos... A **Miguel de Warner**, por habernos tratado tan bien aquel día del concierto, y por todo lo que haces por Despistaos... A Sandra Fernandez, Mario Marin, Cristina (Santiago de Compostela), Asier, David María (Caceres), María Collado, Jesús Hernandez, Merche,

Mamen, Tatiana, Laura, Laura Jimenez, Ana, Cristina, Isabel Gonzalez, los Festivaleros, por compartir algún momento en el *Despistaos IX*, en un concierto, por haber cruzado alguna palabra con nosotras (más o menos), por compartir el gusto por Despistaos, ojala pronto podamos compartir algún otro momento... A cada una de las personas que conocimos en España a través de Despistaos, y que en algún momento tuvieron alguna atención con nosotras, y que ahora mismo se me olvide mencionar por mi mala memoria... A cada persona que en algún momento durante nuestro viaje por España, nos oriento, nos ofreció su ayuda, nos compartió alguna anécdota, nos dedicó una sonrisa, tuvo alguna atención con nosotras, que se detuvo a contestar nuestras entrevistas, sería imposible agradecer a cada uno, aun así son parte de esto... A **Mingo**, porque pasan los años, y sigues acompañándonos en las noches de desvelo, nos proteges, limpias nuestras lagrimas, cuidas de nosotras, y estuviste cuando más te necesito mamá... A **Despistaos**, por sus canciones, por su música, que ha estado desde los inicios de esta aventura, por acompañarme de manera indirecta en las horas de desvelo y en las de viaje... A **La Oreja de Van Gogh**, por sus letras, por su música, por indirectamente seguir siendo parte del sound track de mi vida, por la entrega en sus conciertos, por todo su orgullo por su ciudad, por fin la conocí y es hermosa... A **Lagarto Amarillo**, por su música tan peculiar, por las letras, por lo buenas personas que son... A **El Pescao**, por tus historias en tus canciones, tú música, tu sencillez, por ese gran concierto en la Joy Eslava... A **Dani Martin**, por tu música y tus canciones, que me alentaron cuando más lo necesitaba... A **Axel**, por ese nuevo sol, por compartir el gran ser humano que eres, por tu increíble música, por el concierto en el Plaza Condesa... A **Manuel Carrasco**, por tanta sensibilidad, por tus canciones, por habernos cruzado aquella noche en Fuencarral... A **María Villalón, Georgina**, y toda la música que se ha vuelto parte del soundtrack de esta aventura y de mi vida... Y a todas aquellas personas que en algún momento han compartido una trozo de su vida conmigo, que por alguna u otra razón ya no siguieron por donde yo y que aunque no las mencione me acuerdo de ellas... Y como dice Axel: A Dios, por mostrarme la realidad, la vida así de golpe y de frente, por darme la posibilidad de equivocarme, de caer y levantarme, por hacerme entender que crecer es también parte del arte, del arte de vivir el hoy a pleno, porque hoy es hoy y no regresa...



Índice general	
Introducción	1
Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso	4
1.1. Antecedentes históricos	4
1.2. Experiencias y perspectivas temáticas	21
Capítulo 2. Importancia territorial del turismo	37
2.1. Dinámica mundial	37
2.2. Sitios preferenciales en España	55
Capítulo 3. Contexto histórico-geográfico del Santuario de la Virgen de Arantzazu	71
3.1. Situación territorial del turismo religioso en España	71
3.2. Particularidades territoriales de la Comunidad Autónoma del País Vasco	84
3.3. Orígenes de la Virgen de Arantzazu	103
Capítulo 4. Importancia regional del Santuario de Arantzazu	142
4.1. Estrategia metodológica	142
4.2. Recursos turísticos	146
4.3. Infraestructura turística	176
4.4. Promoción y planificación turística	209
4.5. Tipología de los visitantes	217
4.6. Interacciones regionales	226
Conclusiones	241
Bibliografía	244
Anexos	250

Índice de Figuras

Figura 2.1. Mundo: turismo receptor por mes (millones de turistas), 2008-2011	38
Figura 2.2. Mundo: llegadas de turistas internacionales (millones de turistas), 2011	40
Figura 2.3. Mundo: llegadas e ingresos por turismo internacional, 2011	41
Figura 2.4. Mundo: ingresos por turismo internacional, 2011	43
Figura 2.5. Mundo: principales destinos turísticos por llegadas internacionales e ingresos, 2011	45
Figura 2.6. Mundo: origen del turismo internacional por región emisora, 2011	46
Figura 2.7. Mundo: turismo internacional por medio de transporte, 2011	47
Figura 2.8. Mundo: turismo internacional por motivo de visita, 2011	48
Figura 2.9. Mundo: principales destinos de turismo religioso católico, 2011	51
Figura 2.10. Mundo: principales santuarios marianos, 2012	54
Figura 2.11. España: llegadas de turistas internacionales, variación interanual, 1999-2011	56
Figura 2.12. España: gasto total de los turistas (millones de euros y variación interanual), 2011	57
Figura 2.13. España: distribución del gasto total de los turistas según componentes, 2011	57
Figura 2.14. España: llegadas de excursionistas internacionales, 1999-2011	58
Figura 2.15. España: gasto total de los excursionistas internacionales llegados según meses, 2004-2011	58
Figura 2.16. España: llegadas de turistas internacionales según mes (millones de turistas), 2007-2011	60
Figura 2.17. España: gasto total de los turistas internacionales llegados según mes, 2007-2011	60
Figura 2.18. España: turistas internacionales según motivo de viaje, 2011	62
Figura 2.19. España: gasto medio diario de los turistas según motivo del viaje, 2009-2011	63
Figura 2.20. España: gasto total y turismo internacional según vía de acceso, 2011	65
Figura 2.21. España: actividades realizadas por los turistas en sus viajes (porcentaje sobre el total y variación interanual), 2011	66
Figura 2.22. España: turistas internacionales según número de visitas anteriores, 2011	68

Figura 2.23. España: gasto de los turistas según número de visitas (euros), 2011	68
Figura 2.24. España: gasto medio diario según el nivel de satisfacción (0-10) declarado en su viaje (euros), 2011	69
Figura 3.1. España: provincias por Comunidad Autónoma	74
Figura 3.2. España: principales destinos de peregrinación con proyección internacional, 2011	79
Figura 3.3. España: principales destinos de turismo y turismo religioso, 2011	83
Figura 3.4. País Vasco: localización de la Comunidad Autónoma	86
Figura 3.5. País Vasco: provincias de la Comunidad Autónoma	87
Figura 3.6. País Vasco: parte de la Sierra de Aizkorri o Montes Vascos	88
Figura 3.7. País Vasco: vegetación del Valle de Karrantza, Vizcaya	89
Figura 3.8. País Vasco: características físicas	90
Figura 3.9. País Vasco: Facultad de Letras, Universidad del País Vasco, Campus Vitoria	93
Figura 3.10. País Vasco: caserío utilizado por turismo rural, Segura	94
Figura 3.11. País Vasco: dispensador de leche fresca de los caseríos, Ordizia	95
Figura 3.12. Oñate: municipios de Guipúzcoa y localización del municipio	104
Figura 3.13. Oñate: mapa turístico del centro urbano, 2011	105
Figura 3.14. Oñate: centro de interpretación de las Cuevas de Arrikruz, 2011	106
Figura 3.15. Oñate: río Oñate en su paso por el claustro de la Iglesia de San Miguel	106
Figura 3.16. Arantzazu: efigie de la virgen en el espino como se encontró en 1469	108
Figura 3.17. Arantzazu: campana y espino como se encontró en 1469	110
Figura 3.18. Arantzazu: primera representación gráfica, 1587	112
Figura 3.19. Arantzazu: santuario y el humilladero al fondo de la imagen, 1700	114
Figura 3.20. Arantzazu: retablo del santuario antes de 1834	116
Figura 3.21. Arantzazu: proclamación como Patrona de Guipúzcoa, Elías Salvatierra, 1924	118
Figura 3.22. Arantzazu: anteproyecto presentado por los arquitectos ganadores, 1950	120
Figura 3.23. Arantzazu: colocación de la primera piedra del nuevo Santuario	121

Figura 3.24. Arantzazu: obras de la nueva Basílica, 1952	121
Figura 3.25. Arantzazu: bendición y apertura de la nueva Basílica, 1955	122
Figura 3.26. Arantzazu: niño y padre descalzos que van por la calzada para cumplir una promesa	124
Figura 3.27. Arantzazu: San Ignacio de Loyola ante la Virgen de Arantzazu, 1522	126
Figura 3.28. Arantzazu: emblema del paso de Ignacio de Loiola por Arantzazu	127
Figura 3.29. Arantzazu: Virgen de Ainhoa	128
Figura 3.30. Arantzazu: cruces en el cementerio cercano a la ermita de Ainhoa	129
Figura 3.31. Arantzazu: retablo del Colegio de San Ignacio de Loyola, México, 1734	135
Figura 3.32. Arantzazu: capilla de Arantzazu, Guadalajara, Jalisco, México, 2012	136
Figura 3.33. Arantzazu: vista actual de la capilla de Arantzazu, Plaza de Aránzazu, San Luis Potosí, México	138
Figura 3.34. Arantzazu: difusión de la advocación a Arantzazu en México, América y Asia	140
Figura 3.35. Arantzazu: estatua dedicada a los vascos de América, Sopuerta, País Vasco, 2011	141
Figura 4.1. Arantzazu: cueva de San Adrián	148
Figura 4.2. Arantzazu: campos de Urbía	148
Figura 4.3. Arantzazu: vista del Parque Natural y la Sierra de Aizkorri desde El Misterio	149
Figura 4.4. Arantzazu: Centro Gandiaga Topagunea II	150
Figura 4.5. Arantzazu: maqueta de la Sierra de Aizkorri en Centro de Interpretación	151
Figura 4.6. Arantzazu: cartel del día del Parque Natural Aizkorri-Arantz	152
Figura 4.7. Arantzazu: camino adaptado de la Cueva de Arrikurtz	154
Figura 4.8. Arantzazu: centro de atención de las Cuevas de Arrikurtz	155
Figura 4.9. Arantzazu: vista aérea de la planta en forma de cruz latina del santuario	156
Figura 4.10. Arantzazu: coro vistos desde la parte central de la nave longitudinal	157
Figura 4.11. Arantzazu: las esculturas de los apóstoles tirados en la cuneta, 1955	159
Figura 4.12. Arantzazu: Apostolado de Oteiza en la fachada de la Basílica	160

Figura 4.13. Arantzazu: Piedad de Oteiza de la fachada de la Basílica	161
Figura 4.14. Arantzazu: puertas de Chillida	163
Figura 4.15. Arantzazu: vidriera del lado izquierdo de la nave transversal	164
Figura 4.16. Arantzazu: vidriera del lado derecho de la nave transversal	165
Figura 4.17. Arantzazu: vidrieras hacia el camarín	166
Figura 4.18. Arantzazu: vidriera hacia la Cripta	166
Figura 4.19. Arantzazu: parte baja del ábside de Muñoz	168
Figura 4.20. Arantzazu: parte media y alta del ábside de Muñoz	168
Figura 4.21. Arantzazu: primeros cuatro murales del camarín de Egaña	170
Figura 4.22. Arantzazu: cuatro últimos murales del camarín de Egaña	170
Figura 4.23. Arantzazu: murales de la parte posterior de la Cripta de Basterretxea	171
Figura 4.24. Arantzazu: murales de las cosmogonías de Basterretxea	172
Figura 4.25. Arantzazu: murales del cristianismo de Basterretxea	173
Figura 4.26. Arantzazu: Cristo rojo del mural principal de la cripta	173
Figura 4.27. Arantzazu: El Misterio, fraile de Jorge de Oteiza	174
Figura 4.28. Arantzazu: espino y gruta dentro de El Misterio	175
Figura 4.29. Arantzazu: mural de las sombras de peregrinos en El Misterio	175
Figura 4.30. Arantzazu: infraestructura turística del Santuario	177
Figura 4.31. Arantzazu: fachada del hotel Santuario de Arantzazu	178
Figura 4.32. Arantzazu: fachada del hotel Sindika	179
Figura 4.33. Arantzazu: puerta de entrada del hostel Goiko Benta	180
Figura 4.34. Arantzazu: Hotel Soraluze Ostatua	181
Figura 4.35. Arantzazu: vista de una de las casas de La Borda de Arantzazu	182
Figura 4.36. Arantzazu: comedor principal del restaurante del Hotel Santuario de Arantzazu	184
Figura 4.37. Arantzazu: comedor principal del Hotel Sindika con vista al Santuario	184
Figura 4.38. Arantzazu: comedor del restaurante Goiko Benta	185

Figura 4.39. Arantzazu: comedor principal del restaurante Zelai Zabal	186
Figura 4.40. Arantzazu: alojamientos y restauración de Oñate	187
Figura 4.41. Arantzazu: principales carretera a Arantzazu	191
Figura 4.42. Arantzazu: principales vías férreas y aeropuertos	197
Figura 4.43. Arantzazu: folleto informativo de la guía turística para móvil y pantalla de inicio de la aplicación para Iphone	203
Figura 4.44. Arantzazu: folletos de venta en la tienda del Santuario	205
Figura 4.45. Arantzazu: videos de la historia del Santuario	205
Figura 4.46. Arantzazu: monedas de cinco céntimos con el sello del Santuario o la Virgen	206
Figura 4.47. Arantzazu: figurilla de la imagen de la Virgen	206
Figura 4.48. Arantzazu: postales del Santuario	207
Figura 4.49. Arantzazu: baraja e imán con la imagen del Santuario	207
Figura 4.50. Arantzazu: imagen y oración de la Virgen	208
Figura 4.51. Arantzazu: puestos de productos de la región	208
Figura 4.52. Arantzazu: sección de videos promocionales en el portal TV Euskadi, 2012	210
Figura 4.53. Arantzazu: folleto de Tierra Ignaciana	211
Figura 4.54. Arantzazu: delimitación de la geozona	214
Figura 4.55. Arantzazu: personas con quien viajaban los entrevistados	219
Figura 4.56. Arantzazu: gasto de los entrevistados en el Santuario	221
Figura 4.57. Arantzazu: motivos de los entrevistados para visitar el Santuario	223
Figura 4.58. Arantzazu: bala de cañón de la batalla de Pemambuco de Oquendo	229
Figura 4.59. Arantzazu: pintura de la batalla de Oquendo en Pemambuco, Uranga, 1918	230
Figura 4.60. Arantzazu: lugar de procedencia de los visitantes del Santuario	231
Figura 4.61. Arantzazu: peregrinaciones realizadas al Santuario, 2011	236
Figura 4.62. Arantzazu: alcance regional del Santuario, 2011	239

Índice de Cuadros

Cuadro 2.1. Mundo: llegadas de turistas internacionales por región de la OMT, 2011	39
Cuadro 2.2. Mundo: ingresos por turismo internacional, 2010-2011	42
Cuadro 2.3. Mundo: ranking de llegadas de turistas internacionales, 2011	44
Cuadro 2.4. Mundo: ranking de ingresos por turismo internacional, 2011	44
Cuadro 2.5. Mundo: origen del turismo por región emisora, 1990-2011	46
Cuadro 2.6. Mundo: principales destinos de turismo religioso católico, 2012	50
Cuadro 2.7. Mundo: principales santuarios marianos, 2012	54
Cuadro 2.8. España: distribución de los viajes internos por Comunidad Autónoma de origen, 2011	69
Cuadro 2.9. España: distribución de los viajes por Comunidad Autónoma de destino, 2011	70
Cuadro 3.1. España: población por provincias y capital, 2012	72
Cuadro 3.2. España: Comunidades Autónomas y Provincias	73
Cuadro 3.3. España: principales destinos de peregrinación con proyección internacional, 2011	78
Cuadro 3.4. España: perfil de los grupos de turismo religioso, según profesionales españoles	80
Cuadro 3.5. España: características del viaje de turismo religioso en grupo según los profesionales españoles	81
Cuadro 3.6. País Vasco: porcentajes de alumnos en los modelos educativos, 2012	92
Cuadro 4.1. Arantzazu: establecimientos y plazas disponibles en la Comunidad Autónoma del País Vasco	183
Cuadro 4.2. Arantzazu: alojamientos y restaurantes	188
Cuadro 4.3. Arantzazu: principales carreteras de la Comunidad de Madrid y Cataluña a Oñate	189
Cuadro 4.4. Arantzazu: carreteras de las capitales vascas a Oñate	190
Cuadro 4.5. Arantzazu: corridas de autobuses de Madrid y Barcelona a las capitales vascas	192
Cuadro 4.6. Arantzazu: autobuses de las provincias vascas a Oñate-Arantzazu	193
Cuadro 4.7. Arantzazu: principales líneas de autobuses del País Vasco	194

Cuadro 4.8. Arantzazu: resultados de la entrevista realizada a visitantes del Santuario	219
Cuadro 4.9. Arantzazu: resultados de la entrevista realizada a visitantes del Santuario	222
Cuadro 2.10. Arantzazu: tipo de viaje de los entrevistados	224
Cuadro 4.11. Arantzazu: exvotos del Santuario hasta antes del incendio de 1834	228
Cuadro 4.12. Arantzazu: procedencia de los visitantes según distintos actores sociales	233
Cuadro 4.13. Arantzazu: peregrinaciones realizadas al santuario, 2011	235

Introducción

El hecho religioso ha sido, es y será una parte primordial de la historia de la humanidad. En todas sus etapas se encuentran vestigios suficientes para afirmar con fundamento la actividad religiosa de las personas que las han protagonizado. Por lo que se puede afirmar que donde existen indicios de vida humana, existen indicios de actividad religiosa.

En este sentido, en la actualidad existen diversos sitios que han cobrado importancia en los últimos años, relacionados con uno o varios elementos religiosos, donde se ha logrado desarrollar dinámicas muy particulares, que los colocan como destinos preferenciales. Dando paso a lo que hoy en día se denomina como turismo religioso.

El turismo, y por consiguiente el turismo religioso, empezó a principios del siglo XIX con la extensión del ferrocarril en todo el mundo, que facilitó el transporte y rebajo los costes, y desde entonces ha evolucionado hasta convertirse en masivo. En respuesta a la fuerte demanda, el turismo religioso cuenta con una oferta cada vez mas articulada, propuestas variadas y que van innovando con el pasar del tiempo.

Dentro de este contexto, España es un país con una fuerte tradición religiosa católica, que hace posible que el turismo religioso sea un segmento turístico muy presente, que a pesar de los resultados marginales ante el total de turistas internacionales y residentes registrados, tiene una importancia creciente tanto a nivel de demanda española como de la diversificación de la oferta, que hace que se afirme como un sector prometedor.

Entre la oferta que presenta España, se encuentran los santuarios marianos, que alberga diversas advocaciones a la Virgen María. Dentro de estas advocaciones, se distinguen dos tipos, las de carácter místico y las apariciones terrenales. Ambas, han dado lugar a la construcción de santuarios dedicados a la Virgen, en casi cualquier parte del mundo. Es el Santuario de Nuestra Señora de Arantzazu, uno de estos santuarios marianos, que tiene una advocación de carácter místico y terrenal, que se remonta al año de 1469 cuando el pastor Rodrigo de Balzetagi en que halló la efigie de la Virgen en la montaña entre unos espinos. Este hallazgo se hizo en la sierra de Aizkorri, en el municipio de Oñate, Provincia de Guipúzcoa, en el territorio de la Comunidad Autónoma del País Vasco, parte del Estado español. En torno a esta imagen, se ha ido construyendo la historia de la

Virgen de Arantzazu, que durante siglos ha atraído a millones de personas, que le ha conferido el nombramiento de Patrona de Guipúzcoa, y que sea uno de los sitios más representativos de la provincia y de la Comunidad. Es, además de su carácter religioso, un sitio que por su riqueza arquitectónica, cultural y paisajística, logra tener un alcance regional multiescalar: atrae a peregrinos y turistas tanto nacionales como extranjeros; es ofertado en diversos ámbitos turísticos y es un símbolo de identidad de guipuzcoanos y vascos.

Con base en estos antecedentes, se planteó la hipótesis siguiente:

El alcance regional del Santuario de la Virgen de Arantzazu en Oñate, España, supera los límites nacionales, debido a sus características religiosas y a sus singularidades arquitectónicas, artísticas, culturales y paisajísticas, así como a la existencia de peregrinos y turistas procedentes de diversos sitios del territorio español y del extranjero.

Así, esta investigación tiene como objetivo general:

Revelar el alcance regional del Santuario de la Virgen de Arantzazu en Oñate, España

Y, como particulares:

- Definir los criterios teórico- metodológicos del turismo religioso.
- Identificar la importancia del turismo religioso en los contextos nacional e internacional.
- Exponer los procesos histórico-geográficos del Santuario de la Virgen de Arantzazu.
- Determinar la tipología de los visitantes del Santuario.
- Mostrar los flujos e interacciones regionales entorno al Santuario de la Virgen de Arantzazu.

En correspondencia con estos planteamientos, esta investigación se estructura en cuatro capítulos. En el primero, se abordan los antecedentes históricos del turismo religioso, partiendo desde las primeras creencias religiosas y el nacimiento de las peregrinaciones, pasando por la conformación de la religión cristiana y de las peregrinaciones modernas, hasta llegar a la actualidad donde se entrecruzan el turismo religioso con las peregrinaciones. De manera complementaria, se hace una revisión de algunos trabajos que, bajo diversas perspectivas, han estudiado las características y manifestaciones de los sitios religiosos. Asimismo, se identifican los aspectos más significativos de

las peregrinaciones como sistema, de los espacios religiosos y su magnetismo espiritual, para concluir con un análisis del concepto de turismo religioso.

El segundo capítulo muestra la importancia del turismo religioso, tanto a nivel mundial como en España. Se aborda desde el aspecto más general, al analizar la relevancia que tiene la actividad del turismo en el mundo, así como su repercusión en las economías en las que se desarrolla esta actividad. Para de manera posterior, destacar el turismo religioso dentro de la actividad turística y en aquellos países que son receptores o emisores de este tipo de turismo. Por último, se plantea la dinámica creciente del turismo en España, y los movimientos internos que se realizan entre Comunidades Autónomas. Asimismo, se aborda la presencia ascendente del turismo religioso en cuanto demanda española e internacional.

En el tercer capítulo, se presentan las características histórico-geográficas del Santuario de la Virgen de Arantzazu, en donde primero se repasan los rasgos generales del territorio español, para comprender mejor las particularidades territoriales de la Comunidad Autónoma del País Vasco, que inciden directamente en las características del municipio de Oñate y en el entorno del Santuario. Por otra parte, se exhiben las particularidades de la efigie de la virgen de Arantzazu, así como la historia que se ha generado alrededor de la misma, al hacer un repaso por los hechos más representativos de los acontecimientos históricos que han marcado al Santuario desde sus orígenes en 1469 hasta la actualidad. De manera complementaria a su historia, se presenta la incidencia que ha tenido esta advocación en México, América Latina, y en menor medida en Asia.

Por último, en el cuarto capítulo, se presentan las estrategias metodológicas empleadas durante el proceso de investigación en el lugar de estudio, el cual se compaginó con la estancia académica realizada en España. Acto seguido, se presentan los recursos turísticos del Santuario, desde su arquitectura, hasta las obras realizadas por reconocidos artistas vascos y españoles, que decoran al santuario. En relación a esto, se muestra la infraestructura turística con que cuenta el santuario. Finalmente, se presentan las características de los visitantes, para determinar una tipología de éstos, los patrones territoriales del emplazamiento, y el alcance regional del santuario.

CAPÍTULO 1. POSICIONES COGNOSCITIVAS DEL TURISMO RELIGIOSO

El contexto histórico de cualquier proceso es de importancia para comprender la situación actual en la que se encuentra y poder prever su posición futura. Es por ello que cobra relevancia el recorrer los sucesos más relevantes que dieron forma a lo que hoy se considera como turismo religioso. Así como conocer las teorías y métodos que se han ido desarrollando en torno a este tópico dentro de la ciencia geográfica.

1.1. Antecedentes históricos

El hecho religioso es una parte fundamental de la historia de la humanidad. En cada una de las etapas, se encuentran vestigios de la actividad religiosa de las personas que han sido protagonistas. Por lo que, se puede afirmar que los indicios de vida humana van entrelazados con los de la actividad religiosa.

Por todo ello, mirar hacia atrás y analizar de manera somera la evolución que ha experimentado en el hombre esa relación entre espíritu y materia, y las formas que ha adoptado la búsqueda del equilibrio entre ambos, es de relevancia. Una de las maneras que desde siempre ha utilizado el ser humano para reencontrar ese equilibrio ha sido el caminar. Por eso se examina en forma breve, cómo ha caminado el ser humano a lo largo de la historia.

Esta acción, orientada hacia la divinidad, hacia el espacio-tiempo sagrado perdido, se convierte en un viaje religioso, ya que existe un desplazamiento fuera del marco habitual de residencia por una motivación no ligada a la pura necesidad de subsistencia. Desde entonces, el viaje religioso ha experimentado diversas vicisitudes y adaptaciones a las circunstancias del tiempo y el lugar, aunque en esencia, siga siendo igual (Esteve, 2002).

Su viabilidad se asienta en la existencia de un tiempo sagrado distinto al tiempo profano, de un tiempo consagrado a los dioses, la dimensión espiritual del ser humano, frente al tiempo consagrado a la materia, la profanidad de la subsistencia. Desde la antigüedad pueden encontrarse testimonios de peregrinaciones en todas las religiones o credos, sin importar sexo, edad o estrato social. Constituyen, por lo tanto, un fenómeno universal en el espacio y en el tiempo (Porcal, 2006).

1. Las primeras creencias religiosas y las nacientes peregrinaciones (antes de 1 d.c.)

Parece deducirse del relato del Génesis la pérdida, no de la condición divina que nunca tuvo el ser humano ya que carecía de la inmortalidad, sino del contacto continuo y permanente con Dios en un espacio sagrado. Y esa ausencia de Dios es lo que mueve a los seres humanos a buscar en la peregrinación, en el viaje al espacio sagrado de los dioses, la recuperación de la cercanía divina.

Durante el período Paleolítico, en las civilizaciones habitadas por los llamados cazadores-recolectores, se obtenía lo necesario para el desarrollo social a través de la caza, la pesca y la recolección. No sólo en lo que hace a la alimentación, sino también en aquello que hace a la vestimenta, la vivienda y los artefactos utilizados en ceremonias religiosas. El hombre paleolítico, al recorrer permanentemente un territorio determinado, observaba la existencia de ciertos lugares adecuados para ser aprovechados, con el objeto de protegerse ante peligros o como abrigo. De este modo, el ser humano, los visitaba con frecuencia y los utilizaba como vivienda temporalmente. El conocimiento de estos refugios formará parte del patrimonio cultural de cada pueblo, lo cual se irá transmitiendo de generación en generación.

En el seno de estas sociedades nómadas, no pueden hallarse viajes que ingresen en el análisis turístico; pues este análisis, en todo caso, recién toma sentido cuando el hombre se transforma en sedentario. El viaje turístico requiere de la existencia de un lugar de residencia habitual, necesita del sedentarismo para que se produzca. La circularidad se produce tras la vuelta a la comunidad de origen. Y hasta la revolución neolítica y la aparición de las nuevas formas de producción, no puede realizarse un análisis de éste tipo (Beltrami, 2011).

La agricultura y la domesticación de animales constituyeron la base de aquella nueva economía de producción (la economía neolítica), cuyas consecuencias fueron trascendentales para la historia de la civilización. Existe una estrecha vinculación entre la agricultura y la vida sedentaria. La actividad agrícola vincula estrechamente al ser humano con la tierra, produciéndose una transformación del hábitat. De este modo, ya no sólo era necesaria la obtención y producción de alimentos, sino que cobra importancia el almacenamiento y la defensa de estos frente a otros grupos. Así es que se crean almacenamientos y defensas, modificándose la estructura social; pero fundamentalmente, con el correr del tiempo, aparecen los primeros poblados y ciudades.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Poco a poco, la sociedad se hace más compleja, con especialización de funciones entre las que la defensa colectiva empieza a adquirir preeminencia a medida que los excedentes agrícolas lo van permitiendo, surgen así las ciudades y santuarios. De ahí nacen las teocracias, del tránsito del poder religioso al poder político.

Las personas acuden a estos santuarios en busca de una seguridad espiritual, física, material, curaciones, y a mostrar agradecimiento a los dioses. Así surgen ciertas ciudades, como un lugar de atracción religiosa que en su interacción con los habitantes del entorno genera nuevas actividades. Un santuario-ciudad que sirve también para reforzar los lazos de solidaridad e identificación colectiva, que precisa del culto periódico de las poblaciones circundantes, de viajes que se vinculan con fiestas y liturgias ligadas a los ciclos agrarios, los que se podrían considerar el antecedente directo del turismo religioso (Esteve, *op. cit.*).

La aparición de los intercambios comerciales, de igual modo que las exploraciones militares y los movimientos de tipo religioso, dan lugar a la aparición de los viajes circulares, aquellos viajes en los que existe un lugar desde el cual se inicia el desplazamiento y hacia el cuál se regresa tras un determinado período de tiempo de ausencia. Por lo tanto, los primeros movimientos que pueden considerarse viajes circulares tuvieron fines comerciales, militares y religiosos. Los viajes comerciales producto de las relaciones entre ciudades, no representaron únicamente vehículos estimuladores de bienestar material, sino también influencias culturales, religiosas y políticas (Beltrami, 2011).

La ciudad no representaba únicamente un importante centro comercial. Tanto el papel cultural como el papel religioso alcanzarán gran significación. La organización política y social se vinculó de manera estrecha al factor religioso. Las ciudades intentarán extender su culto religioso hacia otras. El crecimiento de un pueblo y su prestigio será identificado con el éxito y prestigio de sus propios dioses, al extender la fama del poder de éstos, que permitirán la atracción de peregrinos y donantes de ofrendas (Esteve, 2002). La religión formaba parte del patrimonio cultural de los pueblos y, como tal, será utilizada para la afirmación de la propia identidad frente al extranjero. Pero también, resultará importante la función propagandística que se haga de ella, y con este fin, la construcción de templos representará una actividad relevante para la clase gobernante.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Las civilizaciones de la Mesopotamia son mencionadas por la importancia que adquirieron en determinado momento de la historia antigua, pese a no pertenecer de forma estricta al mundo mediterráneo occidental. Aún así, su influencia sobre pueblos que escribirán parte de la historia de Occidente lleva a considerarlas en el análisis. Dentro de las civilizaciones mesopotámicas los grandes templos y santuarios llegarán a caracterizar algunas localidades, que adquirirán la condición de verdaderas ciudades sagradas. La exaltación de la religión, principalmente a través de la arquitectura, significaba un elemento importante para la exaltación de la propia ciudad (Maluquer, 1971).

Mientras en el mundo mediterráneo y europeo continental, en la sociedad céltica los grandes centros religiosos fueron al mismo tiempo grandes centros comerciales. Los santuarios que eran centro de reunión social tenían un papel comercial; de uno a otro, se establecía un lazo de negocio; la vida común, económica, religiosa, lingüística, que se encontraba ya en la primera época del Hierro y del Bronce, debe explicarse en parte por estos lazos, por estas rutas de santuario a santuario, puede señalarse el hecho de viajes circulares a partir de una necesidad religiosa, hecho que no se da únicamente en la cultura celta, sino que es una característica compartida por parte de diversas sociedades históricas (Febvre, 1955).

Cuando los primitivos habitantes de Creta abandonaron las cavernas por moradas mejores, regresaban a aquellas porque continuaban utilizándolas como cementerios y lugares para el culto. Así, la visión de algún símbolo religioso va colocando al hombre en movimiento hacia determinados lugares sagrados. Los griegos, al igual que otras sociedades históricas, comparten la costumbre del viaje religioso. La vida religiosa se encontraba íntimamente ligada a la polis, así son inseparables los eventos cívicos de la religión.

Y aquí no debe pasarse por alto el tema de las competiciones deportivas. En Grecia, el espíritu deportivo y los viajes se ligan estrechamente, como no había sucedido hasta entonces. No debe olvidarse que, al menos en las primeras épocas, el deporte formaba parte de ritos sagrados: las competiciones de los grandes eventos formaban parte de la vida religiosa. El viaje, entonces, era deportivo-sagrado o sacrodeportivo. Con el paso del tiempo, el viaje de tipo deportivo va perdiendo su carácter religioso (Persson, 1961).

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

La religión formaba parte de la vida pública griega de manera notoria, además de ser un elemento de unidad. Es probable que los templos griegos hayan reemplazado a los cretenses en aquellos lugares en donde la población griega sucedió a la prehelénica. Las festividades religiosas fomentaban el traslado en masa de individuos. Los caminos griegos fueron transitados de manera continua por los peregrinos, que se dirigían desde sus residencias hasta los centros religiosos de la época. Además la solidaridad griega, que no existía en principio, acabó por materializarse con la participación en ceremonias comunes. (*Ibíd.*)

Estos viajes motivados por la religión, tienen en Grecia variantes, las cuales son el viaje cívico-religioso, las peregrinaciones religiosas y los viajes sacros vinculados a la salud. Los viajes motivados por grandes celebraciones cívico-religiosas fueron aumentando en número y diversificando sus actividades, del mismo modo que se iban creando nuevos concursos diseminados por diferentes lugares helénicos. Se dice que eran celebraciones cívico-religiosas; pues la religión se encontraba estrechamente ligada a las ceremonias, mientras que el hecho de concurrir a determinadas celebraciones, como los Juegos Olímpicos, equivale al reconocimiento de la nacionalidad helénica. Pero no sólo existían grandes juegos que atraían a numerosos visitantes, también había una serie de fiestas que resultaban muy populares y difundidas dentro del mundo griego. Entre ellas, las más difundidas eran las fiestas orgiásticas dedicadas a Dionisio, las fiestas Dionisias. Particularmente, las Grandes Dionisias que se celebraban en Atenas gozaban de popularidad. Hacia ellas acudían un buen número de miembros del mundo griego (Beltrami, 2011).

Durante el período clásico, del mismo modo que se produce un aumento en las multitudes que se ven atraídas por las celebraciones, se va secularizando el sentido del espectáculo. Cada vez existe menor preocupación por el dios por cuya fiesta se tiene el concurso, tanto de parte de los competidores como de los espectadores, y el renombre del vencedor es ahora mayor, al igual que la gloria para su patria.

Respecto a las peregrinaciones, existieron lugares que fueron destino común de grandes desplazamientos religiosos como Delfos, Corinto, Nemea, Atenas, Dodona, Olimpia, Epidauro o Eleusis. La mayor parte de estos centros se transformaban en determinadas fechas en el verdadero centro del mundo helénico, pues eran relativamente numerosos los contingentes de individuos que arribaban hacia ellos. Había peregrinaciones que tradicionalmente llevaban a cabo determinadas ciudades, en señal de agradecimiento o solicitud a un dios.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Las peregrinaciones religiosas de determinados grupos sociales, se encontraban unidas a consultas de tipo político, legislativo, entre otras, realizadas a los oráculos. Los hombres se habían acostumbrado a interrogar siempre a los dioses, aun con respecto a sus asuntos puramente mundanos (Persson, 1961). Incluso, en hechos como el emplazamiento de una ciudad, debía realizarse un viaje, pues los griegos acostumbraban que para estos casos debía consultarse al oráculo de Delfos. Sin embargo, en la población humilde se manifestaba una devoción más profunda, que se relacionaba con las condiciones de vida a las que se hallaba sometida en lo inmediato (Fustel, 1993).

Durante el período clásico, la religión griega no se renueva. Las peregrinaciones hacia los lugares ya mencionados continuaban revistiendo una importancia que, muchas veces, iba más allá de lo puramente religioso individual, pues su carácter era de una purificación cívica-colectiva. Sobre la peregrinación anual de los atenienses a Delfos, en el diálogo *“Fedón o sobre el alma”*, Platón (1993) hace decir a Fedón que cuando empieza la peregrinación, tiene por norma purificar la ciudad, y no condenar a ningún preso hasta que la nave haya llegado a Delfos y regresado de nuevo. Pero alguna vez, cuando los vientos le son contrarios, emplean en esto mucho tiempo. Empieza la peregrinación, cuando el sacerdote de Apolo corona la popa de la nave. También puede observarse, que los viajes hacia el lugar sagrado no siempre eran simples de llevar a cabo, ni revestían carácter placentero.

Existieron en Grecia numerosos santuarios de dioses con poderes curativos. Los de Esculapio fueron los que alcanzaron mayor celebridad, y los que atrajeron mayor número de viajeros. Especialmente, el santuario situado en Epidauro (Argólida), a orillas del mar Egeo. Allí, la medicina se ejercía por medio de oráculos, donde los sacerdotes interpretaban los sueños con que el dios había favorecido a los enfermos durante la noche que habían pasado bajo el pórtico del templo (Aymard, 1963). Muchas veces, la experiencia de los sacerdotes permitía orientar correctamente al enfermo y colocarlo en el camino de la curación. Las enfermedades se consideraban como un miasma (obra de un poder maligno), como una cosa material que podía conjurarse de distintos modos, por ejemplo, lavándose con agua. Esculapio, se decía, quitaba las enfermedades frotando y que infundía todo su poder curativo en un hombre, tocándolo con su “suave mano” (Persson, 1961).

Durante el período helenístico, Esculapio continuó aumentando su número de fieles, y en sus santuarios había numerosos discípulos que se formaban como médicos. El estado contribuyó al

mantenimiento del instituto médico-religioso mediante subvenciones, y la mayor afluencia de visitantes produjo que tuviesen que ampliarse los edificios en los que los enfermos pasaban la noche (Aymard, 1963).

También en la civilización romana, la peregrinación religiosa resultó una de las formas en que se manifestaron los viajes circulares de la época. Pero cabe hacer una distinción entre el viaje motivado por la religión romana clásica, de las peregrinaciones que una nueva religión oriental ingresaría dentro del imperio, el cristianismo.

La religión romana se relacionaba íntimamente con el sentido que presentaba el propio pueblo romano: la practicidad. La relación que se establecía con la divinidad era propiamente jurídica. No de devoción, ni mística, pues esto resultaba ajeno al espíritu romano. No era necesario amar a los dioses, sólo debía tributárseles el culto debido. Puede afirmarse que el culto romano era, precisamente, la ejecución de un contrato. Así, la religión romana se encontraba plenamente institucionalizada (Berr, 1961).

El mundo griego y el mundo etrusco ejercieron una influencia significativa sobre la religión romana; la propia concepción religiosa romana los llevaba necesariamente a ser hospitalarios con dioses extranjeros. Sin detenerse a estudiar este punto específicamente, puede afirmarse que los romanos adoptaron también una serie de ritos helénicos, entre ellos, la consulta de oráculos. Así, es un hecho observable la recurrencia a los oráculos griegos, con el fin de conocer las disposiciones de los dioses (Aymard, 1960).

2. El origen del Cristianismo y las nuevas peregrinaciones (1 d.c. a 386)

Con el transcurrir del Imperio Romano, otros cultos nuevos y llegados de Oriente fueron ganando adeptos dentro de la sociedad de la época. De este modo, el cristianismo (desprendido del judaísmo) hace su aparición, hasta lograr transformarse en la religión oficial y predominante. El cristianismo abre paso a nuevos viajes religiosos, mejor dicho, a nuevos tipos de peregrinaciones. La incipiente veneración de las reliquias, que se encontraba promovida tanto por el hallazgo singular de huesos de mártires, como por la construcción de iglesias en los lugares conmemorativos de acontecimientos bíblicos en Palestina, dio origen a las peregrinaciones, las cuales pese al peligro de cosificación y exterioridad, recordaban de forma concreta el camino de la fe.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Los cristianos comenzaron a peregrinar durante la época del Imperio Romano. El espíritu propio de la nueva religión empuja al hombre hacia los caminos, pues el individuo no es más que un perpetuo peregrino alentado por las palabras de Cristo, “déjalo todo y sígueme”. Belén y Jerusalén fueron, desde temprano, destinos de peregrinación cristiana, específicamente desde el siglo II. El peregrino buscaba descubrir la tierra donde había predicado y muerto Jesucristo, y es por esto que existía predilección por visitar lugares tan significativos como Belén y el Monte de Olivos. Con el transcurrir del tiempo, fueron agregándose nuevos sitios a aquellos originales.

La veneración de los santos, junto al mencionado culto de las reliquias, y la celebración de los mártires son observables durante estos tiempos, los cuales forman parte de un proceso que ayudó a configurar la nueva religión. La celebración de los mártires no tuvo como trasfondo el antiguo culto al héroe, sino la conciencia de una comunión de fe recíprocamente responsable. Puede que la tradición romana de la relación entre patrono y cliente haya incrementado la relación con un determinado mártir o santo. Por su parte, la celebración de restos o reliquias de santos transformaba un lugar determinado en motivo de peregrinación devota, a partir de los cuales se creó un comercio de reliquias, lo que derivó en la búsqueda de obtener beneficios económicos a partir de aquello. Es así que mientras que algunos pasaban a tomar parte del negocio, los miembros de la Iglesia de la época lo rechazaron. En 386, un decreto imperial, probablemente pedido por la Iglesia, prohibió el “*traslado o venta*” de restos de “*mártires*”. Pese a su temprano desarrollo, aún las peregrinaciones cristianas no alcanzaron, durante los siglos imperiales, el predominio y la importancia que adquirirían ya durante el Medioevo (Durant, 1960).

3. El origen de los primeros espacios sagrados cristianos (386 – 1453)

Las causas generales que impulsaron la caída del Imperio Romano de Occidente pueden recaer en cuestiones tanto políticas y económicas como en aquellas religiosas y militares. La decadencia del Imperio encuentra sus comienzos con el período de anarquía militar (235-268), cuyos problemas se acentuaron, fundamentalmente, durante el siglo V.

Las motivaciones económicas deben ser analizadas vinculándolas íntimamente a aquellas de orden político y religioso, las cuales, también, hicieron su aporte a la desintegración imperial. No obstante, simultáneamente al desarrollo del feudalismo y el localismo se fue configurando una identidad común europea. Una sola institución abarcó todo el período de transición de la

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Antigüedad al Medioevo en una esencial continuidad: la Iglesia cristiana. El cristianismo representa el vínculo identitario entre los Estados que permite hablar de una Europa medieval unificada, pero no en términos políticos, sino en cuanto a los aspectos culturales-espirituales. La iglesia romana llegó a adquirir una extraordinaria importancia, tanto en el campo de la política como en el campo cultural.

De esta forma, el cristianismo contribuye a los viajes de la época, a partir del fenómeno social de las peregrinaciones. Los viajes, entonces, se caracterizan fundamentalmente por la visión religiosa, constituyendo las peregrinaciones religiosas el tipo de viaje característico de este período; aunque aún no presentan la relevancia que adquieren en el siguiente período medieval.

La religión y la celebración del cristianismo dieron origen a las conmemoraciones de la mayoría de las festividades medievales. La antigua religión romana sobrevivió en la forma de antiguos ritos y costumbres tolerados, aceptados y transformados por la Iglesia. Así, el culto de los santos reemplazó el de los dioses paganos y satisfizo el natural politeísmo de los espíritus; las estatuas de Isis y Horo fueron llamadas de María y Jesús, las lupercales romanas se convirtieron en la fiesta de Navidad, las saturnales se sustituyeron por celebraciones cristianas, las fiestas florales por Pentecostés (antiguo día de los difuntos), la resurrección de Atis por la de Jesús (Durant, 1960).

Los altares del antiguo culto fueron consagrados a los héroes cristianos; mientras que el incienso, las luces, las flores y los himnos, que eran del agrado del pueblo, fueron transformados por la Iglesia para adaptarlos al ritual cristiano. Del mismo modo, el calendario de los santos cristianos reemplazó a los fasti romanos, y las antiguas divinidades veneradas por el pueblo revivieron bajo los nombres de los santos de la nueva religión.

La síntesis que representó el sistema de producción feudal de dos sistemas de la antigüedad, el esclavista romano y el primitivo germánico, ejerció una influencia claramente negativa a la movilidad voluntaria de los individuos. Aún más si se toma en cuenta que los viajes de placer o de descanso prácticamente dejan de existir. Es por demás importante observar el cambio sociocultural que se observa con respecto a lo que sucedía durante el apogeo de la Roma clásica, en donde el viaje era una necesidad propia de una clase social. Para esta época, hacia los inicios del Medioevo, no forma parte de la cultura de la Europa occidental (Bloch, 1958).

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Miembros de la iglesia católica-occidental también podían verse viajando por las vías de circulación. En la vida clerical, varios motivos favorecían el nomadismo y el movimiento de sus miembros: el carácter internacional de la iglesia, el uso del latín como lengua común entre sacerdotes o monjes instruidos, las afiliaciones entre monasterios, la dispersión de sus patrimonios territoriales y, finalmente, las reformas que, sacudiendo periódicamente al cuerpo eclesiástico, hacían, a su vez, de los lugares elegidos por el nuevo espíritu, lugares de llamada, a donde se acudía desde todas partes en la búsqueda de la buena regla, y centros de dispersión, desde los cuales los zelotes se lanzaban a la conquista de la cristiandad.

El viaje se encontraba adormecido en la Europa de la Temprana Edad Media, por las causas antes mencionadas. El hecho fundamental que marca un quiebre con aquella etapa es el renacimiento de la vida urbana, fundamentado en el nuevo desarrollo comercial. Fue el nuevo desarrollo de las ciudades el que permitió que se produjera un renacimiento de los viajes, ligados íntimamente al desarrollo progresivo del comercio y a la aparición de la burguesía como nuevo actor dentro de la sociedad medieval. Los centros urbanos adquieren importancia nuevamente, el comercio se revitaliza, los intercambios humanos se dinamizan. Es así que los viajes acaban por acercar nuevamente a las distintas sociedades, las cuales habían permanecido en un sentimiento casi de aislamiento durante siglos.

Durante esta etapa, las peregrinaciones continúan no sólo teniendo jerarquía en cuanto al viaje en sí. En verdad, su importancia va en aumento, tanto por el crecimiento de lugares de culto, como por los beneficios económicos que este tipo de viaje comenzó a dejar en muchos de los sitios de destino. En el siglo XI, fue ampliándose y extendiéndose un movimiento socialmente heterogéneo: el peregrinaje desde Europa Occidental hacia Jerusalén. Antes ya se organizaban y realizaban viajes hacia allí, pero es durante este siglo cuando comienzan a adquirir mayor importancia.

Dicho tipo de viaje hacia la “ciudad santa” desempeñó un papel inmediato en lo que fue la preparación de las cruzadas, facilitando al papado la formulación de un programa que sirviese a los intereses de los feudales europeos y que lograra unir a todos los estamentos sociales bajo una bandera en común, en pos de un objetivo común. El origen nacional y social de aquellos que emprendían el viaje era heterogéneo, participando miembros de todas las clases sociales y de todos los países de Occidente. También tomaban parte de las peregrinaciones a Jerusalén altos dignatarios del clero católico, como los obispos italianos, franceses, alemanes, ingleses y hasta suecos.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

La peregrinación a Jerusalén fue un movimiento que facilitó al papado la formulación del programa de las cruzadas. Precisamente, la razón inmediata que alegaron los cronistas occidentales como justificación de la cruzada fueron las presuntas persecuciones contra los cristianos llevadas a cabo por los selyúcidas. Se afirmaba que los paganos profanaban los santuarios cristianos y se mostraban hostiles hacia los peregrinos que visitasen Jerusalén. De este modo, los peregrinos habrían sido víctimas de estos gobernantes, dificultándoseles el acceso a Jerusalén, siendo estas construcciones y narraciones históricas la causa directa del inicio del “peregrinaje armado” que Occidente inició a fines del siglo XI.

La creación del reino de Jerusalén y del resto de los estados latinos de Oriente provocó un impacto notorio en Occidente. Las cruzadas tuvieron consecuencias en el marco de los viajes circulares entre Occidente y Oriente, favoreciéndose el intercambio de bienes, ideas y personas entre ambos mundos. Hacia principios del siglo XII, una buena cantidad de aventureros y mercaderes comenzaron a fluir entre Occidente y Oriente.

Los estados cruzados se caracterizaron por su población flotante. Anualmente, en la primavera (en vísperas de Pascua) y a fin de verano, desembarcaban en los puertos de Siria y Palestina las naves propiedad de los mercaderes de Venecia, Pisa, Amalfi y Marsella, con los contingentes de peregrinos occidentales. Los peregrinos provenían de Francia meridional, Italia, Alemania y Flandes, y cada uno de ellos llevaba una cruz roja o de otro color cosida en su hombro. No obstante, estos peregrinos presentan matices para considerarlos a todos viajeros religiosos en sentido estricto. Junto a ellos, viajaban otros individuos que eran, ellos sí, los peregrinos cuya motivación principal era la visita a Jerusalén, para cumplir con los ritos de orar en la iglesia del Santo Sepulcro y bañarse en el río Jordán (Beltrami, 2011).

Respecto a la composición social del peregrino, participaban como tales miembros de distintas clases sociales, aunque se observa una buena cantidad de mendigos, pobres y delincuentes. También realizaban viajes hacia Jerusalén miembros del clero y de la aristocracia señorial, aunque con finalidades distintas. Pero el viaje nunca fue por estos tiempos una cuestión placentera, menos aún el que se llevaba a cabo hacia destinos lejanos. En realidad, resultaba un hecho penoso, y muchos de los peregrinos campesinos murieron antes de lograr llegar a destino; otros, por su parte, se vieron obligados a solicitar limosna para sobrevivir: algunos de ellos lograron mejorar su situación personal precisamente a partir de la realización sistemática de esta actividad. Por su parte, los

delincuentes encontraban en el viaje de peregrinación el modo de huir del castigo que les esperaba por sus ilícitos. La Iglesia católica, además, en ocasiones conmutaba la pena de muerte por la peregrinación piadosa a Jerusalén.

No se debe eludir tampoco el papel jugado por las órdenes religioso-militares. Si bien su surgimiento respondió al fortalecimiento de la situación política interna y externa de los estados cruzados, dichas órdenes religioso-militares, como los Hospitalarios, también tuvieron su participación en los viajes y contribuyeron a su realización, a partir de una serie de actividades que incluían el transporte y la hospitalidad, para con los viajeros, de acuerdo con la clase social a la que se perteneciera (Zaborov, 1985)

Si se hace referencia a las causas que motivaban a la realización de la peregrinación, hay que decir que aquellas habrá que estudiarlas de acuerdo con la clase social a la que pertenezca el individuo-viajero o el grupo de individuos-viajero. El sentimiento puramente religioso no alcanza para explicar dicho fenómeno social. Afirmar que el sentimiento que movía a los viajes era solamente encontrarse en la tierra en donde había vivido y predicado Cristo, hallarse frente a las reliquias y ponerse en contacto místico con Dios, representa, sin dudas, una explicación limitada; pues no ahonda en los verdaderos motivos del viaje peregrinatorio. Los móviles religiosos tenían su relevancia, aunque existían causas más profundas y directas, de tipo mundano, que inducían a emprender el viaje.

A los feudales los impulsaba a viajar la posibilidad de adquirir riquezas y objetos que no podían encontrarse en otro lugar que no fuese en el Oriente. Jerusalén, además de ciudad santa, era un importante centro comercial en donde podían adquirirse aquellos bienes tan deseados por los grandes señores. El campesino y el pobre, en cambio, tenían otro tipo de motivación para viajar. La causa más profunda que los inducía a desplazarse era la propia opresión de que eran víctimas a manos de los feudales.

El campesino viajaba hacia Oriente dispuesto a mejorar su situación y a obtener el perdón divino por los “crímenes” que pudiesen haber sido cometidos en su país. El sentimiento religioso se haya estrechamente unido a la situación física en que se encontraban las clases bajas. Sin embargo, las peregrinaciones hacia Jerusalén no ofrecían una solución totalmente satisfactoria para las

necesidades y expectativas de los pobres, por lo que no debe creerse que el viaje hacia el oriente fuese una cuestión masiva.

Las causas que impulsaban a los altos dignatarios religiosos también hay que encontrarlas más allá del puro sentimiento piadoso. Uno de los principales objetivos que perseguían los reformadores eclesiásticos de la época era una elevación en la reputación de la Iglesia, por lo que el peregrinaje significó la posibilidad concreta de enaltecer el prestigio de la Iglesia frente a los fieles.

Las peregrinaciones a Jerusalén constituyen un viaje que se da entre dos mundos distintos: el Oriente y el Occidente. El otro tipo de viaje religioso característico del período es aquel que se produce totalmente dentro del ámbito europeo occidental: el viaje desde un país determinado hasta un centro de peregrinación ubicado tanto dentro del mismo país de origen del viajero, como dentro de otro estado europeo.

El viaje religioso, de carácter masivo, acabó por lograr que se produjera un floreciente culto de reliquias y sitios de peregrinaje, lo que generó un hecho interesante: distintas ciudades que declaraban ser depositarias de los verdaderos despojos mortales de un mismo mártir. Se produjo entonces una situación análoga a la que sucede hoy en día con los destinos turísticos modernos, el competir entre sí para captar contingentes de turistas; los beneficios obtenidos por el peregrinaje se hacían presentes dentro de las poblaciones de destino, y es así que se buscaba afanosamente captar la atención devota del individuo (Corti, 1978).

Pero las reliquias no sólo permanecían inmóviles a la espera de los visitantes. También, ellas mismas realizaban viajes circulares: se las hacía viajar para recoger limosnas, las cuales eran destinadas a la construcción o al embellecimiento de las iglesias. Por este motivo, por ejemplo, las reliquias de San Lobo –arzobispo de Sens- viajaron por toda Francia recolectando dádivas (Réau, 1956). Hacia finales del siglo XIII, existían en Occidente unos 10 000 sitios que se consideraban como digno objeto de peregrinación cristiana.

Al igual que a lo largo de la historia de la civilización occidental, durante el Bajo Medievo se viajaba hacia determinados lugares urbanos y rurales por motivos variados, fuesen éstos de carácter político, comercial, religioso, educativo u de otro tipo. Pero el alcance y la diversidad del viaje van

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

en aumento. Eventos, como festividades o ferias, que se desarrollaban en ciertas ciudades atraían visitantes procedentes tanto de medios rurales como de otras ciudades.

Las peregrinaciones continuaron siendo importantes al igual que en los períodos precedentes. Las consecuencias de los movimientos religiosos en Europa son claramente observables. Los viajes religiosos no sólo favorecieron la aparición de toda una serie de servicios destinados a la satisfacción de las necesidades del viajero. También desempeñaron un papel destacado en el movimiento de metal precioso. El dinero gastado por los peregrinos ricos en el viaje a Roma y Tierra Santa reforzaba los flujos comerciales de plata hacia Italia.

Ningún destino de peregrinación alcanzó tanta importancia en Occidente como Roma, seguido por Santiago de Compostela. Así, puede afirmarse que el centro ideal del mundo medieval, más allá de las consideraciones oriente-occidente, fue el Mediterráneo, que incluía: Jerusalén, donde Cristo nació, vivió y murió; a Roma, donde se produjo el martirio de Pedro, y donde reside el sucesor de él; y Santiago de Compostela, donde se encuentran los restos del apóstol Santiago.

La peregrinación, fundamentalmente aquella intra-europea, acabó por crear toda una serie de caminos especiales, vías de peregrinos, a través de los cuales aparecieron y se desarrollaron hospitales y albergues que ofrecían sus servicios, sumándose a los brindados por los monasterios.

Las variantes del viaje relacionado a la religión eran realmente muchas: viajes de personas y viajes de reliquias, circulares o sólo de ida, intraeuropeos o hacia Levante, de tipo pancristiano o menos cosmopolitas. A partir del contexto político-religioso y de la proliferación de la vida monasterial, comenzaron a aparecer caminos que ligaban a varios centros eclesiásticos importantes. Estos caminos comenzaron a tener una gran importancia cultural, por ser expresión de una época marcada por la fe, en la que el cristianismo moldeó a Europa según su concepción. Los santuarios y los sitios de peregrinación permitían tangibilizar aquellas manifestaciones espirituales existentes dentro la historia de la cristiandad.

Como se mencionó antes, entre los puntos de destino de los peregrinos para sus viajes se encontraban Roma, Tours, Canterbury, Santiago de Compostela y Jerusalén. Sin embargo, éstos no resultaron los únicos lugares de peregrinaje, si bien serán los principales. Existieron muchos otros santuarios que ejercieron una determinada atracción para que los peregrinos cristianos se

trasladasen hacia ellos. Entre los situados en Francia, son dignos de mencionarse Chartres, Clermont, Le Puy, Poitiers, Saintes, Conques, Moissac y Toulouse. Chartres, por ejemplo, era una pequeña ciudad situada al sudoeste de París, de la cual se decía que la Virgen había visitado el lugar personalmente; como consecuencia, los ciegos, cojos, enfermos y afligidos devotos lo hicieron meta de peregrinación.

En Inglaterra, los peregrinos viajaban hacia Durham en busca de la tumba de San Cutberto, a Westminster a visitar la tumba de Eduardo el Confesor, a Bury a visitar la de San Edmundo, hacia Glastonbury para visitar la iglesia fundada allí presuntamente por José de Arimatea. Por último, en Italia los creyentes se veían atraídos por la iglesia y los huesos de San Francisco en Asís, y por la Santa Casa en Loreto, que los fieles creían que era la misma donde vivieron María con Jesús en Nazaret.

4. Crisis y renovación de la religión cristiana y de los viajes con motivación religiosa (1453 – 1950)

El fin de la Edad Media, marcada por la caída del Imperio Bizantino en 1453, trae consigo cambios en los viajes religiosos, ya que el espíritu del Renacimiento modificó las inquietudes del hombre europeo. La religión deja de estar en el centro de la preocupación de los ciudadanos, tanto de manera individual como colectiva, y ello coincide con el comienzo de los grandes descubrimientos geográficos, que cambiarán la faz del mundo conocido hasta entonces. Esto significa que el sentido y la orientación de quienes se ven impulsados por razones materiales o espirituales a caminar, encaminan sus pasos al Nuevo Mundo.

El Renacimiento se traduce en un individualismo desenfrenado que se materializa en el capitalismo incipiente apoyado en el ascenso social de la burguesía. Individualismo también en lo político que pone fin a las aspiraciones de unidad imperial y espiritual. Asimismo, trae consigo una transformación de la iglesia, ya que había surgido una fuerte contestación popular frente a la jerarquía eclesial, a la que se acusaba de haber renegado del ideal apostólico de pobreza. De esta protesta, surge un renovado espíritu de la pobreza, de la que nacieron las órdenes de franciscanos y dominicos.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Estas órdenes mendicantes desempeñaron un papel muy importante, porque contribuyeron sensiblemente a la decadencia del universalismo eclesiástico al propugnar una iglesia despegada del poder y de los bienes temporales. De manera posterior, tiene lugar la reforma protestante en la segunda mitad del siglo XVI, y con ella las guerras de religión que asestaron un duro golpe a las peregrinaciones.

Por todo ello y al margen de la Reforma protestante, fue lógico que en el campo católico, ya cuando el hombre renacentista empezará a aparecer, hubiera reacciones contra ese estado de cosas y que, en lo concerniente al peregrinaje, se dieron dos de relevancia. Por un lado, aparecieron nuevas formas de peregrinación y, por otra parte, empezaron a surgir críticas acerbas y sarcásticas por parte de los humanistas. Críticas que, más tarde, la iglesia asumió de forma parcial al poner atención sobre los excesos en la veneración de santos y reliquias que, de manera fácil, podían derivar en la superstición (Esteve, 2002).

Ya en plena época barroca, la crisis económica, la inseguridad de los caminos, la potenciación de la vida urbana, el centralismo creciente de la administración, dan lugar a la incrementación y gran desarrollo de procesiones, fenómeno religioso limitado a un tiempo y un lugar concreto, donde tales manifestaciones religiosas eran controladas por los poderes civiles como por los eclesiásticos.

La reacción contra las “luces”, que se tradujo en la llegada del romanticismo ya a finales del siglo XVIII, pero sobre todo a principios del XIX, puso de moda una vez más la Edad Media. Y en esa especie de vuelta a lo medieval, una manifestación religiosa tan característica de esta época, como lo fueron las peregrinaciones, renacen, al calor del renacer de las tradiciones populares.

De igual manera, la nueva espiritualidad romántica se enlaza con la necesidad de un proceso de “nueva evangelización” europea debido a las circunstancias derivadas de la descristianización padecida tras la Revolución Francesa. Y en la consecución de ese objetivo, la recuperación de las viejas tradiciones católicas es instrumento fundamental. De ahí que los territorios de la vieja cristiandad sean el escenario privilegiado de una masiva recuperación de los antiguos peregrinajes que se inscriben en las viejas tradiciones de la piedad popular. Desde mediados del siglo XIX, se produjo en materia de devoción, como en tantas otras, una evolución profunda y duradera.

Por otro lado, el renacer religioso y la reconstitución de numerosas órdenes religiosas portadoras de ese “espíritu romano” favorecedor de la liturgia y de las devociones romanas, impulsan las grandes peregrinaciones regionales. Pero de forma particular en Francia, entre 1846 y 1870 la devoción a la Virgen conoce un resplandor sin precedentes derivado del hecho de la proclamación de la Inmaculada Concepción y de la triple aparición de la calle “du Bac”, de la Salette y de Lourdes.

Otras circunstancias que contribuyen a este renacimiento de las peregrinaciones son el desarrollo de los ferrocarriles a partir de 1848, y de manera posterior, el fervor de los gobiernos con respecto a las personas de la iglesia.

No se puede dejar de mencionar el surgimiento de los peregrinajes especializados, entre los que eran novedad, los de carácter obrero organizados de manera particular en Francia, ya a finales del siglo, con destino a Roma para facilitar el contacto de los trabajadores con León XIII, el “Papa de los Obreros”, o las peregrinaciones de enfermos en grupos organizados que se dirigen a Lourdes.

Y mientras surge una nueva modalidad de acontecimiento materialista como fueron las exposiciones universales que atrajeron a miles de personas ansiosas de conocer los avances de la ciencia y de la técnica, desde el ámbito religioso nacen también los congresos eucarísticos en el contexto de la lucha contra el racionalismo y el ateísmo que iba poco a poco invadiendo las sociedades occidentales.

5. El turismo religioso y la multifuncionalidad de los espacio sagrados (1950 a la actualidad)

Las guerras mundiales frenan la recuperación de las peregrinaciones, entre el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, donde se produce una cierta crisis de los lugares cristianos de peregrinación. Sin embargo, es ya en la segunda mitad del siglo XX, coincidiendo con una renovación del europeísmo, con el surgimiento del movimiento de integración económica en Europa, entre 1950 y 1970 se constata un nuevo periodo de crecimiento, asociado a la frecuentación de algunos grandes santuarios europeos como el propio Vaticano u otros centros de peregrinación mariana como Lourdes, Czestochova y Fátima, e hispanoamericanos como Guadalupe y Lujan en México y Argentina, respectivamente. De hecho, en las últimas décadas, un desarrollo rápido de estos centros de peregrinación católicos tuvo lugar durante el pontificado de Juan Pablo II (Gil, 2006).

En la actualidad, los lugares sagrados se han transformado en puntos de encuentro de turistas, movidos por la peregrinación, la búsqueda de experiencias religiosas, la apreciación del lugar como espacio en sí y su significado cultural, y un sinnúmero de personas movidas por la curiosidad de lo sagrado. A todo ello, ha contribuido la comercialización de la religión y la marquetización de los actos religiosos masivos.

En este punto, cabe afirmar que la idea de peregrinación ha existido siempre en la historia de la humanidad. Y es el turismo religioso un término de reciente creación vinculado al despertar de los turismo postfordistas. Una peregrinación se define como un viaje que se emprende para llegar a un lugar considerado sagrado. Este viaje se emprende por motivos religiosos. El turismo religioso debe de considerarse como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales (*op. cit.* 2006).

Así, turismo y religión aparecen otra vez estrechamente imbricados en un renovado peregrinaje en el que la motivación espiritual, tanto en sus aspectos culturales como en los relacionados con una nueva forma de experimentar el contacto con la naturaleza o de aproximación y vivencia religiosa, se configura en origen de desplazamientos turístico-religiosos que van e irán en aumento (Esteve, 2002).

1.2. Experiencias y perspectivas temáticas

En la actualidad, millones de personas al año realizan desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa a diversos y muy variados santuarios, en torno a los que se han ido desarrollando dinámicas sociales, económicas, culturales y espaciales muy singulares. Estos procesos en las últimas décadas han sido estudiados por diversos autores latinoamericanos, y en años recientes, autores europeos, los cuales han tratado la conceptualización del turismo religioso, así como sus delimitaciones, alcances e importancia en la sociedad. A partir de estas aseveraciones, se analizan algunas investigaciones que anteceden a la presente, y de manera posterior se revisan algunas de las perspectivas cognoscitivas relacionadas con la actividad turística religiosa.

1.2.1. Experiencias investigativas

Estudiar las relaciones entre el turismo y la religión, con sus peregrinaciones y sus encuentros, se ha vuelto de interés al crecer de manera considerable el turismo religioso, no sólo en los países desarrollados, sino también en los países en desarrollo. Además de que se ha internacionalizado, al pasar de un turismo en gran parte nacional a un turismo en el que convergen diferentes nacionalidades, e incluso en algunos destinos, diferentes espiritualidades y religiones. Es en este contexto que en España se comienzan a realizar trabajos con diversos enfoques, aunque se consideran escasos en contraposición a los múltiples estudios que existen en el mundo anglosajón o en Latinoamérica. Estas investigaciones, según su vertiente, se han clasificado de la manera siguiente:

A. Vinculo entre turismo cultural y turismo religioso

Entre las vertientes que han seguido las investigaciones realizadas, una de las primeras que se encuentran es aquella que vincula el turismo religioso con el turismo cultural. En estos documentos se trata la estrecha relación existente entre los sitios sagrados con una singularidad histórico-cultural, y su atracción por su relevancia religiosa entre la sociedad. Como menciona Hakobyan (2011) 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 destinos y los motivos que mueven a los viajeros hacia estos lugares, ya que se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales y paisajísticos, que interactúan en la intención y la decisión de visita del turista.

Por su parte, Costa (2010) señala que el turismo cultural y religioso es un tema crucial hoy en día, especialmente en las ciudades y lugares donde se asocia la presencia de patrimonio religioso con la fe correspondiente y las prácticas religiosas. Pone de ejemplo a la ciudad de Braga en Portugal, donde existe una estrecha relación entre los fenómenos culturales y religiosos y el desarrollo de actividades turísticas. La otra ciudad que considera en que existe esta relación es Santiago de Compostela, un ejemplo único y un icono de una ciudad cultural por excelencia, características principalmente apoyadas por el valor de su patrimonio histórico, vinculado a los caminos de Santiago y al culto religioso de los Apóstoles.

Otra investigación, que ha destacado la relación entre estas dos tipologías del turismo es Porcal (2006) en su trabajo “Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra, las Javieradas como caso de estudio”. Donde menciona que en la actualidad, buena parte de los destinos de peregrinación son espacios religiosos y culturales que tienen un uso turístico, lo que significa que poseen un carácter plurifuncional en donde, al menos, conviven ambas funciones, la religiosa y la turística. Ello se halla en concordancia con el auge y la generalización del turismo, con la creciente diversificación de espacios turísticos, con la búsqueda de productos menos estandarizados y más singulares acordes con los cambios en las motivaciones de la demanda, con el dinamismo del turismo cultural y religioso.

Asegura lo anterior al considerar la amplia denominación de patrimonio cultural, el cual integra el patrimonio etnográfico y dentro de éste las actividades que son o han sido expresión relevante de la cultura tradicional del pueblo español en sus aspectos materiales, sociales o espirituales (art. 46 de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español). En este contexto, asevera que el turismo religioso se halla en la actualidad estrechamente ligado al turismo cultural y la peregrinación constituye una manifestación del primero, una forma de viaje religioso.

B. Rutas turísticas religiosas

Estas investigaciones hacen referencia a uno de los productos turísticos, que de manera reciente se han desarrollado en torno al turismo religioso. Las rutas turísticas surgen con el principal objetivo de dinamizar este turismo, y de fomentar la visita a los distintos santuarios que tiene una región determinada, y también como una acción para recuperar antiguas rutas de peregrinaciones.

Una de las rutas que han desarrollado en España ha sido La Ruta de los Conventos, la cual comprende, según menciona Nieto (2011), el sur de la Provincia de Salamanca y el Norte de la Provincia de Cáceres. En ella existen diversos elementos religiosos vinculados a la inherente necesidad de dioses en los que creer y a los que rendir culto, pero también a visionarios, profetas y leyendas que aun se recuerdan para justificar la presencia de construcciones religiosas y monásticas.

Entre las leyendas que motivaron la creación de los principales elementos religiosos de La Ruta de los Conventos, está la de la profetisa Juana, en la cual cuenta que la noche de su muerte regresó a la

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

vida, y comunicó noticias importantes para su pueblo, además que a su muerte llegarían algunas desgracias a sus familiares como castigo divino a una herencia mal adquirida.

En cuanto a los santuarios que constituyen esta ruta se encuentran en la provincia de Salamanca el Monasterio franciscano de Nuestra Señora de Gracia, municipio de San Martín del Castañar; San José de Batuecas, en La Alberca; Peña de Francia en El Cabaco; El Zarzoso, El Maillo; Casa baja, Herguijuela de la Sierra; Cenobio, convento Basilio de Belén, Endrinal; El Mesegal, Cepeda; Ermita de San Marcos, Cabrerizos; Oratorio de Fray Luis, Huerto de Fray Luis. Dentro de la Provincia de Cáceres se hallan el Convento trinitario Iglesia y hospedería, Hervas; Convento de Nuestra Señora de los Ángeles de la Bien Parada, Abadía; y el Convento del Cerro de los Ángeles, Pinofranqueado (Ovejuela).

Parellada (2009), por su parte, menciona como ruta el itinerario espiritual de Santa Teresa en Ávila, que fue organizada a petición de una parroquia de la Comunidad de Madrid. Este recorrido se hace desde la casa natal de la Santa, pasa por la Iglesia de San Juan, la Encarnación, San José, un callejo intramuros y el románico abulense, acompañado de la lectura de textos originales de Santa Teresa y de la exposición de datos históricos, artísticos y teológicos, que ayuda a entender la simbología en torno a ésta.

Una de las rutas de más reciente creación es la organizada bajo el título “La Ruta de los Tres Templos, un viaje interior” que en palabras de los organizadores es una ruta para los días de viento y lluvia poco adecuados para las actividades al aire libre, que se convierte en una buena alternativa el completar una de las rutas más emblemáticas de Guipúzcoa, País Vasco.

La “Ruta de los Tres Templos” tiene un contenido de carácter turístico-religioso, por el hecho de que se plantea la promoción turística de las comarcas en las que se desarrolla, pero también se inserta en un contexto de carácter religioso, puesto que gira en torno a tres iglesias. A su vez, también pretende potenciar, a partir de ese eje, los valores culturales, y el patrimonio cultural y artístico de las tres comarcas que están en torno a los templos (Romo, 2000).

De esta forma, cada uno de los templos tiene un significado religioso, pero también cultural y monumental importante, ya que, por un lado, son monumentos de renombre en el País Vasco, y por otro, son la expresión de la religiosidad en tres momentos de la historia vasca y guipuzcoana,

expresada mediante tres estilos arquitectónicos distintos. Además del significado religioso existe también una dimensión sentimental, ya que San Ignacio de Loyola es patrono de Guipúzcoa y Vizcaya, y Arantzazu patrona de Guipúzcoa.

En esta ruta, se incluyen el santuario de Loyola, Azpetia, la Basílica de Nuestra Señora de Arantzazu, Oñati, en un recorrido a través del valle del Urola hacia el Alto Deba, y la ermita de Nuestra Señora de La Antigua, Zumarraga, todos ellos dentro de la Provincia de Guipúzcoa, los cuales son considerados un legado cultural (*op. cit.*, 2000).

C. Santuarios marianos

La otra vertiente, en que se han centrado los trabajos sobre turismo religioso, es la enfocada en los santuarios marianos. Estos son aquellos santuarios en donde se venera alguna advocación de la Virgen María, los cuales se encuentran asociados a leyendas donde se presenta la virgen y determina donde se edificará el sitio en el que se le rendirá culto.

Uno de los trabajos dedicado a un santuario mariano, es el de la Virgen de Montserrat (Mare de Déu de Montserrat, en catalán) localizado en la región de Cataluña. Señala Cánoves (2006) en su texto que a una hora de la ciudad de Barcelona se encuentra la montaña Sagrada de Montserrat y la Basílica del Monasterio Benedictino que alberga el Santuario de la Virgen de la Moreneta (Montserrat), que es la Patrona de Cataluña. Expone que dicha virgen, llamada de manera popular “La Moreneta”, por el color ébano del material con la que fue tallada, policromada y dorada, que data de finales del s. XII o inicios del XIII, es una de las más conocidas y veneradas por los catalanes.

El Santuario de la Virgen de Montserrat, es centro de peregrinaje desde tiempos antiguos y uno de los más conocidos en Cataluña; su origen es la ermita de Santa María. Existe evidencia histórica de que en el año 888 fue establecida en Montserrat una capilla dedicada a la Madre de Dios. Doscientos años más tarde, en 1025, unos monjes Benedictinos establecieron un monasterio allí y se hicieron cargo del santuario y de los visitantes que llegaban cada mes para honrar la antigua estatua de Nuestra Señora. De esta ermita no quedan vestigios, pero sí de la construcción gótica posterior del S. XII. La Virgen de Montserrat fue declarada Santa Patrona de la Diócesis de Cataluña por León XIII.

Otro de los trabajos dedicados a un Santuario mariano, es el que se encuentra enfocado a la Virgen del Rocío, en el que Villa (2006) indica que el santuario, se encuentra emplazado en el triángulo de la Baja Andalucía, conformado por la desembocadura del río Guadalquivir, en el que convergen las provincias de Huelva, Sevilla y Cádiz. Como casi todos los santuarios, éste está muy determinado por sus condiciones geográficas, físicas y humanas.

La Virgen del Rocío es indisociable de su santuario representado a la par por la ermita y el lugar. Según su leyenda, la Virgen elige este poblado como sitio para erigir su ermita, y desde entonces han evolucionado entrettejidos, ciudad y ermita, perpetuándose hasta hoy en el mismo emplazamiento y adoptando la misma denominación: Rocío y Madre de las Marismas. Juntos se han descrito en casi todas las fuentes, se han pintado en los simpecados más tradicionales, en los grabados costumbristas y, de manera más reciente, se han fotografiado y filmado.

A lo largo de su historia, la Virgen ha ocupado tres ermitas de dimensiones y morfologías más modestas que la actual, que ha cambiado su denominación de ermita por la de iglesia o santuario. La inauguración, en 1969, del actual santuario supuso un cambio fundamental en el paisaje de la aldea; de hecho creó una imagen nueva de La Madre y del entorno de la Virgen que, sin embargo, se ha blindado como la tradicional al coincidir con la popularización de esta romería y, sobre todo, con su difusión en la televisión.

Por otra parte, se encuentran de manera somera, algunas referencias respecto a la devoción de la Virgen de Arantzazu, en la provincia de Guipúzcoa. Según describe Kortadi (1993), el encuentro de una imagen gótica de la Virgen por un pastor sobre un espino y un cencerro colgado en el mismo, en el año de 1469, es el que da inicio al culto de Arantzazu.

Pronto, devotos y peregrinos comenzaron a acudir al lugar sagrado y éste comenzó a convertirse en el símbolo de una nueva era que cerraba una larga y violenta Edad Media en la que el País Vasco se vio envuelto por diversas luchas. Arantzazu comienza a ser centro y polo de referencias para las miles de personas de todo el país, para emigrantes y extranjeros de todo el mundo. Clero y pueblo construyen, en un primer momento, una ermita para cobijar e instalar la imagen de Nuestra Señora.

D. Festividades religiosas

Las festividades religiosas han sido de manera tradicional muy celebradas y han atraído a multitud de personas. Éstas han sido objeto de estudio del turismo religioso, que ha llevado a escribir diversos textos con la descripción de estas festividades y de su impacto en la sociedad así como de su aprovechamiento como recurso turístico.

Esteve (2009) señala en su trabajo “Orígenes del aprovechamiento turístico de la Semana Santa Andaluza” que la “fiesta”, sea religiosa o profana tuvo, tiene y tendrá, como fenómeno social que es, un contenido de múltiples dimensiones, todas ellas de gran importancia, en el que lo material ocupa un lugar destacado. En este contexto, la ritualización de la dialéctica entre la muerte y la vida, en la gran fiesta de la primavera, la Semana Santa se convierte en símbolo de identidad, con la que el pueblo andaluz proyecta de manera simbólica su propia existencia de marginación y opresión.

Se determina que los inicios de esta celebración, están en una devoción que, en lo relativo a las cofradías de Semana Santa, tenía una dimensión de cuarenta pasos o misterios desfilando el Viernes Santo desde 1765. Pero en realidad cuando se puede hablar con propiedad de unas estrechas relaciones entre la actividad turística y la Semana Santa es a partir de la existencia de unos medios de transporte que hacen factible el desplazamiento masivo de personas de unos lugares a otros, además de la rapidez y seguridad del mismo

Es en la década de 1920 que se confirma Málaga como destino turístico invernal. Entre los elementos importantes están las procesiones de Semana Santa, que propiciaron la promoción turística de los primeros años, aunque sus desfiles se consolidaron de forma plena en la década de 1930. No obstante, si bien hoy en día en Sevilla la Semana Santa es un motivo de atracción turística fundamental para la ciudad, en Málaga no ha alcanzado la proyección turística que sin duda tiene.

Por su parte, Porcal (2006) hace referencia a las Javieradas en Navarra, como fiesta religiosa importante de esta región de España. En este documento menciona que cuando uno pierde la memoria pierde su identidad y olvida lo aprendido. Tal vez, por eso, los pueblos se aferran a sus tradiciones, para continuar existiendo y evitar el riesgo de padecer un olvido cultural.

En Navarra, las tradiciones y la religiosidad popular se encuentran aun arraigadas y, entre otras consideraciones, ello quedó plasmado en un amplio espectro de acontecimientos festivos. Fiestas y tradiciones que, es evidente, forman parte del acervo cultural de toda región, al componer un patrimonio cultural intangible. Son, sin lugar a dudas, los San Fermín, la fiesta por antonomasia y la que posee una mayor proyección internacional, tal y como lo testimonia el hecho de que haya sido declarada de manera oficial Fiesta de Interés Turístico Internacional. Pero a esta fiesta patronal, que cada año acoge a miles de turistas de todo el mundo, se suma un amplio abanico de manifestaciones festivas menores, en donde, a menudo, lo popular y lo místico o religioso aparecen entremezclados.

Junto con las fiestas religiosas vinculadas a El Corpus, Semana Santa, Navidad y La Asunción, existen en Navarra numerosas romerías y peregrinaciones, que se celebran en ermitas y santuarios y que atraen a una creciente cantidad de visitantes; entre ellas destacan las de Ujué, Roncesvalles, Nuestra Señora de Muskilda y las Javieradas. Se aprecia que, a diferencia de lo que sucede en otras regiones, en Navarra las romerías tienen un carácter esencialmente religioso y penitencial, además de que gozan de una gran difusión. Caminantes descalzos portando grandes cruces, encadenados, romeros encapuchados con túnicas y cordones de esparto, rezos, cantos y silencios, son algunos elementos comunes en ellas.

E. Turismo religioso no católico

La mayoría de los trabajos relacionados con el turismo religioso, se encuentran orientados a entender los procesos relacionados con la religión católica. Sin embargo, existen otras religiones y manifestaciones del fervor y fe, por lo que se considera de interés hacer mención de los mismos, ya que también se encuentran inmersos en las manifestaciones del turismo religioso.

Una de las investigaciones que se enfoca a otra religión es la de De la Tejera (2010) en la cual hace referencia a las tradiciones religiosas prehispánicas de México, en particular a las practicadas por los Huicholes. Hace mención que se consideraban un pueblo viajero cosmogónico, encargados de garantizar su recorrido por el cielo. Este sentido fue reforzado por la reforma social y religiosa de Tlacaélel bajo el reino de los emperadores Izcóatl, Moctezuma I y Axayácatl a mitad del siglo XV.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

El pensamiento de la etnia Huichol demuestra que en todo su peregrinar de cientos de años han desarrollado una formación cosmogónica y comunicación de las costumbre con sus dioses. Algunos dioses se asimilaron, y se mezclaron entre sí, otros cambiaron con el chamanismo, el cantador, el embrujo, el curandero. Se humanizaron el chacal, el venado y el coyote, el resultado que se tiene en la actualidad es la Gran Peregrinación a Wiricuta, una infinidad de mitos y leyendas.

El gran viaje de la peregrinación de los Huicholes representa un sendero para encontrar las puertas en el desierto que abren caminos espirituales con sus vías naturales como el Peyote. Son peregrinajes periódicos de esta etnia, en la búsqueda de su gran viaje cosmogónico religioso. Aun en la actualidad, los indios mexicanos mantienen el uso del cactus alucinógeno en sus ceremonias religiosas, como un medio de comunicación con sus Dioses, pero no como droga.

Es en la peregrinación a Wiricuta, que los indios recogen en cestas el cactus alucinógeno que se localiza en determinados puntos del desierto del Potosí, donde su consumo proporciona las visiones más acentuadas y facilita el contacto de los Huicholes con los espíritus de sus antepasados. La peregrinación de Wixárica se convierte en uno de los acontecimientos más importantes de su vida debido al hecho de que el objetivo más conocido de ese viaje es la recolección del peyote.

Pero los Huicholes, en el afán de penetrar poco a poco en el desierto de Potosí, establecen una relación de respeto que es considerado con el enigmático nombre de “Wiricuta”. De acuerdo con su tradición, en sus mitos y leyendas, los Huicholes aseguran que deben dejar ofrendas como lo han hecho por siempre sus ancestros. Es así como Wiricuta se convierte en un templo natural sagrado en el infinito desierto en donde existen lugares bien determinados y con accesos específicos, que son conocidos como “Puertas invisibles”, que requieren para su acceso de un adecuado ritual.

Otro de los trabajos que tratan cuestiones de una religión diferente a la católica es el de Pérez (2010) que aborda la comercialización del patrimonio religioso en Cuba, al hacer referencia a los Orishas. Cuando el mercado de las religiones afrocubanas cobró importancia en forma de patrimonio cultural, lo que antes era motivo de marginación fue exaltado como parte de la identidad nacional, nacen instituciones especializadas en proteger, legitimar y perpetuar estas creencias como mercancías, unificando tres elementos que coexistían en este entorno social sin que antes hubiesen tenido conexión directa: religión, patrimonio y turismo.

Desde que en 1991 terminó la prohibición religiosa y se comenzó a explotar las religiones afrocubanas en forma de patrimonio cultural, éstas han prosperado en demasía. Si hasta entonces, sol y playa, y más tarde sol y sexo, eran atractivos axiomáticos, hoy, la vertiente de lo espiritual ha rebasado las fronteras de las mismas instituciones religiosas y gubernamentales, adueñándose de las calles, tiendas, casas y mercados. El resurgir religioso, apoyado por los novedosos procesos y tecnologías de la información con las nuevas dimensiones de las prácticas sociales, ha hecho del patrimonio de saberes y objetos rituales, un instrumento identitario reconocido dentro y fuera del territorio nacional. Las religiones afrocubanas, sin embargo, son íconos representativos de un pasado ancestral y de un presente indómito.

En un contexto como el de Cuba, donde el turismo de sol y playa ya no es suficiente y el consumo sexual se convierte en un fenómeno masivo que amenaza la imagen exterior de la isla, el turismo religioso es visto como una salida (identitaria y económica) para paliar la crisis financiera y reformar la visión que del país se tiene. Comienza la edad de oro de los Orichas, expuestos en galerías de arte, vendidos en mercados locales, casas o tiendas de hoteles, transformados en souvenir a bendecir por iniciados, son exportados por compañías de danza y teatro, ferias de artesanía y talleres especializados.

En el caso de Cuba y del patrimonio religioso como parte del patrimonio cultural, es el turismo la causa de su principal activación. La elección sociocultural hace que esta parte, antes ignorada, se asuma como propia, conservándose y protegiéndose por su rentabilidad, aunque, por el camino se combinen y reinterpreten elementos hasta conseguir un producto aceptable para el mercado.

1.2.2. Perspectivas temáticas

En torno al turismo religioso, se han desarrollado diversas perspectivas temáticas para comprender los procesos y elementos que lo componen. En este apartado, se tratan tres de estas perspectivas, las cuales se consideran son la base de la presente investigación.

I. Peregrinaciones como sistema

La peregrinación es una forma de viaje actual que viene motivada por una opción personal, y que, incluso puede ser considerada como una forma de turismo. Pero también se debe de tener claro que

entre ambos fenómenos existen diferencias. En el estudio de la peregrinación como sistema, hay que tener presente, por un lado, las rutas de aproximación al santuario y de regreso al lugar de residencia habitual, por otro, el santuario y su entorno, y en tercer lugar, el impacto que suponen las peregrinaciones en el contexto del santuario y su entorno. De este modo, el sistema de peregrinación se puede definir a partir de tres elementos: el viaje, el santuario y los propios peregrinos (Romo, 2000).

El primer elemento del sistema de peregrinación es el viaje. La esencia de cualquier tipo de viaje es el movimiento, aunque lo importante es la propia experiencia de viajar, más que el hecho de trasladarse de un punto concreto a otro. Dentro del viaje, hay que diferenciar la ruta de acceso de la de regreso, ya que, aunque el espacio material del camino que se recorre sea el mismo, psicológicamente, son dos recorridos diferentes. Según Turner y Turner (1978), esto es así, porque para el peregrino es más importante la aproximación a la meta, la cual se va ralentizando según el santuario está más cerca, y que supone el entrar en contacto, de forma paulatina, con lo sagrado.

Con relación a la meta, el santuario, se debe de tener presente la multifuncionalidad del espacio sagrado, partiendo del hecho de que la peregrinación es un constructo cultural en el que la experiencia es lo más sobresaliente. Por ello, es importante considerar la situación y localización del santuario y advertir cuál es la significación que se le da, ya que la meta que supone el santuario desempeña unas funciones específicas que se desarrollan en el entorno de ese espacio concreto.

Los peregrinos, en tercer lugar, son personas que entienden el viaje sagrado como una forma límite de ruptura con la rutina y el contexto familiar de la vida ordinaria; es por ello que es necesario tener en cuenta el tema de las motivaciones, así como las acciones que desarrollan en el ámbito del santuario y el impacto resultante de éstas. Por consiguiente, partiendo de las motivaciones del peregrino, se puede establecer una tipología de seis tipos de viaje: devocional, instrumental, normativo, obligatorio, nómada e iniciático (Morinis, 1992).

Así, una peregrinación puede ser de tipo devocional en el caso en el que la meta del peregrino sea la de veneración del santuario, así como del personaje y de la simbología a la que hace referencia. Si el objetivo del peregrino es lograr un bien terrenal, como puede ser el lograr una cura para una enfermedad, sería un viaje de tipo instrumental, además, se debe tener presente que el santuario de peregrinación es un lugar de encuentro entre lo divino y lo humano, incluso se puede ver como una

relación de intereses, ya que se piden ciertos favores a cambio del esfuerzo que ha supuesto la peregrinación hasta el lugar sagrado (Eade y Sallnow, 1991).

El viaje de tipo normativo es aquel que hace referencia a un ciclo, a las celebraciones relacionadas con el ciclo vital o con el calendario anual. En este sentido, se pueden señalar como ejemplos las peregrinaciones y romerías a ermitas o santuarios con motivo de las festividades patronales como San Antonio en Urkiola, y Arantzazu en Oñate, por su festividad.

Aquel que es de tipo obligatorio, es la peregrinación que se emprende por imposición como castigo por las autoridades civiles o como penitencia por las religiosas, como es el caso de la peregrinación a La Meca o algunas cristianas. Si no existe una meta predeterminada, ya que ésta se encuentra en un tiempo y espacio concreto, sino en el propio viaje, se trata de un viaje de tipo nómada. Por su parte el viaje iniciático, es aquel mediante el cual sus participantes buscan la transformación del estatus mediante el viaje.

Por último, algunos autores como Vukonic (1997) no dudaban en identificar la peregrinación con el concepto de turismo religioso, basándose en el hecho de que el comportamiento de peregrinos y turistas es similar tanto durante el viaje, como durante la estancia en el destino, diferenciándose tan solo en las motivaciones.

II. Espacios religiosos y magnetismo espiritual

Para que exista el turismo religioso tiene que producirse un viaje, viaje motivado por la existencia de un espacio que, por una serie de circunstancias especiales, es considerado sagrado. Este espacio sagrado tiene una serie de características, las cuales han sido señaladas por diversos autores como Turner (1988), Cohen (1992) o Preston (1992). Así, a partir del aporte de estos autores, se puede decir que el espacio sagrado es un lugar central con una capacidad de atracción de personas, o lo que es lo mismo, un espacio con magnetismo espiritual.

Un aspecto clave de la teoría de Turner con relación al estudio de la peregrinación es el hecho de localizar los centros religiosos de peregrinación excéntricos a los centros de población, y a los centros sociopolíticos de la sociedad, ya que los santuarios tienden a localizarse en la periferia de las grandes ciudades. Uno de los referentes para Turner es la obra de Mircea Eliade (1957), que

señala que el centro del mundo, se localiza en el centro de peregrinaje, ya que cada peregrinación es un viaje motivado religiosamente al centro mismo del mundo, o hacia una representación de este centro. Por tanto, cada santuario es un centro sagrado, marcado por el espacio en torno a él.

Pero, tal y como señala Cohen (1992), al basar Turner su propuesta teórica en las peregrinaciones cristianas, resulta un punto de partida insuficiente para elaborar generalidades sobre la peregrinación. De este modo, el termino de centros de peregrinación de cristianismo excéntricos, es un concepto aplicable, principalmente al cristianismo, ya que la separación entre religión y política no es un hecho que se dé de forma universal (Romo, 2002).

Al partir de esta idea, Cohen (1992) propone diferenciar dos tipos de centro de peregrinación: los centros formales y los centros populares. Así, los centros formales hacen referencia a los espacios sagrados donde se enfatizan principalmente, las actividades religiosas serias y sublimes, lugares tales como el Muro de las Lamentaciones en Jerusalén, la Kaaba en La Meca o San Pedro en Roma. Como centro popular se entiende aquel en el cual prima lo lúdico y lo folklórico frente a lo serio y sublime. Pero esta polaridad que se crea de forma teórica al señalar centros formales y centros populares define sólo los puntos extremos de un continuo de casos diferentes.

Otro de los elementos que se debe de tener en cuenta en el estudio de los espacios religiosos es el termino de magnetismo espiritual, desarrollado por Preston (1992), que consiste en el poder de atracción de devotos que tiene un santuario. El magnetismo espiritual deriva de manera objetiva del propio lugar de peregrinación, de conceptos evaluables tales como la historia, la geografía o aspectos sociales relacionados con el santuario. A partir de esto, señala cuatro aspectos para definir que es el magnetismo espiritual: las curas milagrosas, las apariciones sobrenaturales, la geografía sagrada y la dificultad de acceso. Se debe señalar, que estas cuatro variables no son exhaustivas, y se podrían buscar otros factores, como por ejemplo la identidad nacional.

El primero de los aspectos hace referencia al magnetismo de lugares tales como estanques o manantiales que atraen al peregrino por haberse producido en ese lugar algún tipo de cura milagrosa. Este es el caso, por ejemplo, de las peregrinaciones a Lourdes o, menos conocido, el caso de Unbe, en Eibar (Guipúzcoa). El segundo aspecto hace referencia al atractivo de lugares en los que la divinidad se ha hecho presente en determinado momento histórico y a determinadas personas, las cuales se convierten en mensajeros e intermediarios entre lo divino y lo humano. En

este sentido, pueden incluirse aquí todos los lugares de peregrinación relacionados con apariciones marianas como Fátima, Lourdes, o Arantzazu.

En cuanto al magnetismo de la Geografía Sagrada habría que decir que espacios como Jerusalén, Roma o La Meca son lugares con un fuerte magnetismo espiritual no porque el espacio geográfico donde se localizan tengan unas características especiales que supongan una dificultad de acceso ni porque existan manantiales con poderes curativos, sino que el magnetismo espiritual de esos lugares radica en la propia historia de los mismos. Así, se han convertido en lugares con un fuerte magnetismo espiritual, como síntesis del aporte de las diferentes civilizaciones que han transformado en sagrados esos espacios.

Por último, algunos sitios tienen un magnetismo espiritual por la dificultad que supone su acceso, por el factor riesgo y la penitencia que conlleva el salvar los obstáculos, hasta llegar al lugar sagrado en el que, habitualmente, se puede localizar un santuario. Estas variables de magnetismo espiritual pueden combinarse en determinados centros de peregrinación. El factor común es que un espacio vulgar se transforma en espacio sagrado desde el punto de vista religioso, y esto lo convierte en un lugar de especial interés que puede ser objeto de numerosas visitas, las que conllevan un viaje: el viaje sagrado.

Sin embargo, a lo largo y ancho del mundo, lo que de manera tradicional eran lugares únicamente de culto, se están transformando en destinos turísticos, y la función religiosa tiene que convivir, en varios casos, con la función turística. Por ello, no es extraño que muchas instituciones religiosas tradicionales, se estén adaptando al movimiento turístico, quizás no al ritmo como quisieran algunos de los elementos implicados en turismo, pero se van adaptando.

De este modo, el espacio sagrado se transforma en un espacio multifuncional, en el que el aspecto turístico es uno de los elementos clave, aspecto que puede permitir, no sólo un tiempo de descanso, sino que favorece el desarrollo personal en un proceso que puede integrar también los valores de tipo religioso.

El espacio religioso, en consecuencia, se transforma en un lugar donde es posible desarrollar prácticas de ocio y actividades culturales junto con la práctica religiosa propia del mismo. Hay que tener presente también que el turismo por motivaciones religiosas y el turismo a espacios con

patrimonio religioso dentro del ámbito del turismo cultural son seguramente, unas de las manifestaciones más características relacionadas con los movimientos turísticos.

Ante el doble uso, turístico y religioso, de un entorno concreto, se plantea el reto de mantener las funciones desde las cuales se desarrolló ese espacio y acondicionarlo, a su vez, a las necesidades del turismo. Hay que tener presente el hecho de que no todas las personas que visitan un espacio religioso se pueden considerar turistas, sino que hay que diferenciar varios tipos de visitantes, dependiendo de la motivación de cada uno (Parellada, 2009).

III. Turismo religioso

El término turismo religioso es de reciente creación y vinculado a la revolución de los turismos posfordistas. Parellada (2009) considera que el concepto de turismo religioso emerge en el lenguaje corriente, antes incluso de ser un fenómeno socio-cultural-religioso en sentido propio. Un concepto que aparece en sustitución o en analogía con la peregrinación. De hecho, aparece a menudo y sin advertencia crítica como sinónimo del concepto peregrinación, con una cierta tendencia de querer poner al día formulas antiguas a través de formas de lenguaje modernizado.

A partir de sus primeras enunciaciones o verbalizaciones, el concepto turismo religioso ha sido objeto de reflexión y de conceptualización formal, tanto en el seno de la comunidad científica del mundo del turismo como en las instancias e instituciones sociales, entre las cuales destaca la iglesia por ser pionera en formularlo.

Al repasar diversas maneras en las que se ha definido el turismo religioso, la más sencilla de ellas es partir del hecho de que es una forma de turismo, tal y como señala Fernández Fuster (1985), en el se realizan peregrinaciones o romerías a los centros de atracción de ese carácter, siendo el móvil la salvación del alma.

En la misma línea, se define el término en el diccionario de turismo de Montaner, Antiach y Arcarons (1998), como la actividad turística que consiste en realizar viajes (peregrinaciones) o estancias en lugares religiosos (retiros espirituales, actividades culturales y liturgias religiosas, entre otras), que para los practicantes de una religión determinada supone un fervor religioso por ser lugares sagrados de veneración, o preceptuales según su credo.

Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas del turismo religioso

Se trata, de un concepto complejo, formado por dos entidades, que tienen valor en sí mismas, y que dan lugar a una entidad o realidad nueva. En este sentido, es muy ilustrativo como lo pronuncia Mazza (2007), al determinar que la expresión turismo religioso denota la presencia dinámica de dos factores: el turismo y la religión, combinados de tal forma a un todo unitario (no yuxtaposición de aspectos heterogéneos) que es percibido como un uno por la conciencia subjetiva.

Así, el turismo religioso es una forma de viaje en el que la motivación principal es la religiosa, sin embargo, pueden darse otro tipo de motivaciones, tales como la curiosidad o el interés cultural por ciertas formas de entender el mundo, diferentes a la propia. De este modo, el turismo religioso es aquel que viene motivado, en mayor o menor grado, por cuestiones religiosas; así, a pesar de que el centro sagrado pueda adoptar diferentes formas, tal y como se ha visto antes, siempre ofrece la oportunidad de satisfacer la necesidad que genera el contacto con lo divino (Eade, 1991), aunque no se puede olvidar que el turismo religioso está relacionado con otras formas de turismo, de manera especial con el turismo cultural, así como con el turismo social y de grupos.

Además, el turismo religioso, hoy en día, participa de las mismas formas de organización e infraestructuras que cualquier otra forma de turismo, lo cual lleva de nuevo, a la característica de multifuncionalidad del turismo religioso, tal y como señala Rinschede (1992).

Si bien existen un gran número de publicaciones e investigaciones, de diferentes países y escritas en diversos idiomas, relacionadas con el turismo religioso, para este trabajo se han considerado las principales experiencias y perspectivas escritas en castellano en su mayoría, y en relación directa al territorio español, al encontrarse el Santuario, objeto de esta investigación, dentro de dicho territorio. Además de considerarse, aquellas investigaciones, que tienen una estrecha relación con los fines que persigue ésta.

CAPÍTULO 2. IMPORTANCIA TERRITORIAL DEL TURISMO

2.1. Dinámica mundial

Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una permanente expansión y diversificación, al llegar a ser uno de los sectores económicos más importantes y de mayor crecimiento a escala mundial. De manera paralela, han surgido muchos nuevos destinos al lado de los tradicionales de Europa y América del Norte.

A pesar de perturbaciones ocasionales, las llegadas de turistas internacionales han mostrado un crecimiento casi sin interrupciones, desde 25 millones en 1950, a 277 millones en 1980, 435 millones en 1990 y 675 millones en 2000, hasta el actual billón. Puesto que el crecimiento ha sido rápido en las regiones emergentes del mundo, ha aumentado sin cesar el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo, del 31% al 50% en 2011 (OMT, 2011).

El sector turístico, constituye en la actualidad un sector clave a nivel internacional y nacional. A escala mundial a lo largo de los años, un creciente número de destinos ha realizado inversiones en el desarrollo del turismo, al hacer de éste un soporte fundamental del progreso socioeconómico mediante la creación de puestos de trabajo y de empresas, del desarrollo de infraestructuras y de ingresos.

A partir de la información proveniente de los países de los que se disponen datos, se estima en cerca del 5% la contribución del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) mundial. La contribución del turismo al empleo tiende a ser un poco superior y se valora entre el 6% y el 7% del número total de puestos de trabajo (directos e indirectos) en todo el mundo.

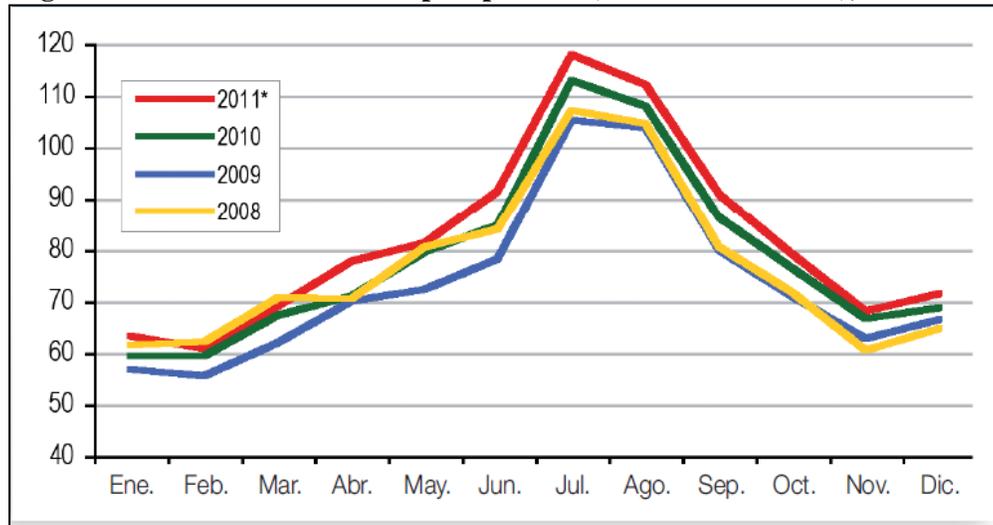
Para las economías adelantadas y diversificadas la contribución del turismo al PIB se sitúa en casi el 2% en el caso de los países en los que el turismo es un sector pequeño y más del 10% para países en los que el turismo constituye un pilar importante de su economía. En cuanto a las islas pequeñas y países en desarrollo, el peso del turismo puede ser aun mayor, al suponer hasta un 25% en algunos destinos.

2.1.1. Llegadas de turistas internacionales

En 2011, el turismo mundial siguió recuperándose de la crisis económica del periodo 2008-2009, aunque el año estuvo marcado por las persistentes turbulencias económicas, los grandes cambios políticos en Oriente Medio y el Norte de África, así como el desastre natural de Japón. En todo el mundo, las llegadas de turistas internacionales aumentaron en un 4.6% para el 2010, donde se alcanzaron 940 millones de llegadas, mientras que para 2011 se tuvo un incremento del 6.4% al registrarse 983 millones de llegadas.

La mayoría de los destinos del mundo que no habían superado los niveles previos a la crisis en 2010, lo hicieron en 2011. De forma contraria a la tendencia prevista a largo plazo, las economías avanzadas registraron un crecimiento del 4.9%, mayor al de las economías emergentes que registraron un aumento del 4.3%, debido en gran parte a los buenos resultados de Europa y las vicisitudes presentadas en Oriente Medio y África del Norte (Figura 2.1).

Figura 2.1. Mundo: turismo receptor por mes (millones de turistas), 2008-2011



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT), 2012

Europa, Asia- el Pacífico, ambas con un incremento del 6%, fueron las regiones que crecieron más deprisa en términos de llegadas de turistas en 2011. Europa creció por encima de lo esperado, a pesar de la constante incertidumbre económica, mientras que las llegadas a Asia y Pacífico aumentaron a un ritmo menor durante 2010, debido en parte al declive temporal del mercado emisor japonés (Cuadro 2.1).

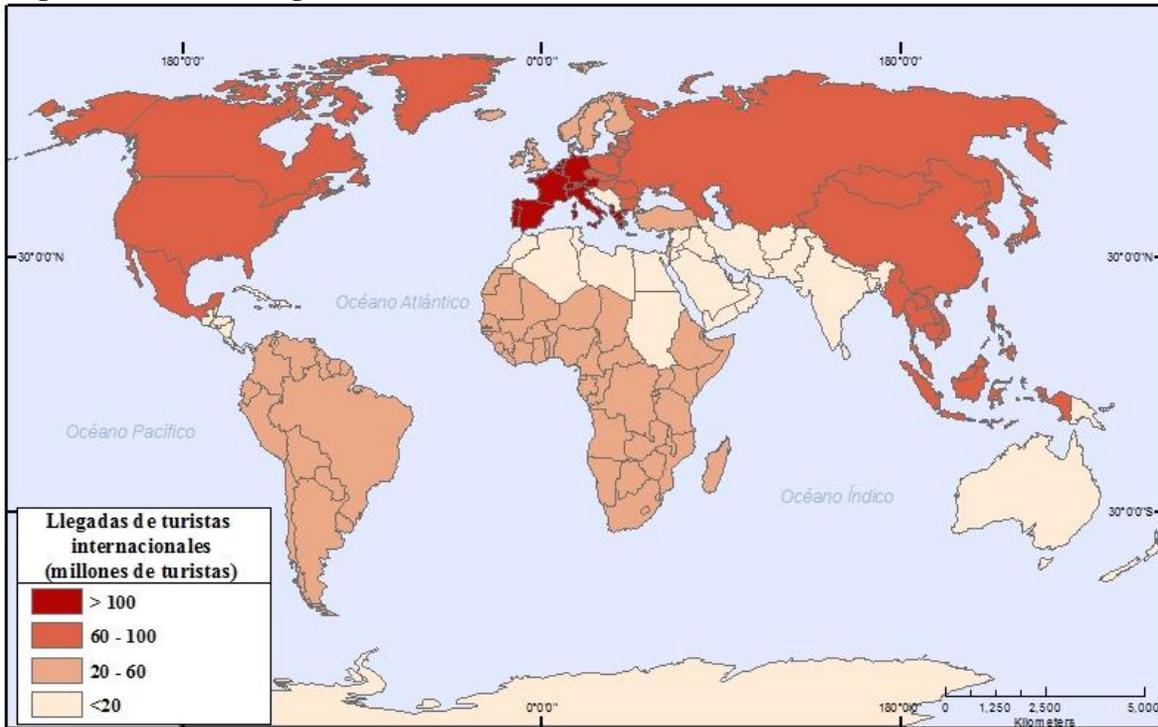
Cuadro 2.1. Mundo: llegadas de turistas internacionales por región de la OMT, 1990-2011

	Llegada de turistas internacionales (millones)							Crecimiento medio anual (%) 05-11
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011	
Mundo	435	528	674	799	883	940	983	3.5
Economías avanzadas	296	334	417	455	475	499	523	2.4
Economías emergentes	139	193	256	344	408	441	460	5
Por regiones de la OMT								
Europa	261.5	304	385.1	440.7	461.7	474.8	504.1	2
Europa del Norte	28.6	35	43.4	56.1	56.1	56.1	59.3	0.9
Europa Occidental	108.6	112.2	139	141	148.5	153	159.1	1.9
Europa Central/Oriental	33.9	58.1	69.3	90.4	92.6	95.7	103.5	2
Eur. Meridional/Medit.	90.3	98.1	132.6	152.5	164.5	169.1	182.2	3.1
Unión Europea	230.1	265	323.7	352.4	356.8	364.9	385.1	1.5
Asia y el Pacífico	55.8	82.1	110.1	153.6	181.1	204.4	217.1	5.9
Asia del Nordeste	26.4	41.3	58.3	85.9	98.1	111.5	115.8	5
Asia del Sudeste	21.2	28.4	36.1	48.5	62.1	69	77.2	8.1
Oceanía	5.2	8.1	9.5	11.1	10.9	11.6	11.7	1
Asia Meridional	3.1	4.2	6.1	8.1	10.1	11.5	12.4	7.2
Américas	92.8	109.1	128	133	141	150	156.6	2.7
América del Norte	71.7	80.7	91.5	89.9	93.1	99.2	101.7	2.1
El Caribe	11.4	14.1	17	18.8	19	20	20.8	1.7
América Central	1.9	2.6	4.3	6.3	7.6	7.9	8	4.7
América del Sur	7.7	11.7	15.3	18.3	21.4	23.6	25.8	5.8
África	14.8	18.8	26.2	34	45.9	49.7	50.2	6.3
África del Norte	8.4	7.3	10	13.9	17	18.8	17	3.5
África Subsahariana	6.4	11.5	16	20.9	28.3	31.1	33.1	7.9
Oriente medio	9.6	13.7	24.1	36	52.8	60.3	55.4	7.3

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

Las llegadas a las Américas, con un crecimiento del 4%, se vieron impulsadas por América del Sur con un aumento del 9%, que siguió encabezando el crecimiento en la región por segundo año consecutivo. Los levantamientos populares en diversos países de África y Oriente Medio, durante 2011, provocaron un bajo aumento en el turismo de ambas regiones. África registró un ligero incremento del 1%, debido a la pérdida de visitantes en el Norte, mientras que Oriente Medio sufrió un descenso del 8% en las llegadas (Figura 2.2).

Figura 2.2. Mundo: llegadas de turistas internacionales (millones de turistas), 2011



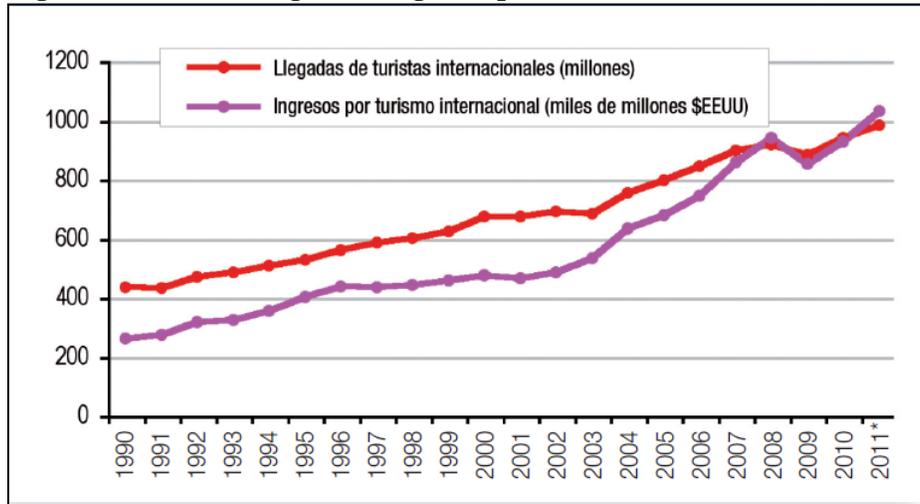
Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

2.1.2. Ingresos por turismo internacional

Para 2011, los ingresos por turismo internacional alcanzaron la cifra record de 1.03 billones de dólares (740 000 millones de euros), a partir de los 927 000 millones de dólares (699 000 millones de euros) de 2010, se tiene un crecimiento del 3.9% en términos reales (al ajustar las cifras, respecto a las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación). Mientras las llegadas de turistas internacionales incrementaron en un 4.6% en 2011 hasta alcanzar 983 millones (Anexo 1). Estos datos confirman la intensa correlación existente entre ambos indicadores, aunque el aumento de los ingresos tiende a ir ligeramente detrás del crecimiento de las llegadas en tiempos de restricciones económicas (OMT, 2011).

Por regiones, las américas registraron el mayor crecimiento de ingresos con un 5.7% para 2011, seguidas de Europa con un 5.2%, Asia y el Pacífico 4.4%, y África con un 2.2%. Tan sólo Oriente Medio registró un decremento en sus ingresos con una caída del 14%. Europa ostenta la mayor cuota de ingresos por turismo internacional, con 463 000 millones de dólares (333 000 millones de euros), que representa el 43% del total de ingresos para 2011 (Figura 2.3).

Figura 2.3. Mundo: llegadas e ingresos por turismo internacional, 2011



Fuente: OMT, 2012

En segundo lugar se encuentra la región de Asia y el Pacífico con un 28% de los ingresos mundiales, que representa 289 000 millones de dólares (208 000 millones de euros) y en tercer lugar se encuentran las américas con 199 000 millones de dólares (143 000 millones de euros) que corresponde al 19% del total de ingresos a nivel mundial. Por último, Oriente Medio obtuvo 46 000 millones de dólares (33 000 millones de euros) por ingresos de turismo internacional, que es un 4% del total de ingresos, y África el 3% con 33 000 millones de dólares (23 000 millones de euros) (OMT, 2012).

Los gastos por visitante en alojamiento, manutención, transporte interior, entretenimiento y compras son un componente importante de la economía de muchos destinos, al generar empleo y oportunidades para el desarrollo, necesarios en varios países. En 2011, tanto los destinos emergentes como los avanzados, registraron aumentos significativos en sus ingresos. En cerca de 85 países los ingresos originados por el turismo internacional superaron los mil millones de dólares en 2011.

Para los países de destino, los ingresos por turismo internacional se contabilizan como exportaciones y comprenden las transacciones generadas por visitantes que pernoctan y los que no. No obstante, no incluyen el gasto en transporte internacional de pasajeros contratado en empresas fuera del país de residencia de los viajeros, que figura en una partida diferente (transporte internacional de pasajeros) (Cuadro 2.2).

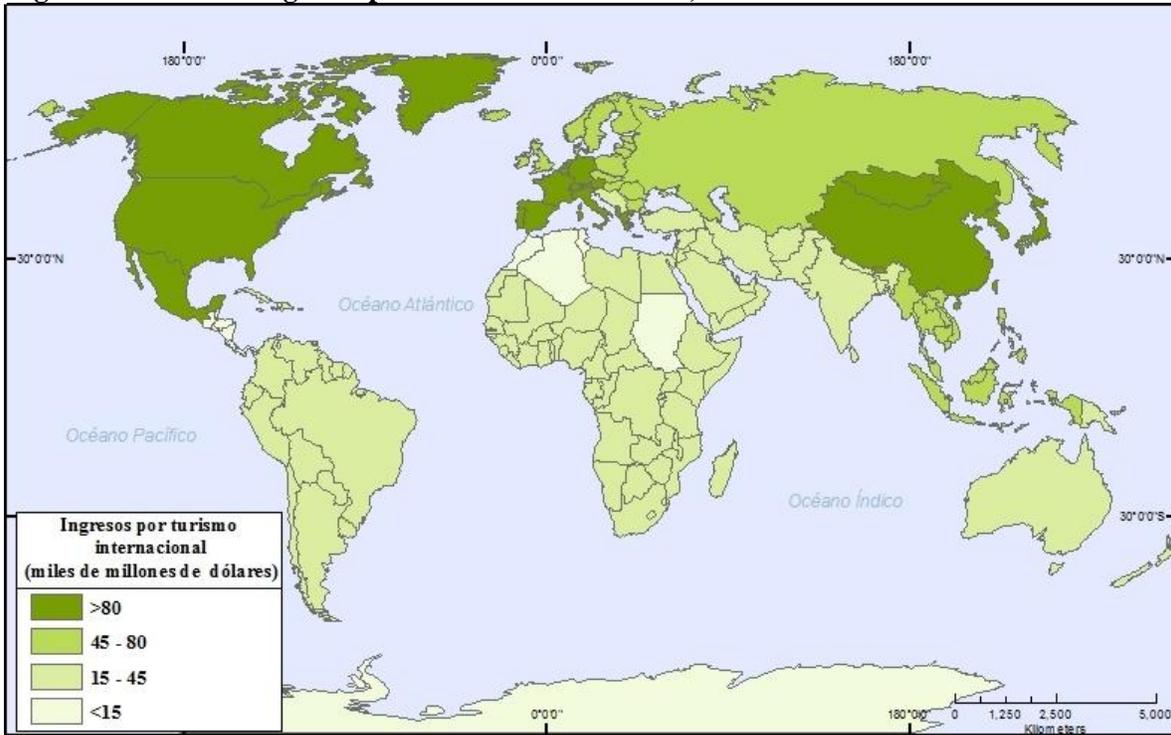
Cuadro 2.2. Mundo: ingresos por turismo internacional, 2010-2011

	Ingresos por turismo internacional				Cuota de mercado (%)
	(miles de millones de dolares)		(miles de millones de Euros)		
	2010	2011	2010	2011	
Mundo	927	1030	699	740	100
Economías avanzadas	589	664	444	477	64.5
Economías emergentes	338	366	256	263	35.5
Por regiones de la OMT					
Europa	409	463	309	333	45
Europa del Norte	61	70	46	50	6.8
Europa Occidental	142	160	107	115	15.6
Europa Central/Oriental	48	56	36	40	5.4
Eur. Meridional/Medit.	158	177	119	127	17
Unión Europea	335	377	253	271	36.6
Asia y el Pacífico	255	289	192	208	28.1
Asia del Nordeste	129	143	97	103	13.9
Asia del Sudeste	69	82	52	59	7.9
Oceanía	39	42	29	30	4
Asia Meridional	19	23	14	17	2
Américas	181	199	136	143	19.3
América del Norte	131	145	99	104	14.1
El Caribe	23	24	17	17	2
América Central	7	7	5	5	0.7
América del Sur	20	23	15	17	2
África	30	33	23	23	3.2
África del Norte	10	9	7	7	0.9
África Subsahariana	21	23	16	17	2
Oriente medio	52	46	39	33	4.5

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

El valor de exportación del transporte internacional de pasajeros, en 2011, se ha estimado en cerca de 196 000 millones de dólares (141 000 millones de euros). En este sentido, los ingresos totales por turismo internacional, incluido el transporte internacional de pasajeros, llegaron a 1.2 billones de dólares (841 000 euros) en 2011. El turismo internacional contribuye con 3 400 millones de dólares (2 400 millones de euros) al día a los ingresos mundiales de exportación (OMT, 2012) (Figura 2.4).

Figura 2.4. Mundo: ingresos por turismo internacional, 2012



Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

2.1.3. Principales países turísticos y con mayores ingresos

Al hacer una clasificación de los principales destinos del mundo, en términos de turismo internacional, siempre es preferible tener en cuenta más de un indicador. Si la clasificación se hace según los dos indicadores clave del turismo (llegadas internacionales e ingresos por turismo internacional), ocho de los diez primeros destinos aparecerán en ambas listas, aunque muestren diferencias marcadas en cuanto al tipo de turistas que atraen, la duración media de estancia y el gasto por viaje y pernoctación. En el caso de ingresos por turismo internacional, los cambios no sólo reflejan los resultados relativos, sino también (en considerable medida), las fluctuaciones del tipo de cambio de la moneda de cada país con respecto al dólar estadounidense.

Francia sigue ocupando el primer puesto en cuanto a llegadas de turistas internacionales con 79 millones de turistas y el tercero respecto a ingresos con 54 000 millones de dólares, mientras que Estados Unidos de América está a la cabeza en ingresos con 116 000 millones de dólares y en segundo puesto en llegadas con 62 millones de turistas (Cuadro 2.3).

Cuadro 2.3. Mundo: ranking llegadas de turistas internacionales, 2011

Llegadas de turistas internacionales			
Rango	Millones de turistas		
	2010	2011	Variación (%)
1. Francia	77	80	3
2. Estados Unidos	60	62	4.2
3. China	56	58	3.4
4. España	53	57	7.6
5. Italia	44	46	5.7
6. Turquía	27	30	8
7. Reino Unido	28	30	3.2
8. Alemania	27	28	5.5
9. Malasia	25	25	0.6
10. México	23	23	0.5

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

España para 2011, era el segundo país que más ingresos obtenía a nivel mundial y el primero de Europa con 60 000 millones de dólares, situándose en la cuarta posición en términos de llegadas con 57 millones de turistas. China continua en el tercer puesto en cuanto a llegadas con 58 millones de turistas, y en cuarto por ingresos con 48 000 millones de dólares, mientras que Italia sigue en quinto lugar tanto en llegadas con 46 millones de turistas, como de ingresos con 43 000 millones de dólares (Cuadro 2.4).

Cuadro 2.4. Mundo: ranking Ingresos por turismo internacional, 2011

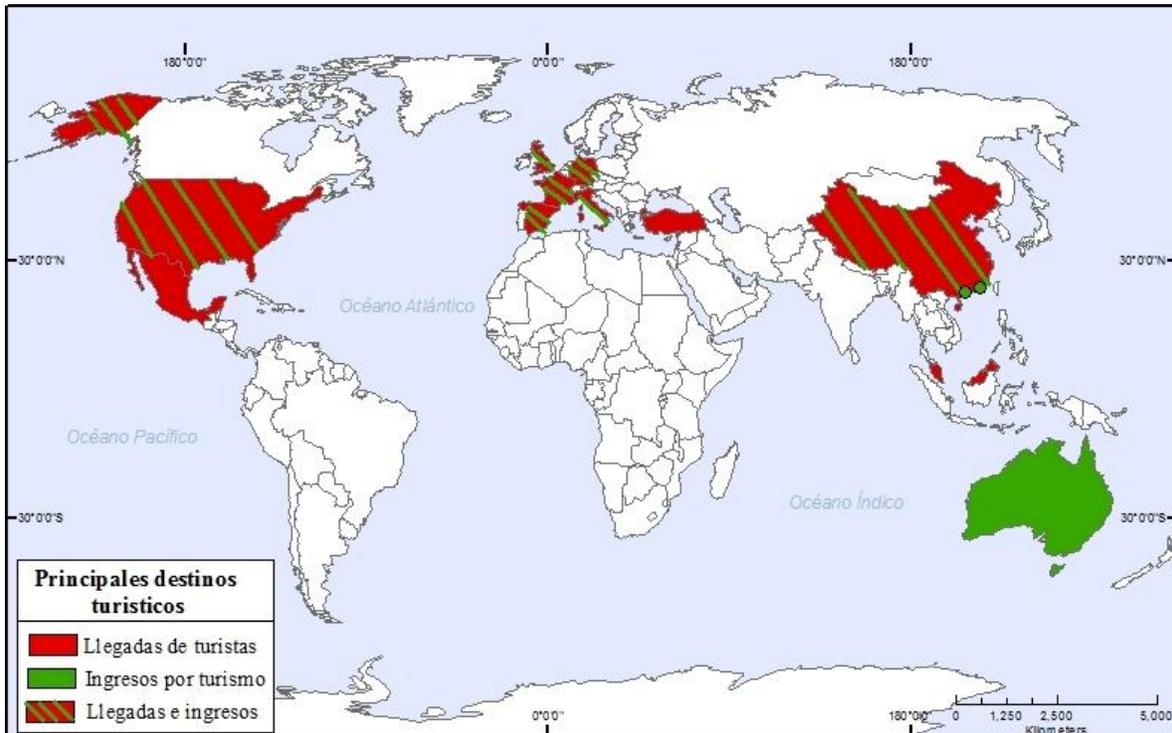
Llegadas de turistas internacionales			
Rango	Ingresos (miles de millones de dólares)		
	2010	2011	Variación (%)
1. Estados Unidos	104	116	12.3
2. España	53	60	14.1
3. Francia	47	54	15.6
4. China	46	49	5.8
5. Italia	39	43	10.9
6. Alemania	35	39	12.1
7. Reino Unido	32	36	10.9
8. Australia	30	31	5.5
9. Macao (China)	28	28	...
10. Hong Kong (China)	22	28	24.7

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

Turquía subió una posición hasta situarse en sexto lugar por número de llegadas y duodécimo por ingresos. El Reino Unido es el séptimo tanto en llegadas como en ingreso. Alemania sigue ocupando el octavo puesto en cuanto a llegadas de turistas y sexto en cuanto a ingresos, mientras

que Malasia es noveno y decimocuarto, respectivamente. Australia, Macao (China) y Hong Kong (China) completan la lista de los diez primeros países por ingresos ocupando los puestos octavo, noveno y decimo, respectivamente, mientras que México cerraba la lista por llegadas en décima posición (Figura 2.5).

Figura 2.5. Mundo: principales destinos turísticos por llegadas internacionales e ingresos, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

2.1.4 Turismo emisor a nivel mundial

La inmensa mayoría de viajes internacionales tienen lugar dentro de la propia región del viajero, originándose casi cuatro de cada cinco llegadas de todo el mundo en la misma región. De forma tradicional, los mercados emisores de turismo internacional han sido, en gran medida, las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, gracias a mayores niveles de renta disponible, muchas economías emergentes han experimentado un elevado crecimiento económico en los últimos años, especialmente en ciertos mercados de Asia, Europa Central y del Este, Oriente Medio, África Meridional y América del Sur (Cuadro 2.5).

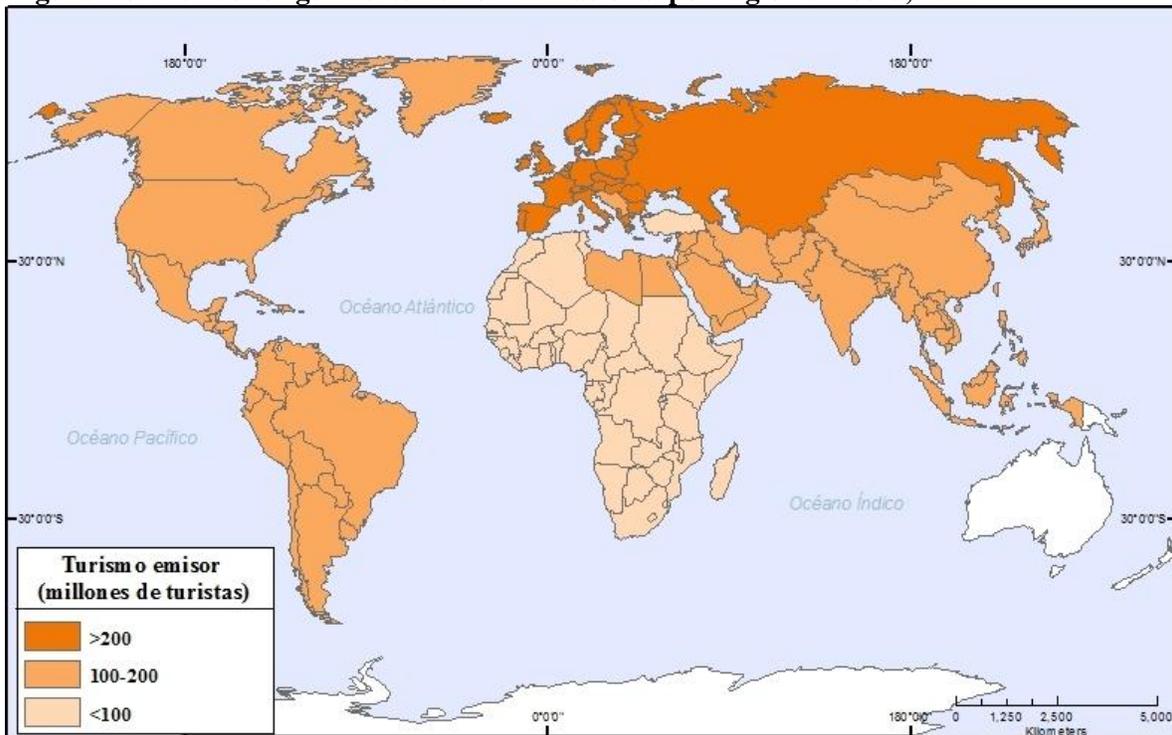
Cuadro 2.5. Mundo: origen del turismo por región emisora, 1990-2011

	Llegadas de turistas internacionales (Millones)						Cuota (%) 2011	Crecimiento medio anual (%) 2005-2011
	1990	1995	2000	2005	2010	2011		
Mundo	435	528	674	799	940	983	100	3.3
Origen:								
Europa	251	303	389	449	493	517	52.5	1.9
Asia y el Pacífico	59	86	114	153	204	215	21.9	5.9
Américas	99	109	131	137	156	162	16.5	2.9
Oriente medio	8	9	14	23	36	36	3.7	8.1
África	10	12	15	19	28	29	3.1	7.2
Origen no especificado	8	9	11	18	23	24	2.4	
Misma región	349	423	532	630	724	764	77.7	3.3
Otras regiones	78	97	130	151	193	196	19	4

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

Europa sigue siendo en la actualidad la mayor región emisora de turistas del mundo, generando algo más de la mitad de las llegadas internacionales, seguida de Asia y el Pacífico con un 22%, las Américas emiten un 16%, Oriente Medio un 4%, y África se coloca en último sitio con un 3% (Figura 2.6).

Figura 2.6. Mundo: origen del turismo internacional por región emisora, 2011

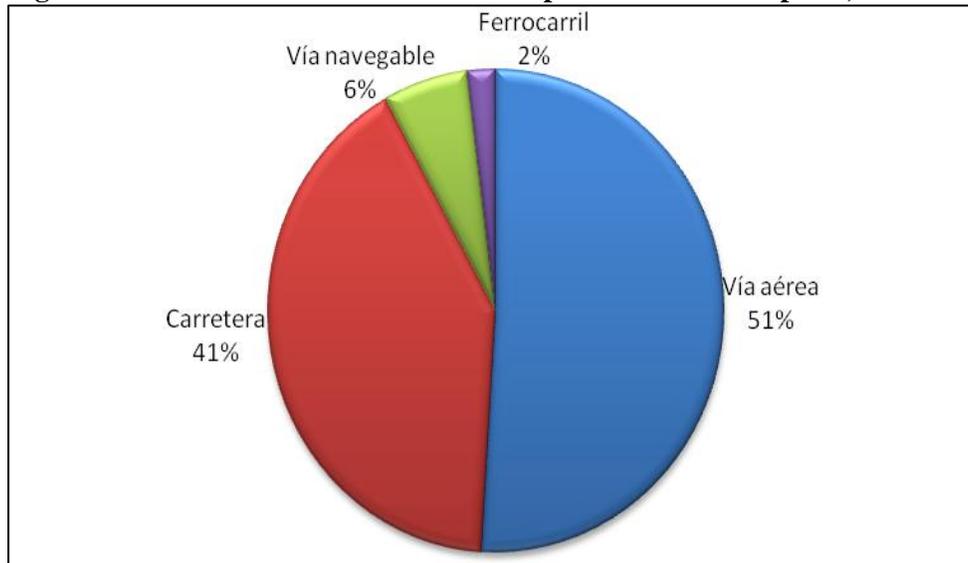


Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

2.1.5. Turismo internacional por medio de transporte y motivo de visita

En 2011, algo más de la mitad de los viajeros llegaron a sus destinos en transporte aéreo con un 51%, mientras que el 49% lo hizo en transporte terrestre, ya sea por carretera un 41%, ferrocarril el 2%, o vía acuática que representó el 6%. Con el tiempo, la tendencia ha sido hacia un crecimiento del transporte aéreo ligeramente superior al del transporte terrestre dando lugar al aumento gradual de la proporción del transporte aéreo en el total (Figura 2.7).

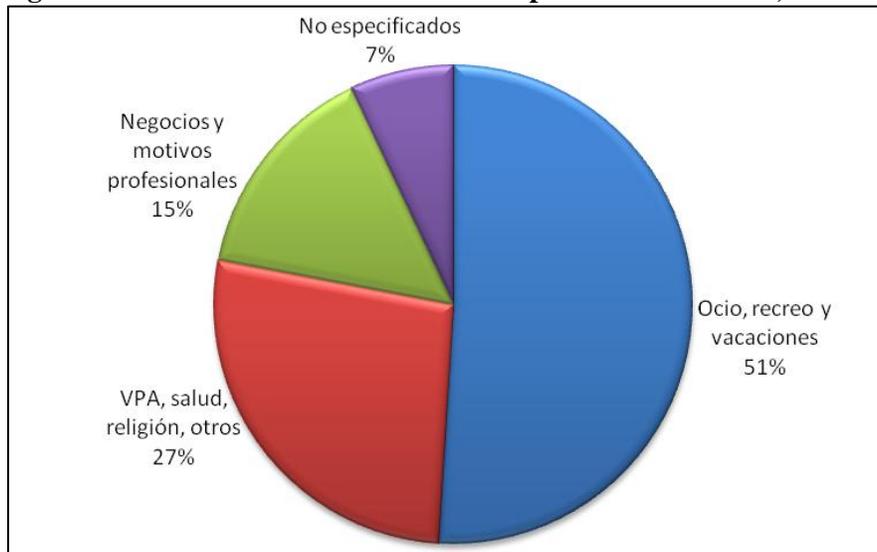
Figura. 2.7. Mundo: turismo internacional por medio de transporte, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

Para 2011, los viajes de ocio y recreo supusieron algo más de la mitad de todas las llegadas de turistas internacionales, correspondientes a 505 millones de llegadas, que equivalen al 51%. Cerca del 15% de los turistas internacionales indicaron que viajaron por negocios o motivos profesionales, y el 27% (265 millones de llegadas) lo hicieron por otros motivos, tales como visitas a parientes y amigos, motivos religiosos o de peregrinación, tratamientos de salud, entre otros. El objeto de la visita del 7% restante de las llegadas no se especificó (Figura 2.8).

Figura 2.8. Mundo: turismo internacional por motivo de visita, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012

2.1.6. Situación territorial del turismo religioso a nivel mundial

En la actualidad, el turismo ya no se encuentra enfocado sólo al turismo tradicional, ofertado por las zonas de litoral, sino que se ha diversificado. Entre los sitios que han cobrado importancia en los últimos años, son los relacionados con el turismo religioso. Dentro de los que se han colocado como destino preferencial, aquellos cuya singularidad es uno o varios elementos religiosos, donde se ha logrado desarrollar dinámicas muy particulares.

El turismo religioso, al igual que el turismo, empezó su distensión a principios del siglo XIX con la extensión del ferrocarril en todo el mundo, que facilitó el transporte y rebajo los costes, y desde entonces evolucionó hasta convertirse en masivo. En respuesta a la fuerte demanda, el turismo religioso cuenta con una oferta cada vez mas articulada, propuestas variadas y que van innovando.

Según las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la segunda motivación por la que se movieron las personas, incluyendo motivos religiosos o de peregrinación, visitas a parientes y amigos, tratamientos de salud, entre otros, que corresponde al 27% del total de las llegadas de turistas internacionales.

La peregrinación de los fieles a lugares santos es una tradición milenaria. Desde Santiago de Compostela a Kumba Mela, India, pasando por El Vaticano, Jerusalén o La Meca, generaciones de creyentes han dejado su huella durante siglos en la búsqueda de Dios. Masas de hombres y mujeres dispuestos a un viaje interior, que en los últimos años han despertado un interés cada vez mayor de la industria turística (Sociedad especializada, 2007).

En todo el mundo, estas expresiones religiosas se ven reflejadas en cierto tipo de acto religioso multitudinario, en el cual la comunidad fiel realiza cierta actividad en nombre de su Dios. Además de las diversas festividades que cada religión posea, muchas de éstas incluyen las llamadas peregrinaciones, que son grandes viajes realizados por devotos hacia lugares específicos, siendo estos últimos sitios especiales, que alguna vez tuvieron relación con algún hecho significativo dentro de la historia de la religión de procedencia.

El turismo religioso es el cruce entre dos tópicos que hasta hace poco parecían irreconciliables. La imagen de turista evoca esparcimiento y consumo, mientras que la de peregrino está ligada al compromiso, la fe y el ascetismo. Pero en las últimas décadas, el sector turístico ha sabido adaptar sus propuestas a las necesidades de esta demanda espiritual.

En la actualidad, se encuentran decenas de lugares que son, año tras año, destinos de peregrinación por parte de devotos religiosos, quienes se trasladan cientos de kilómetros para rendir homenaje y devoción a sus dioses. Estas peregrinaciones son realizadas cada año y tienen, por lo general, una tradición que se remonta décadas, siglos e incluso milenios atrás (Turisfera, 2008).

No obstante, muchas de estas peregrinaciones y sitios de peregrinaje no son exclusivos de fervientes devotos religiosos. Hoy en día, y debido al desarrollo del transporte y a los distintos factores históricos, culturales y artísticos que rodean a estas actividades, estas peregrinaciones son también objetivo de turistas, quienes quieren conocer un poco más sobre este tipo de expresiones milenarias, las cuales poseen un valor inestimable en cuanto a su valor cultural.

Hoy, más que nunca, el número de personas que realizan este tipo de actividades, ha aumentado de manera considerable. Estos cambios han supuesto también una modificación y alteración en los principales destinos turísticos de peregrinaje que existen alrededor del mundo (Turisfera, 2011).

Las estadísticas de la Conferencia Internacional de Turismo Religioso revelan que, hoy en día, los viajes por motivos de fe mueven unos 18 000 millones de dólares (13 000 millones de euros) en todo el mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), 300 millones de personas de distintas confesiones se movilizan cada año en peregrinación a algún lugar santo, de los cuales 150 millones son personas relacionadas con la fe cristiana (Cuadro 2.6).

Sólo en Europa, unos 25 millones de cristianos (alrededor del 15% del total) optaron por realizar algún viaje religioso. Además de ser un negocio pujante, contribuye a diversificar y desestacionalizar el turismo, y fomenta la especialización a un número cada vez mayor de agencias y touroperadores.

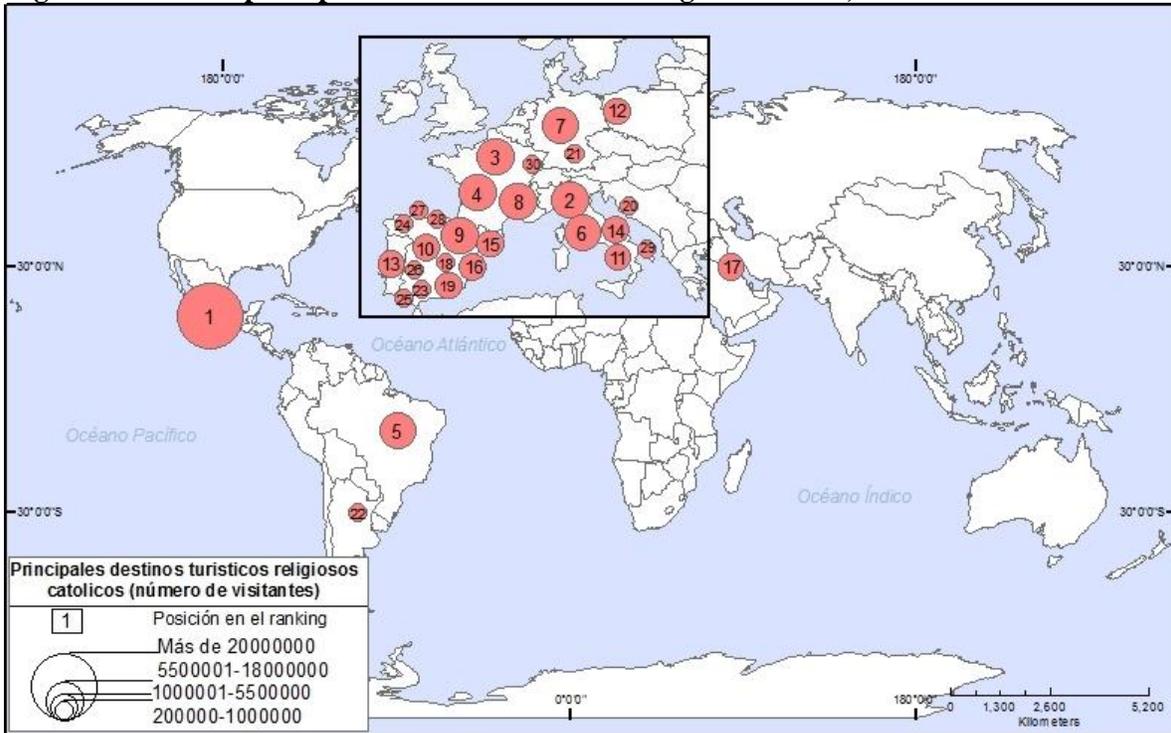
La Basílica de Guadalupe con 20 millones de visitantes, San Pedro del Vaticano con 18 millones de visitas, Catedral de Notre Dame con 13 millones de visitantes son los tres principales sitios visitados en el mundo por turistas y peregrinos (Figura 2.9).

Cuadro 2.6. Mundo: principales destinos de turismo religioso católico, 2012

Lugares santos	Número de visitantes	Lugares Santos	Número de visitantes
1. Basílica de Guadalupe, México	20000000	16. Santuario de Montserrat, Barcelona, España	2500000
2. El Vaticano, Italia	18000000	17. Tierra Santa, Israel	2000000
3. Catedral de Notre Dame, Francia	13000000	18. Catedral de Santa María de la Sede de Sevilla, Sevilla, España	1300000
4. Basílica de Sacré Coeur, Montmartre, Francia	10500000	19. Ermita de El Rocío, España	1000000
5. Basílica Aparecida Do Norte, Brasil	8000000	20. Santuario de Nuestra Señora de Medugorje, Bosnia-Herzegovina	1000000
6. Santuario del Padre Pío, Italia	8000000	21. Basílica de Vierzehnhelligen, Alemania	1000000
7. Catedral de Colonia, Alemania	7500000	22. Basílica de Nuestra Señora de Luján, Argentina	1000000
8. Santuario de Nuestra Señora de Lourdes, Francia	7000000	23. Ciudad Santa Caravaca de la Cruz, España	1000000
9. Basílica de Nuestra Señora del Pilar, España	7000000	24. Monasterio de Santo Toribio de Libena, Cantabria, España	1000000
10. Santiago de Compostela, España	6000000	25. Basílica de Santa María la Real de Covadonga, Asturias, España	900000
11. Basílica de San Francisco de Asís, Italia	5500000	26. Real Monasterio de Santa María de Guadalupe, Extremadura, España	400000
12. Santuario de Jasna Gora, Polonia	5500000	27. Santuario y Basílica de San Ignacio de Loiola, País Vasco, España	200000
13. Santuario de Nuestra Señora de Fátima, Portugal	5000000	28. Santuario de Nuestra Señora de Arantzazu, País Vasco, España	200000
14. Basílica del Santuario de Nuestra Señora de Loreto, Italia	4500000	29. Basílica Patriarcal de Santa María La Mayor, Italia	200000
15. Templo Expiatorio de la Sagrada Familia, Barcelona	3000000	30. Santuario de Nuestra Señora de La Salette, Francia	200000

Fuente: Elaborado sobre la base de: OMT, 2012; Conferencia Internacional de Turismo Religioso, 2012

Figura2.9. Mundo:principales destinos de turismo religioso catolico,2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: Sociedad Especializada, 2007; Turisfera, 2008

Se debe mencionar, que no todas las personas que hacen turismo religioso, tienen un motivo religioso, pero la mayoría de las estadísticas no establece diferencias. Convendría diferenciar entre las personas que hacen turismo religioso y las que hacen turismo cultural, aunque ambas motivaciones son difíciles de discernir.

Algunos miembros de la Iglesia católica han visto a Juan Pablo II como el paradigma del turismo religioso, ya que durante sus veinticinco años de papado, el tercero más largo de la historia, el Pontífice realizó 164 viajes apostólicos fuera de Italia. Debido al compromiso que había adquirido con el turismo, al considerarla como una actividad de gran importancia.

Santuarios marianos

Otros destinos de peregrinación católica son los santuarios marianos. A la Virgen María se le conoce bajo diversas advocaciones. No son “muchas Marías” sino una sola, a quien se conoce según la mirada de cada pueblo, de cada época y de cada presentación. Una advocación mariana es una alusión mística relativa a apariciones, dones o atributos de la Virgen María. La iglesia Católica

reconoce innumerables advocaciones en torno a la figura de la madre de Jesús, a las cuales se rinde culto de diversas maneras.

Existen dos tipos de advocaciones: las de carácter místico, relativas a dones, misterios, actos prodigiosos o fenómenos taumatúrgicos de la Virgen, como Anunciación, Asunción, Presentación, entre otras, y las apariciones terrenales, que en muchos casos han dado lugar a la construcción de santuarios dedicados a la Virgen, como Pilar en España, Lourdes en Francia, Fátima de Portugal, Guadalupe en México, entre otras.

Estas advocaciones a menudo dan lugar a múltiples patrocinios, como “Virgen protectora” de pueblos, ciudades o países, o de unas diversas entidades o cofradías. Las advocaciones marianas se suelen nombrar con las denominaciones “Santa María de”, “Virgen de” o “Nuestra Señora de”. De igual manera, las advocaciones suelen dar lugar en muchos casos a nombres propios femeninos, compuestos del nombre María y su advocación, como María del Carmen, María de los Dolores, María de Lourdes, entre otras. Su celebración, en la mayoría de los casos, se hace de forma conjunta el día 8 de septiembre o primer domingo de septiembre, el día que la iglesia celebra las Apariciones de la santísima Virgen en los mas celebres santuarios.

Algunas de estas apariciones han dado origen incluso a lugares de culto o peregrinación conocidos como Santuarios marianos, algunos de ellos muy famosos como la Basílica de Guadalupe en México, el Santuario de Fátima en Portugal, y el Santuario de Lourdes en Francia. Otras han inspirado la creación de órdenes religiosas como la Orden de las Carmelitas, Orden de los Mercedarios, Orden Dominicana, entre otras, pero la mayoría no han tenido un fin institucional, sino que sirven también, en los casos más conocidos, como destino de peregrinación.

La peregrinación a los santuarios marianos puede indicar una identificación con María en un proceso histórico, que armoniza fe y cultura, palabra revelada e historia actual. Cuando, como ocurre con frecuencia, son numerosos los santuarios marianos de un país determinado, se muestra, con este hecho, que dichos santuarios constituyen una auténtica Geografía de la fe y de la piedad mariana, en las que María precede y acompaña en la peregrinación. Son, entonces, un signo de la presencia de María en la vida de los católicos.

Los santuarios de culto a la Virgen han proliferado en Europa especialmente a partir del siglo XIX, tras la proclamación del dogma de la Inmaculada Concepción. La peregrinación a la Basílica de Nuestra Señora Aparecida, es la segunda en importancia, con una media anual de más o menos ocho millones de visitantes. Es la Basílica de Guadalupe en la Ciudad de México el santuario mariano más visitado en el mundo, al contar con 20 millones de visitas, de las cuales nueve millones se realizan cerca del 12 de diciembre, día en que se festeja a la Virgen María de Guadalupe.

De los treinta principales destinos del turismo religioso católico, diecisiete son Santuarios marianos, dedicados a alguna advocación de la Virgen María. Como se ha mencionado, la Basílica de Guadalupe es el recinto católico más visitado del mundo, y también el Santuario mariano más importante con 20 millones de visitas.

En segundo sitio, se encuentra el Santuario de la Aparecida Do Norte en Brasil, con cerca de ocho millones de visitantes. Le siguen el Santuario de Lourdes en Francia y la Basílica de Nuestra Señora del Pilar en España, ambos con siete millones de visitantes. El Santuario de Jasna Gora en Polonia ocupa el quinto puesto dentro de los principales santuarios marianos a nivel mundial, por recibir a cerca de cinco millones de personas (Cuadro 2.7).

El Santuario de Nuestra Señora de Fátima en Portugal recibe cada año aproximadamente cuatro millones de visitantes en peregrinación el día de su festividad y un millón de visitas el resto del año, un total de cinco millones que coloca a este Santuario en la sexta posición dentro de los principales santuarios marianos a nivel mundial (Figura 2.10).

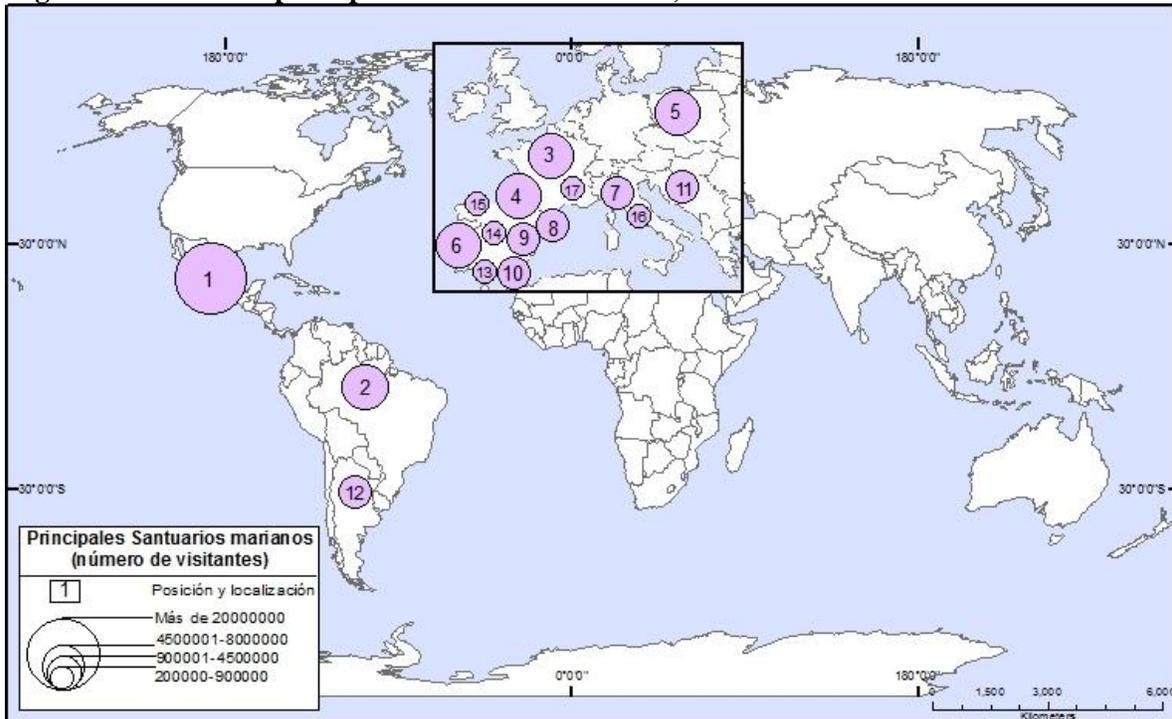
Para completar los diez santuarios marianos más visitados a nivel mundial, se encuentran Nuestra Señora de Loreto en Italia con cuatro y medio millones de personas; le sigue el Santuario de Montserrat en Barcelona con dos millones de visitantes, Catedral de Santa María de la Sede de Sevilla, Sevilla en España con más o menos un millón trescientos mil visitantes, y la Ermita de El Rocío en España con un millón de visitas al año.

Cuadro 2.7. Mundo: principales santuarios marianos, 2012

Lugares santos	Número de visitantes
1. Basílica de Guadalupe, México	20000000
2. Basílica Aparecida Do Norte, Brasil	8000000
3. Santuario de Nuestra Señora de Lourdes, Francia	7000000
4. Basílica de Nuestra Señora del Pilar, España	7000000
5. Santuario de Jasna Gora, Polonia	5500000
6. Santuario de Nuestra Señora de Fátima, Portugal	5000000
7. Basílica del Santuario de Nuestra Señora de Loreto, Italia	4500000
8. Santuario de Montserrat, Barcelona, España	2500000
9. Catedral de Santa María de la Sede de Sevilla, Sevilla, España	1300000
10. Ermita de El Rocío, España	1000000
11. Santuario de Nuestra Señora de Medugorje, Bosnia-Herzegovina	1000000
12. Basílica de Nuestra Señora de Luján, Argentina	1000000
13. Basílica de Santa María la Real de Covadonga, Asturias, España	900000
14. Real Monasterio de Santa María de Guadalupe, Extremadura, España	400000
15. Santuario de Nuestra Señora de Arantzazu, País Vasco, España	200000
16. Basílica Patriarcal de Santa María La Mayor, Italia	200000
17. Santuario de Nuestra Señora de La Salette, Francia	200000

Fuente: Elaborado sobre la base de: 2012

Figura 2.10. Mundo: principales santuarios marianos, 2012



Fuente: Elaborado sobre la base de: 2012

2.2. Sitios preferenciales en España

La demanda turística internacional ha experimentado a lo largo de 2011 una evolución positiva de distinta magnitud, según se han ido desarrollando diferentes acontecimientos a lo largo del año. En este periodo, la entrada de turistas internacionales alcanzó el nivel de 56 millones con un aumento del 7.6%. Este impulso en las llegadas, se ha trasladado al gasto total realizado que creció un 7.9%.

La débil senda de recuperación de la economía mundial que se atisbaba a finales de 2010, sufrió en 2011 una severa parada, volviéndose a recuperar las expectativas negativas sobre una posible recesión. Este contexto ha sido especialmente agudo en el caso europeo, donde el rescate financiero de varios países de la eurozona ha derivado en una crisis institucional con importantes presiones sobre la deuda soberana de países de mayor peso económico, incluido España.

2.2.1. Llegadas internacionales

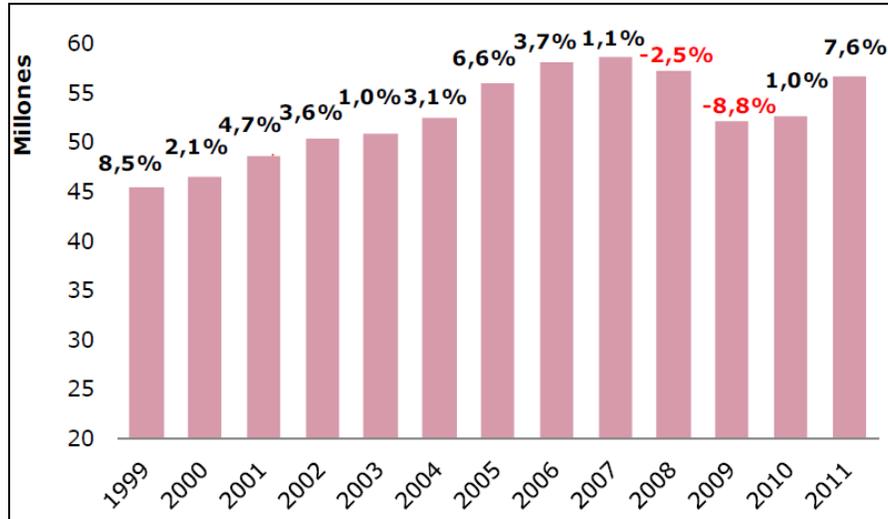
En 2011, visitaron España 56.7 millones de turistas internacionales, un 8% más que en 2010, lo que ha supuesto afianzar la recuperación turística iniciada en 2010, tras dos años consecutivos de descensos, y protagonizar la mayor subida de las acontecidas hasta el momento (FRONTUR, 2012).

La demanda turística internacional se vio influida en 2011 por diferentes acontecimientos desarrollados a lo largo de todo el año, que se pueden agrupar en factores coyunturales y estructurales. Entre los primeros se encuentra el trasvase de turistas que la inestabilidad política del norte de África ha derivado hacia España, así como la repercusión de la Jornada Mundial de la Juventud celebrada en Madrid, en agosto de 2012. Otro factor a tener en cuenta ha sido la vuelta a la normalidad del espacio aéreo internacional, tras las cancelaciones de vuelos que la nube del volcán islandés ocasionó en 2010. Entre los factores estructurales cabe mencionar, los derivados de los efectos de la política de promoción y la diversificación de los mercados emisores.

A partir de 2005, uno de los años más fructíferos desde el punto de vista del turismo receptor, se suceden subidas cada vez menos intensas en cuanto a llegadas, hasta alcanzar el descenso sucedido en 2008, que fue del 2.5%. A este resultado, le siguió la caída de 2009, que resultó la más elevada

de los últimos años, ya que registró una baja del 8.8 %. A partir de este momento, se suceden las subidas de 2010 y 2011 (Figura 2.11).

Figura 2.11. España: llegadas de turistas internacionales, variación interanual, 1999-2011

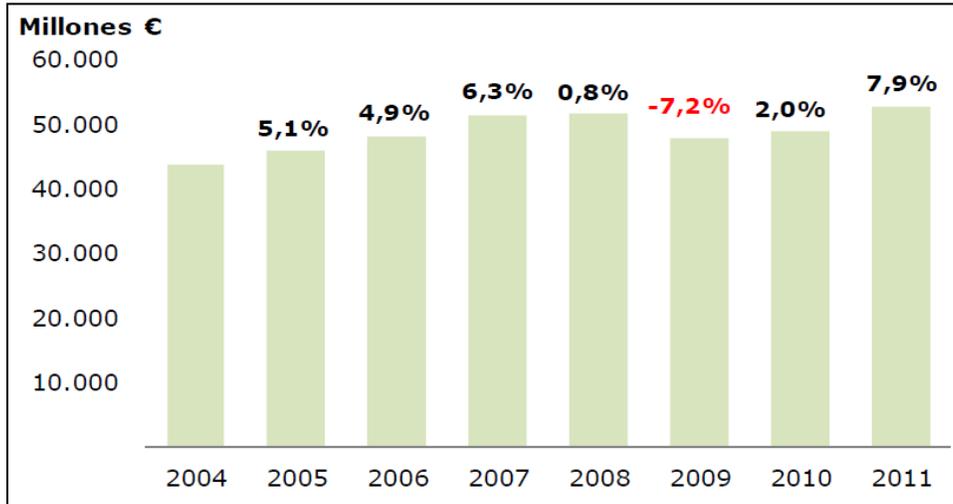


Fuente: IET, Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), 2012

El gasto turístico realizado por estos turistas ascendió a 53 millones de euros, un 8% más que en 2010. Esta subida ha sido ligeramente superior a la llevada a cabo por la cantidad de llegadas, lo que implica que el gasto medio por persona ha permanecido constante hasta alcanzar 934 euros. El gasto medio diario ha crecido respecto a 2010, acompañado por el descenso de la estancia media de los turistas, que se cifra en 9.2 días de media (FRONTUR, 2012).

En 2011, se dio un nuevo máximo histórico en la serie de gasto turístico internacional, superándose la cifra alcanzada en 2008, la más alta hasta el momento. Además, el crecimiento interanual resultó el más elevado de los registrados a lo largo de los últimos años. Los gastos medios (por persona y diario) lograron también máximos históricos en 2011, de tal forma que cada turista gastó este año casi 70 euros más que en 2004, primer año del que se dispone información, y 15 euros más por día, en el mismo transcurso de años (Figura 2.12).

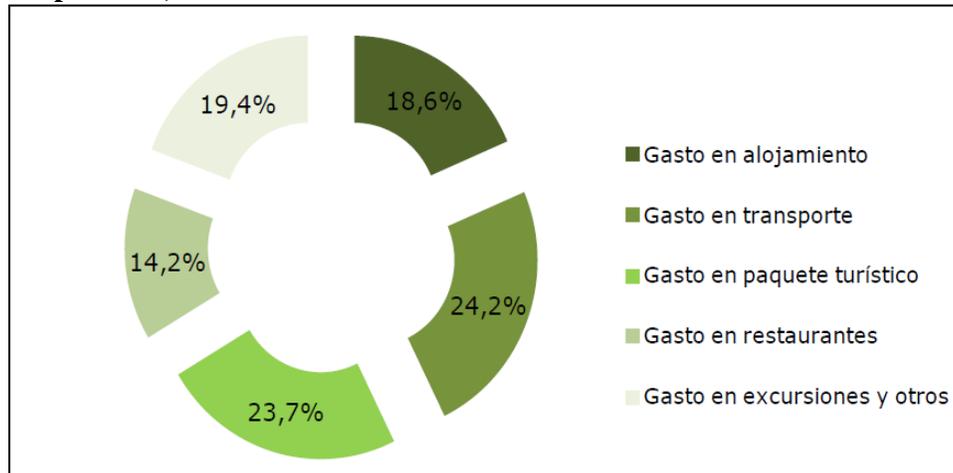
Figura 2.12. España: gasto total de los turistas (millones de euros y variación interanual), 2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Las partidas de gasto que más peso tuvieron en el presupuesto del viaje de los turistas recibidos fueron las asociadas al transporte correspondiente al 24% y al paquete turístico con un 24%. Seguidas de los gastos en excursiones y otros que alcanzaron un peso cercano al 20%, por encima del correspondiente al alojamiento con un 19%. La mayor parte del gasto en transporte se realizó en el país de origen, mientras que el gasto en alojamiento se llevó a cabo en mayor medida en el destino (Figura 2.13).

Figura 2. 13. España: distribución del gasto total de los turistas según componentes, 2011

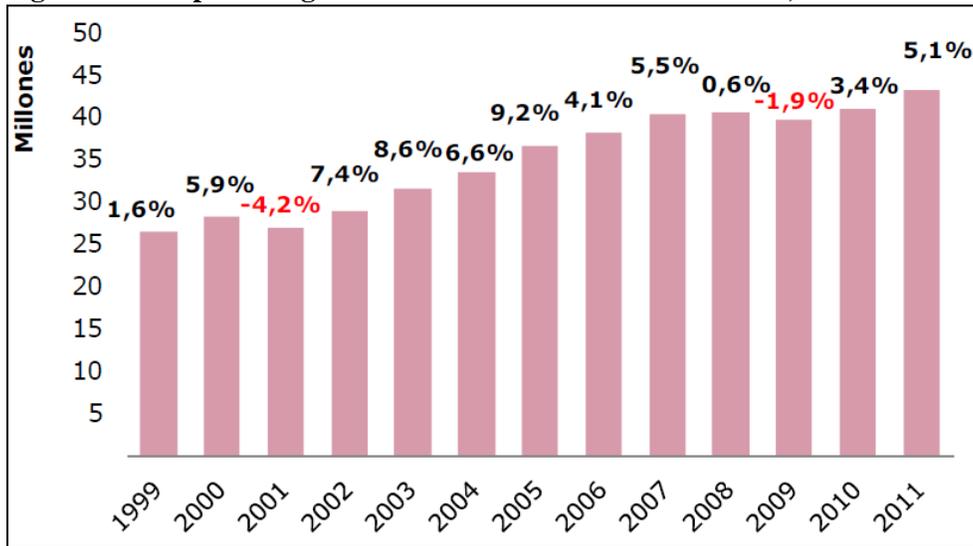


Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Excursionistas

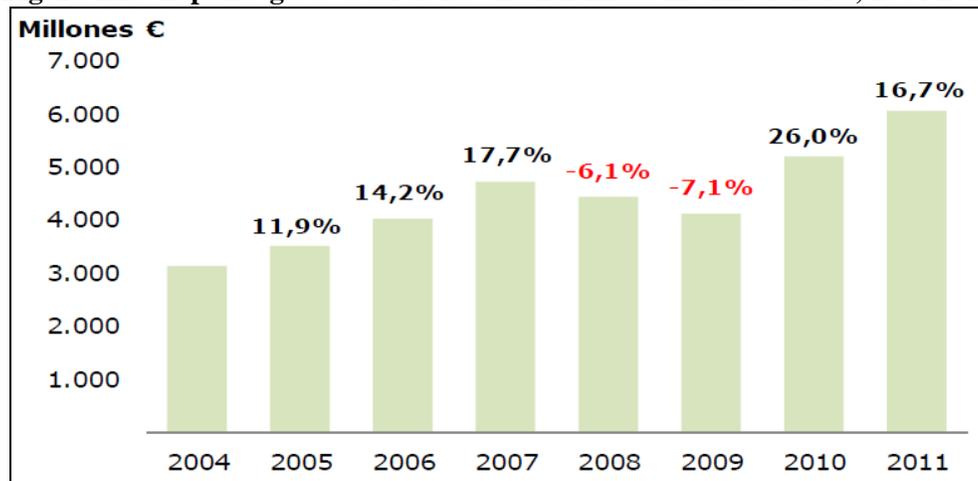
España recibió, en 2011, 43.2 millones de excursionistas, personas que no pernoctaron en su destino, lo que volvió a marcar un nuevo máximo histórico en la serie, tras incrementarse un 5% respecto a 2010. Si se analiza la serie completa de llegadas de excursionistas destacan, por su importante subida interanual en términos absolutos, los años 1999 y 2005, donde se recibieron en torno a tres millones de excursionistas más en relación al año anterior, frente a los dos millones de 2011 (IET -Egatur, 2012) (Figura 2.14).

Figura 2.14. España: llegadas de excursionistas internacionales, 1999-2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Figura 2.15. España: gasto total de los excursionistas internacionales, 2004-2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

El gasto total realizado por los excursionistas ascendió a 6 055.5 millones de euros, lo que representó el 10% del gasto realizado por los visitantes extranjeros en 2011. Su evolución, respecto a 2010 ha sido positiva con un crecimiento del 17%. El gasto medio por persona de este grupo fue de 140 euros, lo que significó incremento en un 11% respecto a 2010 (Figura 2.15).

Los motivos tradicionales del viaje de los excursionistas han sido los de carácter personal (familiares, salud o compras), que en 2011 representaron el 27% del total, sin embargo, retroceden de manera importante respecto al año anterior. El ocio y las vacaciones se han comportado de manera opuesta a estos motivos, acumulando importantes aumentos tanto en 2010 como en 2011, que le han llevado a alcanzar un peso similar al de los motivos personales.

La carretera concentró la mayor parte de las llegadas de este colectivo con un 86%, si bien fue el aeropuerto el que destacó por su favorable evolución, ya que un 48% más de excursionistas eligieron esta vía de acceso en sus viajes a España. Los puntos fronterizos de Francia prevalecieron sobre los portugueses, con un 66% de las entradas. Así, Francia y Portugal fueron los principales mercados emisores de excursionistas, por su condición de países limítrofes con España. La evolución de ambos fue positiva, contribuyendo, en gran medida, al crecimiento registrado por las llegadas de este tipo de viajeros a España en 2011 (Egatur, 2012).

Cataluña, el País Vasco y Galicia, tres de las comunidades limítrofes con Francia y Portugal, fueron las más visitadas por este tipo de viajeros. Respecto a 2010, todas protagonizaron subidas, de forma especial el País Vasco, y fueron, junto con la Comunidad de Madrid, las que más crecieron en valores absolutos.

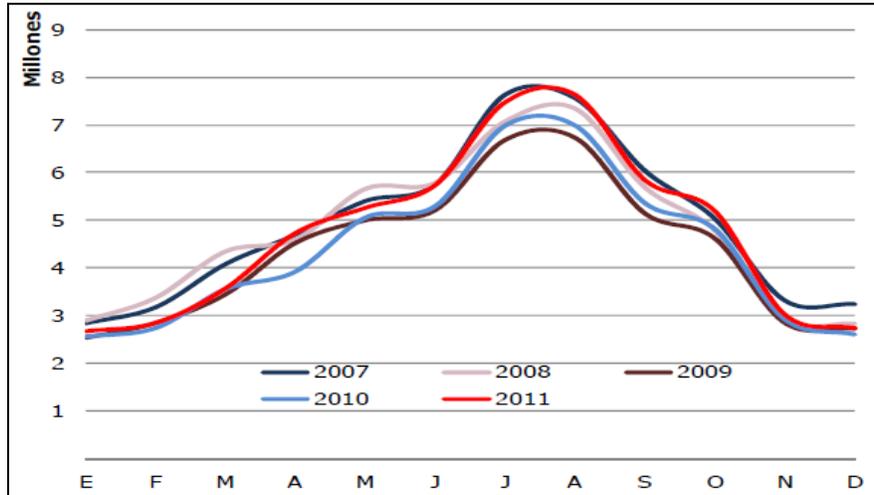
La época del año preferida por estos viajeros para llegar a España fue el verano (julio, agosto y septiembre), que concentró el 35% de las llegadas. Su evolución, respecto a 2010, fue positiva, si bien el segundo trimestre fue el que más creció en valores absolutos.

2.2.2. Estacionalidad

Las llegadas de turistas internacionales tienen un marcado carácter estacional, recibándose en verano cerca del 40% de las visitas del año. Concretamente, el 37% de los turistas que llegaron a

España, en 2011, lo hicieron entre los meses de julio a septiembre. Esta cifra se incrementó en un 8.5% respecto a 2010, la mayor subida en valores absolutos del año (Figura 2.16).

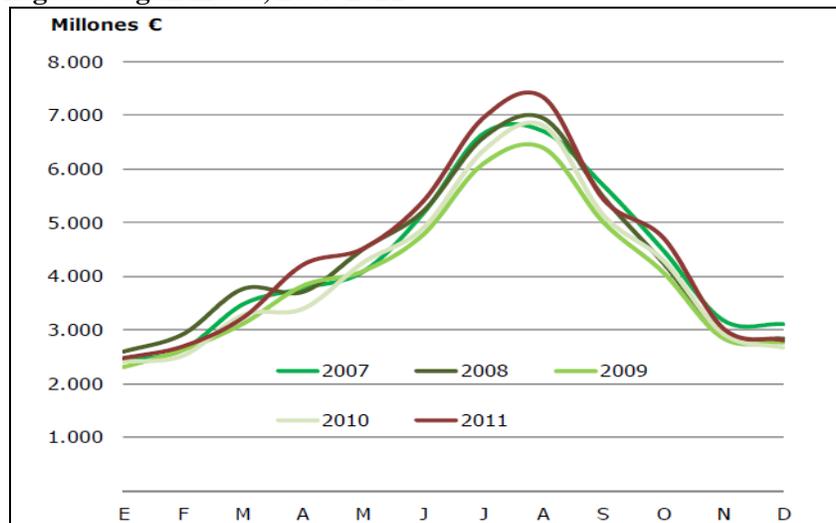
Figura 2.16. España: llegadas de turistas internacionales según mes (millones de turistas), 2007-2011



Fuente: IET. Movimientos turísticos en Fronteras (Frontur), 2012.

El gasto turístico también se concentró en el periodo estival en mayor medida que en los demás meses; entre julio y septiembre se desembolsó más del 37% del gasto turístico total del año. El gasto medio por persona ascendió a 942 euros y el gasto medio diario a 99.8 euros, frente a los 934 euros y 102 euros de media anual, respectivamente (Figura 2.17).

Figura 2.17. España: gasto total de los turistas internacionales llegados según meses, 2007-2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Los viajes realizados en verano mostraron ciertas particularidades, en relación a los llevados a cabo en las demás épocas del año. Estos meses concentraron más viajes por ocio y vacaciones que el resto con el 39%, y menos viajes de negocios con tan sólo el 20%, lo que pone de manifiesto la mayor estacionalidad del primero de los motivos.

Al mismo tiempo, los turistas que viajaron en familia mostraron una mayor propensión a viajar durante la época estival que el resto, cerca del 52% de los mismos se desplazaron en estas fechas. Asimismo, los turistas que viajaron con amigos, manifestaron una mayor predilección por esta temporada que la media nacional, 42% frente a 37%, como sucedió en el caso de las familias sin hijos.

Los campings y casas rurales se asocian a la temporada de verano en mayor medida que el resto, concentrando esta fecha más de la mitad de los viajes del año. Por el contrario, los hoteles muestran una menor estacionalidad que el resto de alojamientos, con un 35% de las llegadas en época estival, frente al 37% del total.

Los mercados que se caracterizan por una mayor emisión de turistas en verano son Reino Unido, Francia y Alemania. Todos ellos superaron la cifra de llegadas alcanzadas en 2010, sobre todo Reino Unido, que fue el mercado que más se incrementó en valores absolutos en el conjunto de meses analizados. Entre los demás mercados destacaron por sus desplazamientos, en esta época del año, Países Bajos y Bélgica. En el lado opuesto, se situaron países nórdicos, conjunto de mercados que han viajado tradicionalmente de forma más regular a lo largo de todo el año.

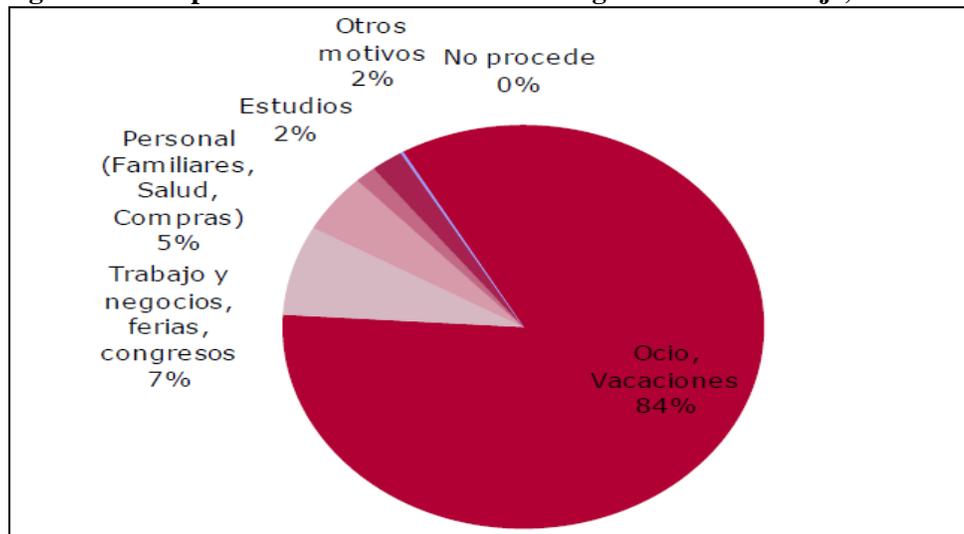
Baleares fue el destino veraniego por excelencia de los turistas internacionales, posicionándose como comunidad más visitada de la temporada frente al tercer puesto ocupado en el conjunto de las llegadas del año. Así, estos meses concentraron más de la mitad de los turistas recibidos en el archipiélago en el año. En Cataluña y la Comunidad Valenciana, se recibieron cerca del 38% de los turistas internacionales entre los meses de julio y septiembre. Por el contrario Canarias, concentró sólo un 34% de las llegadas que se dieron en estos meses, y la comunidad de Madrid, con un 29% (IET, 2012).

2.2.3. Motivos del viaje

España es un destino típicamente vacacional, donde el grueso de sus llegadas tiene como motivación principal el ocio y las vacaciones. En 2011, los turistas representaron el 84% de las llegadas y un incremento de 10% tras varios años consecutivos de subidas, que se vieron interrumpidas en los años 2008 y 2009. Esta favorable evolución ha llevado al ocio a ganar terreno a otros motivos del viaje como los negocios y los motivos personales.

El turismo de negocios tuvo un peso del 7%, aunque mostró un descenso del 7% respecto al año anterior. Esta motivación del viaje ha perdido peso en los últimos años. Los motivos personales, que comprenden visita a familiares, salud y compras, englobaron al 5% de las llegadas, protagonizando un retroceso del 7%. Los turistas que viajaron a España por estos motivos han perdido cerca de dos puntos porcentuales de peso en los últimos cinco años, acumulando importantes descensos a lo largo de este periodo. Por último, “otros motivos” tales como religiosos, tuvieron una evolución favorable cercana al 2% (IET, 2012) (Figura 2.18).

Figura 2.18. España: turistas internacionales según motivo del viaje, 2011



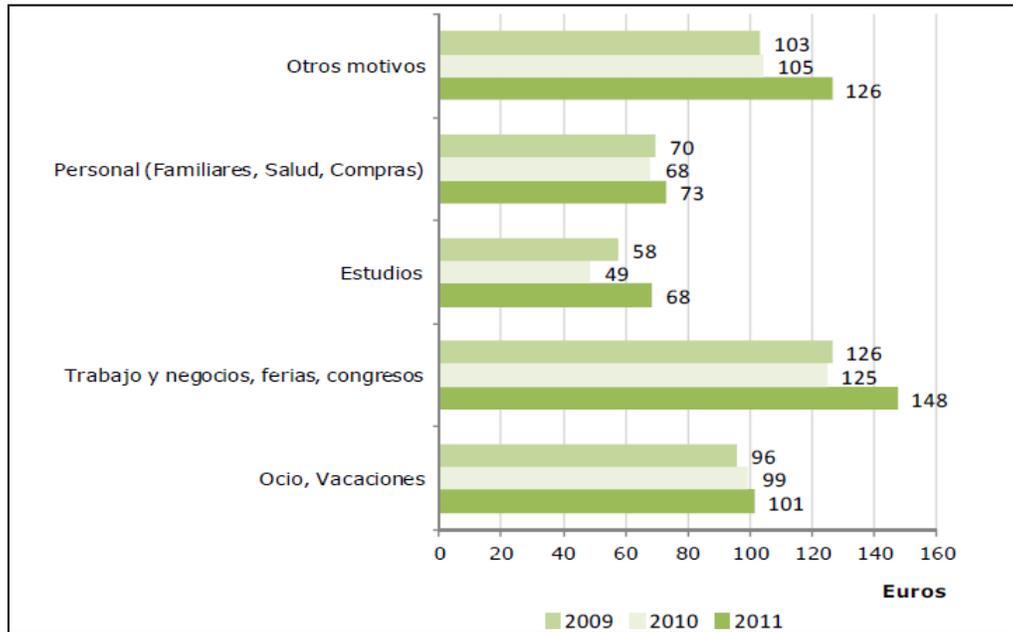
Fuente: IET. Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR), 2012

En términos del gasto turístico efectuado en los viajes, el ocio y las vacaciones concentraron el 83% del mismo, porcentaje ligeramente inferior al alcanzado a nivel de llegadas. El motivo trabajo tuvo más presencia en el gasto total que en las llegadas, por lo que su gasto medio por persona fue superior al del motivo ocio y vacaciones, 1 111 euros frente a 917 euros. Los motivos personales

registraron el gasto medio por persona más bajo, con 632 euros. Todos éstos, menos el ocio, vieron reducido su gasto total respecto a 2010. Si se tiene en cuenta las pernoctaciones, el motivo trabajo fue el que registró un mayor gasto medio diario, 148 euros, dado su nivel de gasto total y sus cortas estancias.

Entre los turistas que declararon que el motivo principal de su visita era el ocio y las vacaciones se encuentran aquellos que centraron su interés en el motivo cultural y que visitaron España atraídos por su cultura. Este colectivo fue, en 2011, de nueve millones de turistas, un 26% más que el año anterior (Figura 2.19).

Figura 2.19. España: gasto medio diario de los turistas según motivo del viaje, 2009-2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Al analizar la variable motivo del viaje por mercado emisor, se pone de manifiesto la relevancia del motivo ocio y vacaciones para Reino Unido, Alemania y los países nórdicos, con un peso superior al 90% de las llegadas. En Francia e Italia, el ocio también fue el motivo principal del viaje, aunque su peso osciló entre el 76% y 78%. Respecto a 2010, el motivo ocio registró incrementos en todos los mercados anteriores. El motivo trabajo destacó dentro de Portugal e Italia, especialmente en el primero, al mismo tiempo que las visitas a familiares y amigos, y los viajes de salud y compras tuvieron más relevancia en Francia y Portugal.

Los archipiélagos canario y balear son los destinos españoles que más cantidad de turistas de ocio y vacaciones concentran, entre el 96% y el 98% de sus llegadas. En el lado opuesto, se sitúa la Comunidad de Madrid, donde el turismo vacacional apenas supera la mitad de los turistas recibidos. Los viajes de negocios tuvieron su máxima representación en la Comunidad de Madrid y Cataluña, al igual que los viajes por motivos personales (IET, 2012).

Respecto a 2010, todas las comunidades principales (Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid) recibieron más turistas por motivo ocio y vacaciones, excepto la Comunidad de Madrid, que retrocedió un 4%. Sin embargo, el turismo de negocios fue el que más se resintió en esta comunidad, al registrar un descenso respecto al año anterior. La Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña vieron reducida la cifra de turistas que las visitaron por motivos personales.

Como es habitual, las llegadas por aeropuerto concentraron un mayor número de turistas que viajaron por ocio, el 87% del total, mientras que los viajeros que optaron por la carretera se movieron por motivos personales en mayor medida que el resto con un 12%. Al mismo tiempo, se detectaron mayores estancias medias entre los viajes de ocio y personales, en torno a nueve días, y estancias más cortas en los viajes de negocio tan sólo siete y medio días. Respecto a 2010 se registran retrocesos en todas las modalidades.

2.2.4. Vías de acceso

El aeropuerto, vía de acceso mayoritaria de los turistas internacionales, protagonizó, en 2011, una importante subida del 10%, convirtiéndose en la única vía de acceso que evolucionó de manera positiva. La recuperación del espacio aéreo, tras las cenizas del volcán islandés de 2010, ha influido en este resultado. La carretera, segunda vía de entrada por volumen de llegadas, permaneció estable respecto a 2010. Tanto puertos como ferrocarril, con el 3% de los turistas, registraron caídas, de forma especial en este último. En los últimos cinco años, el aeropuerto le ha ganado espacio a la carretera hasta alcanzar un peso cercano al 79% de las llegadas, lo que afianza su liderazgo como vía de acceso elegida por los turistas internacionales que visitan España.

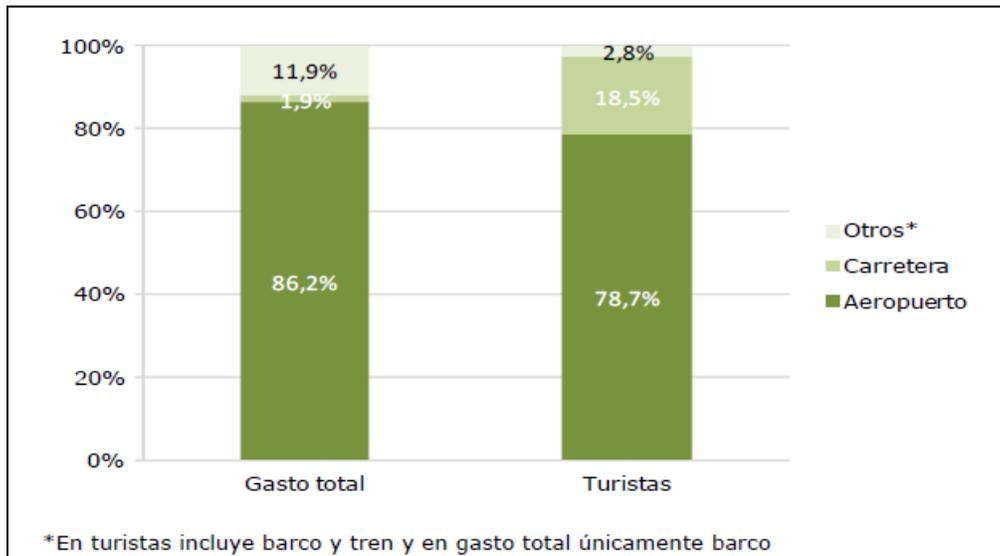
El aeropuerto tuvo más protagonismo a nivel del gasto turístico realizado, que el flujo turístico recibido, al aglutinar el 86% del gasto total. En la carretera, se dio la situación contraria, por lo que

el gasto medio por persona, de los turistas que optaron por esta vía de acceso fue 421 euros inferior a los que optaron por el avión. En términos de evolución, el gasto total fue superior al registrado el año anterior en ambos colectivos, de forma especial en el aeropuerto. Sin embargo, el gasto medio por persona descendió en el aeropuerto y creció de forma importante en la carretera (IET, 2012).

La vía aérea tuvo más presencia entre las llegadas del mercado nórdico y británico, utilizada en más del 95% de los casos. En Alemania, un 91% de los turistas optaron por el avión en menor medida, de manera especial Francia, donde únicamente el 43% de los turistas optaron por esta vía. En este último mercado, el medio de transporte preferido fue la carretera. Entre las demás vías de acceso, sobresalió el peso del barco en Italia. Respecto a 2010, la vía aérea se incrementó en todos los mercados anteriores, mientras que la carretera disminuyó en Reino Unido y los países nórdicos.

Canarias y Baleares fueron las comunidades más dependientes del avión, dada su condición de islas, al recibir más del 97% de los turistas por esta vía. En la Comunidad de Madrid, el porcentaje que optaron por esta vía también fue elevado, con un 91%. En el lado opuesto, se situaron la Comunidad Valencia y Cataluña, especialmente esta última, donde la carretera tuvo más presencia que en el resto de las comunidades al tener un 24%, dada la cercanía con el mercado francés y con otros mercados europeos (Figura 2.20).

Figura 2.20. España: gasto total y turismo internacional según vía de acceso, 2011



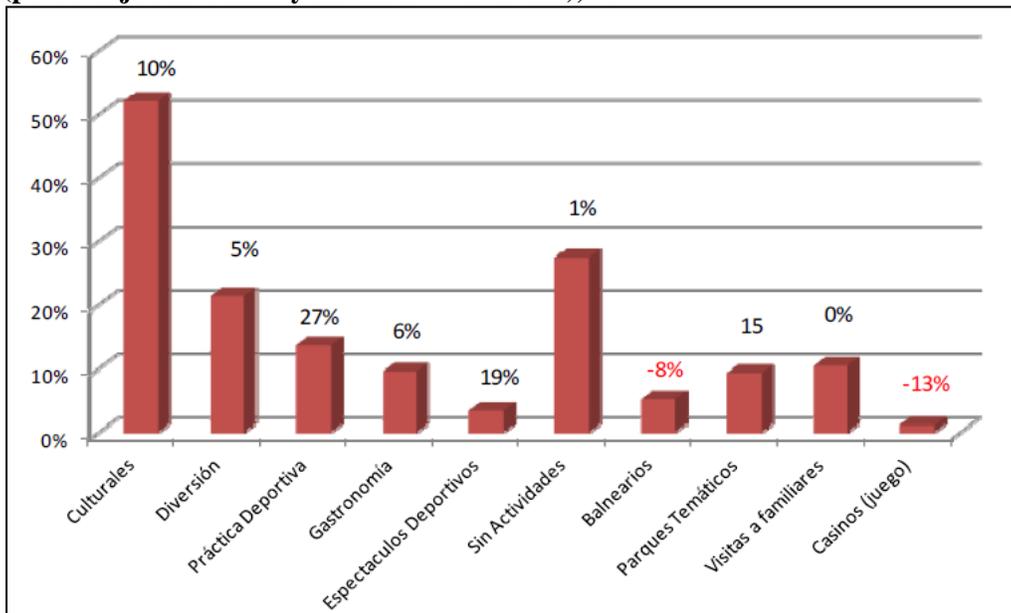
Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

Los hoteles fueron el tipo de alojamiento favorito de los turistas que accedieron a España por vía aérea, con el 69% del peso, mientras en el caso de las llegadas por carretera fueron los alojamientos no hoteleros los que tomaron la delantera con un 54%. Además, los turistas que optaron por el avión permanecieron más tiempo en España que aquellos que accedieron en automóvil, 9.2 frente a 8.9 días.

2.2.5 Actividades realizadas en España

Las actividades más demandadas por los turistas internacionales que visitaron España en 2011 fueron las culturales, que mostraron un avance cercano al 10% respecto al año anterior. Más de cinco de cada diez turistas acudieron a algún espectáculo cultural o realizaron alguna visita cultural en 2011. Las actividades de diversión atrajeron a cerca del 21% de los turistas recibidos. Las actividades deportivas contaron con algo más de uno de cada diez turistas y las visitas a familiares, las actividades gastronómicas y las visitas a parques temáticos en torno al 10% de las llegadas. El colectivo de turistas que no realizó ninguna actividad durante su estancia en España representó el 28% del total de las llegadas, creciendo ligeramente respecto a 2010 (Figura 2.21).

Figura 2.21. España: actividades realizadas por los turistas en sus viajes (porcentaje sobre total y variación interanual), 2011



Fuente: IET. Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR), 2012

Por mercados, los turistas italianos mostraron una mayor predilección por las actividades culturales, el 69% realizó alguna de ellas durante sus viajes a España. También se sitúan por encima de la media, Francia y los Países Bajos. Sin embargo, los turistas franceses destacan entre las visitas de familiares y amigos, hecho sin duda condicionado por la cercanía de este mercado con España, y en las actividades gastronómicas. En esta última actividad, también tuvieron más interés que el resto los turistas italianos. Las actividades de diversión fueron realizadas por un 31% de los italianos y por un 23% de los británicos, frente al 21% de los turistas internacionales que visitaron España. Por último, las actividades deportivas acogen a los turistas alemanes, nórdicos y holandeses más que el resto de los turistas internacionales recibidos (IET, 2012).

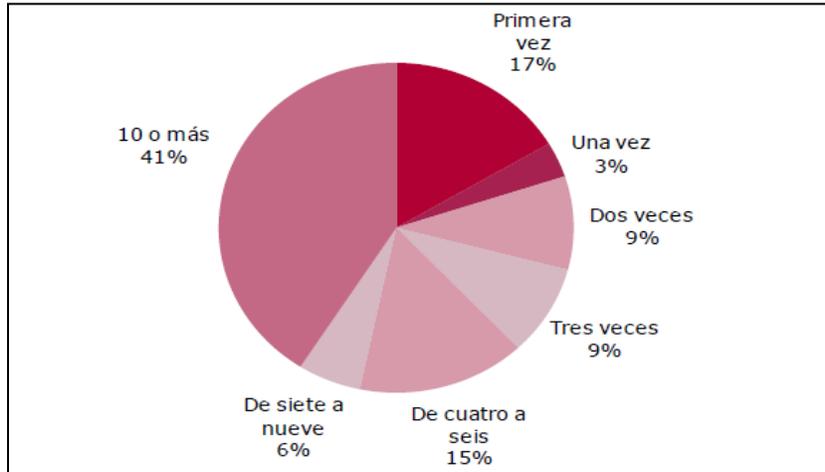
En relación a las comunidades autónomas, las actividades culturales se concentraron en la Comunidad de Madrid y Cataluña, con más del 64% de los turistas recibidos que realizaron alguna de las mismas. La visita a familiares o amigos se acentuaron en la Comunidad Valenciana, con el 18% de los turistas frente al 10% de media. Las actividades gastronómicas despuntaron en Andalucía y la Comunidad de Madrid, mientras las actividades deportivas alcanzaron su máximo apogeo en Canarias.

Cabe añadir que los turistas que viajan por motivos de estudios recurren a las actividades culturales en gran medida, con un 67%, al igual que los que viajan por ocio. Las actividades deportivas y de diversión también son muy demandadas entre los primeros, mientras que los turistas de negocios suelen no realizar ninguna actividad durante su estancia.

2.2.6. Fidelidad al destino y valoración del viaje a España

España recibe fundamentalmente turistas que repiten visita, lo que refleja su grado de fidelidad hacia este país. En 2011, el 84% de los turistas declararon haber estado previamente en este destino, de los cuales cerca de la mitad habían acudido diez o más veces. Además, la estancia media de los turistas que no conocían España fue inferior a la de aquellos que repitieron visita, dado el peso que la visita a familiares o amigos y la vivienda propia tienen entre este último segmento de turistas (Figura 2.22).

Figura 2.22. España: turistas internacionales según número de visitas anteriores, 2011



Fuente: IET. Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR), 2012

Se observa que los turistas que acudieron a España por primera vez gastaron más que la media, a nivel gasto medio por persona y gasto diario, correspondiente a 1107 y 130 euros, respectivamente. Entre los turistas que ya habían ido previamente, estos gastos fueron decreciendo hasta alcanzar los 855 euros por persona y los 85 euros diarios de los turistas que han estado diez o más veces en España (Figura 2.23).

Figura 2.23. España: gasto de los turistas según número de visitas (euros), 2011

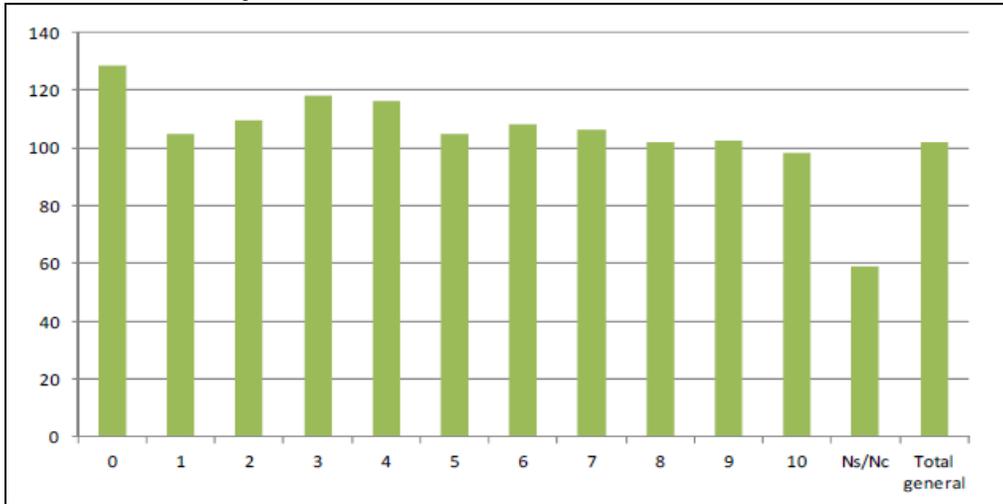
	Gasto total medio diario	Gasto total medio persona
Total	101,9	933,6
Primera vez	130,4	1.106,5
Repite visita	95,5	890,7
Una vez	115,4	1.023,8
Dos veces	111,4	992,1
Tres veces	108,3	920,4
De cuatro a seis	104,0	876,2
De siete a nueve	98,4	885,3
10 o más	84,6	854,5

Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

La puntuación media asignada por los turistas internacionales al conjunto de su estancia en España ascendió a 8.5 sobre 10, valoración muy favorable, como en años anteriores. Esto ha supuesto que cerca del 87% de los turistas recibidos han asignado una puntuación por encima del 8. Al analizar el gasto medio diario de los turistas en función de la valoración otorgada al viaje, se observa una

relación inversa, a mayor valoración menor gasto efectuado, por lo que, no se puede concluir que los turistas más satisfechos son los que más gastan (Figura 2.24).

Figura 2.24. España: gasto medio diario según el nivel de satisfacción (0-10) declarado en su viaje (euros), 2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur), 2012

2.2.7. Los flujos regionales del turismo interno

El turismo interno, aquel que se realiza dentro del país, ha sido siempre muy importante en España. El porcentaje de viajes de dentro del país ha sido siempre superior al 90% (92%) en 2011. Para este año, las comunidades autónomas que más viajes emitieron fueron las Comunidad de Madrid, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana, también las más pobladas de España. Éstas fueron origen, en conjunto, de seis de cada diez viajes de turismo interno (Figura 2.8).

Cuadro 2.8. España: distribución de los viajes internos por Comunidad Autónoma de origen, 2011

Ranking	Origen	% Vertical	Ranking	Origen	% Vertical
1	Comunidad de Madrid	19.1	10	Asturias	3.3
2	Cataluña	16.3	11	Canarias	2.4
3	Andalucía	16	12	Extremadura	2.4
4	Comunidad Valenciana	8.6	13	Murcia	2.4
5	Castilla y León	6.2	14	Navarra	1.5
6	País Vasco	5.2	15	Baleares	1.3
7	Galicia	4	16	Cantabria	1.2
8	Castilla-La Mancha	4.3	17	La Rioja	0.9
9	Aragón	4.2	18	Ceuta y Melilla	0.2

Fuente: IET. Familitur, 2012

Los residentes en España viajaron en 2011 principalmente a las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña, Castilla y León, y la Comunidad Valenciana. Estas cuatro comunidades concentraron el 55% de los viajes de turismo interno del año (Cuadro 2.9).

Cuadro 2.9. España: distribución de los viajes por Comunidad Autónoma de destino, 2011

2011					
Ranking	Destino	% Vertical	Ranking	Destino	% Vertical
1	Andalucía	18.2	10	Extremadura	2.9
2	Cataluña	15.1	11	Asturias	2.9
3	Castilla y León	10.8	12	Cantabria	2.6
4	Comunidad Valenciana	10.6	13	Murcia	2.5
5	Castilla-La Mancha	7.9	14	País Vasco	2
6	Comunidad de Madrid	7.1	15	Baleares	2.1
7	Galicia	5	16	Navarra	1.6
8	Aragón	4	17	La Rioja	1
9	Canarias	3.4	18	Ceuta y Melilla	0.1

Fuente: IET. Familitur, 2012

Algunas comunidades autónomas se caracterizan por ser principalmente emisoras, es el caso de las que generan más viajes que los que reciben, se las puede considerar emisoras netas (flujo neto negativo). Por el contrario, las comunidades autónomas que reciben más viajes que los que generan son consideradas receptoras netas (flujo neto positivo).

En 2011, fueron emisoras netas: la Comunidad de Madrid, el País Vasco, Cataluña, Aragón y Ceuta y Melilla (agrupadas). La Comunidad de Madrid fue la que mayor saldo negativo de viajes registró, cerca de 18 millones. En el resto de comunidades autónomas los viajes recibidos superaron a los emitidos. De estas últimas, destacan Castilla y León y Castilla La Mancha, por ser las que mayor saldo positivo de viajes tuvieron, siete y cinco millones, respectivamente.

CAPÍTULO 3. CONTEXTO HISTÓRICO-GEOGRÁFICO DEL SANTUARIO DE LA VIRGEN DE ARANTZAZU

3.1. Situación territorial del turismo religioso en España

España está situada al suroeste de Europa en la Península Ibérica. Limita al Norte con el mar Cantábrico; al Noreste con Francia y Andorra; al Este y al Sur con el mar Mediterráneo; y al Oeste con el océano Atlántico y Portugal.

Su superficie es de 505 955 kilómetros cuadrados. La mayor parte es territorio continental, en la península Ibérica, y unos 12 500 kilómetros cuadrados, son insulares, conformado por las islas Baleares (Mallorca, Menorca e Ibiza) en el mar Mediterráneo, y las Islas Canarias (compuesta por siete islas y varios islotes) en el Océano Atlántico, al suroeste de la península, frente a la costa de Marruecos. Más 32 kilómetros cuadrados que corresponden a las ciudades de Ceuta y Melilla, situadas en la costa norte de África.

Como sucede en la mayoría de los países industrializados, la población española se concentra en su mayoría en las grandes ciudades. Se estima que la población en 2012 es un poco superior a 47 millones de habitantes. La capital, Madrid, concentra a más de tres millones de habitantes, aunque si se considera la población de toda la provincia, la cifra supera los seis millones de habitantes (Cuadro 3.1).

La segunda ciudad en importancia es Barcelona, con un censo de más de un millón seiscientos mil habitantes; al igual que en Madrid, los municipios del resto de la provincia elevan el número de habitantes del núcleo urbano conjunto por encima de los cinco millones. Le siguen en importancia Valencia (798 033 habitantes), Sevilla (703 021 habitantes), Zaragoza (674 725 habitantes), Málaga (568 030 habitantes) y Bilbao (352 700 habitantes).

Cuadro 3.1. España: población por provincias y capital, 2012

	Provincias		Capital		Provincias		Capital
Total	47190493	Total	15064533				
Andalucía	8424102	Sevilla	2420749	Cataluña	7539618	Barcelona	1984671
Almería	702819	Almería	190349	Barcelona	5529099	Barcelona	1615448
Cádiz	1243519	Cádiz	124892	Girona	756810	Girona	96722
Córdoba	805857	Córdoba	328659	Lleida	442308	Lleida	138416
Granada	924550	Granada	240099	Tarragona	811401	Tarragona	134085
Huelva	521968	Huelva	148918	Comunitat Valenciana	5117190	Valencia	1312476
Jaén	670600	Jaén	116781	Alicante	1934127	Alicante	3343329
Málaga	1625827	Málaga	568030	Castellón	604344	Castellón	180114
Sevilla	1928962	Sevilla	703021	Valencia	2578719	Valencia	798033
Aragón	1346293	Zaragoza	762456	Extremadura	1109367	Merida	246028
Huesca	228361	Huesca	52443	Badajoz	693921	Badajoz	151565
Teruel	144607	Teruel	35288	Cáceres	415446	Cáceres	95026
Zaragoza	973325	Zaragoza	674725	Galicia	2795422	Santiago de Compostela	534437
Asturias, Principado de	1081487	Oviedo	225391	Coruña, A	1147124	Coruña, A	246028
Baleares, Illes	1113114	Palma de Mallorca	405318	Lugo	351530	Lugo	98007
Canarias	2126769	Las Palmas de Gran Canaria	605614	Ourense	333257	Ourense	108002
Palmas, Las	1096980	Palmas, Las	383343	Pontevedra	963511	Pontevedra	82400
Santa Cruz de Tenerife	1029789	Santa Cruz de Tenerife	222271	Madrid, Comunidad de	6489680	Madrid	3265038
Cantabria	593121	Santander	179921	Murcia, Región de	1470069	Murcia	442203
Castilla y León	2558463	Valladolid	1090196	Navarra, Comunidad Foral de	642051	Pamplona	1979332
Ávila	172704	Ávila	59008	País Vasco	2184606	Vitoria	778447
Burgos	375657	Burgos	179251	Álava	319227	Vitoria	239562
León	497799	León	132744	Vizcaya	1155772	Bilbao	352700
Palencia	171668	Palencia	81552	Guipúzcoa	709607	San Sebastian	186185
Salamanca	352986	Salamanca	153472	Rioja, La	322955	Logroño	152641
Segovia	164169	Segovia	55220	Ciudad Autónoma de Ceuta	82376	S/D	S/D
Soria	95223	Soria	39987	Ciudad Autónoma de Melilla	78476	S/D	S/D
Valladolid	534874	Valladolid	313437				
Zamora	193383	Zamora	65525				
Castilla-La Mancha	2115334	Toledo	470452				
Albacete	402318	Albacete	171390				
Ciudad Real	530175	Ciudad Real	74798				
Cuenca	219138	Cuenca	56703				
Guadalajara	256461	Guadalajara	84453				
Toledo	707242	Toledo	83108				

Fuente: Elaborado sobre la base de: INE, 2012

En cuanto a la organización política administrativa de España, es la propia de un Estado descentralizado, que reparte la toma de decisiones en tres divisiones territoriales con capacidad de autogobierno en los asuntos de competencia:

- La Comunidad Autónoma es una entidad territorial formada por provincias, territorios insulares, o provincias con entidad regional histórica, dotadas de autonomía legislativa y capacidad de autogobiernos sobre los asuntos de su competencia.
- La Provincia es una entidad territorial local formada por una agrupación de municipios. Su función es fomentar los intereses provinciales, prestar servicios de ámbito provincial, coordinar los servicios de los municipios y cooperar con ellos. El gobierno y la administración provincial corresponden a la diputación, integrada por un presidente y

diputados. Los diputados se escogen entre los concejales electos y éstos, a su vez, eligen al presidente.

- El municipio es la entidad territorial básica. Su función es prestar servicios a los vecinos, más variados cuanto mayor es su población. El gobierno y la administración municipal corresponden al ayuntamiento, integrado por el alcalde y los concejales. Los concejales se eligen por los vecinos del municipio por sufragio universal y el alcalde es elegido por los concejales.

Mientras que los municipios y las provincias tienen un carácter histórico, las comunidades autónomas tuvieron que constituirse a lo largo de un complicado proceso, con el fin de reconocer la diversidad cultural del territorio español (Turespaña, 2012).

Esta construcción se da a partir de la Constitución de 1978, que dio paso a la formación del Estado Autonómico, intermedio entre el unitario, de Francia por ejemplo, y el federal desarrollado en Alemania, entre otros. El nuevo modelo territorial descentralizado se constituyó en diecisiete Comunidades Autónomas divididas en cincuenta provincias (Cuadro 3.2.) y dos ciudades autónomas: Ceuta y Melilla (Figura 3.1) (Bosque, 2004).

Cuadro 3.2. España: Comunidades Autónomas y Provincias

Comunidad Autónoma	Provincias				
Andalucía	Almería	Córdoba	Huelva	Málaga	
	Cádiz	Granada	Jaén	Sevilla	
Aragón	Huesca	Zaragoza	Teruel		
Asturias	Asturias				
Islas Baleares	Islas Baleares				
Islas Canarias	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas			
Cantabria	Cantabria				
Castilla-La Mancha	Albacete	Cuenca	Toledo	Ciudad Real	Guadalajara
Castilla y León	Ávila	León	Salamanca	Soria	Zamora
	Burgos	Palencia	Segovia	Valladolid	
Cataluña	Barcelona	Lérida	Gerona	Tarragona	
Extremadura	Badajoz	Cáceres			
Galicia	La Coruña	Orense	Lugo	Pontevedra	
La Rioja	La Rioja				
Madrid	Madrid				
Murcia	Murcia				
Navarra	Navarra				
País Vasco	Álava	Vizcaya	Guipúzcoa		
Valencia	Alicante	Valencia	Castellón		
Ceuta y Melilla	Ciudades Autónomas				

Fuente: Elaborado sobre la base de: Bosque, 2004

Figura 3.1. España: provincias por Comunidad Autónoma



Fuente: Elaborado sobre la base de: Bosque, 2004

España es un país con una fuerte tradición religiosa católica, que hace posible que el turismo religioso sea un segmento turístico muy presente. A pesar de los resultados marginales ante el total de turistas internacionales y residentes registrados, tiene una importancia creciente tanto a nivel de demanda española como de la diversificación de la oferta, que hace que se afirme como un sector prometedor (EDITUR, 2009).

Aunque España es un país aconfesional y no hay ninguna religión oficial desde el Concordado de 1979, en el comienzo del siglo XXI, la piedad religiosa y el fervor popular siguen siendo muy fuertes. La mayoría de los españoles, un 75%, declara creer en Dios, y de éstos, el 96% se define a sí mismo como católico. El hecho de respetar el espíritu religioso y de definirse como católicos no implica la asistencia sistemática a oficios. Esta tasa ha caído de manera global a lo largo de los últimos años, situándose los practicantes que asisten a oficios religiosos con asiduidad en el 30% (CIS, 2012).

En España, se cuenta con grandes posibilidades para desarrollar productos que interesen a este segmento del mercado turístico; algunos de ellos ya están consolidados en el mercado y otros son susceptibles de una mayor promoción. Estos destinos se pueden clasificar según la oferta española en:

- a. Lugares en los que se hayan producido apariciones o milagros, por ejemplo Pilar en Zaragoza.
- b. Lugares estrechamente ligados a la vida de un santo, como Loyola a San Ignacio, Santiago de Compostela al apóstol Santiago, o Ávila a Santa Teresa.
- c. Lugares donde se ubique un monumento religioso, de los que los cuales en el territorio hay innumerables.
- d. Lugares donde se celebran acontecimiento de naturaleza religiosa, como las múltiples celebraciones en Semana Santa, los Años Santos de Santiago y Liébana, entre otros.
- e. Lugares que custodian alguna reliquia, como es el caso de *Lignum Crucis* en Liébana y Caravaca, y el brazo de Santa Teresa en Alba de Tormes.

En cuanto a rutas de peregrinación, España cuenta con el Camino de Santiago, elevado a categoría de ruta de peregrinación mayor desde el siglo XII y reconocido por la Unión Europea como Primer Itinerario Cultural de Europa, categoría en la que de manera reciente se ha incluido la Ruta Franciscana que transcurre por Italia y Francia.

Son pocos los destinos religiosos españoles que no cuentan con valores añadidos, aquellos en los que sólo el motivo religioso puede ser la causa de acercarse a ellos; entre éstos se pueden mencionar Torreciudad, Loyola y Manresa. Hay que señalar que estos lugares no sólo se definen exclusivamente como de interés religioso, sino que están marcados por su pertenencia a determinadas órdenes religiosas. Esto supone que su mercado potencial esté muy definido y que el segmento de población al que atraen sea bastante estrecho, ya que suele tratarse de un público no sólo devocional, sino también cercano a estas órdenes o congregaciones.

Existen también destinos que reúnen valores añadidos al religioso, existiendo una oferta muy amplia, lo que hace del mercado español un campo privilegiado para el desarrollo de este producto turístico. En España se dan circunstancias tan favorables como que:

- Algunos sitios que custodian reliquias de santos, o están ligados a la historia de la iglesia son ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como Ávila y Santiago de Compostela.
- En los sitios en que se celebran años santos son lugares de enorme belleza paisajística como Liébana.
- Sea de manera especial la famosa Semana Santa de ciudades que son en sí mismas grandes centros de atracción para el turismo cultural, como es el caso de Sevilla y Granada.

En cuanto a itinerarios monumentales, se pueden establecer rutas de distintos estilos artísticos a lo largo de toda la geografía española. Se debe de mencionar que los destinos religiosos puros que mueven a mayor número de personas, ligados a apariciones o milagros, prácticamente no existen, y las escasas excepciones como El Pilar no han tenido de forma tradicional gran relieve como meta de peregrinaciones (IET, 2012).

Estos sitios se encuentran fuertemente ligados a la cultura y a la historia católica del país, que atraen tanto a peregrinos como a visitantes interesados por el símbolo de identidad que representan. Se debe destacar que la afluencia masiva de peregrinos a los santuarios se amplía en los años santos, en beatificaciones o en canonizaciones.

España cuenta con tres de las cinco ciudades del mundo en haber recibido, de la Santa Sede, el poder de celebrar el Año Santo cada siete años *in perpetuum*, que son Santiago de Compostela, Santo Toribio de Liébana y Caravaca de la Cruz. La Xunta de Galicia considera que unos nueve millones de turistas visitaron la región en el “Xacobeo” del año 2010, lo que representó un aumento del 50% en comparación con los resultados de 2004.

Se debe tener en cuenta que Santiago de Compostela, como tercera Ciudad Santa, junto a Roma y Jerusalén, ejerce un extraordinario poder de atracción sobre las personas de toda clase y condición. Desde la Edad Media, es una de las grandes vías de peregrinación del cristianismo. A partir de la década de 1980, ha conocido una gran revitalización, que se manifiesta sobre todo en los años santos, empezando por el de 1993. Esta recuperación se enmarca en las estrategias de diferenciación del destino puesta en marcha desde la Xunta de Galicia. Junto a ella se tiene también un intenso trabajo realizado desde la administración local compostelana.

No sólo las razones religiosas son las que impulsan a alguien a hacer el Camino de Santiago, pero éstas se encuentran sin duda en el origen de toda esta manifestación, y ello debe de tenerse en cuenta al tratar sobre turismo religioso. Este recurso turístico tiene componentes de cultura, riqueza natural, monumentalidad, gastronomía y ocio que trascienden la dimensión estrictamente religiosa.

En este contexto, el Camino de Santiago, se ha convertido en los últimos años en uno de los productos turísticos de más éxito en la oferta no sólo gallega, sino también española e incluso europea. Como marca de destino, es perfectamente identificable, incluso entre amplios sectores de demanda en países como Estados Unidos. También el propio vocablo *camino* está siendo incorporado como un neologismo en la lengua inglesa, para designar precisamente esta vía de peregrinación que llega hasta Santiago de Compostela.

Hoy, es claramente un producto turístico en el que la religión cada vez tiene menos relevancia. Sin embargo, su significado europeísta sigue en cierta manera activa. No es sólo que el número de caminantes provenientes de países europeos se haya incrementado o que estos turistas representen en algunos meses casi la mitad de los viajeros a Santiago. Es también el hecho de que el icono del fenómeno jacobeo y de la propia ciudad, la catedral, se ha convertido en uno de los símbolos que se identifican con la nueva marca de identidad del continente, el euro. De todas formas, tampoco se debe de olvidar que, para el caso español, las monedas de Euro quieren reflejar no apenas el sentido universal de sus figuras (la Catedral de Santiago, Cervantes o la monarquía) sino los elementos que se suponen la unidad al país: la religión y la lengua organizados alrededor de un Estado.

Por otro lado, la celebración del año jubilar en Santo Toribio de Liébana, entre el mes de abril de 2006 y abril de 2007, atrajo a un millón de visitantes, mientras que Caravaca de la Cruz, ciudad santa también, superó, en 2010, el millón de peregrinos y visitantes que acogió en el 2003.

Las fiestas religiosas, que marcan el calendario católico español, son igualmente abundantes. Según FAMILITUR (2012), durante sus viajes en España, el 4.7% de los españoles participaron en acontecimientos religiosos. La asistencia a celebraciones religiosas sigue siendo una tradición muy marcada entre los españoles, ya que el 43% asiste a romerías y el 58% va a procesiones (CIS, 2011).

Sin embargo, algunas de las romerías locales de los distintos santuarios como el de la Virgen del Rocío y las procesiones de Semana Santa, que atraen cada vez más personas desde lejos, han sido convertidas por las autoridades en fiestas culturales y eventos lúdicos, y en productos turísticos donde el motivo del desplazamiento no es forzosamente religioso (Cuadro 3.3).

Cuadro 3.3. España: principales destinos de peregrinación con proyección internacional, 2011

Nombre	Media de visitantes por año (incluidos peregrinos)	Peregrinos
1. Basílica Nuestra Señora del Pilar, Zaragoza	7000000	sin dato
2. Basílica de Santiago de Compostela, Galicia	6000000	100337 (a pie, bicicleta o caballo)
3. Santuario de Montserrat, Barcelona, España	2300000	sin dato
4. Ermita de El Rocío, España	1500000	sin dato
5. Monasterio de Santo Toribio de Libena, Cantabria, España	1079301	sin dato
6. Basílica de Santa María la Real de Covadonga, Asturias, España	800000	200-700 en grupo
7. Real Monasterio de Santa María de Guadalupe, Extremadura, España	405000	225000
8. Torreciudad, Aragón	400000	225000
9. Santuario de Javier, Navarra	400000	sin dato
10. Santuario y Basílica de San Ignacio de Loiola, País Vasco, España	200000	15000
11. Santuario de Nuestra Señora de Arantzazu, País Vasco, España*	200000	120000
12. Ciudad Santa Caravaca de la Cruz, España	100000	741700 (año santo 2003)

*Nota: Se incluye el santuario de estudio para fines comparativos.

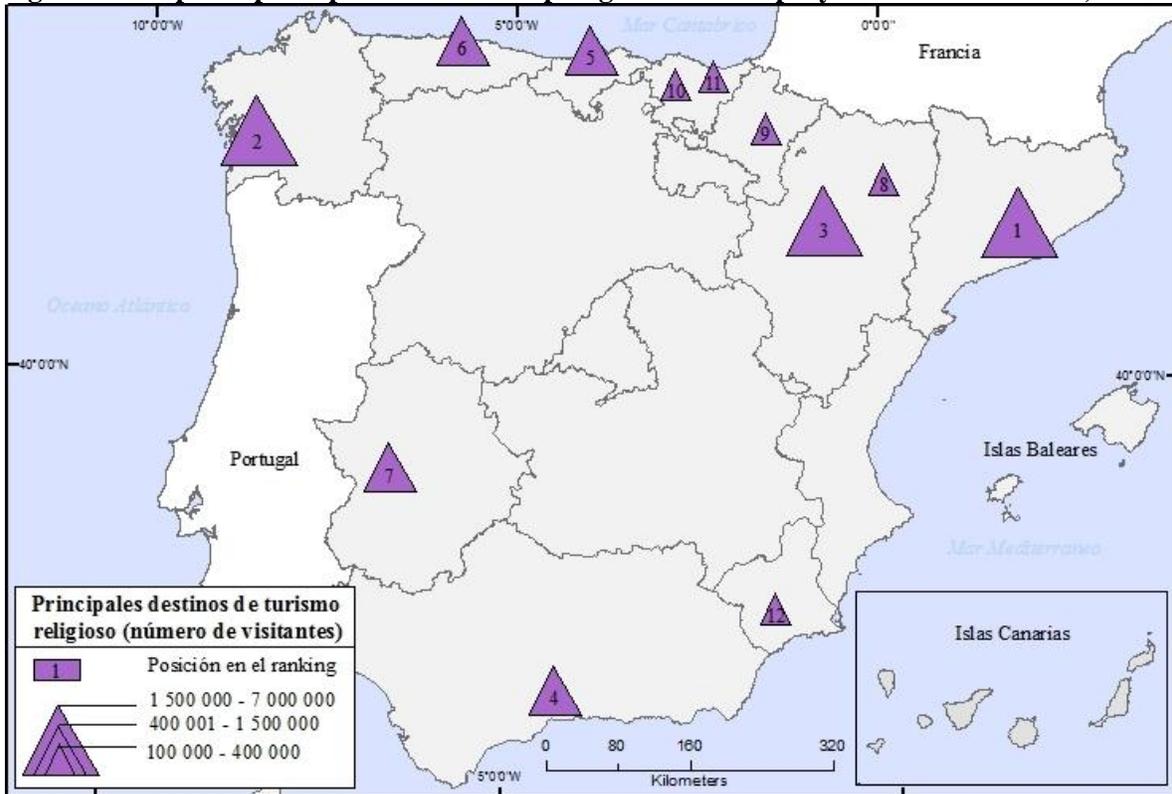
Fuente: Editur, 2009

Muchos de estos destinos religiosos reciben el nombre de “santuarios” (del latín *sanctuarium*, y éste a su vez de *sanctus*, “Santo”), y las peculiaridades orográficas e históricas de España explican su frecuente ubicación en zonas de montaña. La época de la dominación musulmana extendió una actitud iconoclasta que obligó a los católicos a defender de una segura destrucción sus más preciados bienes religiosos. Ocultar las imágenes en lugares recónditos de la geografía española, daría origen a muchos de los actuales santuarios rupestres y a ermitas situadas en una ubicación de difícil acceso, como muestran los casos más emblemáticos de Covadonga y Montserrat. Estas tradiciones tienen en común el relato del hallazgo posterior del sagrado icono y su reincorporación a la vida religiosa de las personas.

Estos santuarios son visitados por peregrinos o turistas religiosos, que pueden viajar solos, en familia o entre amigos, y pueden integrarse en un grupo ya sea de una parroquia, congregación

religiosa, movimiento religioso, hospitalidad, colegio, entre otros. En general, estos grupos tienen un sacerdote acompañante (Figura 3.2).

Figura 3.2. España: principales destinos de peregrinación con proyección internacional, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base, Editur, 2009

El que se viaje en grupo o en peregrinación aumenta la comunicación personal, aviva y refuerza la fe personal. Además, todo organizado en régimen todo incluido y al agrupar católicos con esperanzas similares, el viaje religioso permite a sus participantes sentirse protegidos por un grupo homogéneo, adecuado para personas que no suelen viajar solas. El viaje en comunidad facilitará igualmente la convivencia, el intercambio y la comunicación entre participantes.

En España, los profesionales del turismo religioso reciben demandas nacionales y también de América Latina, a través de diversas agencias de viajes, por lo que de esta forma España representa la puerta de entrada natural para los latinoamericanos (Cuadro 3.4).

Cuadro 3.4. España: Perfil de los grupos de turismo religioso, según profesionales españoles

Características	Turista español	Turista latinoamericano
Sexo	La mayoría mujeres	La mayoría mujeres y parejas
Edad	50-75 años	50 años y más
Categoría socio-profesional	Activos o jubilados con una disponibilidad de tiempo libre importante	
Nivel social	Medio, medio-bajo, medio-elevado	Medio, medio-elevado
Composición del grupo	Católicos viajando solos o en pareja, con otro invitados y acompañados de un sacerdote	
Tamaño del grupo	40 a 50 personas	20 a 40 personas
Regiones/País emisor	Varían según la agencia	Varían según la agencia, pero principalmente México y Argentina
Frecuencia	Una vez al año	Peregrinación en Europa: 1 a 2 veces en su vida

Fuente: Elaborado sobre la base de: Editur, 2007

Aunque los dos segmentos de turistas presentan algunos puntos en común en el perfil de su grupo y las características del viaje, se destacan algunas diferencias que están principalmente ligadas a la distancia que separa América Latina de Europa.

Los turistas latinoamericanos son generalmente de un nivel social más elevado, lo que les permite financiar de mejor manera el viaje. El tamaño del grupo y la categoría de alojamiento son generalmente de un nivel inferior a la de los españoles, debido al coste del viaje. Sus viajes se realizan de igual manera entre mayo y octubre, pero evitando quizás el periodo estival, sinónimo de precios más elevados.

Las reservas se hacen con más tiempo de antelación, hasta nueve meses incluso un año. La duración del viaje y el número de santuarios programados son más importantes que en el caso de los españoles, ya que representa, en la mayoría de los casos, un viaje que se realizará una vez en la vida (Cuadro 3.5).

Cuadro 3.5. España: características del viaje de turismo religioso en grupo según los profesionales españoles.

Características	Turista español	Turista latinoamericano
Tiempo de reserva	Un mínimo de 3 a 6 meses	Entre 8 a 9 meses
Época del año para reservar	Esencialmente en primavera para un viaje en verano, en otoño para un viaje en primavera	Todo el año
Época del viaje	De mayo a octubre (ni Navidad, ni Semana Santa)	Abril a mayo, y septiembre a octubre
Duración del viaje	Entre 4 a 5 días para los viajes cortos en España, hasta 12 días para destinos lejanos	Entre 12 a 15 días o más
Tipo de acogida esperada	En los santuarios: una acogida de calidad, amigable y fraternal. Por parte de las agencias: valor añadido, servicio personalizado, selección de los mejores guías y conocimiento de los destinos	
Idioma	Español y Catalán	Español
Alojamiento	Hoteles de 2 a 3 estrellas, incluso 4 a 5. Residencias religiosas	Hoteles de 2 a 3 estrellas. Residencias religiosas
Régimen	Todo incluido	Todo incluido
Modos de transporte	Autocar y/o avión, según el destino	Autocar o avión desde España, según el destino
Actividades	Religiosas (celebración de la eucaristía, organización de encuentros y tiempos fuertes con la comunidad de acogida) y culturales	
Destinos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tierra Santa 2. Egipto 3. Turquía y Grecia (Ruta de San Pablo) 4. Jordania 5. Otros: Polonia, Roma, Fátima, Lourdes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En España: Zaragoza, Guadalupe, Montserrat, Compostela, Torreciudad 2. Roma 3. Fátima 4. Lourdes 5. Tierra Santa
Precio medio	Alrededor de 300 euros para los viajes cortos, y un mínimo de 1000 a 1300 euros para los viajes largos, según los destinos	Superior a 1300 euros. Pero varía mucho según el número de días, los destinos y servicios incluidos

Fuente: Elaborado sobre la base de: Editur, 2007

En España, no se poseen datos estadísticos precisos respecto al turismo religioso, ya que los sitios de destino no tienen estructuras de gestión para contabilizar datos como mercados de emisión, sexo, edad, días de viaje, transporte, entre otros. Sin embargo, se tienen algunos datos a través de estadísticas indirectas, como:

- Durante todo el año, se celebran numerosas fiestas de carácter religioso repartidas por toda su geografía que atraen turistas de todo el mundo, lo que favorece la desestacionalización de los viajes.
- Se cuenta con un amplio patrimonio artístico y cultural en el que se engloban gran cantidad de santuarios y recintos relacionados con el culto religioso, que atraen a turistas y peregrinos.

- Según FRONTUR, el 54% de los turistas internacionales que visitaron España en 2005 optaron por realizar actividades de tipo cultural, y sólo el 0.36% llegaron a España motivados por el hecho religioso.
- Para los españoles, la encuesta FAMILITUR cifra los viajes con motivación religiosa al 0.6% del total de los viajes al año, y el 84% se realizaron en el propio país.
- Según datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR), España recibió 36.93 millones de turistas religiosos extranjeros en los ocho primeros meses de 2009.
- Según un estudio realizado para Turespaña en 2003, el 90% de las diócesis, parroquias y asociaciones que organizan viajes de carácter religioso, lo hace a través de turoperador o agencia de viajes.
- En 2004, la Comunidad Autónoma que había recibido más viajeros cuya motivación fue el turismo religioso fue Andalucía, seguida de Castilla y León, Comunidad Valenciana, Castilla La Mancha y Cataluña.
- La iglesia española cuenta con 19 307 sacerdotes y sus 23 060 parroquias, quienes animan a los católicos a ir de peregrinación.
- El principal mercado emisor de turistas religiosos a España es el italiano, quienes para 2008 aumentaron un 48%, correspondiente a 296 000 turistas.

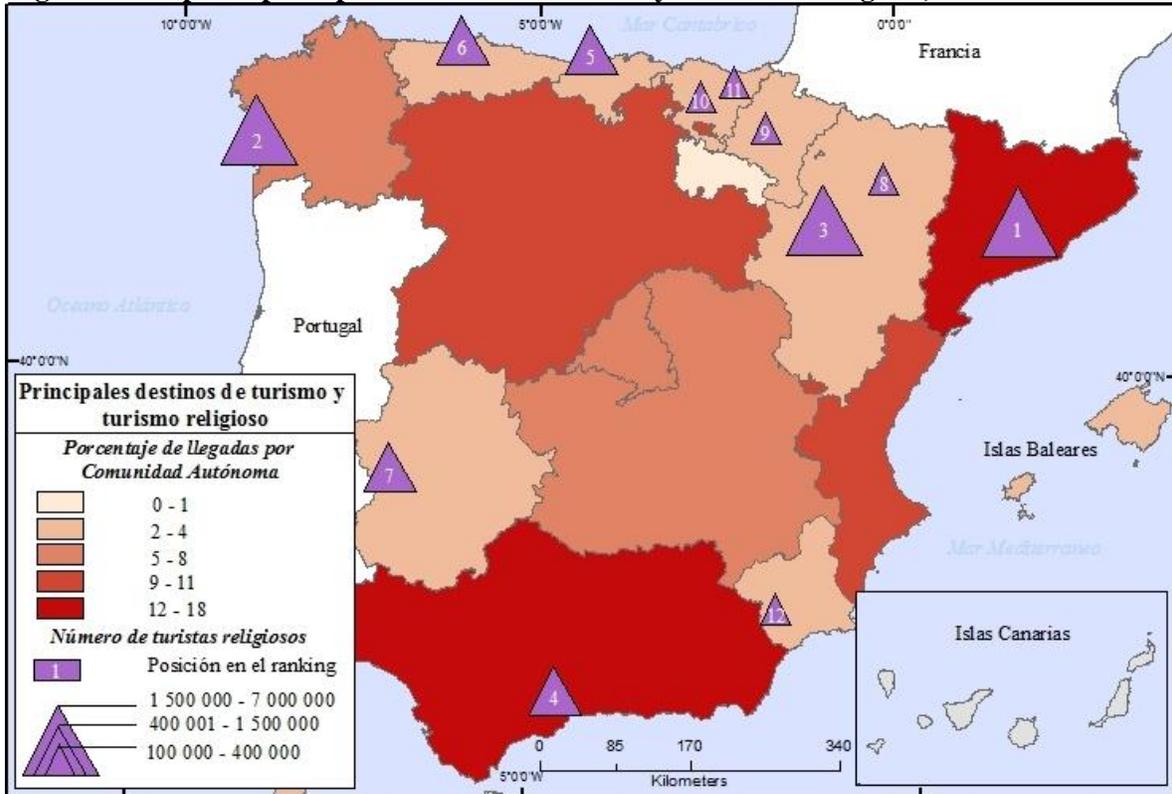
Si se consideran los datos dados por FRONTUR para 2009 de que se habían recibido 37 millones de turistas religiosos, se puede afirmar que para 2011, con el incremento que presentó el turismo, se habrían recibido en España, un aproximado de 40 millones de turistas religiosos extranjeros.

En cuanto a lo que corresponde a los turistas españoles, si se considera que el porcentaje de viajes con motivación religiosa se mantuvo constante desde 2005, se puede afirmar que para 2011 los españoles realizaron 960 000 viajes con una motivación religiosa, de los cuales 806 400 se llevaron a cabo dentro de España y el resto hacia otros destinos religiosos en el extranjero; ésto daría una cifra aproximada de 1 071 000 personas que realizaron alguna actividad con motivación religiosa.

Por último, si se hace una relación entre los sitios con un mayor turismo y los que albergan sitios de interés religioso, se observa que Cataluña, una de las comunidades que presenta el mayor porcentaje de llegadas (15 %), también tiene uno de los santuarios más visitados, el Santuario de Nuestra Señora de Montserrat, que tiene aproximadamente dos millones de visitas anuales. En el lado

opuesto, se sitúa el País Vasco con un porcentaje de llegadas del 2%, y dos santuarios, Loiola y Arantzazu, que cuentan con doscientas mil visitas anuales cada uno. Con lo que se encuentra una relación directa entre el porcentaje de llegadas y el número de visitantes a los santuarios (Figura 3.3).

Figura 3.3. España: principales destinos de turismo y de turismo religioso, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: Editur, 2009 e IET, 2011

Lo anterior, muestra la dificultad que supone obtener datos sobre el turismo religioso en España, y en general a nivel mundial, ya que no existe una fuente estadística uniforme; cada lugar o acto religioso presenta sus datos por separados y resulta difícil obtener datos de las instituciones eclesiásticas. Por otro lado, es evidente, aunque no existan datos con que demostrarlos, que los movimientos religiosos, peregrinaciones, actos, eventos, son una fuente considerable de ingresos para el sitio que los organiza.

3.2. Particularidades territoriales de la Comunidad Autónoma del País Vasco

Dentro de las diecisiete Comunidades Autónomas en que se dividió el territorio español, se encuentra la Comunidad Autónoma del País Vasco (Euskadi o Euskal Herria), que cuenta con una extensión de 7 261 kilómetros cuadrados y se sitúa entre los paralelos 42°28' y 43° 27' norte y los meridianos 1°44' y 3°26' oeste. Limita al norte con el mar Cantábrico (en euskera Kantauri itsasoa) a lo largo de 197 kilómetros de costa. En el extremo nororiental, el curso del río Bidasoa durante trece kilómetros, forma la frontera con Francia (Figura 3.4).

Al Este limita con Navarra, al Sur con La Rioja, al Sur y Sudeste con la Comunidad Autónoma de Castilla y León y al Oeste con Cantabria. Dentro del territorio descrito existen enclaves pertenecientes a Cantabria (Villaverde de Trucios, en las Encartaciones Vizcaínas) y a Castilla y León (Condado de Treviño, en Álava, pertenecientes a la provincia de Burgos) (Prats, 1995).

Figura 3.4. País Vasco: localización de la Comunidad Autónoma

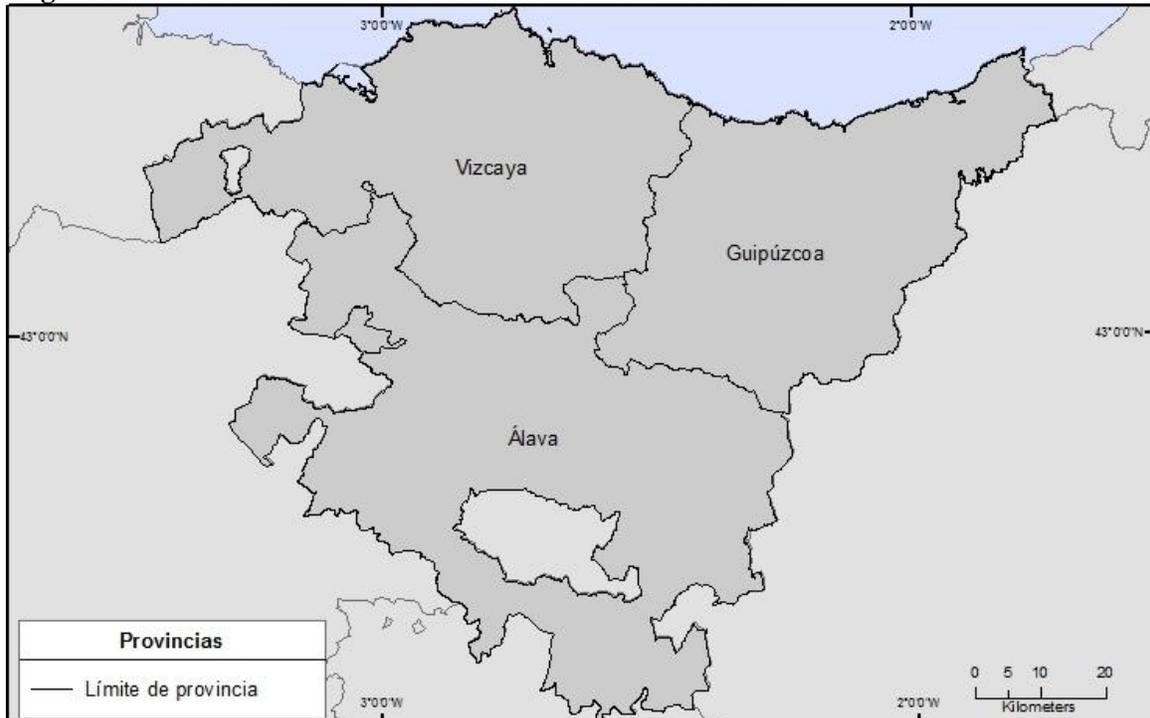


Fuente: Elaborado sobre la base de: INE, 2012

Por su extensión territorial, el País Vasco es una de las comunidades autónomas más pequeñas del conjunto del estado, sólo posee una superficie menor a Cantabria, La Rioja y Baleares. Sin embargo, en cuanto a población, ocupa, en términos absolutos, el sexto puesto del total de las diecisiete Comunidades Autónomas, lo que le confiere el segundo rango en densidad de población, después de Madrid. Al tener una población de 2 184 606 habitantes, en un territorio de 7 261 km², que da una densidad de 301 habitantes por kilómetro cuadrado.

El territorio de la Comunidad Autónoma del País Vasco está integrado por los territorios históricos que coinciden con las provincias, en sus actuales límites, de Álava, Guipúzcoa y Vizcaya (Figura 3.5). Se divide, a su vez, en 251 municipios, 51 en Álava, 88 en Guipúzcoa y 112 en Vizcaya (Anexo 2), que se agrupan en 20 comarcas. Por otro lado, según las Directrices de Ordenación del Territorio del Gobierno Vasco existen 15 áreas funcionales en el País Vasco que constituyen la base de referencia para el desarrollo armónico y coordinado de la Comunidad y se fundamentan en criterios de interconexión e integración (Ordenación Territorial, 2012).

Figura 3.5. País Vasco: Provincias de la Comunidad Autónoma



Fuente: Elaborado sobre la base de: Euskadi, 2012

La capital del País Vasco es Vitoria-Gasteiz, donde reside, el Lehendakari (Presidente) del Gobierno Vasco, así como el Eusko Legebiltzarra (Parlamento Vasco) y las principales instituciones comunes de las tres regiones vascas. Esta comunidad posee el grado más alto de autonomía de cualquier subentidad estatal europea, y en la práctica es semi-independiente. Posee entre otros, su propio sistema fiscal, sanitario, educativo y policial.

El País Vasco, funciona como una confederación de Comunidades Forales. Cada región posee 25 diputados en el Parlamento Vasco, de manera independiente, del número de habitantes de cada una de ellas. Cada región foral, que tiene identidad propia desde la Edad Media, posee desde aquella época (con periplos de prohibición o disminución de autogobierno a lo largo de la historia) un parlamento o Batzar Nagusiak (Juntas Generales) y un presidente o Aldun Nagusia (Diputado General). Posee también, una amplia autonomía y poder de decisión, gran parte del autogobierno vasco es gestionado por cada una de las regiones vascas.

Por lo que corresponde a la descentralización del entramado institucional vasco es muy notable. El País Vasco se basa en la unión libre de territorios históricos vascos, por lo que cada territorio posee el derecho de separarse o unirse a País Vasco cuando lo juzgue oportuno, como es el caso de la Comunidad Foral de Navarra. El gobierno vasco coordina los tres territorios históricos.

3.2.1. Aspectos físico-geográficos

Por su localización absoluta, el País Vasco, esto de acuerdo con sus coordenadas geográficas, se halla más próxima al Trópico de Cáncer, 21°1' de distancia desde el punto más meridional, que al Círculo Polar Ártico, 23°6' de distancia desde el punto más septentrional, lo que incide en que el clima oceánico de este territorio esté matizado con algunas características subtropicales.

Respecto a los grandes conjuntos morfoestructurales del relieve de la Península, el País Vasco queda incluido en el área de influencia del plegamiento pirenaico, al que hay que atribuir los principales rasgos de su superficie. La localización costera en el Golfo de Vizcaya, en euskera Bizkaiko Golkoa, le otorga un clima templado oceánico con predominio de las influencias anticiclónicas, anticiclón de las Azores, y las situaciones de flujo atmosférico de dirección noroeste.

Se distinguen hasta tres tipos de climas en el País Vasco, un clima oceánico (Cfb) en el sector litoral, con elevadas precipitaciones anuales y temperaturas suaves a lo largo de todo el año. Un clima de alta montaña (Csb), con un régimen de precipitaciones superior a los 2 000 mm anuales y temperaturas frescas en verano, y un clima mediterráneo (Csa) de tendencia continental en las zonas interiores y meridionales.

La principal característica del clima del País Vasco es el alto porcentaje de humedad ambiental (76% de media anual), como consecuencia de la constante entrada de vientos de origen atlántico. El valor de las precipitaciones es elevado, y en las capitales oscila entre los 877 mm de Vitoria-Gasteiz y los 1 529 mm de Donostia-San Sebastián. La concentración máxima de precipitaciones se da en los últimos meses de otoño y los primeros de invierno, mientras que los valores son más reducidos en junio y julio. En cuanto a las temperaturas, en la costa las medias anuales de las capitales oscilan entre los 13.1° C de Donostia-San Sebastián y los 14° C de Bilbao. En Vitoria-Gasteiz, la media anual de las temperaturas está en torno a los 11.6° C, y presenta la mayor amplitud térmica anual de las tres capitales, 14.5° C.

Respecto al relieve, el País Vasco tiene una compleja topografía, sin cimas muy elevadas, pero formada por numerosos valles. En el conjunto de la comunidad se aprecian dos unidades de relieve: una primera que se extiende por las provincias de Biskaia, Gipuzcoa y buena parte del territorio alavés y que se conoce como el arco vasco o vertiente cantábrica; y una segunda unidad, de menor extensión y localizada al sur de la demarcación vasca, que se abre a la depresión del Ebro. La primera de las unidades la forman una serie de pliegues de la era mesozoica cuya disposición sigue la orientación este-oeste y enlaza los Pirineos con los macizos asturianos.

La costa es, en general, acantilada, con entrantes marcados por las rías y cortadas playas de arena. Frente a este litoral abrupto aparece una alineación de montañas menores que corren en dirección perpendicular a la línea de costa. Las montañas ganan altitud hasta llegar a las cumbres de Peña Gorbea (1481 m) o el pico de Aizkorri (1 544 m), en el centro de la región y por donde fluye el río Arantzazu (Figura 3.6). En el margen vasconavarro septentrional aparece el macizo paleozoico de las Cinco Villas.

El relieve de la provincia de Álava desde las mencionadas sierras centrales se abre a una primera cuenca, la Llanada Alavesa, por donde discurre el río Zadorra. Un cordón de montañas de

orientación oeste-este en que destacan los Montes de Vitoria (Kapildui, 1 180 m) y las estribaciones de la Sierra de Urbasa, separa la Llanada Alavesa del Condado de Treviño. Al sur de la depresión de Treviño, la Sierra de Cantabria abre al valle del Ebro.

La vegetación potencial, del País Vasco, está determinada por las propias características topográficas de la comunidad y las especificidades del clima. En las zonas orientadas a los húmedos vientos de origen cantábrico, se concentran tanto especies atlánticas húmedas como especies termófilas mediterráneas, ya que la acción atemperadora del mar se deja sentir en los valles costeros (Figura 3.7).

La vegetación del País Vasco es la típica de la región atlántica, dominada por bosques de frondosas caducifolias. Las carvalledas se localizan por debajo de los 700 m de altitud en las áreas de suelo silíceo, con temperaturas anuales suaves y periodos estivales lluviosos. El roble carvallo ha sufrido una intensa explotación humana, y hoy en su hábitat aparecen zonas de cultivo, pastizales o plantaciones de coníferas. Los melojos, muy apreciados por su madera carbonera, aparecen entre los 700-500 metros de altitud, en suelo silicícola y bien drenado.

Figura 3.6. País Vasco: parte de la Sierra de Aizkorri o Montes Vascos



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 3.7. País Vasco: vegetación del Valle de Karrantza, Vizcaya

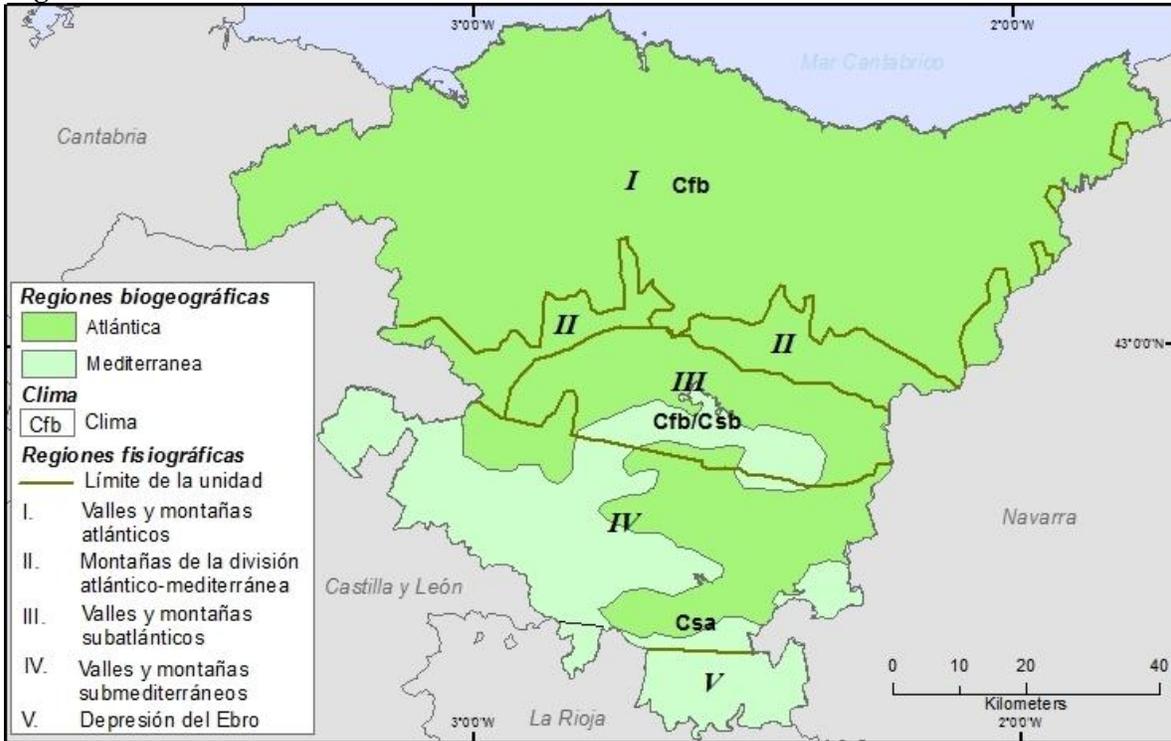


Fuente: Trabajo de campo, 2011

Los quejigos, como especie de transición entre las atlánticas y del mediterráneo, se disponen sobre cualquier tipo de terreno. Las hayas aparecen en las laderas septentrionales de las sierras vascas, siempre por encima de los 600 metros de altitud y en ambientes de elevada humedad. En estas áreas hay lugar, de igual forma, para las frondosas mediterráneas. La encina aparece en suelos calizos de laderas orientadas al sur por debajo de los 500 m de altitud. La carrasca se localiza en áreas de ambiente continental y suelos calizos, y se extiende hasta alturas de 1 200, son las condiciones le son favorables.

Las comunidades de transición al bosque autóctono son las laderas de brezos y tojos en las áreas de mayor humedad y los coscojares en las tierras interiores. Por último, en áreas situadas por encima de los 1 200 m aparecen los pastos, que son aprovechados por el ganado. Sin embargo, más de la cuarta parte de la superficie de la comunidad está poblada por coníferas como el pino insigne, alerces, algunas especies de abetos y falsos cipreses. Sólo en la provincia de Álava medran de forma espontanea bosques de pino albar (Figura 3.8).

Figura 3.8. País Vasco: características físicas



Fuente: Elaborado sobre la base de: Bosque, 2004.

3.2.2. Población de Euskadi

Respecto a la población, gracias a que fue uno de los focos iniciales de la Revolución Industrial en España, la población del País Vasco tuvo un gran crecimiento desde mediados del siglo XIX hasta principios de los años 1970, al recibir una considerable inmigración de otras regiones españolas. La primera oleada de inmigrantes fue consecuencia de la revolución industrial de Vizcaya.

Durante los años 1950, y sobre todo de 1960, coincidiendo con la etapa del Desarrollismo, se produjo la segunda gran oleada de inmigrantes provenientes del resto de España, que se trasladaron al País Vasco en busca de empleo. Su elevado número y su mezcla con los autóctonos (parte de los cuales provenían de la primera oleada de inmigrantes de finales del siglo XIX) produjo la actual sociedad vasca (Ruiz, 2008).

Sin embargo, la reconversión industrial derivada de la crisis industrial de los años 1980 y el descenso de natalidad provocaron que el País Vasco retrocediera en su demografía y fuera una

región con crecimiento negativo desde la transición del Franquismo al Estado democrático descentralizado, manteniéndose esta tendencia a pesar de la bonanza económica experimentada desde mediados de los años 1990 con indicadores de PIB superiores a la media europea.

Así, mientras que en el periodo de 1981 a 2006, la población española crecía en un 19%, el País Vasco presentaba una recesión demográfica de -0.05%. La provincia de Álava fue la que menos creció en términos demográficos con la revolución industrial, y es la única que no ha perdido población desde los años 1970, mientras que la que de manera porcentual más población ha perdido ha sido Vizcaya, que fue la que creció más en la época de la industrialización. La tasa de crecimiento población en la actualidad es del 0.3%, y la esperanza de vida es de 76.4 años para los hombres y 83.7 años para las mujeres (Euskadi, 2012).

Para 2011, la población del País Vasco aumento en 7 116 personas, lo que supone un incremento del 0.3%, respecto a 2010, y llegó a una población total de 2 191 722 habitantes, según los datos del padrón municipal del INE (2012). Por provincias, el mayor incremento porcentual de población se registró en Álava con el 1 %, seguida de Vizcaya con el 0.32% y por último Guipúzcoa donde aumento el 0.31%.

Así, para principios de 2012, Vizcaya contaba con una población de 1 157 452 personas, en Guipúzcoa 711 826 y en Álava 322 444 personas. El número de extranjeros empadronados en el País Vasco alcanzó las 151 162 personas, con un aumento respecto a 2010 de 5 906 personas, lo que supone un incremento del 4.1%. De esta forma, los extranjeros suponen el 6.9% de la población vasca (INE, 2012).

Otro aspecto importante de mencionar de la población, es su lengua, ya que en el País Vasco se han hablado dos lenguas desde ya hace siglos, el castellano y el euskera o vasco, ambas originarias de la región. El primero surgió en una zona amplia que abarcaba también territorios del occidente de las actuales Álava y Vizcaya. El euskera, a diferencia del resto de las lenguas de la región, no procede del latín ni de ninguna lengua romance, ni de la familia indoeuropea, por lo que se considera una de las más antiguas dentro de España y Europa.

El castellano es la lengua que habla la mayoría de la población, la cual corresponde al 59%, mientras que el 25% de los habitantes de Euskadi es vasco parlante, el 16% lo entiende pero no lo habla, y el 5% usa ambas lenguas por igual

De manera estrecha a las lenguas del País Vasco, se encuentra la educación. El sistema educativo vasco se organiza según la Educación en España: Educación Infantil, Educación Primaria, ESO (Educación Secundaria Obligatoria), Bachillerato, y Formación Profesional. Pero según los modelos lingüísticos, en euskera o castellano:

- Modelo A: todas las asignaturas en castellano excepto la asignatura de Euskera.
- Modelo B: una parte de las asignaturas en Euskera y la otra parte en castellano.
- Modelo D: todas las asignaturas en Euskera excepto la de lengua castellana.
- Modelo X: todas las asignaturas en castellano sin asignatura de Euskera, para alumnos que residen de manera temporal en el País Vasco y modelos de colegios con idioma extranjero como lengua vehicular.

Se debe de mencionar que el uso del modelo A (todas las asignaturas en castellano, menos la asignatura de Euskera) en los estudios va aumentando y la utilización del modelo D (todas las asignaturas en Euskera menos la asignatura de Castellano) se va contrayendo a medida que se avanza en la educación (Cuadro 3.6).

Cuadro 3.6. País Vasco: porcentajes de alumnos en los modelos educativos, 2012

Modelos educativos			
Nivel educativo	Modelo A y X	Modelo B	Modelo D
	Porcentaje (%)		
Educación infantil	5.9	25.1	69
Educación primaria	10.7	30.5	58.8
ESO	22.4	26.1	51.5
Bachillerato	49.9	1.3	48.7
Formación Profesional	76.5	2.9	20.5

Fuente: Euskadi, 2012

El sistema educativo vasco se caracteriza por tener más alumnos en la educación privada concertada (51%) que en el sistema público dependiente del Gobierno Vasco, siendo la Comunidad Autónoma española que más dinero público invierte en educación privada concertada. El sistema educativo se

completa por tres universidades: Universidad del País Vasco, Universidad de Deusto y Universidad de Mondragón (Figura 3.9).

Figura 3.9. País Vasco: Facultad de Letras, Universidad del País Vasco, Campus Vitoria



Fuente: Trabajo de campo, 2011

3.2.3. Actividades económicas

Dentro del sector primario la agricultura vasca presenta dos regiones claramente diferenciadas, y hasta contrapuestas, el norte cuya unidad de explotación tradicional es el caserío, de predominio ganadero y el sur, con un modelo agrícola mediterráneo típico en el que predomina el cultivo del trigo y la vid.

El caserío tradicional es una explotación autosuficiente, aislada, en el que se incluyen los cultivos, los productos ganaderos, los pastos, los árboles frutales (manzanos) y hasta los aperos de labranza y la maquinaria. La estructura y el carácter de los caseríos han hecho imposible la concentración parcelaria, por lo que muchos de ellos han dejado de ser rentables y se han orientado hacia otros sectores, como el turismo rural y el agroturismo, o segunda residencia (Figura 3.10).

Los que sí han llegado a ser rentables es gracias a una profunda modernización de sus explotaciones, al invertir sobre todo en maquinaria. Algunos de los caseríos mantienen una explotación precaria o en agricultura a tiempo parcial, de manera que su titular obtiene rentas principalmente en otro sector. De los productos que aun se pueden obtener de estos caseríos son: leche fresca, quesos y productos gastronómicos que se venden dentro de la región; de manera indirecta también sirve como atractivo turístico.

Figura 3.10. País Vasco: caserío utilizado para turismo rural, Segura



Fuente: Trabajo de campo, 2011

La agricultura de Álava, y sobre todo de La Rioja Alavesa, tiene un carácter mediterráneo de campos abiertos. Aquí sí fue posible la concentración parcelaria, el aumento del tamaño de la explotación y su modernización gracias a las técnicas de la revolución verde. Es la agricultura más rentable de la región, de forma particular en La Rioja Alavesa, orientada de manera fundamental al viñedo y la producción de vinos de alta calidad. Ésta es la única comarca en la que el regadío tiene una importancia notable, ya que el clima lluvioso del resto de la comunidad hace innecesarias las grandes infraestructuras

Los principales productos agrícolas están vinculados a la producción ganadera, pastos, cebada y forrajes, que suman más de la mitad de la superficie agrícola útil. También son importantes las producciones de maíz, leguminosas (judías, habas y garbanzos) y los cultivos industriales (remolacha azucarera). En los últimos tiempos, están apareciendo explotaciones hortícolas que usan técnicas de producción desvinculadas de la revolución verde (cultivos biológicos) de alta calidad.

Sin embargo, la producción hortícola vasca está dominada por los cultivos de invernadero que aparecieron en los años 1970 en la costa vasca.

Porcentualmente, la producción silvícola vasca es bastante importante. Se centra en especies de crecimiento rápido, como el pino, que cubre la mayor parte de la superficie arbolada. Las principales comarcas silvícolas son el Alto Deba, Goyerri y el Duranguesado. Su producción se dedica mayoritariamente a la madera, bien para muebles bien para otros usos, y en menor medida a la producción de pasta de papel.

En cuanto a la ganadería, la dedicada a la producción de leche es la principal actividad agropecuaria del País Vasco. La ganadería bovina es muy antigua en la región, tanto para leche como para carne. Domina la raza pardo-alpina y la frisona, sobre todo en la producción de leche, que ha desplazado prácticamente a la pirenaica, más útil para carne. El modo de explotación, en su mayoría, es semiextensivo, ya que se concentran en las regiones montañosas. También son importantes las cabañas avícolas, porcinas, ovinas y caprinas. Son explotaciones modernas e intensivas localizadas en comarcas más densamente pobladas (Figura 3.11).

Figura 3.11. País Vasco: dispensador de leche fresca de los caseños, Ordizia



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Tanto en las explotaciones agrícolas como en las ganaderas, el trabajo asalariado es prácticamente nulo, ya que la mayoría de ellas son aprovechamientos en régimen de propiedad, gestionadas por la unidad familiar. Son explotaciones modernas cuya producción se destina íntegramente al mercado.

La otra actividad primaria de importancia en País Vasco es la pesca, actividad que ha quedado atrasada con respecto a otras regiones debido a la orientación industrial de los principales puertos vascos. La pesca de bajura es la más tradicional, caracterizada por la captura de merluza, pero los principales caladeros se encuentran en aguas francesas, por lo que se ha reducido. Además de la merluza se capturan pescadilla, besugo, congrio, rape, chicharro, bonito, atún, sardina, entre otros de forma artesanal, lo que ha evitado la sobreexplotación.

La pesca de altura y gran altura tiene un carácter totalmente diferente; son empresas capitalistas que pescan en caladeros lejanos. El principal puerto pesquero vasco es el de Ondárroa (Vizcaya), seguido del de Pasajes (Guipúzcoa). Es una flota moderna, aunque pequeña, de barcos congeladores y factoría.

Respecto al sector secundario la minería del hierro tiene gran tradición histórica. En el siglo XIX llegó a ser una de las importantes de Europa. Los principales productos mineros son el hierro, plomo, zinc, cobre, petróleo, gas natural y asfalto natural. El hierro se explota en Vizcaya, en la comarca del Gran Bilbo (Somorrostro). El plomo y el zinc están muy extendidos por todas las sierras de los montes vascos.

El cobre se halla en la Sierra de Urkilla y en la de Aralar. Existen bolsas de petróleo y gas natural en pequeñas cantidades en la región, aunque sólo se explotan un par de plataformas petrolíferas frente a las costas vizcaínas. Por su parte el asfalto natural se encuentra en la Sierra de Maeztu, aunque la mayor parte de asfalto actual es artificial.

La producción de energía eléctrica es muy inferior al consumo de la región. La producción hidroeléctrica es, en casi su totalidad, generada por pequeñas centrales que no requieren presas en los ríos. Más importante es la producción termoeléctrica. Existen tres centrales termoeléctricas, dos en Vizcaya, Burceña (Bilbao) y Santurce, y una en Guipúzcoa, Pasajes de San Juan, que suman más de 1 200 000 kw de potencia.

En cuanto a industria, el País Vasco es una de las regiones industriales más antiguas y estables de España. En el siglo XIX entró en el ciclo de la revolución industrial gracias a una burguesía emprendedora. Pero es en la década de los 1960, durante el desarrollismo, cuando recibe el impulso definitivo que llega hasta hoy.

La siderometalúrgica es la principal actividad industrial del País Vasco, abarca gran cantidad de actividades, y tiene un alto grado de concentración espacial. Casi toda ella está en la margen izquierda de la ría de Bilbao, aunque existen otras plantas siderometalúrgicas en el resto de Vizcaya y en Guipúzcoa. Hay que mencionar la construcción naval, que a pesar de la profunda crisis que atraviesa tiene una notable importancia. Los principales astilleros se encuentran en Sestao.

La industria química es muy moderna, de la década de 1970. Existen dos centros principales, la ría de Bilbao en Vizcaya y el área metropolitana de San Sebastián, aunque se encuentran otros centros de menor importancia en Álava. La industria de manufactura de bienes de consumo es muy numerosa y está muy diversificada. Algunas de estas empresas pertenecen al subsector de alta tecnología y se encuentran diseminadas por toda la región, aunque por número de establecimientos se encuentra en primer lugar Guipúzcoa.

La industria agroalimentaria es muy heterogénea, aunque predomina la industria lechera y vitivinícola. Se localiza en las inmediaciones de las grandes ciudades, aunque es Álava la que tiene mayor número de plantas industriales. También se encuentran algunas fábricas de transformación de madera, industria del mueble, corcho y, en menor medida, de papel. La mayoría de los centros se encuentran en Vizcaya y Guipúzcoa.

La industria textil y de calzado también tiene una representación, aunque muy lejos de los principales centros textiles del país. La construcción es uno de los sectores más activos debido a la gran demanda de viviendas, centros fabriles modernos y una intensa renovación de las infraestructuras por parte de los poderes públicos. Sin embargo, este sector es de los que más se ha visto afectado por la crisis económica que se ha presentado en los últimos años, lo que ha producido un estancamiento.

El sector terciario, a pesar de que el País Vasco es una región fundamentalmente industrial, se encuentra avanzado en cuanto a servicios, dentro de los que se incluye el turismo. Es después de la

industria, la actividad económica que se transforma de manera más rápida. El comercio, la hostelería y el transporte, son sectores muy extendidos de manera uniforme por toda la comunidad.

El turismo es otro de los grandes sectores de la comunidad, a pesar de que no corresponde con el modelo típico de sol y playa. Tiene una tradición muy larga, ya que en el siglo XIX y principios del XX fue destino de un turismo selectivo de alta calidad entre los que se encontraban la Familia Real Española. Era una época en la que se trataba de huir del excesivo calor y se buscaban los centros balnearios, como los de San Sebastián, Zarauz y Lequeitio.

El turismo actual en País Vasco, si bien aún sigue ofertando sus playas, ha optado por diversificarse al potenciar el turismo gastronómico y el cultural. En las tres capitales vascas existen un número considerable de museos, para los gustos de todo público, entre los que destaca el Museo Guggenheim, en Bilbao, y en menor medida el museo Artium en Vitoria-Gasteiz (Trabajo de campo, 2011). Durante el verano se suceden una serie de festivales de música y cine de categoría internacional que atraen a un turismo selectivo de alto nivel económico en busca de actividades culturales.

En estrecha relación con el turismo cultural se encuentra el turismo religioso, que se halla en las tres provincias, y que se ha ido desarrollando alrededor de distintas rutas; la principal le corresponde al Camino de Santiago y, por otro lado, la Ruta de los Tres Templos, relacionada con la vida de San Ignacio de Loyola. También se ha puesto interés en el turismo verde o de interior, para dar paso al turismo rural y el turismo de aventura o activo, al ofertar casas rurales, agroturismos y actividades como paintball, go karts, escalada, rapel, ciclismo de montaña, entre otras (Trabajo de campo, 2011).

A pesar de esta oferta y diversificación del turismo, la capacidad del turismo en el País Vasco está muy lejos de los grandes centros turísticos españoles, sobre todo de la costa mediterránea, tanto por oferta de plazas como de ocupación. En gran medida, este bajo nivel de ocupación, se debe a la situación de enfrentamiento social y político que se percibe desde fuera de Euskadi. Sin embargo, se cree que esto pueda cambiar con la última declaración de paz que ha lanzado ETA en octubre de 2011, que ha entusiasmado a toda persona relacionada con la actividad turística y población en general, ante una situación de tranquilidad y mayor seguridad para la población y los turistas que pretendan llegar a País Vasco.

3.2.4. Organización terrorista ETA

El grupo terrorista nace en Bilbao el 31 de julio de 1959 bajo el nombre de ETA “Euskadi eta askatasuna” en vasco, que quiere decir “País Vasco y Libertad”. Se trata, en principio, de un grupo formado fundamentalmente por estudiantes radicales y que pretende representar una alternativa al Partido Nacionalista Vasco (PNV).

Sus objetivos se han ido modificando durante los años, pero mantienen desde su fundación, la exigencia a los Estados español y francés del reconocimiento de la independencia de Euskal Herria, territorio en el que se incluyen Álava, Guipúzcoa, Vizcaya, la Comunidad Foral de Navarra y los tres territorios que componen el País Vasco francés (Iparralde) que son Labort, Baja Navarra y Sola.

En 1961 cometen su primer intento de atentado contra un tren de veteranos de la Guerra Civil y comienzan las detenciones y los exilios. Para 1962, ETA celebra, en el monasterio de la localidad francesa de Belloc su primera asamblea, en la que se define como una organización clandestina revolucionaria (El País, 2011).

En 1965, comienzan los atracos y el cobro de impuestos revolucionarios y el 7 de junio de 1968 muere el guardia civil José Pardines Arcay, que se convierte en el primer asesinato etarra. Las operaciones policiales casi neutralizan a la banda en 1969, pero lo único que se consigue es que para diciembre de 1970, dieciséis etarras sean condenados a muerte en el Proceso de Burgos. Tiempo en el que ETA secuestra a Eugenio Beihl, cónsul alemán en San Sebastián, para que el proceso judicial tuviera eco internacional. Para septiembre de 1974, doce personas mueren en el primer atentado masivo, contra la cafetería Rolando en Madrid.

En noviembre de 1974 se produce una escisión en la organización; los *milis* (minoritarios) propugnan la insurrección popular mientras los *polimilis* optan por una violencia selectiva, lo que deriva en un ETA Militar y un ETA Político-militar. La muerte de Franco abre una pauta política de espera, pero la lucha armada no se detiene, y dieciséis personas mueren en ese año, y en los dos años siguientes ETA suma otras veintinueve víctimas.

Para 1977, el gobierno aprueba una amnistía general de la se benefician decenas de presos de ETA. Tras su aprobación en referéndum en octubre, una ley orgánica sanciona el 18 de diciembre de 1979

la entrada en vigor del Estatuto de Gernika. Después de la aplicación de la amnistía para todos los presos etarras del franquismo, nace Gestoras pro Amnistía, y ETA decide mantener la violencia.

La lucha armada, en los siguientes años deriva hacia el terror indiscriminado, y 1980 queda marcado como el año más sangriento, con 91 víctimas, de las cuales la mitad fueron civiles. Para septiembre de 1982, ETA Político-militar anuncia su desaparición, y en 1983 empiezan los primeros episodios de guerra sucia con los Grupos Antiterroristas de Liberación (GAL), año en que se ingresa a la OTAN, que ayuda a mejorar la colaboración policial con Francia.

El 5 de noviembre de 1987 se firma, en el Congreso de Diputados, el Pacto de Madrid, suscrito por los principales partidos políticos. Para el año siguiente, todas las fuerzas políticas del Parlamento Vasco, excepto el Herri Batasuna (HB), secundan el Pacto de Ajuria Enea, lo que logra que para 1989 la banda ofrezca una tregua unilateral, ante el inicio de negociaciones con el gobierno y comienzan las conversaciones de Argel, pero el diálogo se rompe el 4 de abril.

En la década de 1990, son desarticulados ocho comandos en España, y en los primeros años se reduce la cifra de atentados y víctimas. Para mediados de la década, secuestran al concejal del PP en Ermua, Miguel Ángel Blanco, y a cambio de su liberación piden que los 460 miembros de la organización, dispersos en diversas cárceles de España, vuelvan a País Vasco. Al no aceptar su petición y vencido el plazo, el concejal es asesinado. Para finales de esta década, ETA en 1998 anuncia una tregua que dura tan sólo catorce meses.

Ya para el año 2000, se reanudan los asesinatos, en los que se suman veintitrés muertes, entre los que destacan los sufridos a periodistas de distintos periódicos como El Correo Español, El Diario Vasco, El País, y al corresponsal de Antena 3. En 2001, se detiene a Asier Oirtzabal Txapartegi Baltza, responsable del aparato logístico de la organización, detenciones que comienzan a debilitar la cúpula organizativa de ETA.

En 2004, se confirma que ETA, se encuentra debilitada, ya que se habían detenido a 131 activistas, y se había desbaratado la dirección etarra y arrestado a los máximos responsables de su logística, aparato electrónico, los grupos de reserva y el aparato financiero. Esto se nota debido a que la banda no había cometido ningún atentado mortal desde mayo de 2003, situación que se rompe en 2004 al perpetrar veintidós atentados, sobre todo con artefactos explosivos de baja potencia.

El 14 de noviembre de ese mismo año Batasuna celebró en el velódromo de Anoeta (San Sebastián), un acto en el que Otegi apostó por la utilización de vías exclusivamente políticas y democráticas para resolver el conflicto vasco. Apenas unas horas después, ETA colocó dos bombas en el Pirineo de Navarra. Tres semanas después hacia estallar cinco gasolineras del extrarradio de Madrid y en el aniversario de la Constitución colocó otros siete artefactos en diferentes puntos de España, actos que condenó Batasuna (El País, 2011).

En 2005, el presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, reclama a ETA el cese de la violencia para “escuchar” a Batasuna, a lo que ETA hace público un comunicado en el que ratifica la oferta de Batasuna en Anoeta. El ejecutivo afirma que está a la espera de un comunicado que anuncie el cese del terrorismo, sin embargo ETA hace estallar un coche bomba en el municipio vizcaino de Getxo, hiriendo a un ertzaina.

El 22 de marzo de 2006 ETA anuncia, mediante un comunicado remitido a Euskal Irrati Telebista (EITB), la radio y televisión vasca, y al diario en euskera Berria, un alto al fuego permanente a partir del 24 de marzo, con la intención de impulsar un proceso que culminase con un nuevo marco político, comunicado en que instaba a España y Francia a que cesasen lo que consideraban la represión hacia ellos. Para junio de este año, José Luis Rodríguez Zapatero informó a los medios de comunicación, del inicio del dialogo con ETA, tras el alto al fuego.

Durante esta tregua, se iniciaron contactos entre representantes del gobierno socialista y el entorno de ETA, pero en verano surgieron diferencias irreconciliables que tuvieron como consecuencia el bloqueo de la situación. Al final, entre los meses de septiembre y noviembre de 2006, se celebraron once reuniones en la casa de ejercicios de los jesuitas en Loyola (Azpeitia, Guipúzcoa), que dieron las bases para el diálogo y el acuerdo político, que fue conocido como “Los acuerdo de Loyola”, que de manera posterior sería sometido a la consideración del resto de los partidos e instituciones.

Al final el acuerdo se rompió, culpándose ambas partes. De esta forma, ETA envió un comunicado, que daba por finalizado el alto del fuego iniciado el 24 de marzo de 2006 y que la vuelta a las armas se haría efectiva a partir del 6 de junio del mismo año. Por su parte el presidente Zapatero dijo, en el Palacio de la Moncloa, que ETA volvía a equivocarse y solicitó el apoyo unánime de los demócratas del gobierno.

Desde ese momento, asesinaron a varias personas, dos guardias civiles, al ex-concejal socialista de Mondragón, a otro guardia civil en un atentado perpetrado en la casa-cuartel de Villarreal de Álava (Legutiano, Álava). A finales de 2008, la cúpula de ETA sufre pérdidas importantes, dado que se detuvieron a un número considerable de los líderes e importantes miembros etarras. Los medios de comunicación coincidían en que pasados cincuenta años de su creación ETA, se encontraba estructuralmente debilitada y aislada ante una sociedad hastiada de la violencia y con un creciente rechazo social.

Para 2009, ETA sigue realizando diversos atentados tanto en España como en Francia, esto a través de diferentes artefactos explosivos, coches bomba y bombas lapa, ataques en los que nuevamente los heridos en su mayoría eran civiles, y el resto fueron guardias civiles. Para 2010, ETA asesina, por primera vez en su historia, a un gendarme, durante un tiroteo cuando perseguían a un comando de etarras que habían perpetrado un robo de vehículos, cerca de París.

Tras la petición por parte de diversos mediadores internacionales en marzo de 2010, y de Eusko Alkartasuna y Batasuna, el 5 de septiembre firman un acuerdo de un alto al fuego, anunció que hizo ETA en un comunicado a la cadena de televisión británica BBC sin especificar su alcance. Sin embargo, el ministro del interior, Alfredo Pérez Rubalcaba, declaró su escepticismo ante los rumores que existían sobre la tregua.

Por su parte, el Partido Popular (PP), expresó que una posible tregua no era más que una estrategia del núcleo duro de la banda para poder presentarse a las elecciones municipales y forales de 2011. Para el 10 de enero de 2011, ETA declaró que el alto al fuego de septiembre de 2010 sería permanente, general y verificable por observadores internacionales.

El 20 de octubre de 2011, tres días después de la celebración de la Conferencia Internacional de Paz de San Sebastián, y apelando a sus conclusiones, la banda anunció el cese definitivo de su actividad armada, mediante un comunicado publicado en las ediciones digitales de los diarios Gara y Berria, difundido en video y audio en castellano y euskera. En el comunicado, ETA afirmó un compromiso claro, firme y definitivo de superar la confrontación armada, al tiempo que pidió a los gobiernos español y francés un diálogo directo con objeto de llegar a una solución de las consecuencias del conflicto.

El entonces presidente José Luis Rodríguez Zapatero compareció una hora después del comunicado de ETA, donde destacó que se trataba de un triunfo definitivo y sin condiciones del Estado de Derecho. Hizo hincapié en la colaboración de Francia en la lucha contra la banda, y agradeció el trabajo de los distintos ministros del Interior y la acción tenaz y eficaz de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado. Por su parte, el candidato socialista a las elecciones generales de noviembre de 2011, Alfredo Pérez Rubalcaba, ex ministro del Interior, dijo que se trataba de un día para celebrar la gran victoria de la democracia. En su momento, el líder de la oposición y candidato del PP a la presidencia, Mariano Rajoy, consideró el anuncio una gran noticia porque no había habido ningún tipo de concesión política.

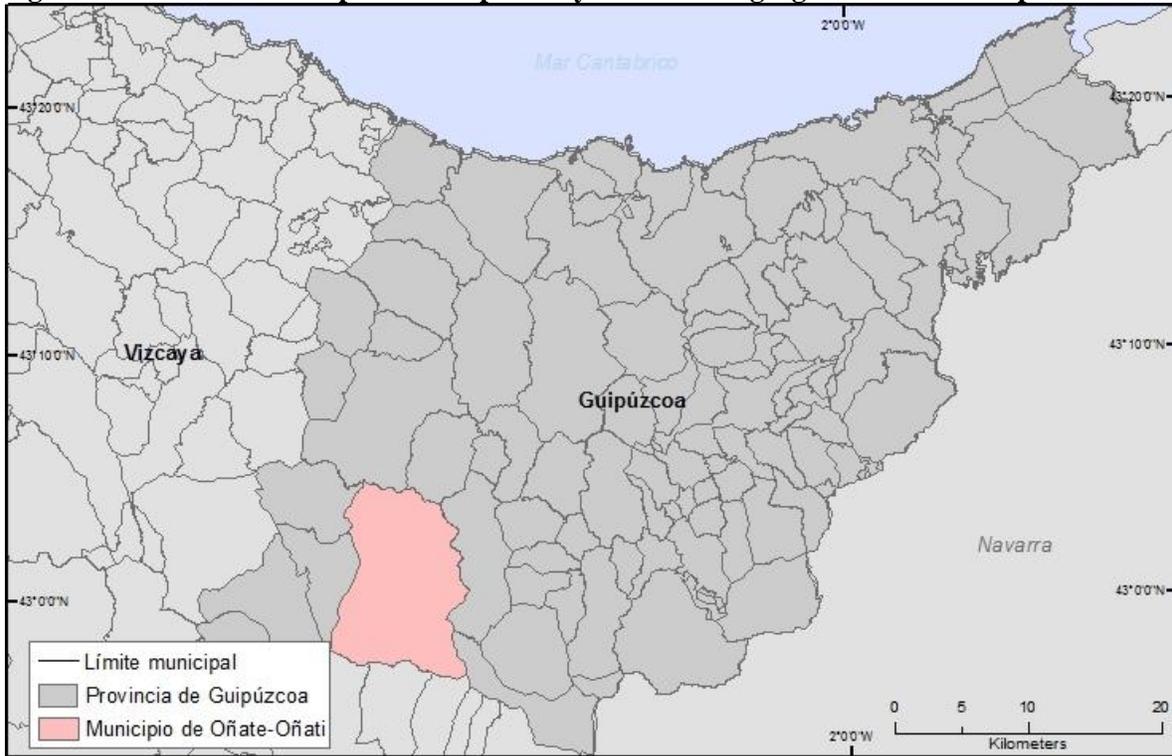
Tanto las asociaciones de víctimas del terrorismo, que lo califican de fraude, como las fuerzas de seguridad del Estado, que esperan que se pongan a disposición de la Justicia y entreguen las armas, acogieron con gran escepticismo y recelo el comunicado de la banda (El Mundo, 2011).

3.3. Orígenes de la Virgen de Arantzazu

El municipio de Oñate (Oñati en Euskera) está situado al sudoeste de la Provincia de Guipúzcoa, en la Comunidad Autónoma del País Vasco. Limita al Norte con los municipios Bergara y Antzuola; al Este con los municipios Legazpi y Partzuergoa; al Sur con los municipios Asparrena, San Millán y Barrundia, que pertenecen a la provincia de Álava; y al Oeste con los municipios Aretxabaleta y Mondragón-Arrasate.

Oñate pertenece a la comarca Alto Deba (Deba Garaia en Euskera). El centro del municipio está situado en un amplio valle rodeado por las sierras Aketegi (1544 m), Arrolamendi (949 m), Andarto (1076 m), Elgea-Artia (1177 m) y Aitzkorri (1528 m), en los que además del valle de Oñate se encuentran el valle de Araotz y Arantzazu situados éstos entre los 200 y 500 metros de altitud (Figura 3.12).

Figura 3.12. Oñate: municipios de Guipúzcoa y localización geográfica del municipio



Fuente: Elaborado sobre la base de: INE, 2012

En este contexto, no es extraño que las dos formas en que aparece nombrado, desde los documentos más antiguos, Oñate u Oñati, hagan referencia a su orografía: “pie de puerto” y “abundancia de colinas”. Se encuentra situado en el centro de País Vasco, a 73 kilómetros de San Sebastián, 64 km de Bilbao, 101 km de Pamplona y a 52 km de Vitoria-Gasteiz (Oñatiko Turismo Bulegoa, 2011).

Cuenta con una extensión de 108.2 km², que le coloca como el municipio más extenso dentro de la provincia de Guipúzcoa. La población ha tendido a asentarse en las zonas más cómodas y llanas de los valles, rehuendo las alturas, por lo que el centro urbano está a 231 metros sobre el nivel del mar. El Barrio de Arantzazu, que llega a alcanzar casi los 700 metros sobre el nivel del mar, sólo se colonizó bien avanzado el siglo XIX y de forma bastante incompleta. El punto más alto del municipio es la cima de Artzanburu, a una altitud de 1368 metros sobre el nivel del mar.

Además del centro urbano (Figura 3.13), tiene trece barrios: Arantzazu, Araotz, Uribarri, Lezesarri, Urrexola, Murgia, Olabarrieta, Berezaio, Garagaltza, Goribar, Zeñartu, Torreauzo, Garibai, Santxolopetegi, Zubillaga y Larraña. En total cuenta en la actualidad con 10 951 habitantes (Censo 2011).

Figura 3.13. Oñate: mapa turístico del centro urbano, 2011



Fuente: Oñatiko Turismo Bulegoa, 2011

Se puede decir que el clima predominante es el oceánico templado (Cfb), a pesar de que en las cimas puede sentirse la influencia del clima de montaña (Csb). Sus veranos son templados y los inviernos suaves, con temperaturas entre los 10° y 22° Celsius.

Como se ha mencionado, Oñate se encuentra rodeado de diferentes sierras cuyas cumbres se encuentran entre las más altas de País Vasco, como el Aizcorri (1528 m) o el Aichuri (1551 m). Las montañas están formadas por roca caliza que ha dado lugar a una gran zona kárstica con complejos subterráneos de gran extensión y profundidad. Se ha abierto a visitas turísticas la cueva de Arrikruz como muestra del fenómeno kárstico en la zona (Figura 3.14).

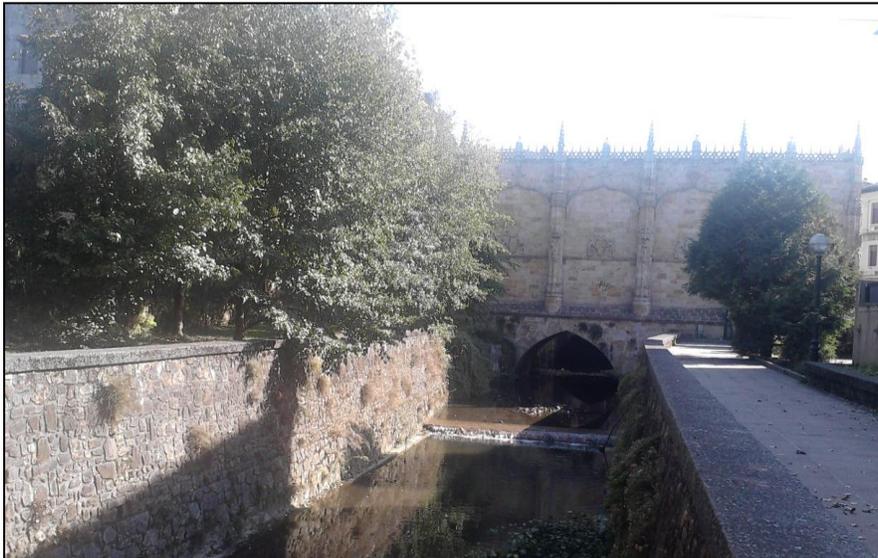
Figura 3.14. Oñate: Centro de Interpretación de las Cuevas de Arrikruz, 2011



Fuente: Trabajo de campo, 2011

De los montes que rodean Oñate, nacen varios ríos que se juntan en el núcleo urbano. Por un lado el Ubao y el Olabarieta y, por otro, el Auntz-erreaka. Estos ríos pasan por el claustro de la iglesia de San Miguel. Poco después, se junta el río Arantzazu, que recorre un kilómetro bajo tierra, entra por Gesalza y sale por la cueva de San Elías junto al Aráoz y al Urkulo. Afluentes que forman al río Oñate, que desemboca en el río Deba en el barrio Vergarés de San Prudencio (Figura 3.15).

Figura 3.15. Oñate: río Oñate en su paso por el claustro de la Iglesia de San Miguel



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En cuanto a la actividad económica de Oñate, la industria es la más relevante del municipio, seguida de los servicios en la atención de las necesidades básicas de la población y en un naciente turismo de interior. Por su parte el sector primario ocupa al 11% de la población laboral. Los suelos del municipio son aptos para la producción de pastos, como es el caso de las campas de Urbía, que dan sustento a un abundante ganado ovino y bovino. La agricultura también ha tenido un peso importante, así como la explotación forestal de los bosques, para la obtención de madera o para la fabricación de carbón vegetal.

Dentro del sector secundario, se encuentran las principales actividades del municipio, que han sido el motor económico de Oñate. De manera histórica, han sido las actividades más relevantes existiendo antecedentes de varias ferrerías y herrerías que aprovechaban la riqueza de combustibles (carbón vegetal) y de fuerza hidráulica para obtener hierro y transformarlo de manera posterior en diversos objetos, herramientas y armas, entre otras. Esta actividad se completaba con artesanos de diferentes oficios como cesteros, tejedores, molineros, alfareros, entre otros (Ayuntamiento de Oñate, 2012).

La entrada de la industria moderna propició la conversión de los pequeños talleres manuales en empresas industriales. Esta industria en Oñate es muy diversificada, desde fábricas de cerillas, hasta elementos metálicos de todo tipo. Desde Osinurdi en Zubillaga hasta el centro urbano se ha creado una zona industrial de unos cuatro kilómetros de longitud.

Por último, el sector terciario se ha centrado en cubrir las necesidades básicas de la población y en un turismo interior que ha ido cobrando importancia en los últimos años. Los servicios especializados se cubren en las poblaciones vecinas de Mondragón y Bergara, incluso en las capitales de las provincias cercanas como Vitoria y San Sebastián.

El turismo se encuentra centrado en dos ámbitos generales y diferentes, por un lado la riqueza monumental y cultural en la que queda integrado el santuario de Arantzazu y, por otro, el de la riqueza natural, cuyo eje principal es el Parque Natural de Aizkorri con las campas de Urbía. Además, el turismo rural cada vez cobra mayor relevancia al ofrecer hospedaje en casas rurales y agroturismos, así como las llamadas “experiencias” (Trabajo de campo, 2011).

Por otra parte, las comunicaciones que tiene el municipio de Oñate con los municipios y pueblos de alrededor son mediante la carretera GI-2630, que va de San Prudencio a Zumarraga y cruza del todo el valle de Oñate. En dirección oeste se une con la más importante carretera hacia el Alto Deba, en San Prudencio; hacia el Este esta misma carretera lleva a Legazpi, Zumarraga y Beasain, donde se unen a la carretera N-1. Esta vía es la carretera principal, y otra de menor relevancia es la que conduce hacia Arantzazu. Por último, otra vía de menor importancia es la que cruza el valle de Zañartu y que llega hasta Urrexola.

3.3.1. La efigie de Nuestra Señora de Arantzazu

La efigie encontrada entre los espinos y por la que se edificó el santuario desde su forma más rudimentaria en 1469, es una *Andra Mari*, un esquema dogmático de la Maternidad divina de María, de apenas 36 centímetros; representación en que la Madre se encuentra en un lugar secundario, constituyéndose en trono y ostensorio del Hijo, quien atrae la mirada y obsequios de sus adoradores.

Otro de los detalles que se observan en esta figura es el objeto que tiene la Virgen en la mano derecha, iconografía del arte gótico, objeto que la Madre enseña, una fruta, un corazón, una cosa indefinible, un símbolo, que se puede interpretar como la causa motiva u ocasional de las bendiciones de Jesús. Apoyada la mano izquierda sobre el hombro del infante, indica al Maestro, al autor de la Gracia y al dador de todo don perfecto (Figura 3.16).

Figura 3.16. Arantzazu: efigie de la Virgen en el espino como se encontró en 1469



Fuente: Santuario de Arantzazu, 2005

Respecto a los detalles de la Virgen, Arantzazu no es una Virgen velada sino una doncella de pelo, coronada con una corona sobre su cabellera, labrada del mismo material y en el mismo bloque. Caso único y singular en la iconografía mariano-vasca en que, invariablemente, se advierte que las Vírgenes en pelo llevan corona postiza de metal. De perfecto perfil gótico es el rostro, más las formas abultadas del cuerpo, el escote cuadrado de la túnica y el ceñidor de la misma, a la altura de la base de los pechos, sin solapa el manto pero con un gracioso dobladillo sobre los hombros, la postura en lánguido reposo, son indicios de que la escultura es de filiación gótica más reciente que la del rostro (Kortadi, 1993).

Por su parte, el Hijo de la Madre de Arantzazu es de una desnudez desconcertante, que parece se somete a la cuchilla de la circuncisión (Lizarralde, 1950). Se sienta sobre la rodilla izquierda de la Madre y tiende a recostarse sobre el corazón de ella. Es todavía tan tierno que no acierta a mantenerse con aquella gallardía y firmeza de los infantes del bizantino y el gótico. Las formas de su cuerpo se acusan muy imperfectas, aparenta ser una crisálida de niño. Todo su encanto está en que nace al mundo con la diestra en alto para dar bendiciones.

La efigie de Arantzazu es, pues, una ejemplar de gran valor iconográfico y único como tipo de los orígenes del renacimiento artístico en País Vasco. Después de haber catalogado toda la estatuaria mariana medieval de las tres provincias, y hechos estudios comparativos sobre la misma, la figura no encaja del todo bien en el cuadro general de las de origen vasco y, en consecuencia, debe de considerársele singular y única por sus características individuales

Junto a su aparición y su singularidad, la efigie tiene algo, aun mas diferencial, de las otras imágenes y manifestaciones, la campana que tañía sin que mano humana la agitara. Si la imagen de la Virgen ha sido tormento por determinar su procedencia, todavía resulta más desconcertante el examen de la campana, inestimable joya del santuario y que algún día podrá servir de criterio para ilustrar el imponderable acontecimiento primordial de la celebridad de Arantzazu.

Esta campana está labrada de dos chapas de hierro forjado y modelada a martillo; su forma es cuadrilátera, de superficie rugosa, con remaches en ambos costados y parte alta; una tercera chapa, difícilmente trabajada, sirve de compostura en el sitio donde en un principio, estaba adherida el asa. Una vez modelada así, debió de meterse en baño de bronce fundido, como se deduce de un grueso refuerzo que se ve en el borde inferior, y de los puntos acusados por numerosas manchas

hidrocarbonatadas o de cardenillo. Mide unos 25 cm de alto, 20 por 8.5 cm en la base, y 14 cm de ancho en el remate superior. Su antigüedad, sin duda es muy remota, se puede afirmar que se remonta varios siglos antes de la aparición, además no se han descubierto en España ninguna otra que se le parezca (Lizarralde, 1950) (Figura 3.17)

Figura 3.17. Arantzazu: campana y espino como se encontró en 1469



Fuente: Lizarralde, 1950

Otra campana, como la de Arantzazu, la han podido ver los franciscanos en el Congreso Eucarístico de Dublín, celebrado hacia la década de 1940, de tamaño algo mayor, más de igual forma y valor. Los irlandeses la tienen como una reliquia de su apóstol San Patricio y la tañeron durante la misa pontifical del Congreso. Otra de la que se ha tenido referencia, con estas mismas características, es la de un famoso santuario de la Madre de Dios, y que fue estación obligada de los peregrinos santiaguistas, la campana de Notre Dame de Rocamadour.

3.3.2. Aparición de la Virgen y los primeros santuarios

En torno de esta pequeña efigie, se ha ido formando la historia de Nuestra Señora de Arantzazu, que se remonta a 1469, cuando un pastor de la región de Oñate la encuentra y al verla exclamó: ¿Arantzazu?, que en euskera quiere decir ¿En los espinos, tú? Según refiere Garibai (1571) en su relato:

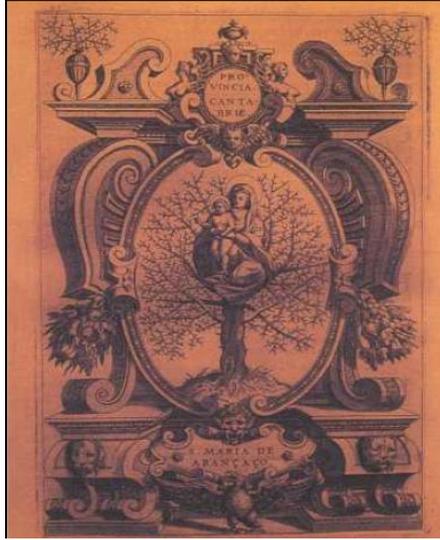
“En este año de mil y quatrocientos y sesentay nueve, uno más o menos, un mozo que guardaba ganado, llamado Rodrigo de Balzategui, hijo de la casa de Balzategui, de la vecindad de Uribarri, jurisdicción de la dicha villa Oñate, guardando las cabras de su casa en las faldas de la dicha montaña de Aloña, un día sábado, que es dedicado a la Virgen María, descendió por sus vertientes abaxo, guayado por la mano de Dios, a lo que piadosamente se debe creer. Cuya inmensa majestad siendo servido que dende en adelante fuese en aquel decierto perpetuamente loado y ensalzado su nombre, y el de la Reina de los Angeles, madre suya, y protectora nuestra, siendo de los fieles christianos de diversas partes de aquel lugar visitado y reverenciado, permitió que a este mozo pastor se le apareciese en aquel profundo sobre una espina verde, una devota imagen de la Virgen María, de pequeña proporción, con la figura de su Hijo en los brazos, y una campana, a manera de grande cencerro al lado. Esto sucedería en verano, pues a tal lugar, ageno de pastos en invierno, llevaba su ganado. De este caso tan impensado, se admiró el pastor y juzgándolo por cosa de Dios, rezó la Ave María, y otras oraciones que sabía, y luego con grande reverencia, cubriendo la sancta ymagen con ramas y otras cosas, que a mano pudo haber, ya que vino la noche. Bolvió con el ganado a su casa...”

Y al acercarse Rodrigo al espino la Virgen María le indicó la necesidad de construir una ermita:

“Hijo mío, vete a tu padre carpintero y dile de mi parte que construya en este sitio una ermita que tenga por nombre Arantzazu. Para ello le bastarán tres chillas y siete tejas. Te aseguro que esa ermita será famosa con el tiempo, pues vendrán a morar en ella un sinnúmero de hijos míos queridos para honrarme con cantos de alabanza y la celebración de la Santa Misa”

El descubrimiento de la santa imagen se asemeja a otros varios acaecidos en diversas partes. La leyenda de Arantzazu pertenece al ciclo de apariciones a los pastores, que comenzó en el siglo X, registrándose las primeras apariciones en Monserrat, Roncesvalles, Uxue, entre otras, multiplicándose éstas durante la decimotercera centuria, siendo las más célebres las de Guadalupe, en Extremadura, Valverde, Alconada, Olivar y Magallón. Y finalmente se cierra el ciclo en el siglo XV con la de Villaviciosa en Córdoba y con la de Arantzazu en Guipúzcoa (Kortadi, 1993) (Figura 3.18).

Figura 3.18. Arantzazu: primera representación gráfica, 1587



Fuente: Kortadi, 1993

Los primeros historiadores refieren que era creencia generalizada entre los devotos de antaño, el haber sido la efigie plasmada por las manos de la mismísima Santísima Trinidad en el cielo, y luego bajada a la tierra por ministerio de los ángeles y colocada sobre el ramaje del espino. Y para testimonio de esta pía y poética manera de sentir, se conserva un lienzo de pintura que representa el prodigio de Arantzazu.

Los visitantes iniciales de estas épocas después de ver a la efigie, creían ver a la Virgen en cada aflicción o infortunio en que la invocaban; a los marineros se les aparecía en alta mar, y la tuvieron por su más poderosa abogada; a los caminantes se les descubría para guiarlos seguros al término de su expedición; a los que habían emigrado a las Indias en busca de fortuna, les traía a la memoria su añorada patria y les exhortaba a mantenerse fieles a las buenas costumbres aprendidas en ella; a los buenos cegameses les visitaba periódicamente, subiendo a la cumbre de Arriurdin-gañ en una de cuyas rocas, conocida con el nombre de la Silla de la Virgen, se asentaba para echar miradas de benevolencia a sus fidelísimos devotos.

Para resguardar a la pequeña efigie y recibir a los primeros visitantes, se construyó una primitiva ermita que se encontraba formada por dos muros paralelos en la dirección oriente-poniente unidos en su extremo oriental por otro perpendicular. Por el lado opuesto, un balaustrado de gruesos barrotes de madera a través de los que era visible el interior, que cerraba los muros. De un trapecio

de palo sujeto en el punto de convergencia de las dos vertientes del techo colgaba una esquila. Bajo el atrio y junto a la reja ardía una gran variedad de candelas mal acomodadas en torpe aparador. En el testero de la ermita se alzaba una mesa hecha de mampostería y sobre ella un nicho para recibir la imagen de la virgen.

La fama y aún el nombre del Santuario, surgió de un portento ruidoso que llegó a los superiores eclesiásticos y civiles, al menos, de la Diócesis y la provincia de Guipúzcoa, y han perdurado hasta la actualidad en constante fase creciente. Esto, ha decir de los expertos, es una prueba de una tácita y presunta aprobación de los dichos superiores, al ser aceptado por las reglas estrictas de la Iglesia y sus preladados. Después del portento se autorizó la edificación del Santuario como tal.

Clero y pueblo modesto construyen esta primera ermita, para cobijar e instalar la imagen de Arantzazu. La viuda oñatierra Doña Juana de Arriarán, comenzó a ocuparse como señora de la misma y su hijo mercedario Pedro de Arriarán, religioso en Burceña (Vizcaya), sería el superior de la primera comunidad de religiosos varones de Arantzazu y de todo Guipúzcoa hacia el año de 1493, la cual daría origen a la Cofradía de Arantzazu. Pero esta fundación no tendrá éxito y el propio Arriarán creará y fundará una Casa de “tercerones” franciscanos, conventuales, que serán, salvo un breve periodo histórico, quienes habiten en este paraje cerca de cinco siglos. La ermita que se construiría, fue destruida en su totalidad por el fuego la noche de la festividad de San Juan Evangelista en el año de 1553 (Lizarralde, 1950).

Una vez destruida la primera iglesia en 1553, se dio comienzo de forma rápida al programa de reconstrucción. Se quiso hacer una obra digna para la acogida de las constantes peregrinaciones que llegaban. Las limosnas fueron numerosas y provenientes de infinidad de lugares del mundo. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Oñate aportó dinero y madera, y desde el reino de Inglaterra el ilustre Ruy Gómez de Silva también hizo su aportación.

En los primeros años del siglo XVII, se construyó el crucero de la iglesia y se transformó la casa de los religiosos, convirtiendo el primer piso en hospedería y el segundo en noviciado y enfermería. Esta obra fue realizada por el Padre Miguel Aramburu siguiendo el tipo de arquitectura monástica del momento, consistente en un claustro adosado a la iglesia en torno al que se colocaban las distintas celdas de los frailes.

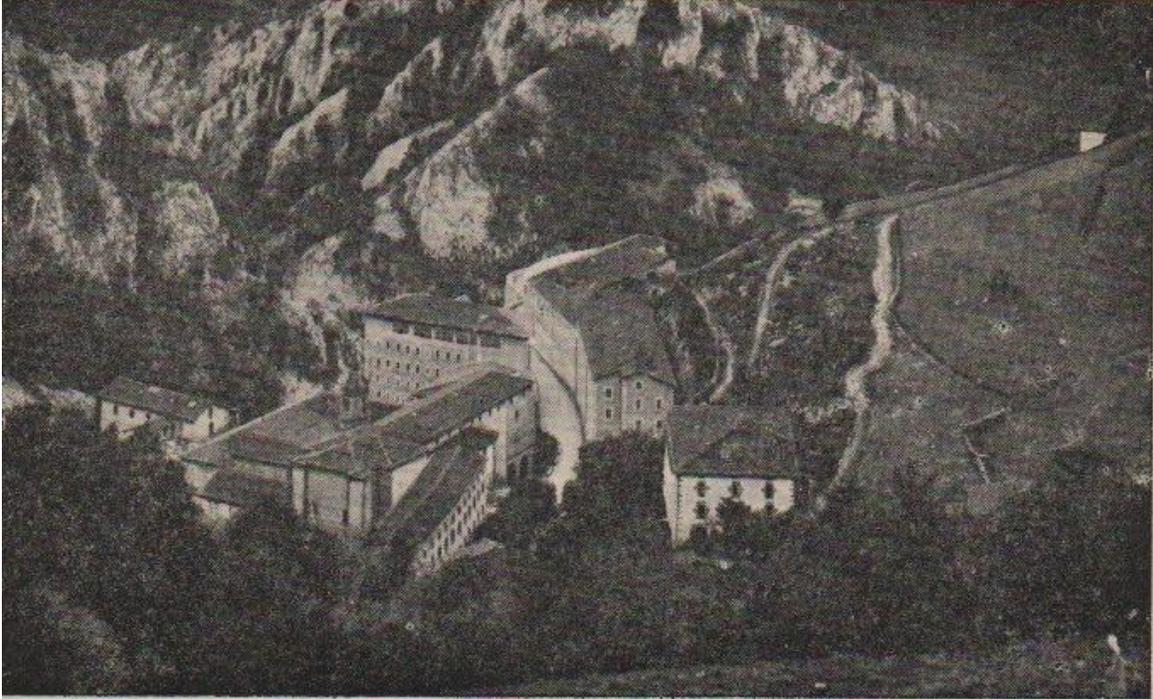
Junto con este santuario, y casi desde el principio, existió otra ermita cercana, la ermita de Santo Cristo o humilladero, verdadera atalaya desde donde se descubre en toda su extensión el magnífico e incomparable panorama que forman las montañas, el fresco verdor de la foresta, las corrientes de las aguas en el lecho del río, que acaban por ser absorbidas en los abismos. Un robledal bravío sombreaba las proximidades de este humilladero. El peregrino, antes de entregarse totalmente a las místicas emociones que la cercanía del Santuario le hacía presentir, concedía a sus miembros abatidos un momento de reposo a la refrigerante sombra del robledal. Alguno de estos peregrinos, bajaban desde este humilladero hasta el santuario de rodillas, como penitencia para pedir o agradecer algún favor (Lizarralde, 1950).

Hacia 1618 se construyó la capilla mayor del nuevo templo con el crucero levantado sobre profundos cimientos sobre la barranca. Fue inaugurado con gran suntuosidad y solemnidad el 8 de septiembre de 1621 y acudieron personas hasta de Castilla la Vieja. Sin haber transcurrido todavía un año, el 14 de julio de 1622 se produjo un nuevo incendio, tan devastador como el primero, que lo arrasó todo en pocas horas. Sólo se logró salvar parte de la iglesia nueva, algunas celdas y algunos libros de la biblioteca, así como la imagen sagrada que fue velada en la ermita del Humilladero (Lizarralde, 1950).

Tras este nuevo incendio, la reconstrucción vuelve a ser rápida gracias a las aportaciones económicas de las personas, o bien al ayudar con yuntas de bueyes, o al llevar madera y toda clase de materiales, ayuda llegada de las personas del lugar y de otros sitios. Se respeta la estructura del edificio anterior, se añaden elementos decorativos y se hacen nuevas ampliaciones como una nueva panadería, un frontón y una biblioteca, una sillería del coro y además se agregan imágenes del escultor castellano Gregorio Hernández (Figura 3.19).

La afluencia de peregrinos, cada vez era mayor, hizo necesario destinar un lugar adecuado para su alojamiento. Ya no era suficiente el espacio que se les había adjudicado dentro del convento. En seguida se acondicionó un edificio aparte como hospedería, adosado a los muros exteriores de la iglesia, y una nueva hospedería fue levantada entre 1779 y 1782 (Kortadi, 1993).

Figura 3.19. Arantzazu: santuario y el humilladero al fondo de la imagen, 1700



Fuente: Lizarralde, 1950

Pero el incendio más terrible, será el producido de manera consiente el 18 de agosto de 1834 en plena contienda entre carlistas y liberales. Por orden del General Rodil, el comandante Iñurrigarro y un batallón liberal denominado de voluntarios de Guipúzcoa, dio fuego y redujo a cenizas el convento antes de las 4 de la madrugada, por suponerse guarida y cobijo de facciosos carlistas. Los religiosos bajaron la imagen a Oñate y de allí partieron a Vitoria y al sur de España. Del incendio sólo se salvaron la primera iglesia y la torre campanario. La desamortización de Mendizábal excluirá a los religiosos, y requisará bienes, conociendo Arantzazu un periodo triste y penoso.

Se podría resumir esta parte de la historia de Arantzazu, la historia de sus continuas destrucciones y de sus vueltas a construir con más empeño, como el acto de afirmación y de fe de un pueblo que se resiste a olvidar una de las dimensiones más profundas del ser humano, la religiosa. El escritor Javier Garrido asegura en su obra “Arantzazu”, al tratar de sus incendios y reconstrucciones, que quizá sea éste su capítulo más bello: la fe de un pueblo que hace resurgir de las cenizas los símbolos de su esperanza (Kortadi, 1993) (Figura 3.20).

Figura 3.20. Arantzazu: Retablo del santuario antes de 1834



Fuente: Kortadi, 1993

Esta vez la reedificación de la Basílica se hizo esperar más que en las ocasiones anteriores. En julio de 1844 se otorgó la licencia para reconstruir el edificio y las obras corrieron a cargo del vecino de Oñate Antonio Sanoner. En 1846 se bendijo la nueva iglesia, y algunos años más tarde, hacia 1878, los franciscanos regresaron a Arantzazu y se instalaron en su renovado hogar.

El padre Epelde será el promotor y alma de las fiestas de la Coronación de la imagen celebradas en junio de 1886, el mismo año en que sería coronada la de Montserrat. Mariano Miguel Gómez, Obispo de Vitoria, coronaría a la madre y a su hijo ante una gran multitud de fieles que acudieron en peregrinación. Concursos, literarios y juegos florares, composiciones musicales e himnos cuajaron en repertorios que aun hoy en día están vivos, como:

*Arantzazuko Ama
Arantzazuko Ama Birjiña,
Zeruko Erregiñ aundia,
Kendu pekatu danen arantzak
Eman Jaunaren grazia,
Eman Jaunaren grazia.*

*A la Virgen Arantzazu
Salve María del sacro Espino,
Luz del camino del mortal,
Guía a tus hijos, oh Madre amada,
A la morada celestial,
A la morada celestial.*

*Agur zeruen edertasuna l.
Arrosa zuri gorria,
Apaindurien lore bikañez
Jaungoiko berak jantzia.
Arantzartean arantza gabe
Arantzan gora jaikia,
Agur Amatxo biotz biguñia
Grazi beraren jargoia
Grazi beraren jargoia.*

*Ortikan zaude euskalerriko
Seme goixoei begira
Gaur zure seme oien kontrako
Etsaiak naiko badira.
Zugana gatoz, Ama maitea,
Zure estalpe argira,
Ixuri zazu zure indarra,
Euskal-biotzen erdira.*

*Eres, oh Virgen encantadora,
Fiel protectora, dulce imán
De la Vasconia que en ti confía
En su alegría, en su afán.
Siempre te aclama, Madre querida,
Luz desprendida del Edén.
Siempre te clama pura y clemente,
Próvida fuente de su bien,
Próvida fuente de su bien.*

*Tú de los cielos faro esplendente,
Madre clemente del Señor,
Al pueblo vasco fuiste enviada,
Prenda sagrada de su amor.
Tú de los vascos, Madre amorosa,
La fe ardorosa guardarás,
Tú de los vascos siempre el destino
Desde ese espinó guiarás.*

(Lizarralde, 1950)

A finales del siglo XIX, los guardianes de Arantzazu decidieron emprender una importante obra de ampliación y mejora en el Santuario. Se embelleció la iglesia, se construyeron edificios anexos y se encargó un nuevo retablo para la Capilla Mayor. El alavés P. Elías Martínez de Zuazo dará un notable impulso a estas obras del santuario. La construcción de la Casa de Ejercicios, de la Hospedería, y la traída de aguas a través de un canal desde el río Arantzazu, serán sus principales proyectos y creaciones en Arantzazu.

También se debe a este fraile la proclamación de la Virgen de Arantzazu como Patrona de Guipúzcoa. Gracias a sus gestiones, el 9 de septiembre de 1918 se proclamó su Patronazgo tal y como lo plasmó en una magnífica obra histórico-simbolista que se conserva en el Convento, llena de azules y de naranjas suaves, el pintor Elías Salaverría (Figura 3.21). Don Leopoldo Eijo y Garay era el Obispo de Vitoria y el Marqués de Valdespina el Presidente de la Diputación. Conviene mencionar, que ya desde 1738 toda la provincia franciscana de Cantabria reconocía como Patrona suya a la Virgen de Arantzazu, y que ésta ya de hecho ejercía su patrocinio sobre todas las tierras de Euskal Herria y parte de Castilla (Lizarralde, 1950).

Figura 3.21. Arantzazu: proclamación como patrona de Guipúzcoa, Elías Salaverría, 1924



Fuente: Kortadi, 1993

Un nuevo proyecto de ampliación se comenzaría en 1920 sufragado por Pablo Gámiz. Se pretendía construir un edificio neorromántico del que sólo pudo realizarse la cabecera. Las obras de Don Pablo tuvieron que pararse por falta de medios económicos y porque este proyecto no cubría las necesidades de espacio para dar cabida a todos los peregrinos. Por ello se pensó en abandonar dicho proyecto y comenzar a dar los pasos necesarios para construir algo que diera respuesta a las necesidades reales del Santuario. Más de 25 años estuvieron parados los trabajos de ampliación de Arantzazu por la falta de financiación.

3.3.3. La nueva basílica de Arantzazu

Para la década de 1940, se nombra al Provincial de Cantabria, el Padre Lete, hombre de dotes de gobierno y con una clara perspectiva de futuro, empujó a los frailes en el año de 1949 a una fuerte campaña de renovación y re inserción del Santuario en su pueblo y en las nuevas vanguardias

culturales. Se intentaba incorporar a todos los sectores de la población vasca y de manera especial a la población humilde.

Se trataba de conectar con las vanguardias artísticas culturales del país, para ofertar modelos válidos de comportamiento religioso desde dentro de la misma práctica plástica. El intento, cuanto menos hay que reconocerlo, fue duro, profundo y recio. En la actualidad, a casi sesenta años de su creación, que la propuesta se mantiene viva, sobria y abierta casi como en el momento de su creación.

La colecta popular fue amplia y sonada. Los religiosos pidieron ayuda del pueblo y de casa en casa. Personas sencillas y hombres de empresa, artistas y religiosos, parroquias y ayuntamientos se involucraron en una empresa de cierta envergadura y resonancia. Pronto comenzaron los pros y los contras en torno al proyecto, pero ya se había iniciado un proceso irreversible en el espacio y el tiempo.

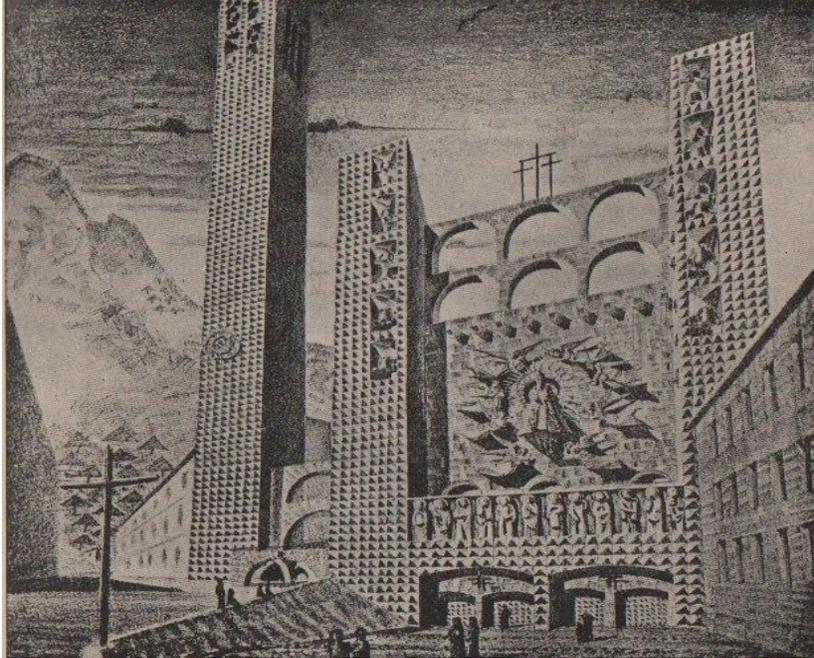
Para 1950, el Padre Lete convocó un Concurso Nacional de Arquitectura para hacer de Arantzazu, a decir de Oteiza, la capital religiosa y de cultura popular del País Vasco y España. Lete trataba de crear un espacio arquitectónico digno del Santuario y de Guipúzcoa, y adecuado a las necesidades litúrgico-funcionales, que acogiera con decoro a los miles de peregrinos que allí acudían.

Treinta y nueve proyectos se presentaron al concurso, procedentes de Guipúzcoa, Vizcaya, Álava, La Rioja, Cataluña, Baleares, Aragón, Madrid, Ávila, León, Salamanca y Andalucía. Los criterios que el jurado iba a tener presentes a la hora de emitir su fallo eran la capacidad y funcionalidad de la basílica para los peregrinos, que la planta de la iglesia estuviera al mismo nivel que la primera planta del convento y que la iglesia se adecuara a las necesidades ordinarias de la comunidad franciscana. El primer premio suponía el cargo de la ejecución del proyecto.

En agosto del mismo año, se falló el concurso. De los treinta y nueve proyectos que participaron, fue el de Francisco Javier Sáenz de Oiza y Luis Laorga el que resultó ganador, con una propuesta de un templo robusto y agreste, de líneas nada femeninas y académicas, y con una torre campanil de piedra en punta, símbolo del espino. Ambos trataron de insertar esta obra en las corrientes aperturistas de la política cultural del Ministro de Educación Joaquín Rodríguez Jiménez. Según el jurado, por unanimidad, era el anteproyecto que reunía el mayor número de condiciones, al tener a

la vez un profundo sentimiento religioso y moderno, una arquitectura actual, que no entronca en aquellas arquitecturas tradicionales tan extendidas por el País Vasco, se halla dentro de una gran corriente de arquitectura religiosa moderna (Figura 3.22).

Figura 3.22. Arantzazu: anteproyecto presentado por los arquitectos ganadores, 1950



Fuente: Lizarralde, 1950

A decir de Jorge de Oteiza, era la expresión y coherencia actual de su arquitectura religiosa. Ambicionaban, frente a los ensayos europeos de un nuevo arte religioso, aportar un coherente y avanzado pensamiento formal toda la carga contenida de la personalidad humana y de su propia fe, que jamás había tenido oportunidad histórica para expresarse, o no la había sabido aprovechar. En esa ocasión tenían una gran necesidad de expresarse, sabían cómo hacerlo y para qué.

Para el 9 de septiembre de este mismo año, se colocó la primera piedra, al aprovecharse la festividad de Nuestra Señora de Arantzazu. Pronto comenzaron las primeras polémicas porque la nueva basílica suponía cierta ruptura con los esquemas de la arquitectura tradicional. Algunos de los arquitectos que concursaron de forma conjunta con Oiza y Laorga se hicieron oír en los medios de comunicación de la época. Ante las ofensas recibidas, Lete contraatacó al demostrar que, aunque eran conscientes de que el proyecto escogido era innovador, confiaba en la profesionalidad de los arquitectos (Figura 3.23).

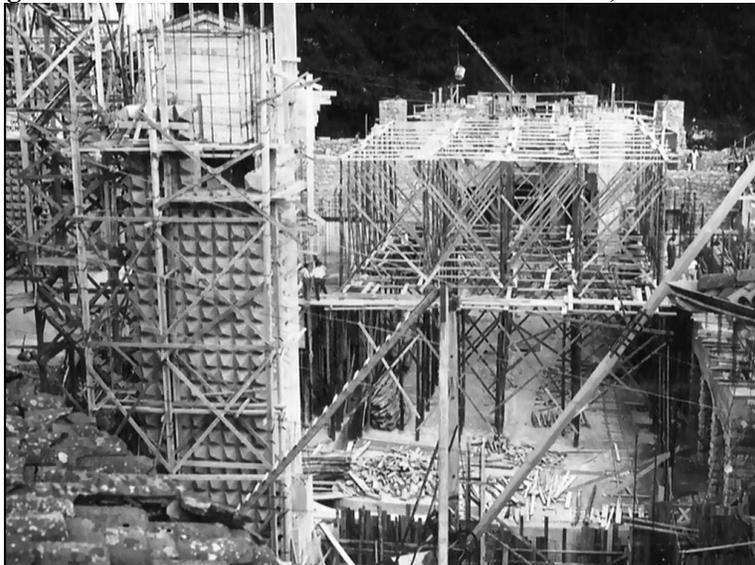
Figura 3.23. Arantzazu: colocación de la primera piedra del nuevo Santuario, 1950



Fuente: Arantzazu, 2012

Al final, desde la elección del anteproyecto y la colocación de la primera piedra hasta el comienzo real de las obras pasaron bastantes meses. En abril de 1951 empezaron los trabajos que se pensaba iban a concluir en un máximo de dos años. En un primer momento se mantuvo un ritmo acelerado gracias a la colaboración de los estudiantes de teología, pero la muerte repentina de Lete en un accidente de avión en diciembre de 1952 ralentizó el proceso (Figura 3.24). A este hecho debe de sumársele la separación de los arquitectos que comenzaron a trabajar en estudios separados. Con unos meses de retraso, la nueva basílica fue bendecida y abierta al público el 30 de agosto de 1955 (Figura 3.25).

Figura 3.24. Arantzazu: obras de la nueva Basílica, 1952



Fuente: Arantzazu, 2005

Figura 3.25. Arantzazu: bendición y apertura de la nueva Basílica, 1955



Fuente: Arantzazu, 2005

Una vez construida la nueva Basílica de Nuestra Señora de Arantzazu, faltaba decorarla según se había establecido: la escultura la realizaría Jorge Oteiza, las pinturas de la cripta Néstor Basterretxea, el ábside Carlos Pascual de Lara, las vidrieras Javier de Eulate, y las puertas Eduardo Chillida (Arantzazu, 2005).

3.3.4. El peregrino de Arantzazu

A Arantzazu, casi desde sus inicios, comienzan a acudir peregrinos y caminantes para orar y encontrar paz interior, para regenerar sus conciencias mediante la práctica de la confesión y la comunidad, o para dar cumplida cuenta de sus votos y promesas. El peregrino de Arantzazu ya no fue aquel viandante de siglos medios, disfrazado con sombrero de anchas alas, la esclavina en torno de la espalda, recamada de conchas, o aquel huésped de las hospederías de San Juan.

Al peregrino de Arantzazu no le afana el caminar durante largos días hacia tierras lejanas, cuanto intensificar en un sólo día las torturas del cuerpo, para él la subida a Arantzazu equivale a una escala santa donde practicar el ejercicio de la Cruz. Según la leyenda versificada le supone vestido de hábito y ceñido con el cordón de San Francisco, ansioso de ganar el alto de la Crucifixión o humilladero del Santuario, para la hora de la Salve. El canto del peregrino más divulgado en el país, con algunas variantes según la localidad donde se oye cantar, era:

<i>Agostuaren amabostgarren Andra Mari goizean Birjiña Amaren debotatxo bat Arantzazura zijoian.</i>	<i>El quince de agosto en la mañana del día de la Virgen María una devota de la Virgen madre iba a Aránzazu</i>
<i>Oñetan ere zapata gabe Abitu baltza soñian San Franziskoren kordueta Gerrian, iru doblían.</i>	<i>Sin zapatos en los pies un habito negro como vestido el cordón de San Francisco en la cintura, con tres vueltas (dobles)</i>
<i>San Agustiñen liburutxo Eskutxo bien erdian; Pausua baratz botatzen eban Urriagako gañían</i>	<i>El libro de San Agustín entre las dos manos; llevaba el paso lento en el alto de Urtiaga</i>
<i>Aingeru bat irten eban San Eliasen parian; Salbetarako elduko etenaz Birjiñaren etxian?</i>	<i>Se le apareció un ángel a la altura de San Elías; para la Salve llegara interrumpido en la casa de la Virgen?</i>

(Versión Oñate; Lizarralde, 1950. Traducción: Ana Ruíz Aranzana, Bilbao, 2012)

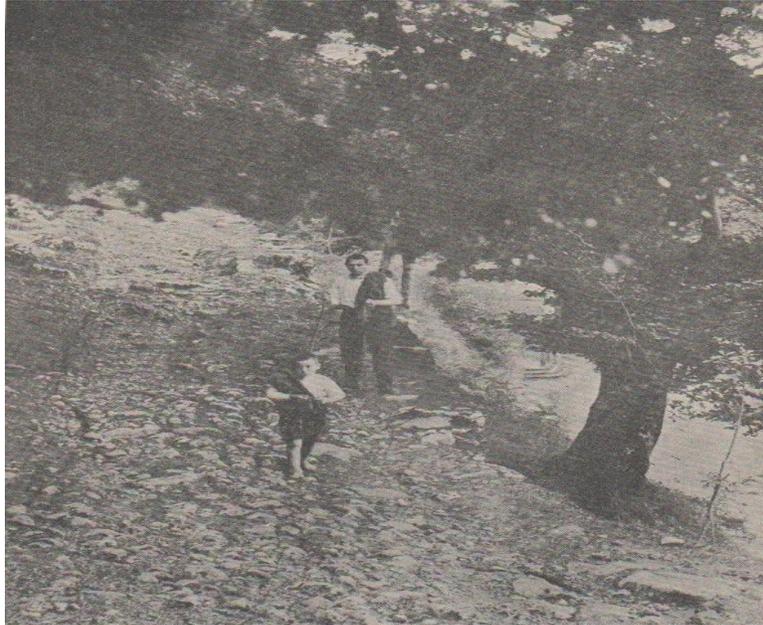
La mención de este humilladero en el canto del peregrino, sugiere que el penitenciado terminaba allí su ejercicio de expiación. Al ver el Santuario, se postraba inmediatamente de rodillas y desde allí veneraba a la Virgen. Este acto duraba muy poco, ya que su objetivo era estar dentro del santuario y cerca de Nuestra Señora de Arantzazu. Algunas veces descendía de rodillas el talud o rampa que bajaba al atrio de la iglesia, con las manos juntas sobre el pecho, la plegaria en los labios. Ya dentro y junto a la Santa Capilla, pegada la frente al suelo, pasaba la noche en vela, para lograrlo cargaba su cruz, o recorría con la cruz el templo, sostenía los brazos en forma de cruz, o aprisionaba los pies y las manos con grilletes y cadenas.

Según un documento de esas primeras peregrinaciones del Padre Luzuruaga, menciona que a Arantzazu llegaban hombres y mujeres de todas edades, que provenían de Castilla, Navarra, Álava, Guipúzcoa, Vizcaya y Francia, que iban en peregrinación y romería. En las principales fiestas, llegaban entre dos y tres mil peregrinos, por lo que se le llega a llamar Monte de angelical frecuencia.

A decir de estas narraciones el peregrino, hacía su camino en penitencia, hacían el camino a pie recorriendo varios kilómetros; algunos lo hacían descalzos, otros de rodillas como se había mencionado, o en ayuno. Esta peregrinación se acostumbraba realizar todavía después de la última

restauración del santuario, hasta casi 1955; los habitantes recuerdan haber visto a estos peregrinos en penitencia cargando su cruz, o arrastrando cadenas y argollas (Figura 3.26). Es un dicho vulgar entre las personas de Oñate, que a Arantzazu se debe llevar a cuestas una piedra pesada, que se debe de cargar con peso, sea cual fuera, para hacer más penosa la subida (Lizarralde, 1950).

Figura 3.26. Arantzazu: niño y padre descalzos que van por la calzada para cumplir una promesa



Fuente: Lizarralde, 1950

En ocasiones, se organizaban caravanas de personas que deseaban visitar el célebre santuario en los días de solemnidad. No había año en que no se presentaran personas devotas de las comarcas de Huarte, Araquil, Etxarri Aranaz, entre otras, reunidos en grupos de treinta o más individuos. Se decía que comenzaban el viaje por la noche, con objeto de llegar a Arantzazu al atardecer del día siguiente.

Según contaba la leyenda entre los peregrinos, una blanca paloma suele aparecerse al peregrino extraviado por los peligrosos montes de Arantzazu, y con su vuelo le indicaba la dirección para llegar al santuario. Puede ser que debido a esta leyenda, se haya dado el obsequio ofrecido en el año de 1653 por Andrés de Villar, de una paloma de plata, que se colocó sobre la corona de la imagen de la Virgen.

Una de las acciones realizadas, más relevantes llevadas a cabo durante las peregrinaciones al santuario, son las veladas, reminiscencias de otras que en siglos cercanos a la aparición debieron ser más frecuentes. En estas veladas, las personas pasaban la noche escuchando los cantos a la virgen, y ya cerca del amanecer escuchaban la misa presidida por el Padre que se encontrara encargado.

Debe de considerarse como un surgimiento de estas devotas vigilias la conversión de Sor Ana Baptista de Urquizu, natural de la villa de Segura, quien durante una de estas veladas decidió hacerse religiosa, y llegó a ser repetidas veces virtuosísima Abadesa de la Comunidad franciscana de Segura, donde murió de manera santa y donde aun es venerada.

Fueron varios los casos de conversión después de su paso por Arantzazu, pero del que más se tuvo conocimiento y el que tuvo mayor repercusión fue el de Iñigo de Loyola, quien tuvo referencias de las famosas vigilias que se hacían en Arantzazu, por lo que después de una larga convalecencia, para cumplir la promesa hecha durante su enfermedad, se dirigió desde Azpeitia hasta el santuario.

El día 5 de enero de 1522 que era víspera de la festividad de la Epifanía, había por falta de suficientes espacios en la hospedaría, peregrinos que tenían que albergarse dentro del recinto de la iglesia, en donde por la noche representaban las escenas de la Pasión de Cristo, hacían el ejercicio de la cruz, se flagelaban con disciplina y realizaban otras rudas penitencias.

Quien se distinguió entre todos los flagelantes de esta vigilia, fue Iñigo de Loyola que con fervor de ser primerizo en esas veladas, disciplinó su cuerpo con despiadada dureza. Su hermano y los dos criados que le acompañaban, presenciaron esa escena sangrienta, que relataron a su regreso a Azpetia, impresionados por lo que vieron en el Santuario de Arantzazu, cosa que excitaron profunda admiración en todo el pueblo.

Más dentro de lo que contaron, nunca dijeron que Iñigo había terminado por hacer el voto de castidad perpetua a los pies de la Virgen de Arantzazu, porque esto fue un secreto que Iñigo reveló, sino más tarde, para edificación de los primeros socios de la Compañía de Jesús. Aquella memorable noche de invierno, trascurrída en vigilia, con actos de regeneradora penitencia, con ascensiones del espíritu, tuvo un amanecer de nueva aurora cuya luz iluminaría en adelante los pasos de un gran peregrino (Figura 3.27).

Figura 3.27. Arantzazu: San Ignacio de Loyola ante la Virgen de Arantzazu, 1522



Fuente: Lizarralde, 1950

Ya desde aquel día, Iñigo caminó siempre a espaldas de lo pasado, ya desde entonces su hermano acabó por entender de que aquel viaje a Oñate, era más bien un simulacro, un pretexto para cumplir otros propósitos de índole muy distinta. Iñigo de Loyola partió de Arantzazu para sus nuevas jornadas, siendo ya San Ignacio de Loyola, dejando sancionadas las famosas vigiliass del Santuario de Arantzazu (Lizarralde, 1950).

El primero en recordar la visita de San Ignacio a Arantzazu, fue entre los historiadores del Santuario el Padre Manuel Ventura de Echeverría, y en ilustrarla con documentos auténticos el diligente escudriñador de noticias D. Julián de Pastor y Rodríguez. Por 1881 ya se trataba de colocar en el pórtico de la iglesia una lápida, con una leyenda traducida a tres lenguas, que conmemorara el recuerdo que jamás debe de desaparecer de la memoria de los devotos de Arantzazu (Lizarralde, 1950). Con la última remodelación de la basílica, fue posible colocar dicho emblema, que fue situado a un costado de la entrada principal, y como se había propuesto, en tres lenguas diferentes (Figura 3.28).

Figura 3.28. Arantzazu: emblema del paso de Ignacio de Loiola por Arantzazu



Fuente: Trabajo de campo, 2011.

Además de las personas que llegaban de los sitios cercanos, también acudían a orar, a pedir o a dar gracias por múltiples motivos, las personas provenientes de los tempestuosos mares. Acudían a suplicar por la vuelta a buen puerto para ellos, para los seres queridos, o para dar las gracias de haber logrado volver con bien a la “Estrella del mar”. Es curioso constatar, en este sentido, la veneración que tiene Arantzazu, pese a encontrarse ubicada lejos de la costa. Grandes limosnas, mandas y legados dieron al santuario personas del mar como Antonio de Oquendo, Juan Sebastián “El Cano”, y Miguel López de Legazpi (Kortadi, 1993).

Durante todo el año, excepto en los meses de invierno, eran miles los peregrinos que acudían al santuario. Según indicaban algunos documentos, durante el año, se podían contar entre 30 a 40 mil personas. Las principales peregrinaciones provenían de alguna ciudad o pueblo de Euskal Herria e Iparralde. Aunque de manera posterior, en Iparralde, el País Vasco francés, dedicaron una capilla o ermita en el lugar de Ainhoa, ilustrada con idéntico episodio de la aparición vista por Rodrigo en Arantzazu.

La ermita se encontraba justo por donde era el tránsito de los antiguos romeros de Santiago de Compostela, de donde provinieron numerosas caravanas anuales al Santuario. Cuenta la historia, que esta ermita junto a su leyenda, serían creados por los habitantes de Iparralde, al momento en que se determinarían las fronteras definitivas entre España y Francia, que impedían la circulación de las peregrinaciones provenientes del País Vasco francés (Lizarralde, 1950).

Es por esta división de fronteras, que se crea el culto a Ainhoa, nombre de Arantzazu en francés, y se determina que la leyenda es igual a la sucedida a Rodrigo, ya que también se aparece la Virgen a un pastor de la región. A partir de esta aparición, se construye una ermita, que lo mismo que la de Arantzazu sufrió dos destrucciones, provocadas por el paso de las tropas napoleónicas. Sin embargo, ambas veces, fue reconstruida por la ayuda económica y material de las personas de la región (Arantzazu, 2005).

Esta efigie, además de ser conocida por su nombre de Ainhoa, se le considera por su blancura, la Virgen de las Nieves, aun en la actualidad se le sigue venerando por las personas de la región. Este sitio es considerado uno de los más hermosos de Iparralde, que se convierte en un atractivo extra para las personas que llegan a visitar esta ermita. Al costado de ésta, en una de las cuestas, se encuentra el cementerio, el cual es muy particular al contar con tres cruces clavadas, que representan la crucifixión de Cristo y los dos ladrones (Kortadi, 1993) (Figura 3.29).

Figura 3.29. Arantzazu: Virgen de Ainhoa



Fuente: Ainhoalives, 2011

En la actualidad, a ella llegan aun algunos peregrinos, y visitantes, unos mientras hacen el Camino de Santiago, otros como único destino. Se sigue haciendo una romería cada lunes de Pentecostés, y se realiza la fiesta de celebración el 15 de agosto o bien el 9 de septiembre, como en el caso de Arantzazu (Trabajo de campo, 2011) (Figura 3.30).

Figura 3.30. Arantzazu: cruces en el cementerio cercano a la ermita de Ainhoa



Fuente: minube.com, 2011

Pero también surgirán de Arantzazu importantes caminantes que recorrerán los puntos cardinales del mundo entero. Del santuario saldrá para México Fray Juan de Zumarraga, el primer Arzobispo en este país. En Arantzazu se formaron y salieron también para la mayoría de los conventos de Guipúzcoa los jóvenes franciscanos. Para el Obispado de Tuy irá Fray Francisco de Tolosa, para Palestina Fray Salvador de Almia, para México Fray Luzuriaga, a Perú Fray Juan de Duran, para Marruecos Fray José de Lerchundi, y otros tantos que llegaron a distintas partes del mundo (Lizarralde, 1950).

Gracias a peregrinos y bienhechores, será conocido como el más importante santuario mariano del País Vasco que logró remontar y salir, una y otra vez, de sus tres grandes incendios y destrucciones habidos a lo largo de su historia.

3.3.5. Nuestra señora de Arantzazu en México

La iglesia católica en México desempeñó un importante papel a lo largo de tres siglos de historia colonial y ejerció su influencia en la vida política, económica, cultural y espiritual de sus habitantes. Su actividad y la introducción de las distintas formas de religiosidad tuvieron significado diferente en distintos momentos.

Todas las órdenes religiosas fueron enviadas a América con el objetivo principal de fundar misiones, pero sólo en el caso de los franciscanos y de los jesuitas, la labor misionera de la evangelización, fue la actividad principal de sus miembros. El mensaje cristiano encarnó la

satisfacción de una promesa tan antigua como el origen bíblico del hombre: su redención. Para cumplirla, Dios le había entregado a Cristo, su hijo, convirtiéndolo en el eje de una historia y dando nombre a la era cristiana. Su concepción y nacimiento vinculó a María, su madre, con la salvación de los hombres y la convirtió en elemento destacado de la cultura hispana (Garritz, 2002).

El cristianismo propagó el amor a María, intercesora ante su hijo y mediadora entre él y los hombres, y desde los primeros siglos fueron incorporando a su figura los gustos y fisonomías de los grupos que la representaban, según transcurrían las épocas. María, la misma siempre, reconocida por muchos nombres y títulos, cruzó el Atlántico hacia América vestida con distintos ropajes e invocada con distintos nombres.

Cada uno a su manera, todos los emigrantes, evangelizadores, militares y civiles llevaron a María al Nuevo Mundo y a su culto precedido por la fama de sus prodigios y milagros. Se adquirió la costumbre de identificar a María con los nombres de las poblaciones y en el culto mariano resonaron nombres locales. A cambio, México envió a Europa, con los conquistadores, los religiosos y los inmigrantes a Santa María de Guadalupe. Franciscanos hijos de vascos y no vascos tomaron el hábito en la capital novohispana, y otros en los conventos de Arantzazu y Vitoria, que se dirigieron a la Nueva España a colaborar en las tareas de evangelización (*op. cit.* 2008).

Los variados motivos del nombre de Nuestra Señora de Arantzazu en Nueva España dan cuenta de su significación y relación con España, de maneras especiales ligadas a la orden franciscana y a la vida cotidiana de los vascos asociados a través de organizaciones religiosas para conservar su unidad en el nuevo continente.

Los que llegaron a la Nueva España en el siglo XVII se dedicaron, por su interés económico, a la minería, la agricultura y el comercio, actividades que ya dominaban en sus comunidades del País Vasco, convirtiéndose en un sector prominente de la élite de los diversos lugares donde aparece este culto ancestral en el México virreinal de los siglos XVII y XVIII. Al asociarse bajo la protección de su patrona, la hicieron su símbolo, su garante de unión, su representante de la comunidad y así recrearon también su vida tradicional y centro de reunión familiar (Garritz, 2009).

Así, esta advocación mariana que logró restablecer la paz en Guipúzcoa, logró también gracias a la promoción franciscana que la vinculó a sus conventos, constituirse en Nueva España en símbolo de

unión y cohesión de los originarios de las provincias vascas de Vizcaya, Guipúzcoa, Álava, y Reino de Navarra. Su devoción fue extendiéndose por todo el territorio a la par que los vascos extendían por él sus empresas, sus minas, sus haciendas y sus casas encomendadas a la Virgen.

Hacia finales del siglo XIX, fue desapareciendo poco a poco la devoción, a la par que se iba perdiendo presencia y poder de los vascos. Algunos de ellos dejaron huella de su especial devoción y también legados en sus testamentos en la Nueva España y en el País Vasco. Su culto, en general, era exclusivo de los vascos y sus descendientes, contrastado con el carácter popular que ostentó la Virgen de Guadalupe en toda Nueva España o la Virgen de Zapopan en Guadalajara.

Bajo su advocación, se ampararon navíos, se imprimieron obras y sermones, se fundaron hermandades, cofradías, capillas, capellanías, obras pías, congregaciones, minas, una misión, un real de minas, ranchos y haciendas por gran parte del territorio. A continuación se mencionan los más importantes de estos motivos que quedaron en Nueva España, y de las cuales aun algunas siguen presentes dentro del patrimonio cultural e histórico de los sitios donde se encuentran.

1. La Misión de Nuestra Señora de Arantzazu de Cocómora, Chihuahua

Antes de 1600 los mineros, ganaderos, agricultores y soldados poblaron la parte sudeste de la Sierra Tarahumara. En colaboración estrecha con ellos progresaban y a veces se anticipaban los misioneros. Los franciscanos, realizaban actividades agrícolas a la par que realizaban espléndidos templos ricamente adornados. Un misionero franciscano expresaba la importancia de la evangelización asociada a la minería al decir “donde no hay plata, allí ni el evangelio entra” (Garritz, 2009).

La tarea principal en la pacificación de los indígenas rebeldes les tocaba a los presidios, al frente de los cuales la mayor parte de las veces estuvieron los vascos. En cuanto a la organización de las misiones, cada una estaba organizada en territorios, en el caso de esta región de Chihuahua se dividía en Baja, Alta y Montañosa.

A los franciscanos, les tocó realizar su labor en las misiones de la parte nororiental de México, en las que no se tiene noticia de que alguna misión llevara el nombre de Arantzazu, mientras que a los jesuitas les tocó actuar en las misiones del Noroeste. En estas regiones jesuíticas se funda la Misión

de Nuestra Señora de Aránzazu de Cocómora, situada en la cuenca del río Papigochi en la Sierra Tarahumara que en 1690 administraba el padre Florencio de Aldretes, que da cuenta del ataque y quema de la misión a fines de marzo de ese año por la sublevación de los indios rarámuris o tarahumara, el grupo indígena más numeroso del estado de Chihuahua.

Neumann (Bohumir, 1994) enlista a los catorce misioneros que trabajaban de manera incansable en el territorio que correspondía a la Tarahumara Alta en el año de 1690, siete en la Misión de San Joaquín y Santa Ana, y otros siete en la Misión de Guadalupe, dentro de la cual registra a la de Nuestra Señora de Aránzazu con su administrador el padre Georgius Hostinsky nacido en Moravia, Bohemia, que había llegado en 1687.

2. Real de Minas de Nuestra Señora de Aránzazu de Tetuachi, Sonora y Sinaloa

Por un documento inédito entre los papeles de un hombre llamado Anastacio G Saravian, se conoce de la existencia de una cofradía de Aránzazu, en Real de Minas de Nuestra Señora de Aránzazu de Tetuachi, en lo que, para el siglo XVIII, era la provincia de Sonora y Sinaloa.

En la segunda mitad del siglo XVIII, en la provincia de Sonora y Sinaloa, los colonos vascos formaban un grupo casi homogéneo, que no sólo se distinguían por los rasgos étnico-nacionales que les eran afines, sino por su indiscutible pertenencia a la élite de la sociedad colonial de la región. Pero su característica más sobresaliente era sin duda la posición de dominio que ocupaban al interior del bloque en el poder.

La fundación de este Real se calcula a fines del siglo XVII en que aparecen documentos suscritos en él en 1683. Hacia el año de 1720, luego de que se diera el nombramiento de alcalde mayor de Sonora a uno de los principales rivales políticos de los vascos, José Joaquín de Rivera, que había fungido como teniente de justicia mayor de Gregorio Álvarez Tuñón y Quiroz en el Real de Nuestra Señora de Aránzazu de Tetuachi.

Pero no estuvieron de acuerdo con tal nombramiento, por lo que el Padre Juan Bautista de Anza, prominente empresario de origen vasco, desplegó un movimiento, el tejido de solidaridades vascas, que resultó tan efectivo como el de sus vínculos familiares, que logró que los vascos tuvieran el control del poder regional y con él la continuidad de la devoción a Aránzazu.

3. Las Cofradías de Nuestra Señora de Aránzazu y sus capillas

La presencia de la primera cofradía de Nuestra Señora de Aránzazu en la ciudad de México se remonta al último tercio del siglo XVII y en el último cuarto del siglo XVIII se fundaron entre otras, tres importantes cofradías vascas en la Nueva España bajo la misma advocación. En 1775 se estableció la de Guadalajara y en 1788 se erigió la de Puebla de los Ángeles, que siguieron el modelo de la de México y de manera posterior vagas noticias informan de la existencia de una en Sombrerete, Zacatecas y en la de la provincia de Sonora y Sinaloa.

a. Cofradía en Ciudad de México

La cofradía de Nuestra Señora de Aránzazu que se funda como hermandad, con carácter comunitario, mercantil y acaudalado desde su inicio, agrupaba a los vascos y navarros de la capital. Estaba reglamentada eclesiásticamente, pero mantenía un gran sentido de independencia, tanto respecto al Estado como a la Iglesia, lo que la distingue y diferencia.

Entre las condiciones y capitulaciones de dicha hermandad de Nuestra Señora de Aránzazu, está obligada, a hacer la fiesta titular de la Virgen de Aránzazu en la Asunción santísima, el día quince de agosto de cada año, y que en su fiesta y procesión por el claustro deben llevar los religiosos en los hombros a la santísima imagen de Nuestra Señora de Aránzazu.

Fray Juan de Luzuriaga, relataba que al final del siglo XVII, en el convento grande de San Francisco de México había dos capillas dedicadas a la Virgen de Aránzazu, una en el interior del convento y otra fuera en el patio. El 14 de enero de 1682 obtuvieron el permiso del convento grande de San Francisco para la fundación de una capilla donde fuera venerada la Virgen, y asimismo sirviera de entierro para los vascos. En noviembre de 1692, la capilla del atrio, hoy desaparecida, estaba concluida y las fiestas, ceremonias y reuniones se celebrarían en ella con toda solemnidad y esplendor. La magnificencia de su capilla y de su patrona, demostrarían la fortaleza económica del grupo vasco ante otros miembros de la élite novohispana (Garritz, 2009).

Obras y sermones publicados

Sobre Nuestra Señora de Aránzazu fue publicada en Nueva España en 1686, la obra de Juan de Luzuriaga, *Paranypho celeste: historia de la mystica zarza, milagrosa imagen y prodigioso santuario de Aranzazu, de religiosos observantes de nvestro padre san Francisco en la provincia de Guipuzcoa, de la region de Cantabria*, que sin duda reforzó el poder de la imagen y revitalizó el concepto de lealtad entre los vascos. Además, se publicaron seis sermones en su honra en la capital novohispana, que intentaban, expresar una realidad constante, la honda y arraigada religiosidad entre los vascos.

El colegio

Desde fines del siglo XVII, los cofrades de Aránzazu empezaron a hacer obras a favor de las jóvenes novohispanas que carecían de dote para casarse o profesar de monjas. El 1 de noviembre de 1732, siendo rector de la Cofradía de Aránzazu Juan José de Eguiara y Eguren, convocó a la Mesa y propuso la fundación de un recogimiento de niñas, viudas e hijas de los descendientes de los hijos de las tres provincias vascas, Vizcaya, Guipúzcoa y Álava, y el Reino de Navarra, con el propósito de asegurar su honestidad, buena educación y costumbres.

Tras una larga espera por lograr la independencia de la Iglesia y del Estado, la institución vizcaína abrió sus puertas el día de la Virgen de Aránzazu, el 9 de septiembre de 1767, con el nombre de Real Colegio de San Ignacio de Loyola. Dentro del colegio existía una efigie de la Virgen de Aránzazu, además de una de las obras más representativas del colegio, el retablo de Nuestra Señora de Aránzazu (Figura 3.31).

Figura 3.31. Arantzazu: retablo del Colegio San Ignacio de Loyola, México, 1734



Fuente: Garritz, 2009

b. La Cofradía y la capilla de Guadalajara, Jalisco

En Guadalajara, a principios del siglo XVIII, el vizcaíno Esteban de Arreburu mandó construir una capilla a Nuestra Señora de Aránzazu a un lado del templo de Nuestra Señora del Pilar, a la que acudieron los vascos hasta que se edificó el Convento de San Francisco. En 1742, Mota Padilla observó que la devoción a las imágenes del Pilar y de Aránzazu se había extendido notablemente, y que los vecinos le solemnizaban novenarios y celebraban festividades (Garritz 2002).

La capilla de Aránzazu del Convento de San Francisco, fue construida por fray Iñigo de 1749 a 1752, bajo el patronato de la familia Basauri y su salvamento arqueológico lo realizó Gonzalo López Cervantes, quien además lo estudió. En la actualidad esta capilla se ubica en la avenida 16 de septiembre hacia el centro de Guadalajara. En su interior se aprecian bóvedas de nervadura

ornamental, y algunos retablos. En la fachada principal, muy sobria, se encuentra una hornacina con la escultura de la Virgen de Aránzazu, sobre un espino y en el arquitrabe debió estar el pastor, representación que también tuvo la de la ciudad de México (Olveda, 2003).

De manera posterior, en Guadalajara, los vascos fundaron su cofradía de Nuestra Señora de Aránzazu en una junta que tuvo lugar el de 3 de julio de 1774. La cofradía estaba ubicada en el cementerio de San Francisco. A fines del siglo XVIII, continuaban reuniéndose cada año, en el mes de septiembre, bajo el liderazgo de los Basauri, para venerar a la Virgen de Aránzazu en su capilla al Sur de la ciudad, mientras la Virgen de Guadalupe se veneraba de forma popular en su santuario al Norte (Figura 3.32).

Figura 3.32. Arantzazu: Capilla de Aránzazu, Guadalajara, Jalisco, México, 2012



Fuente: Guadalajara, 2012

c. La cofradía de Puebla de los Ángeles

En Puebla de los Ángeles, los vascos habían dedicado un espacio para esta advocación desde el siglo XVII en la Iglesia de San Francisco. El deán Miguel Francisco Irigoyen presidía la Congregación de Aránzazu en Puebla en 1776. Establecieron la cofradía en 1778, pero tuvieron que esperar su aprobación por nueve años.

El 6 de febrero de 1784, asignaron una representación para solicitar la aprobación de la conragación con la advocación de Aránzazu y de sus constituciones. Después de tres años en que

se llevaron a cabo numerosas diligencias para corregirlas, Carlos III aprobó la fundación y la acogió bajo su real protección por Real Cédula de 6 de noviembre de 1787. Por sus constituciones, se sabe que se estableció en el año de 1788 en la iglesia del convento de las Llagas de San Francisco (Garritz, 2009).

d. La capilla de San Luis Potosí. Una casa para Nuestra Señora de Aránzazu

En el Museo Regional Potosino, hoy dependiente del Instituto Nacional de Antropología e Historia, se encuentra en la planta alta la legendaria Capilla de Aránzazu, monumento cumbre del barroco novohispano, edificada de manera expresa para ser la sede capitular de la Provincia Franciscana de Zacatecas en el Convento de San Francisco de la ciudad de San Luis Potosí, durante los regímenes del provincial Fray Martín Urizar (1689) y del Padre Fray Antonio Rizo (1732).

En esta capilla se efectuaban bautizos, primeras comuniones, matrimonios y acontecimientos notables de las familias potosinas, razón por la cual es de ellas tan querida y venerada. Para evitar la necesidad de que la Virgen estuviera de un sitio a otro, los vascos deciden construir la capilla, que realizaron los arquitectos Tolsá y Tresguerras.

El arco de la puerta de acceso es mixtilíneo, en el cual se pueden ver labrados los elementos que recuerdan la iconografía de Nuestra Señora de Aránzazu, un árbol con una campana y un perro; sobre éstos, el rostro de un niño que, a manera de ángel, representa al pastor que estuvo presente en el milagro de la aparición (Garritz, 2009).

La construcción y la colocación del retablo fue un indicador de la cantidad y calidad de bienhechores que lo patrocinaron y de su devoción por la Santísima Virgen María, bajo la advocación de Aránzazu, que los vascos de San Luis tenían por esta imagen, desde los primeros años en que se gestaba la fundación hispánica del pueblo de San Luis Minas del Potosí.

A raíz de la aplicación de las Leyes de Reforma, este lugar lo ocupó la Fábrica de Tabacos del Antiguo Estanco y hasta antes de su transformación el lugar fue asiento de la Benemérita Cruz Roja. Destacan los arcos originales de las caballerizas, la recia construcción de los muros, el ventanal de estilo churrigueresco de la capilla, símbolo de la ciudad, y las cúpulas de ésta. El sitio en donde estuvo el retablo, en la actualidad sólo presenta un nicho en el que está la imagen de

Nuestra Señora de Aránzazu, réplica de la original, donada en 1995 por la Real Sociedad Vascongada de los Amigos del País (Figura 3.33).

Figura 3.33. Arantzazu: vista actual de la capilla de Aránzazu, Plaza de Aránzazu, San Luis Potosí, México



Fuente: travelbymexico.com, 2012

e. Las capillas de Nuestra Señora de Aránzazu en las ciudades de Veracruz y Zacatecas, y la cofradía de su villa de Sombrerete

Como se ha observado, aparte de la Ciudad de México, existieron otros sitios donde surgieron advocaciones a la Virgen de Aránzazu; es el caso de las dos capillas en los conventos franciscanos de la Nueva Veracruz y Zacatecas, además de la cofradía que se fundó en la Villa de Sombrerete, donde también había un convento franciscano. Se considera, por estos hechos, que la primitiva capilla de la ciudad de Zacatecas, también fue hecha a instancias de una cofradía de vascos en el Convento de San Francisco.

Fray José de Arlegui fue el primero en consagrar a esta advocación mariana una pequeña capilla en el templo de Nuestra Señora de los Remedios, en Zacatecas, edificio que se levantó por iniciativa del mismo y del que se puso la primera piedra el 8 de septiembre de 1728, concluyendo las obras el 5 de febrero de 1731, gracias a las limosnas de las personas de los pueblos de San Luis, Zacatecas, Chihuahua y otras partes cercanas (Garritz, 2009).

f. El nombre de Aránzazu y su memoria en la geografía novohispana

Otra huella de la advocación a Aránzazu, son los nombres que se dieron a algunos pueblos o minas. De los que se tiene cuenta, primero se encuentra en el estado de Zacatecas en el distrito minero de Concepción del Oro. En el estado de Chihuahua tenía su nombre un rancho del Distrito Judicial de Guerrero y una mina de azogue en la jurisdicción de San Antonio del doctor de la Villa de Cadereita.

En el estado de Guanajuato, se encargó una efigie de la Virgen en 1706 en la reedificación de la Caja Real de la Villa de Santa Fe y Real de Minas, y en San Miguel el Grande, una hacienda propiedad de Bartolomé Hernández de Ortega y Meza, y otra propiedad de don Antonio de Oteagui en la jurisdicción del Real de Sierra de Pinos y asiento de Ibarra. En el estado de Puebla lo ostenta otra hacienda de Micaela Catarina del Castillo y en el de Jalisco una hacienda de beneficio de Don Ignacio de Xara en el Real y Minas de San Pedro Guadalcazar, que fueron sólo prosperas en la bonanza de las minas.

El río Nuestra Señora de Aránzazu aparece mencionado en los documentos de la exploración que hizo el capitán Don Joaquín de Orobio Bazterra en la provincia de Texas al investigar la intrusión francesa el 1 de octubre de 1745 a 6 de julio de 1746. Por último, bajo su nombre se ampararon por lo menos tres navíos: “El Galeón Nuestra Señora de Aránzazu” que estuvo atracado en Veracruz en 1597, cuando se realiza la visita del inquisidor, general Francisco del Corral y Toledo. El paquebot “Real Nuestra Señora de Aránzazu”, embarcación de la que se dice era pequeña y sin más propiedad que ser muy pesada, recibió auxilio económico de la Real Caja de México en sus viajes desde Manila, Filipinas o San Blas que traía de allí misioneros franciscanos que irían a Querétaro o a otros sitios y abasteció de víveres de 1768 a 1782 a los presidios de las Californias, Loreto, Monterrey, Santa Bárbara, San Diego, San Francisco y San Blas; y la fragata “Aránzazu” que llevó misioneros, tropas, artesanos, armamento y efectos mercantiles de San Francisco y los nuevos establecimientos de Monterrey a San Blas y que perteneció a este último departamento (Garritz, 2009).

Aparte de las huellas que dejó en la geografía de México la advocación de Arantzazu, se refieren también, las menciones que se hicieron de la Virgen en distintos textos de los mismos religiosos, de

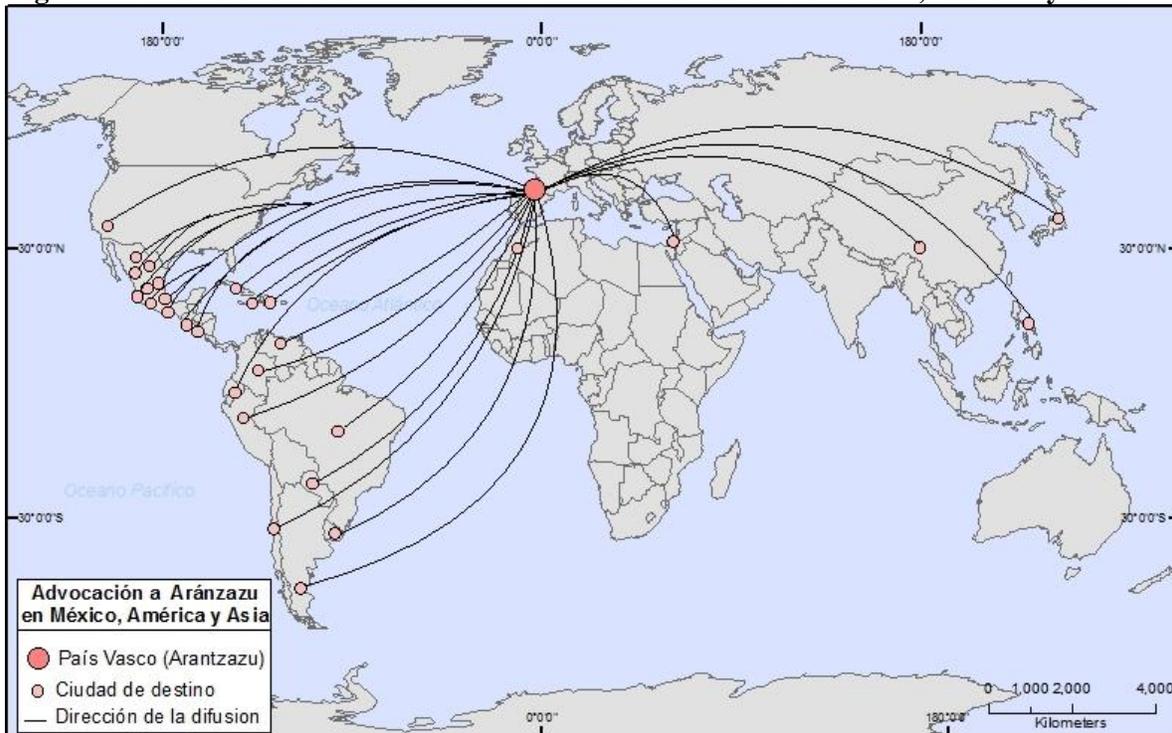
la cual se hace especial énfasis en la poesía de Sor Juana Inés de la Cruz, descendiente de vascos, y que en algunos versos se refirió a Arantzazu en la lengua natal de sus padres, el euskera.

“galanta nere lastaná, nere vioza
Galdu nai, ai que se vâ.
Nere vici gucico galdu nai,
Guasen galanta contigo,
Guasen nere lastaná”

(Sor Juana Inés de la Cruz, 1690)

Además de la presencia de la advocación a Nuestra Señora de Aránzazu en México, como símbolo de unión de los vascos, en otros sitios de América Latina donde llegaron a evangelizar los franciscanos, o bien donde llegaron familias vascas a vivir, existen también incidencias de la presencia de la advocación a la Virgen de Aránzazu. De los países de los que se pudo tener razón de esta presencia, son Perú, Ecuador, Guatemala, Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay, Brasil, Colombia, Venezuela, El Salvador, Republica Dominicana, Puerto Rico, Cuba y Estados Unidos (Figura 3.34).

Figura 3.34. Arantzazu: Difusión de la advocación a Aránzazu en México, América y Asia



Fuente: Elaborado sobre la base de: Garritz, 2009

Como se ha dicho país, ciudad o pueblo donde hubieran llegado los vascos, tuvo que existir alguna mención o presencia de la Virgen de Arantzazu, por ser uno de los símbolos de unión de este pueblo. Por esta razón, es que las incidencias no se limitaron a América, ya que existe un registro de que los franciscanos llevaron esta advocación a Palestina, Marruecos y países de Asia, China, Japón y con una mayor fuerza a Filipinas.

Las pruebas de esta mezcla de cultura y de relación, que se dio entre los vascos originarios y los que llegaron a vivir al nuevo continente, son variadas y desde ambas partes. Una de ellas es la estatua que se encuentra en la ciudad de Sopuerta, en el País Vasco, dedicada a la ayuda recibida por familias de vascos en América para mejoras de la ciudad (Trabajo de campo, 2011). Por lo que ha decir de los habitantes de este pueblo llegan personas de distintas partes de Latinoamérica a buscar parte de sus orígenes, ya que son familiares de aquellos vascos que cruzaron el Atlántico, en algún momento de la historia (Figura 3.35).

Figura 3.35. Arantzazu: estatua dedicada a los vascos de América, Sopuerta, País Vasco, 2011



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En otros tantos sitios y en distintas ocasiones, de las que no hay, ni habrá constancia escrita, estaría y estará presente Nuestra Señora de Arantzazu alrededor de los vascos en México, América Latina y el mundo.

CAPÍTULO 4. IMPORTANCIA REGIONAL DEL SANTUARIO DE ARANTZAZU

4.1. Estrategia metodológica

Para conocer y mostrar los aspectos territoriales que se relacionan con el santuario, se hizo uso de distintas técnicas cualitativas de investigación que incluyeron, en la primera parte de la investigación, trabajo de gabinete, y en una segunda fase, trabajo de campo. Al tratarse de un santuario que se encuentra en el extranjero, el trabajo de campo se realizó durante la estancia académica que se llevó a cabo en España, entre el 26 de septiembre de 2011 y el 23 marzo de 2012. De esta manera, para este último capítulo se involucraron las estrategias metodológicas siguientes.

Si bien ya se ha hecho un gran uso del nombre de la Virgen, objeto de estudio de esta investigación, en páginas anteriores, debe aclararse que se determinó, que al ser un nombre vasco, se respetaría su forma más apegada a ésta lengua, el cual es “Arantzazu”; ya que existe una escritura más antigua en que se encuentra con “tx” que en euskera que tiene el mismo sonido que la zeta, y su forma queda en “Arantxazu”; y una forma castellanizada en que se elimina la “t” y se agrega acento en la segunda “a” para lograr el mismo énfasis que con la te, así su forma castellana queda como “Aránzazu”. Al existir estas variantes, la decisión final del uso de Arantzazu, se determinó de la forma que se utiliza para dar a conocer el santuario.

Al encontrarse en otro país, el primer acercamiento al santuario se hizo a través de una revisión minuciosa en distintos sitios webs, tanto dependientes del gobierno como aquellos dedicados a la promoción turística. Cuando se tuvo un mayor conocimiento del santuario, su historia y su entorno, se comenzó a trabajar en la elaboración de la entrevista que se realizaría a los visitantes, para determinar el perfil de las personas que llegan al santuario, así como de la relevancia que tiene el santuario a nivel local, regional, nacional e internacional. Además, para tener un mayor acercamiento con la zona de estudio, se determinó que la estancia académica se realizaría en una universidad del País Vasco, por lo que se contactó con investigadores de las distintas universidades de esta comunidad.

De las universidades e investigadores con las que se tuvo correspondencia, se obtuvo respuesta de la Dra. María Cruz Porcal, investigadora de la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EUH), del Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología, de la

Facultad de Letras, en el Campus de Álava; que resultó ser la mejor opción por la cercanía a la zona de estudio, y porque la Dra. María Cruz había realizado trabajos de turismo religioso, así como de turismo en el entorno del Santuario.

Una vez determinado dónde se realizaría la estancia, y con un esbozo de la situación del Santuario de Arantzazu, se inició la estancia académica en la ciudad de Vitoria-Gasteiz, y a la par el trabajo de campo, tanto para obtener información teórica, como aquella que resultara de manera directa de las visitas realizadas al santuario, al efectuar las entrevistas a los diferentes actores relacionados con el turismo en Arantzazu.

Como primer paso de la investigación, se dio inicio a una revisión exhaustiva bibliográfica, dentro de la biblioteca de la Universidad del País Vasco, en la cual se recopiló información sobre España, la Comunidad Autónoma del País Vasco, la provincia de Guipúzcoa, y el municipio de Oñate, sobre aspectos territoriales, así como sobre sus generalidades socioeconómicas, para comprender el entorno en el que se encuentra el santuario y en el que se desarrolla la actividad turística.

Ya compilada cierta información, y con un mayor conocimiento de la zona de estudio, y de la región en general, se indagó la forma más viable para llegar al santuario y comenzar la aplicación de las entrevistas, así como el reconocimiento de la infraestructura y recursos turísticos con que contaba el santuario. Se investigó sobre los autobuses que salían de la estación de Vitoria, y la forma de llegar al santuario; un autobús de Vitoria a la ciudad de Mondragón, después de allí otro autobús al centro de Oñate, y, por último, un autobús que sube al Santuario de Arantzazu.

Este recorrido sólo se podía llevar a cabo en su totalidad el día domingo, ya que el autobús que sube al santuario tan sólo hace esa ruta en este día, y de manera particular también los días festivos, con horarios específicos que iban de las nueve la mañana a las siete de la noche, con salidas cada media hora de Oñate a Arantzazu, y de la misma forma de Arantzazu a Oñate. Por lo que se vio limitado a estos días las visitas al santuario. Aunque existía la posibilidad también de subir entre semana en taxis del sitio en el centro de Oñate, esto no fue posible por diversas razones. En este contexto, las visitas se limitaron a los días domingo y festivos.

Otra limitante, para las visitas del santuario, fue el clima de la región ya que al encontrarse en una zona de montaña, para los meses de invierno la temperatura desciende y empieza a nevar, por lo que

el santuario se mantiene cerrado durante estos meses, sobre todo porque el acceso a él se vuelve difícil, ya que la carretera es muy sinuosa y llega a ser muy resbaladiza con la nieve y el hielo. Así, a partir de diciembre y hasta finales de febrero, el santuario sólo abre para llevar a cabo alguna misa, sobre todo en las festividades decembrinas y de fin de año, pero en general no se tiene acceso a él.

Conocidas las limitantes para las visitas al santuario, se precisaron los días en que se visitaría, así cada domingo se intentaría realizar una visita al santuario, para poder levantar las entrevistas, y de ser posible también se iría entre semana, los días festivos. De esta manera, se lograron realizar seis visitas al santuario en domingo y otras dos entre semana en días festivos, por lo que se realizaron un total de ocho visitas, entre los meses de octubre a diciembre de 2011.

La entrevista semiestructurada que se realizó, dirigidas a los visitantes del santuario; esta compuestas de veinticinco preguntas abiertas y cerradas, y dividida en cinco secciones. La primera aborda los datos generales, la segunda trata las características del viaje, la tercera parte se encuentra formada por preguntas sobre los motivos de la visita, en la penúltima parte se tratan los aspectos relacionados con las características propias del santuario y, por último, la cuestión económica del viaje (Anexo 3). Entrevistas que se realizaron entre los meses de septiembre a diciembre de 2011, la mayoría de ellas los días domingo, y el resto en días festivos. Durante este periodo, se pudieron realizar un total de 30 entrevistas a visitantes del santuario.

Así, como hubo limitantes por el transporte y el clima de la región, se fueron presentando otras, la más típica fue la desconfianza y poca colaboración de las personas a responder las entrevistas, ya que al ser fin de semana o días de asueto, las personas iban a relajarse y no a contestar cuestionarios, además de que la naturaleza propia de las personas es muy reservada. Y por otra parte, el idioma fue otro obstáculo, ya que además del castellano, en la región se habla euskera, y hay personas que tan solo hablan esta lengua, sobre todo las personas mayores.

Como el euskera se presentó como obstáculo, también lo llegó a ser el catalán, ya que al santuario llegan un gran número de personas de Cataluña, sin embargo se vio minimizado por tener conocimiento de esta lengua. Otro idioma del que se tuvo que hacer uso, fue el inglés, ya que se tuvieron que realizar algunas entrevistas en este idioma, por ser el único que manejaban las personas a las que se cuestionó.

También, durante las visitas, se llevaron a cabo entrevistas abiertas y cerradas a otros actores sociales. En primer lugar se entrevistó a los responsables de las oficinas de turismo, tanto en la que se encuentra en el santuario como la que se ubica en el centro de Oñate, así como al Centro de Interpretación del Parque Natural y de las Cuevas de Arrikruz (Anexo 4).

Para conocer la situación del turismo en la región, se realizó una entrevista al responsable de turismo a nivel comarca, con el fin de tener diversos puntos de vista del territorio (Anexo 5). También se hicieron entrevistas a la población en general, para determinar el impacto que ha tenido el turismo dentro de la zona de estudio (Anexo 6); de éstas se realizaron un total de veinte, en los poblados cercanos al santuario, en su mayoría en el centro de Oñate, en distintos días del mes de noviembre. Como parte de estas entrevistas, se hicieron otras para los establecimientos turísticos, hoteles, restaurantes y casas rurales, con el objetivo de conocer mejor la infraestructura turística (Anexo 7); en este caso se hizo énfasis en entrevistar a los responsables de hostelería y restauración dentro del emplazamiento del santuario, que consiste en siete establecimientos.

Se debe mencionar, que las entrevistas a responsables de oficinas de turismo, centros de interpretación, responsables del turismo a diferente niveles administrativos, y a la población, se enmarcaron dentro del trabajo de investigación “Tercerización de las montañas en la Comunidad Autónoma del País Vasco y en Navarra: Procesos de desarrollo turístico”, llevado a cabo por la Dra. María Cruz Porcal, y en cual se colaboró en el tiempo en que se realizó la estancia, tanto en efectuar las entrevistas, como en la redacción del texto final de la investigación.

Para completar el presente trabajo, y tener una visión más clara del turismo religioso en Arantzazu, se realizaron dos entrevistas a los responsables del santuario, en este caso, de la Orden de Franciscanos, que se estableció casi desde el inicio del santuario; se llevó a cabo una entrevista abierta (Anexo 8). En este punto, con la colaboración del Padre Joseba Etxeberria, se obtuvo material impreso sobre el santuario, texto producido por los mismos franciscanos, que se completó con el que se encuentra disponible en la única tienda con que cuenta el santuario, la cual dispone de material gráfico y audiovisual.

A la par que se realizaron las entrevistas, se hizo una identificación de la infraestructura turística con que cuenta el santuario, y la que está próxima a ésta, actividad que se realizó mediante la

observación directa en el lugar de estudio. Esta observación también sirvió para familiarizarse con el santuario, su entorno y su dinámica, así como comprender a sus visitantes y peregrinos.

Una vez realizadas las entrevistas y la observación directa en el santuario, se determinó realizar una segunda revisión bibliográfica, esta vez orientada al turismo en España y al turismo religioso, proceso que se desarrollo en la ciudad de Madrid, en donde se encuentra el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Con esta misma orientación y con el fin de aprovechar la estancia en Madrid, con el apoyo del Doctor Manuel de la Calle Vaquero, investigador de la Universidad Complutense de Madrid, se cursó la materia de Planificación y Gestión de Destinos Patrimoniales, dentro del Máster Oficial en Dinámicas Territoriales y Desarrollo, que se imparte en la Facultad de Geografía e Historia.

Por último, con la información recabada a través de las diversas entrevistas, se estableció la forma en que se presentarían los resultados de las mismas. Se eligió presentarla mediante tablas, gráficos, pero sobre todo por medios cartográficos, con la realización de diversos mapas que representaran los aspectos más relevantes del santuario.

4.2. Recursos turísticos

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2012), los recursos turísticos son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Un patrimonio es turístico en el momento en que los visitantes se interesan por él, y es recurso turístico cuando mediante la intervención humana es utilizable turísticamente.

Para que exista el turismo debe haber un recurso a consumir y una motivación por parte del visitante para consumirlo, por lo que es necesario que primero exista el recurso, de forma que éstos se consideran como la materia prima del turismo. Estos recursos pueden ser naturales o culturales, y sus características son:

- **Recurso turístico natural.** Es todo elemento geomorfológico, biofísico o la mezcla de ambos, cuyas características lo hagan susceptible de ser visitado por turistas. Su abundancia

y distribución depende de las características físicas naturales. No son susceptibles de ser creados por el hombre pero sí se aceptan modificaciones provenientes del mismo.

- Recurso turístico cultural. Es todo elemento creado por el hombre que contenga atractivos capaces de interesar al visitante; estos atractivos pueden ser históricos o contemporáneos.

A partir de lo anterior, se puede decir que Arantzazu cuenta tanto con recursos naturales, como culturales. El primordial de ellos es de carácter histórico, la efigie de Nuestra Señora de Arantzazu y toda la historia que se ha desarrollado en torno a ella, que ha dado lugar al resto de los recursos culturales, el santuario, su arquitectura, la fachada, el interior, la cripta, entre otros. En cuanto a los recursos naturales, se encuentra el Parque Natural de Aizkorri Aratz, donde se encuentra emplazado el santuario, y a unos cuatro kilómetros se localizan las Cuevas de Arrikruz.

4.2.1. Parque Natural Aizkorri Aratz

Arantzazu se encuentra dentro del Parque Natural de Aizkorri-Aratz, uno de los sitios más representativos de País Vasco. Junto a la Sierra de Aralar constituye uno de los corredores ecológicos que une los Pirineos y la Cordillera Cantábrica. Destaca el paredón rocoso que se extiende entre los montes Aratz y Aloña. Este macizo toma su nombre de su cima más representativa: Aizkorri, en cuya cumbre se encuentra la ermita del Santo Cristo.

En 2006, tiene lugar el nombramiento del Parque Natural, con un espacio protegido de 15 919 hectáreas, de las 19 400 hectáreas totales. Las cumbres de Alzania, Aizkorri, Urkilla, Zaraia o Aitxuri marcan la divisoria de aguas entre el Golfo de Vizcaya y el Mediterráneo. Aquí nacen tres de los ríos más importantes de Guipúzcoa: el Deba, el Urola y el Oria (Arantzazu, 2007).

El predominio de la roca caliza es muy notorio y, tanto el paisaje como las formas generadas, son algunos de los principales rasgos de la cordillera. La circulación de aguas subterráneas, ha creado una extensa red de galerías. La antigua calzada medieval que unía Flandes con Castilla, cruza la franja sur de la sierra, flanqueando uno de los pasos más celebres de la geografía guipuzcoana: el Túnel de San Adrian. En este túnel de San Adrian, se encuentra una cueva santuario, de origen kárstico y con circulación subterránea de agua. Se convirtió en un santuario cristiano, por el que pasaban los peregrinos de Santiago, y que servía de enlace entre Guipúzcoa y Álava, hasta finales del siglo XIX (Figura 4.1).

Figura 4.1. Arantzazu: Cueva de San Adrian



Fuente: Parque Natural Aizkorri, 2012

Son múltiples las posibilidades que ofrece el Parque Natural, entre las que destacan Urbia, el bosque de Iturrigorri, los senderos y escalada en las cimas de la sierra. Urbia se encuentra desde Arantzazu a poco más de una hora, donde se llega a las campas; un extenso raso de pastos que permite pasear en cualquier dirección y encontrarse con majadas de pastores, dólmenes prehistóricos y observar las cimas del macizo (Figura 4.2). El bosque de Iturrigorri se encuentra en la misma dirección que Urbia, pero en camino paralelo, a través del cual se puede recorrer todo el bosque de hayas. Un bosque milenario que por su belleza y riqueza ecológica extraordinaria es utilizado como bosque-escuela.

Figura 4.2. Arantzazu: Campas de Urbia



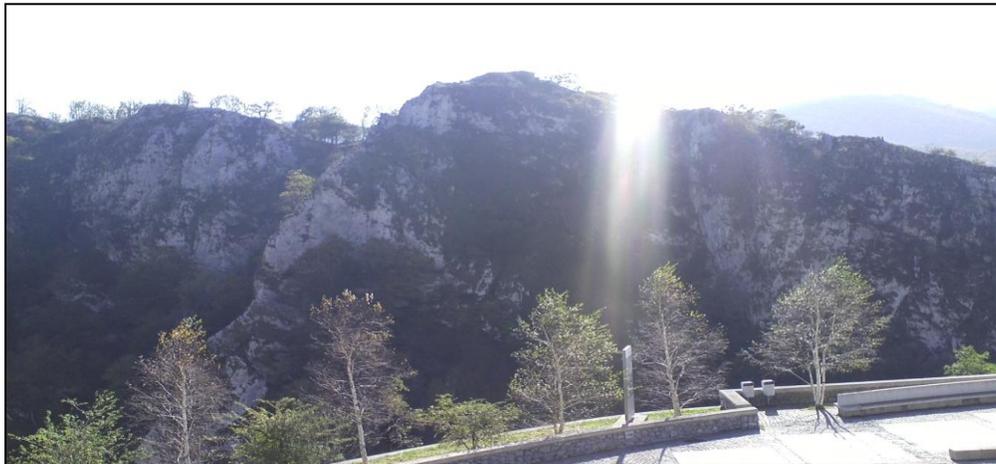
Fuente: Parque Natural Aizkorri, 2012

El sendero representa el camino a pie. Arantzazu está rodeado de una inmensa red de senderos. Existen todavía algunos senderos utilizados históricamente por los peregrinos. En el santuario, el sendero y el camino tienen mucha importancia, hablan de diálogo y son propios del peregrino que busca sentido y busca encontrarse con el máximo bien. El senderismo tiene un gran auge en la sociedad vasca y Arantzazu ofrece una red de senderos de todos los niveles y para todas las edades (Arantzazu, 2012).

El camino adaptado de Gomiztegi, une Arantzazu con la Escuela de Pastores, situada en el caserío Gomiztegi. Se trata del primer paseo accesible para personas con discapacidad de los parques naturales de Guipúzcoa. Son 1 865 metros de sendero con accesibilidad universal para personas de cualquier edad y con cualquier limitación funcional. Une éstos dos puntos de gran atractivo con alto valor histórico y paisajístico.

El sendero denominado “camino oculto de Arantzazu”, recorre siete kilómetros bien señalizados con una duración aproximada de dos horas y treinta minutos. Su punto de partida y llegada es el aparcamiento del santuario. El sendero lleva por barrancos y rincones ocultos del entorno y permite conocer los antiguos campos de fútbol de los seminaristas del santuario. Por último, el camino de los caseríos de Arantzazu de los siglos XVIII y XIX, tiene una distancia de cinco kilómetros y medio, y una duración aproximada de una hora y media. Su punto de partida y llegada se encuentra en la carretera de acceso a Arantzazu, cerca del caserío Kortakogain. Además de los senderos, el entorno de Arantzazu ofrece una gama de cimas que pueden ser escaladas (Figura 4.3).

Figura 4.3. Arantzazu: vista del Parque Natural y la Sierra de Aizkorri desde el Misterio



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Escuela de pastores

En el año de 1950, los frailes compraron el caserío de Gomiztegi, situado a unos tres kilómetros de Arantzazu. En un principio, el número de cabezas de ganado era reducido. Con el tiempo, se fueron destinando importantes parcelas de terreno al ganado, y en la actualidad cuentan con una amplia y variada huerta, rica en productos de primera calidad. Hace unos años se introdujeron ovejas en la explotación y se acondicionó una quesería con la técnica más moderna. El respeto a la normativa y el esmero en el cuidado del rebaño ha permitido que hayan recibido en varias ocasiones el premio al mejor rebaño de ovejas.

Como resultado de lo anterior, desde el año de 1997, se creó en torno a Gomiztegi y al amparo del Gobierno Vasco la Escuela de Pastores. Cada año se organiza un curso destinado a la formación y capacitación de nuevos pastores. Allí viven cinco frailes, que aparte de la oración, dedican su tiempo a las labores del campo, en especial al cuidado del ganado y la huerta. El hermano Nikolas, en la actualidad, es el responsable de la escuela y el coordinador principal (Arantzazu, 2012).

Parketxe de Arantzazu

El Parque Natural Aizkorri Aratz acoge dos casas del parque conocidas en euskera como Parketxes. En Álava se encuentra en Araia, dentro del término municipal de Asparrena. Es punto de acogida y de información del visitante. En el territorio de Guipúzcoa se localiza en Arantzazu y se conoce como Parketxe de Arantzazu, que es a la vez centro de acogida de visitantes y de interpretación del Parque Natural (Figura 4.4).

Figura 4.4. Arantzazu: Centro Gandiaga Topagunea II



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El Centro de Interpretación del Parketxea, se sitúa en el Centro Gandiaga Topagunea II. Quinientos metros cuadrados se encuentran dotados de una exposición permanente, una maqueta de Aizkorri Aratz, aulas didácticas y modernos recursos interactivos. Se distribuye en dos pisos, el inferior con el mundo subterráneo y los bosques como principales protagonistas, y el superior dedicado a los recursos ganaderos, la actividad que desde hace milenios ha vertebrado el espacio hoy ocupado por el Parque Natural (Figura 4.5).

Figura 4.5. Arantzazu: maqueta de la sierra de Aizkorri en Centro Interpretación



Fuente: Parketxea Arantzazu, 2012

Según la entrevista realizada al responsable del Parketxea, Itsaso, este es un centro de interpretación que se fundó en 2011. Es una institución pública que depende de la Diputación Foral de Guipúzcoa y Fundación GPS. Hasta noviembre de 2011 no tenía ningún reconocimiento de calidad. Cuenta con un total de tres empleados fijos y uno eventual par fines de semana y días festivos.

Del total de empedados que tiene, sólo uno vive en el municipio de Oñate y el resto vive en otros municipios de la comarca. Todos son capaces de brindar atención e información a turistas extranjeros, ya que manejan varios idiomas, además de que cuentan con estudios especializados relacionados con el centro de interpretación. Para ampliar dichos conocimientos, el personal continúa con su preparación, ya que acude a cursos de cualificación, como mejora del idioma inglés y francés, y cursos de cartografía y gestión de recursos.

Los servicios que ofrecen, como centro de interpretación, son el de guías profesionales dentro del Parketxea y el Parque Natural, y el de recorridos para personas con limitantes físicas. Ofrecen de manera complementaria libros especializados y folletos del sitio. El parque puede ser visitado de manera particular o bien dentro del paquete que ofrece.

En cuanto a los visitantes que reciben, el entrevistado mencionó que el centro estaba abierto durante todo el año, sin embargo, sólo se tienen información de los visitantes de marzo a noviembre, tiempo en que se tuvo un total de 3 300 visitas. Los meses y temporadas en que tienen una mayor afluencia de visitantes es en Semana Santa y en los meses de agosto y septiembre, mientras la temporada con menor afluencia es invierno.

Los visitantes al Parketxea tenían una edad que va de los 25 a 65 años en su mayoría, y llegaron en familia, provenían de la propia comunidad del País Vasco, y de otras comunidades de España, principalmente Cataluña y Madrid. Su estancia promedio en el centro, fue de treinta a cuarenta y cinco minutos.

Las estrategias que utilizan para atraer un mayor número de turistas es a través de folletos, uso de redes sociales, publicidad (no aclaró qué tipo) y mailing a diversas asociaciones. Sin embargo, estas estrategias son dirigidas a turistas de la región y a nivel nacional, ya que comentó el entrevistado, que no realizan ninguna acción para atraer turistas extranjeros. Otra de sus actividades para atraer turismo son los eventos especiales, como el “Día del Parque”, con diversas actividades para todos los grupos de edades (Figura 4.6).

4.6. Arantzazu: cartel del día del Parque Natural Aizkorri-Aratz



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Respecto a la incidencia e importancia del turismo en la zona, el entrevistado expresó que el turismo ha servido para mejorar alguna cuestión en la comarca, ya que hay una fijación de la población, aumento en actividades de servicios, se han mantenido actividades tradicionales, existe un aumento y mejora del equipamiento, y ha ayudado a mantener el paisaje y el patrimonio. Por ello el turismo no ha traído ningún conflicto a los habitantes de la zona, tan sólo al paisaje por la explotación de las campos de Urbia y el desgaste del suelo por el paso de las personas en el parque.

Por último, cree que en el territorio existe una gran incidencia de turistas, pero también considera que la zona tiene un atractivo importante para atraer turismo, relacionado con las actividades que se ofrecen, sobre todo el senderismo, la riqueza paisajista con que cuenta el parque y el atractivo cultural que tiene el santuario de Arantzazu.

4.2.2. Cuevas de Arrikruz

El entorno de Arantzazu se caracteriza por tener numerosas cavidades subterráneas. Una de ellas está preparada para ser visitada: la cueva de Oñati-Arrikruz, que sirvió de refugio a los guerrilleros carlistas del cura Santa Cruz. Fue redescubierta en 1966 y cuenta con un impresionante modelado de piedra caliza (karst), con fenómenos espeleológicos y subterráneos de gran extensión y complejidad.

Las cuevas de Arrikruz forman parte del sistema kárstico de Gesaltza-Arrikruz, situado en el macizo de Aizkorri, a unos 400 metros sobre el nivel del mar. Se trata de una cavidad desarrollada en calizas y dolomías del Jurásico Superior-Cretácico inferior (entre 154 y 96 millones de años de antigüedad). El sistema, con catorce kilómetros de galerías interconectadas y seis pisos superpuestos, es la mayor cavidad de Guipúzcoa.

La cueva abrió sus puertas en junio de 2007, tras más de cuatro años de obras de adecuación. Se sitúa en las proximidades del Santuario de Arantzazu y bajo el macizo de Aizkorri. El recorrido turístico, se realiza en la galería 53, ubicada en el sector oriental del macizo. El camino acondicionado en el interior de la cueva consta de 500 metros y se realiza por una pasarela que desciende 55 metros hasta el centro del macizo por un abrupto trazado franqueado por simas, pasadizos, un sumidero del río Aldaola, y concreciones estalagmíticas (Debagoiena, 2012) (Figura 4.7).

Figura 4.7. Arantzazu: camino adaptado de la cueva de Arrikruz



Fuente: Turismo Debagoiena, 2012

El circuito tiene una duración de sesenta minutos y permite al visitante descubrir los innumerables atractivos históricos, etnográficos, geológicos y minerales del complejo mediante un avanzado sistema informático que posibilita el guiado interior en cinco idiomas, euskera, castellano, inglés, francés y catalán, de una forma pedagógica y atractiva.

La cueva de Arrikruz ha sido uno de los emplazamientos pioneros en su exploración espeleológica, arqueológica y paleontológica. Llama especialmente la atención por su río subterráneo, el Aldaola, sus enormes estalactitas y, sobre todo, por los hallazgos arqueológicos y paleontológicos, tales como un esqueleto completo de león de las cavernas, esqueletos parciales y cráneos de panteras, y un yacimiento de osos.

Por otro lado, el centro de acogida se sitúa aproximadamente a unos diez minutos a pie de la cueva. Se trata de un edificio de 130 metros cuadrados que presta servicios de información, recepción y venta de tickets a los visitantes (Figura 4.8).

Figura 4.8. Arantzazu: Centro de atención de las Cuevas de Arrikruz



Fuente: Trabajo de campo, 2011

4.2.3. El Santuario de Arantzazu

El patrimonio cultural, archivístico, bibliográfico, artístico, literario y musical de Arantzazu es muy extenso. El convento cuenta con una biblioteca con “incunables” catalogados. Su doble archivo musical o el de manuscritos de sermones son de gran valor. Arantzazu y el fraile Luis Villasante fueron actores principales en la normalización del euskera. Bitoriano Gandiaga, otro franciscano, fue uno de los poetas euskaldunes más importantes del siglo XX, y su fondo literario está compuesto por más de 3000 textos.

Arantzazu es, además, por su basílica, un referente mundial de la arquitectura y el arte religioso moderno. Es considerada por los expertos como la mejor construcción religiosa del siglo XX. Artistas como Jorge de Oteiza, Javier Álvarez de Eulate y Xabier Egaña participaron en su polémica decoración, que fue prohibida durante años por considerarla contraria a los principios estético-religiosos de la época (Arantzazu, 2009).

La arquitectura

Los arquitectos Francisco Javier Sáenz de Oiza y Luis Laorga, elegidos para diseñar el nuevo edificio que debería construirse sobre la antigua basílica, tuvieron que tener en cuenta el entorno geográfico en el que iba a edificarse y las funciones que necesitaba cumplir. Por ellos idearon una

iglesia con aspecto recio y robusto, como las montañas que la rodean, y con un interior preparado para servir para el de la comunidad franciscana y dar acogida a la gran cantidad de peregrinos que se daban cita en el Santuario.

Para el interior, los arquitectos decidieron una planta de cruz latina por considerarla “la genuina del templo cristiano”. Está formada por una nave longitudinal de diecisiete metros de ancho, casi treinta metros de largo y diecisiete metros y medio de alto. Esta nave está rodeada de catorce capillas, siete a cada lado. La nave transversal tiene diez metros de ancho, treinta y un metros de largo y veinte metros de alto (Figura 4.9).

Los coros coinciden en altura con el camarín de la Virgen. Estos espacios están situados en los extremos opuestos de la nave longitudinal. La primera planta del coro tenía capacidad para 117 padres y 100 cantores. La segunda planta del coro, que cubre una pequeña parte del perímetro de la primera, podía albergar hasta 210 colegiales. El espacio que queda por encima de ambos coros y hasta el techo lo ocupa el órgano. En cuanto al camarín de la Virgen, por su valor material y afectivo para los guipuzcoanos, Sáenz de Oiza y Laorga decidieron conservarlo tal y como estaba en la iglesia anterior (Figura 4.10).

Figura 4.9. Arantzazu: vista aérea de la planta en forma de cruz latina del santuario



Fuente: googlemaps.com, 2012

Figura 4.10. Arantzazu: Coros vistos desde la parte central de la nave longitudinal



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Un elemento indispensable a la hora de idear el exterior del nuevo santuario fue el pórtico. Debido al clima, vieron necesario crear un espacio donde los peregrinos se pudieran proteger de las inclemencias. Tiene treinta y seis metros de largo, cuatro metros de ancho y dos metros y medio de alto. Se apoya sobre siete soportes aislados y el muro cierra lateralmente la nave.

De una explanada emerge un edificio de superficie lisa con una especie de humanoides que defienden su entrada y a ambos lados de la pared se levantan dos grandes torres, y otra más apartada en el lado izquierdo, realizadas con piedras talladas en forma de diamante (Kortadi, 1993).

Los materiales que se utilizaron en la construcción de la iglesia fueron la piedra caliza y la madera del lugar en los revestimientos, y el hormigón armado para la estructura. El objetivo principal era el de adaptar el templo al medio. Como expresaron sus propios creadores “cabe defender una iglesia cubierta de pizarra o cualquier otro material extraño, más con ellos nunca se conseguiría un enlace ni siquiera mediocre con el paraje. Hay que distinguir entre la verdadera riqueza, la grandeza y la suntuosidad y lo que es puro alarde de ostentación fuera de tono con el ambiente del lugar y el propio tema. Magnífica puede ser una solución de mármoles y bronce, pero sería en este caso tan absurda como es el traje de etiqueta para pasear por la montaña” (Arantzazu, 2012).

La prohibición de la decoración de la Basílica

Una vez construida la nueva basílica, en 1955, faltaba decorarla según se había establecido: la escultura la realizaría Jorge Oteiza, las pinturas de la cripta Néstor Basterretxea, el ábside Carlos Pascual de Lara, las vidrieras Javier Álvarez de Eulate y las puertas Eduardo Chillida. Pero, rápidamente comenzaron las críticas contra algunas de las obras de decoración por no adecuarse a las normas del arte eclesiástico clásico.

La censura no cargó ni contra Chillida ni contra Álvarez de Eulate, por lo que pudieron terminar sus trabajos sin problemas. No obstante, Oteiza, Lara y Basterretxea tuvieron que presentar una memoria justificativa y unos bocetos de sus obras ante el Obispo de San Sebastián, Jaime Font Andreu. Esperando la definitiva aprobación del Obispo, continuaron trabajando en Arantzazu hasta que en noviembre de 1954 llegó la prohibición.

Font Andreu ordenó la suspensión de la decoración de la Basílica y envió a Roma los bocetos y la memoria de los artistas para su estudio y fallo definitivo. Mientras esperaban una respuesta, los artistas abandonaron Arantzazu. Las noticias que llegaron desde Roma en verano de 1955 fueron: “Esta Pontificia Comisión que cuida del decoro del Arte Sagrado según las directrices de la Santa Sede, tiene el dolor de no poder aprobar los proyectos presentados”. El Obispo de San Sebastián asumió este informe proveniente de Roma, le adjudicó una capacidad prohibitiva que en realidad no tenía y rebatió lo que un año atrás había decidido.

Tuvieron que transcurrir muchos años para que el problema de la decoración se viera solucionado y no sin sobresaltos. Los apóstoles de Oteiza, por ejemplo, quedaron tirados en la cuneta durante catorce años (Figura 4.11) y la nueva cripta de Basterretxea no fue terminada hasta 1985. A esto hay que sumarle el hecho de que Pascual de Lara falleciera de manera repentina tres años después de la prohibición, con lo que hubo que elegir otro artista. El ábside de Lucio Muñoz fue inaugurado en 1962.

Figura 4.11. Arantzazu: las esculturas de los apóstoles tirados en la cuneta, 1955



Fuente: Kortadi, 1993

El apostolado de Oteiza

La labor que se le había encomendado a Oteiza en la fachada de la Basílica de Arantzazu, era la de convertir algo tan frío y duro como la piedra, algo tan material, en algo espiritual. Debía humanizar la materia y representar el alma del cristianismo. El resultado fue la Piedad, una virgen sin manto, sin adornos, casi sin rasgos fisonómicos y, los Apóstoles, catorce figuras descarnadas y descerebradas, que poco tenían que ver con el arte eclesiástico que había predominado hasta el momento (Kortadi, 1993).

El escrito que el artista hizo llegar al Obispo de San Sebastián, que no le libró de la prohibición, permite comprender de mejor manera que es lo que los Apóstoles y la Piedad expresan con su particularidad plástica.

“Es un sólo tema el que se expresa en la fachada exterior: el de la salvación religiosa y sobrenatural. El conflicto entre el cuerpo, atado a la muerte, y el alma cristiana obligada al amor y a la caridad. Respecto a los Apóstoles, se han eliminado todas las características particulares que pudiera distraer la expresión directa y rotunda del tema religioso que se trata de expresar. Ninguno de los apóstoles pronuncia su nombre, pero todos repiten que son imagen de la imagen suprema del amor y de la caridad que fue Cristo, que vivió y murió entre nosotros para enseñárnoslo. Estos apóstoles imaginan y enseñan esto. La Virgen en su Asunción está como guiándoos y sosteniéndoos (Oteiza, 1954)”

Los catorce apóstoles de piedra caliza tienen doce metros de lado a lado. Cada uno de ellos mide tres metros y pesa alrededor de cinco toneladas. Las estatuas no se sujetan sobre ninguna base, por lo que parece que flotan en el aire. Cada apóstol, dentro de su módulo cúbico, tiene su propia personalidad, pero están unidos por medio de las posiciones de sus brazos y manos y la inclinación de sus cabezas.

Ese dinamismo hace que el espectador tenga la necesidad de saltar continuamente de uno a otro. El propio Oteiza utiliza el hiperboloide, el cilindro vaciado y con los lados redondeados, para dotarlos de identidad cristiana. “Los vacía porque se han desprendido de sí mismos para llenarse de Dios y entregarse al resto” (Arantzazu, 2012). Los apóstoles suponen un homenaje a la naturaleza originaria; el material utilizado para su realización, la piedra caliza, recuerda a las montañas de alrededor; los volúmenes irregulares de la figura a los dibujos que el agua realizó durante siglos en las rocas, y lo pesado de cada módulo a la dureza propia de la montaña (Kortadi, 1993).

En cuanto a su composición la obra es simétrica. Los límites exteriores los marcan las figuras que están en las esquinas. Estos dos apóstoles miran al centro y con su gesto envuelven el conjunto. El resto mira hacia arriba, a la madre que observa a su hijo muerto y se encara al cielo. Cabe mencionar, que Oteiza no les hizo ojos a los apóstoles porque durante la oración se mantienen cerrados y al cuarto le omitió el rostro para que cada fiel le pusiera el suyo propio (Arantzazu, 2005) (Figura 4.12).

Figura 4.12. Arantzazu: Apóstolado de Oteiza en la fachada de la basílica



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Fue en verdad polémico el hecho de que Oteiza esculpiera catorce apóstoles en lugar de doce. Según él decía, lo que representó no fueron catorce apóstoles, sino catorce “unos” apóstoles; pretendía recoger la idea abstracta de la apostolicidad como comunidad abierta al exterior que reclama, a su vez, la presencia de los demás de una manera solidaria.

Entre los apóstoles del friso y la Piedad que ofrece a su hijo al visitante, hay una pared a la que, en palabras del propio escultor, hay que mirar con los ojos del corazón para descubrir que en realidad no existe: “La pared vacía está llena de pensamientos mítico-espirituales. Con una mirada estético-espiritual el espectador puede llegar a ver lo invisible” (Kortadi, 1993).

La Piedad que Oteiza creó para la fachada de la Basílica de Arantzazu, se diferencia de la de Miguel Ángel en que la Madre no tiene al Hijo muerto en su regazo, sino que éste descansa muerto en el suelo, mientras que la Madre, con su cara en forma de corazón, clama y se enfrenta al cielo (*Ibid.*). Este conjunto escultórico en forma de “t” tiene más de tres metros de altura y anchura y parece que, sin moverse, está volando hacia el cielo (Figura 4.13).

Figura 4.13. Arantzazu: La Piedad de Oteiza de la fachada de la basílica



Fuente: Trabajo de campo, 2011; Arantzazu, 2012

Las puertas de Chillida

En 1954, los directores de la Basílica de Arantzazu encargaron al escultor Eduardo Chillida la realización de las puertas de acceso a la misma. El artista vasco, comenzaba a tener un reconocimiento internacional por su obra, como lo demuestra el Diploma de Honor de la Trienal de Milán que recibió en ese mismo año.

El escultor donostiarra, amigo de los arquitectos, escultores y pintores del proyecto, diseñó y plasmó en la “Fragua del Vulcano” una obra sobria y racional, geométrica y abstracta, cuyos únicos referentes parecen ser el sol y la luna, algún tronco de espino y algunas cruces que de forma inesperada surgen y se plasman (Arantzazu, 2005).

El hierro, es el que utilizó para crear las cuatro puertas de acceso al templo. Unas puertas que están casi sumidas en la tierra tras el descenso de una empinada escalinata y que sugieren el ingreso al mundo de las regiones subterráneas. Forman un collage metálico mediante la superposición de chapas con diferentes bruñidos. Los ritmos horizontales y verticales de las láminas de hierro, unas sobre otras, crean un espacio de geometrías puras.

Las puertas suponen una obra sobria, racional y abstracta. Para realizarlas recogió chatarras y desechos industriales del puerto de Zumaia y unas láminas de la empresa metalúrgica Legazpiarra de Patricio Echeverría, a las que el mismo Echeverría quitó el reviro diciéndole a Chillida dónde debía golpear. Los materiales representaban la pobreza y la austeridad propia de la orden franciscana (Figura 4.14).

Para las puertas de Arantzazu, el escultor pensará en las entrañas de la tierra, por la profundidad en que se encuentra la entrada de la basílica, y lo utilizará de una manera sobria y racional, adaptándose al marco establecido. Las puertas están perfectamente encajadas en el conjunto de la fachada. En las cuatro puertas, los ritmos horizontales y verticales, crean un espacio de geometrías estables y puras, que se enlazan y se emparentan con las del Ben Nicholson de este periodo. Las puertas de Chillida poseen pese a la pobreza y a la austeridad del material, un equilibrio clásico (Kortadi, 1993).

Figura 4.14. Arantzazu: Puertas de Chillida



Fuente: Arantzazu, 2012; Trabajo de campo, 2011

El artista no pretendía hacer unas puertas donde se colocaran esculturas, sino que ellas mismas fueran las esculturas. No todo el mundo se dio cuenta de esa dualidad y puede que por esta razón, fueran las puertas, junto con las vidrieras, las únicas obras que pudieron terminarse en 1955 sin problemas, al superar la prohibición de las autoridades.

Las vidrieras de Eulate

Para el cristiano la luz simboliza la vida, la salvación, la felicidad. Representa el bien en contraposición a lo que significan las tinieblas, que son lo negativo, el mal. La luz proyectada en el espacio religioso suele ser blanca, pero también puede poseer algún color. Los distintos tonos o mezclas de color son utilizados para causar algún tipo de efecto en el ambiente. Las vidrieras son las encargadas de cumplir esa función (Lizarralde, 1950).

El proceso por el que Javier Álvarez de Eulate decoró con sus vidrieras ambos lados de la nave transversal de la Basílica de Arantzazu comenzó en junio de 1954, pero por cuestiones económicas es hasta 1957, gracias a la ayuda de los franciscanos de Cuba, que Eulate puede comenzar a trabajar en su obra.

Las vidrieras se realizaron en Metz, Francia, siguiendo los cartones que el artista les había enviado y la técnica que se utilizó para ello fue la del hormigón traslúcido o “mosaico transparente”, como el propio Eulate lo denominó, que consiste en colocar teselas de cristales gruesos de color incrustados en el cemento.

Las vidrieras que Javier Álvarez de Eulate ideó para el Santuario de Arantzazu son ocho espacios de forma redondeadas colocadas simétricamente a cada lado de la nave transversal en la parte superior del muro. Tienen una estética abstracta con el predominio de formas suaves y ondulantes. El color predominante es el azul con algunas pinceladas de rojo y blanco.

Los soportes irregulares sobre los que el pintor vidriero desarrolló sus repertorios son cuatro hojas de trébol de formas orgánicas. Símbolos del árbol, espino, cruz, seres humanos, montes, cielo, son formas dibujadas con teselas de cristal azul suave, fuertes, verdes y algún rojo. Eulate es un fauvista (fovista) nato y plasmó en estas vidrieras gran parte de su largo saber y de su profunda maestría. La luz penetra en el espacio y crea un clima azul perlino y misterioso que se sincroniza con el retablo de Lucio Muñoz y la sobriedad de la piedra en la arquitectura (Figura 4.15).

Figura 4.15. Arantzazu: vidriera del lado izquierdo de la nave transversal



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El propio Eulate interpretó así sus vidrieras: “Son composiciones en que las líneas se entrecruzan formando espacios que el color define en claros y oscuros por rigurosa alternancia dentro de una armonía de azules, verdes, violetas y algún chispazo rojo. Fundamentalmente son composiciones abstractas pero con ciertas sugerencias figurativas: formas que recuerdan el espino de la aparición y trozos del paisaje montañoso de Arantzazu que se transfiguran a los huecos irregulares donde se sitúan los cristales y tiñendo la mampostería de la iglesia de una luz misteriosa azulada” (Kortadi, 1993) (Figura 4.16).

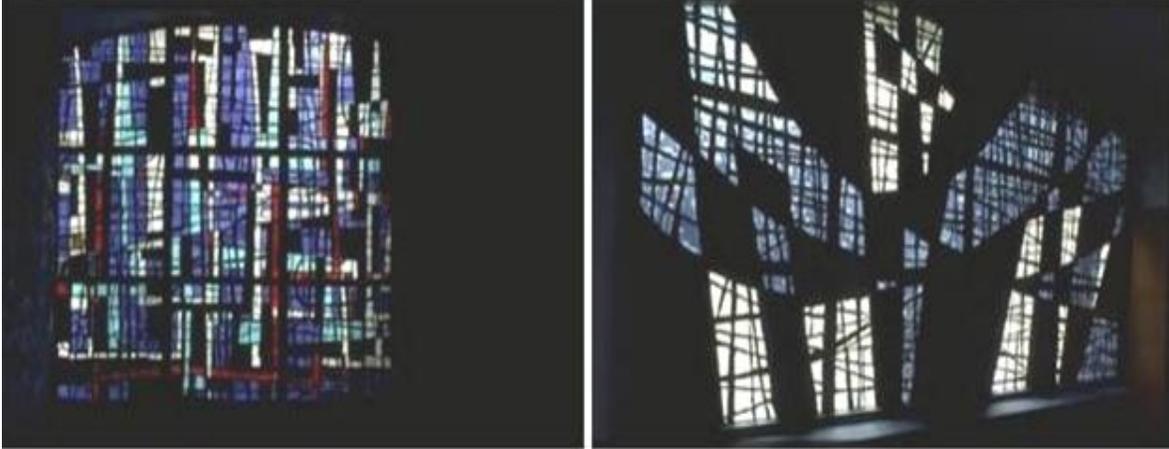
Figura 4.16. Arantzazu: vidriera del lado derecho de la nave transversal



Fuente: Trabajo de campo, 2011

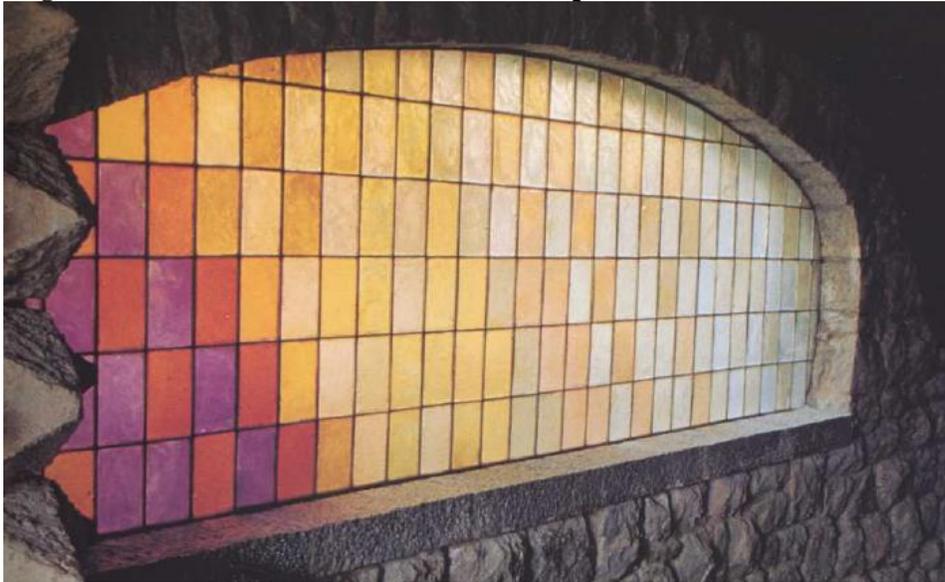
En este sentido, el mismo Eulate, desarrolla con un concepto casi minimalista un magistral juego de luces y colores en la vidriera de descenso a la cripta. Del violeta y el rojo rectangular, al naranja amarillo, y de éste al azul gris perlino. Otro tanto cabe decir de las vidrieras abstractas situadas en el paso al camarín (Figura 4.17). Las vidrieras están integradas en la basílica con gusto y equilibrio. No destacan por sí mismas, sino que se acomodan a la idea general del proyecto limitándose a decorar el Santuario (Figura 4.18) (Arantzazu, 2009).

Figura 4.17. Arantzazu: vidrieras hacia el camarín



Fuente: Arantzazu, 2012

Figura 4.18. Arantzazu: Vidriera hacia la cripta



Fuente: Kortadi, 1993

El ábside del Santuario

Mientras continuaba la prohibición de las obras de los artistas en Arantzazu, Lara murió para 1958, y había que elegir la obra de otro artista. Se presentaron cuarenta y dos propuestas de todas las tendencias, puesto que en la convocatoria se recogía que las condiciones del concurso no exigen labor de pincel, sino que abren posibilidades a la escultura, al hierro forjado, al mosaico, a los

juegos artísticos de luces, a soluciones mixtas variadísimas. Se acordó, por mayoría, otorgar el primer premio y el encargo de la obra al pintor Lucio Muñoz de Madrid. El ábside de la nueva basílica sería inaugurado el 28 de octubre de 1962.

Muñoz, que era pintor, destacó por sus obras en madera. Este artista pasó largas horas contemplando el paisaje que rodea al Santuario, y el retablo que ideó, es una prolongación del ambiente de paz que se respira en este paraje. Como principal motivo quiso destacar la figura de la virgen. Para conseguirlo, usó símbolos sencillos y fáciles de captar, aunque no pretendía realizar una figurativa visión sobre los cánones clásicos. De esta forma, quiso que lo narrativo pasara a segundo término, con el fin de no distraer al creyente ni disminuir su capacidad de concentración, procurándole el clima necesario para que sienta y comprenda mejor a la Virgen (Arantzazu, 2012).

El ábside de seiscientos metros y realizado en madera tallada y policromada puede dividirse en tres zonas. En la zona baja del retablo y ascendiendo por los laterales Muñoz colocó la parte terrena. Son formas de un ímpetu más agreste con colores un tanto opacos y silenciosos que recogen el espíritu de la tierra de Arantzazu y Guipúzcoa. Esta parte es la que rodea al camarín y es donde la madera tiene un tallado más profundo y una coloración leve pero violenta (Figura 4.19).

Ascendiendo aparece una coloración en tonos azules. El artista quiso representar con ese color la idea del milagro que supuso la aparición de la imagen de la Virgen. La composición sigue un ritmo ascendente donde se mezclan distintos tonos azules con zonas oscuras, hasta llegar a la parte superior donde la claridad vence, es el triunfo de la verdad, que es Cristo, representado con el color azul (Kortadi, 1993).

La composición del ábside responde a dos interpretaciones. En la primera, Muñoz coloca tonos oscuros en la parte inferior, simbolizando la sequía, el hambre, el enfrentamiento, hechos anteriores y contemporáneos al milagro de la aparición. Encima del camarín los colores se van aclarando. La guerra termina, comienza a llover y las formas violentas se suavizan. La paz y la tranquilidad llegan, por fin, al pueblo vasco (Figura 4.20). La Virgen representa el momento donde comienza el cambio. De la Virgen nació Jesucristo, vencedor del pecado y salvador de la humanidad. A partir del camarín, empiezan a aparecer tonos azules, en lucha todavía con el mal, hasta que en la parte superior el color azul representa la victoria de la verdad (Lizarralde, 1950).

Figura 4.19. Arantzazu: parte baja del ábside de Muñoz



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4.20. Arantzazu: parte media y alta del ábside de Muñoz



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El camarín de Arantzazu

La función del camarín es la de permitir ver la imagen de la Virgen de Arantzazu. A este lugar, que Xabier Egaña terminó de decorar en 1979, se accede tras subir unas escaleras que se encuentran detrás del presbiterio.

Egaña se encontraba en Madrid cuando le sugirieron que podía ser él quien decorara el camarín. Esto fue en 1978. En realidad había transcurrido mucho tiempo desde que los bocetos de Néstor Basterretxea crearan la polémica que retrasó desde los años 1950 hasta mediados de los años 1980 la decoración de la cripta, pero, al parecer, en veinticinco años la censura en materia de arte sacro no había avanzado demasiado.

Esto, debido a que también costó un gran esfuerzo que los murales de Egaña, en los que aparecían desnudos masculinos y femeninos, fueran aceptados por la moral cristiana en un recinto tan sagrado. Poco a poco la comunidad de franciscanos entendió el sentido de la obra de Egaña, que se basaba en el libro de Job, donde el tema central es el sentido del dolor, y sus pinturas no supusieron otro escándalo como el de la cripta de Basterretxea.

Xabier Egaña es un artista al que no le interesa la obra de arte respecto a la técnica o belleza, sino como conjunto de signos que le permiten transmitir un mensaje concreto. El problema que Egaña planteó a la hora de pintar el camarín de la Virgen de Arantzazu fue el de la existencia del mal, del dolor, de la injusticia (Figura 4.21). Al igual que Job, no entiende la razón del dolor, que considera como algo sin sentido, pero cree en Dios, a pesar de las preguntas y las dudas, tiene fe en que algún día llegará la Jerusalén celestial, el nuevo mundo, en el que sólo el amor, la paz y la justicia existan, habiendo desaparecido el dolor (Arantzazu, 2012).

Esta obra de Egaña está formada por ocho paneles que cubren un total de treinta metros de largo por cuatro y medio de ancho, donde se plasma una iconografía humano-religiosa de corte simbólico expresivo. El dibujo y la grafía son potentes y poderosos en su conjunto. Estos murales expresionistas se pueden agrupar en cuatro conjuntos temáticos: la Creación, el Mundo, la Salvación y, el Apocalipsis y la Esperanza. Quizás demasiados potentes a decir de algunos. El poderoso expresionismo de formas y volúmenes aturde y golpea quizá demasiado al visitante y

peregrino que penetra de otros ámbitos plásticos y religiosos más telúricos (Kortadi, 1993) (Figura 4.22).

Figura 4.21. Arantzazu: primeros cuatro murales del camarín de Egaña



Fuente: Arantzazu, 2012

Figura 4.22. Arantzazu: cuatro últimos murales del camarín de Egaña



Fuente: Arantzazu, 2012

La cripta de Basterretxea

La cripta se encuentra en el lugar donde se supone estuvo la capilla de la aparición, coincidente con el sitio en el que apareció la imagen de la Virgen. Su decoración estuvo envuelta en una gran polémica que duró más de treinta años. La situación ya era difícil por sí misma, cuando una noche las primeras líneas que había trazado Basterretxea en las paredes de la cripta fueron borradas con pintura blanca sin que nadie se responsabilizará de dicho acto.

En el archivo de Arantzazu, se conservan cuatro bocetos que reflejan la gran fuerza expresiva que tenían los once muros que estaban ya pintados cuando alguien los borró. En estos bocetos pueden verse la figura de un hombre que se tapa la cara para no ver la existencia de Dios, a algunos franciscanos que con espíritu misionero se lanzan, con la cruz como única arma, a extender el mensaje de amor y perdón a todas las personas, y una paloma blanca como símbolo de la paz y del Espíritu Santo (Arantzazu, 2007).

Entonces empezó sus enfrentamientos con los franciscanos. Muchos años transcurrieron hasta que el artista y los franciscanos iniciaron en 1980 los trámites para finalizar la decoración de la cripta. En 1983, las dos partes firmaron un acuerdo, y para 1984 Basterretxea replanteó los repertorios iconográficos y la ejecución de los mismos, gracias a la colaboración económica de la Diputación Foral de Guipúzcoa; trabajo que concluyó ese mismo año, tras tres décadas de haberlo iniciado (Figura 4.23).

Figura 4.23. Arantzazu: murales de la parte posterior de la Cripta de Basterretxea



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El proyecto que Basterretxea ideó para la cripta en los años 1950 no tiene ninguna relación con la que plasmó a mediados de 1980. La Cripta de Arantzazu sería dedicada a Capilla Penitencial y a lugar de oración, funciones para las que no parece haberse consolidado por diversos motivos. A decir de Javier Garrido, hay que bajar a lo hondo, antes de celebrar la fiesta, es necesario volver a la identidad original. Reconciliarse con el cosmos, asumir el drama de la existencia, contemplar los momentos fundamentales, quizás a la dimensión perdida.

Basterretxea plasmará, en este sentido, sobre paneles de madera que se adosarán al muro las cosmogonías del fuego y la tierra, el aire y el agua, las mitologías, las ideologías, la libertad perdida (Figura 4.24), y frente a ellos en el muro opuesto la historia del cristianismo con el anuncio de la Buena Nueva, sus mártires y sus místicos (San Francisco) (Figura 4.25). Preside el conjunto un Cristo rojo muerto y resucitado, sufriente y poderoso que reconcilia al cosmos y al hombre (Lizarralde, 1950) (Figura 4.26).

Figura 4.24. Arantzazu: murales de las cosmogonías de Basterretxea



Fuente: Trabajo de campo, 2011

A decir del Padre Joseba Etxeberria (entrevista, 2011), este Cristo causa diversas sensaciones en las personas que bajan a la cripta, ya que no es la típica imagen con que se representa a Cristo. Es una imagen fuerte, con un color que es asociado más al mal que al bien. En lugar de representar sufrimiento, es enérgico, acusador, pero que aun así recibe a todo aquel que baja a los orígenes de Arantzazu. Por su parte, Fernando de Giles, asegura que en la cripta de Arantzazu, podrá haber furia

tensión, a veces violencia, como ocurre con otras obras surgidas de aquel descubrimiento de que en País Vasco había cosas por las cuales gritar. Pero siempre la belleza es la cualidad última del mensaje.

Figura 4.25. Arantzazu: murales de la historia del cristianismo de Basterretxea



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4.26. Arantzazu: Cristo rojo del mural principal de la cripta



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El Misterio

El edificio al que se denomina Misterio, está entre el Centro Cultural Gandiaga Topagunea y el Santuario. Según los franciscanos, es un espacio de remanso, silencio, mirada interior, para escuchar las voces que guarda el interior de cada persona.

En la entrada, se puede ver al fraile franciscano, escultura de Jorge Oteiza; imagen, que según el Padre Joseba Etxeberria, representa a la comunidad franciscana, y lo que ellos ofrecen a la comunidad, que es a la Andre Mari y a su hijo, a Arantzazu. La escultura da la impresión que tiene el movimiento del viento, que representa el tiempo que suele haber en Arantzazu. Además, se debe de mencionar que esta escultura fue regalada por Oteiza a los franciscanos, como agradecimiento a la comunidad. También comenta el Padre Etxeberria, que este Misterio, representa la transición y el enlace que hay entre la cultura y la religión, unión que se da de manera armónica en Arantzazu (Figura 4.27).

Figura 4.27. Arantzazu: El Misterio, fraile de Jorge Oteiza



Fuente: Trabajo de campo, 2011

El misterio de la Madre y el Hijo es el que da nombre a este edificio. En el interior, se encuentran otros símbolos, que tienen que ver con la vida. El espino que brota de la tierra humedecida, en la gruta que se recoge bajo la roca (Figura 4.28). Un mural tiene una larga cadena de personas, de

siluetas, que según Etxeberria representa a todas las personas que han transitado por Arantzazu, peregrinos del presente y del pasado (Figura 4.29).

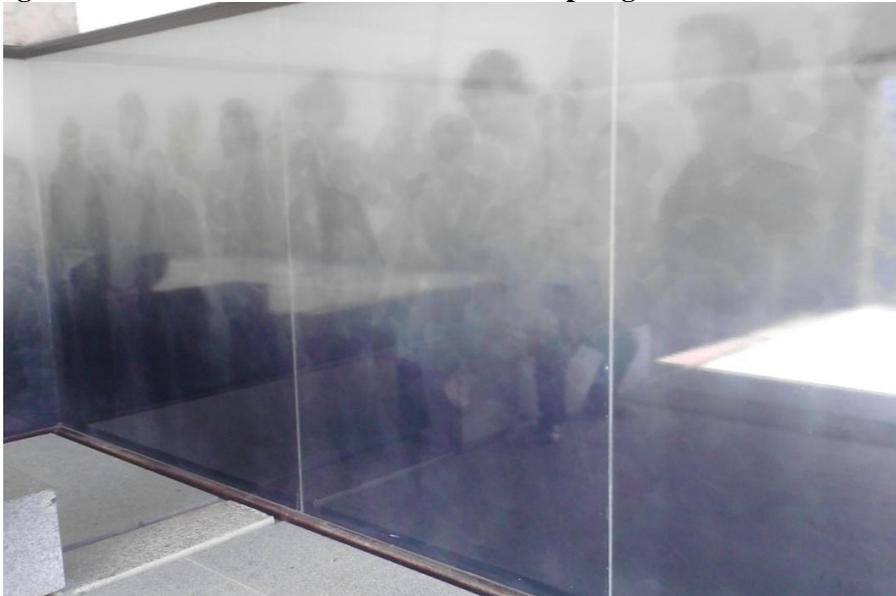
Figura 4.28. Arantzazu: espino y gruta dentro de El Misterio



Fuente: Trabajo de campo, 2011

No se puede pasar a prisa, hay que sentarse, quedarse unos minutos, observar y apreciar el paisaje, escuchar la música que han seleccionado los franciscanos, que a decir de ellos, logra acompañar en la búsqueda del interior de cada persona.

Figura 4.29. Arantzazu: mural de sombras de peregrinos en El Misterio



Fuente: Trabajo de campo, 2011

4.3. Infraestructura turística

La infraestructura turística que es utilizada para desarrollar el turismo religioso de Arantzazu, abarca el alojamiento, la restauración, las comunicaciones, el transporte y los servicios complementarios. Esta plataforma permite el buen uso y funcionamiento de los recursos turísticos.

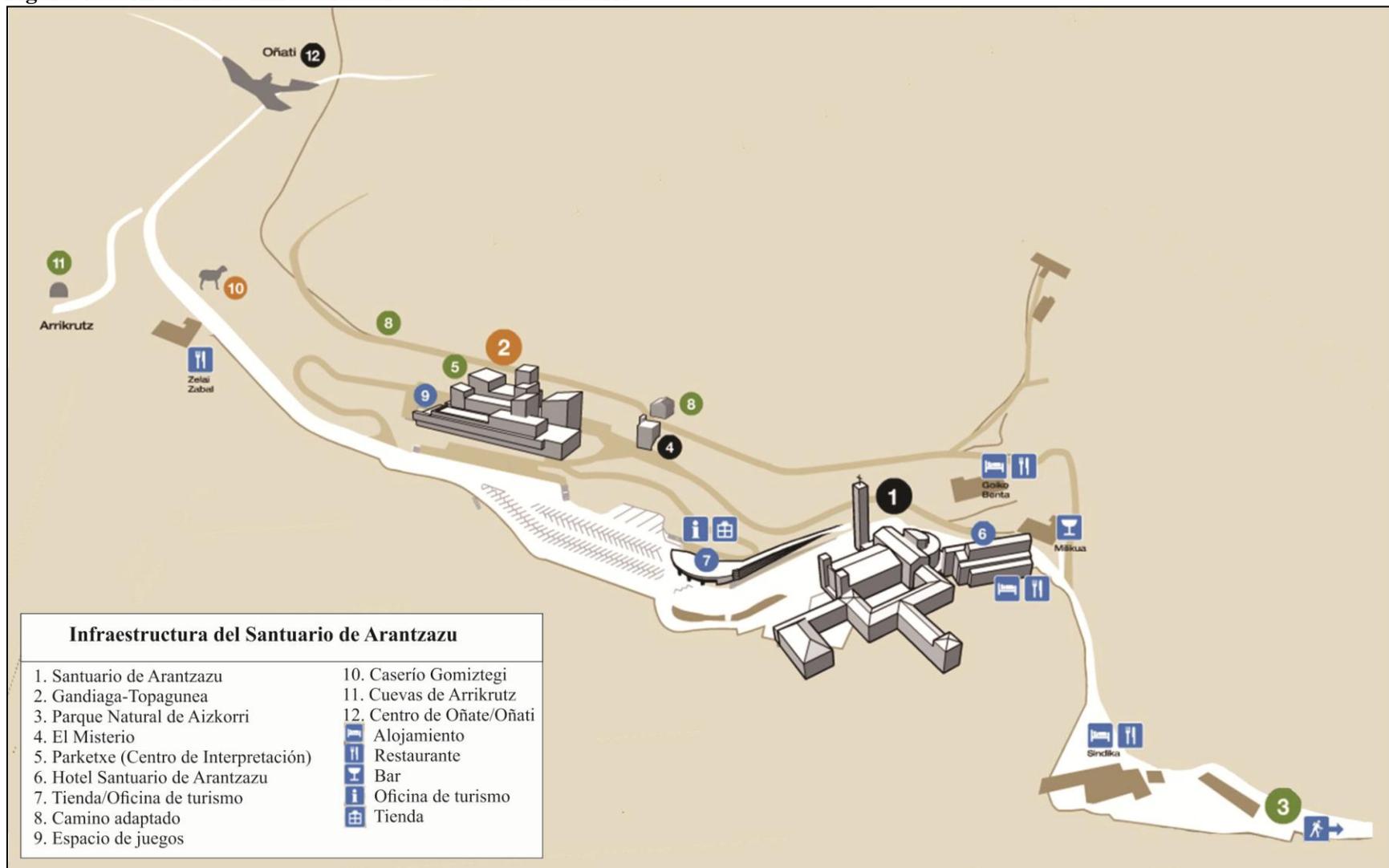
Alojamiento

En la proximidad del Santuario de Arantzazu se cuenta con cinco alojamientos. El primero es el hotel Santuario de Arantzazu, le sigue el hotel Sindika, y el hostel Goiko Benta, estos tres alojamientos se encuentran en el mismo emplazamiento que el santuario, por lo que facilitan el no tenerse que desplazar a Oñate u otro sitio de Guipúzcoa o del País Vasco. A menos de un kilómetro del santuario, se encuentran los otros dos, el hotel Soraluze Ostatua y La Borda de Arantzazu (Figura 4.30).

El hotel Santuario de Arantzazu de tres estrellas; era la antigua hospedería que estaba a cargo de los franciscanos, y que era el principal alojamiento de los peregrinos a su llegada de Arantzazu. Ésta fue inaugurada por el Guardián del Santuario P. José Querejazu, en 1779. Se destaca que en su construcción colaboraron personas de diferentes lugares de Álava y Guipúzcoa, con materiales y limosnas, y en particular de la localidad de Oñate.

Desde esa época, la antigua hospedería fue sufriendo diversas reformas para adaptarse a las nuevas necesidades. Durante el siglo XX, destacó por ser un sitio de referencia para diversas ceremonias, de manera especial las bodas que se celebraban en el santuario. Para 2007, se inició su última reforma que reconstruyó por completo la hospedería para convertirse en el actual hotel. Se encuentra justo detrás de la torre principal del santuario, y también es parte de la infraestructura del Parque Natural de Aizkorri- Aratz (Arantzazu, 2012).

Figura.4.30. Arantzazu: Infraestructura turística del santuario



Fuente: Elaborado sobre la base de: Arantzazu, 2012

Es un hotel moderno y confortable, que respeta su identidad religiosa, franciscana, histórica y el entorno natural del santuario. Dispone de bar-cafetería, restaurante con dos comedores (sidrería), salón de descanso, un spa (una zona *fitness* y saunas) y un centro de reuniones y eventos en el Edificio Gandiaga Topagunea; su capacidad es de 46 habitaciones. Además, cada habitación cuenta con televisión, teléfono y acceso a internet gratuito a través de Wifi. Las tarifas que manejan por noche, van de los 40 euros (680 pesos) en habitación sencilla y solo alojamiento, a 165 euros (2 805 pesos) en pensión completa para familias de un máximo de tres personas, éstas varían según sea temporada, alta, media o baja.

Según el responsable, la época en que más ocupación presenta el hotel es en los meses de septiembre y octubre, cuando se puede llegar a tener una ocupación total. Situación que también se da en torno a Semana Santa. En la perspectiva del Padre Etxeberria, el momento en que se observa una mayor ocupación, es durante el novenario previo a la celebración de la Virgen de Arantzazu, por la llegada de las diversas peregrinaciones de los municipios aledaños (Figura 4.31).

Figura 4.31. Arantzazu: fachada del Hotel Santuario de Arantzazu



Fuente: Hotel de Arantzazu, 2012

El hotel Sindika, de una estrella, se encuentra en la parte posterior al de Arantzazu, en dirección a la Sierra de Aizkorri. Cuenta con treinta y nueve habitaciones, de las cuales cuatro son individuales y treinta y cinco dobles, y algunas tienen posibilidad de ser triples. Cada una de ellas está provista de baño propio, teléfono y televisión. Además de tener las instalaciones de hotel, cuenta con un restaurante-bar, en el cual se da el servicio de desayuno incluido en el precio de la habitación, pero se puede entrar al restaurante sólo para consumir alimentos y bebidas sin necesidad de ser huésped

del hotel. Como servicio adicional, ofrece internet gratuito a través de Wi-fi dentro de las áreas comunes. También, cuenta con dos salas de reuniones, de las cuales pueden disponer los clientes, ya sean grupos de empresa o de ocio (Figura 4.32). Las tarifas que tienen van de 44 euros (748 pesos) en habitación individual a 73 euros (1 241 pesos) en habitación triple, también cuentan con pensión en habitación sencilla con un costo de 59 euros (1 000 pesos) y media pensión en habitación doble en 48 euros (816 pesos).

Figura 4.32. Arantzazu: fachada del Hotel Sindika



Fuente: Hotel Sindika, 2012

Como parte de sus estrategias para atraer turistas, el administrador del hotel comentó que utilizan folletos, hacen uso de redes sociales, y página web, y asisten a ferias de turismo. En cuanto a sus estrategias para atraer turistas extranjeros, menciono, no realizar ninguna, ya que no asisten a ferias internacionales, ni sus folletos ni su página web, están en otros idiomas, debido a que solo tiene la opción de castellano y euskera.

En cuanto a las mejoras que ha realizado en su establecimiento, menciona el incremento de la calidad, al incorporar internet a través de Wifi y ofrecer una mayor información sobre la zona, ya sea del santuario o del parque natural. En cuanto a las diferencias que ha observado respecto a los turistas, comenta que hay una mayor incidencia de turistas extranjeros, y que se ha mantenido el número de visitantes que provienen de la región y del resto de España.

Respecto a la temporada que reporta mayores ingresos, declara que es en la época de verano, Semana Santa, y los fines de semana. Las personas que suelen llegar a su establecimiento, tienen una edad entre los 25 años y los 65 años, y suelen viajar en familia, en pareja y con amigos. Es frecuente que procedan de la Comunidad de Madrid y de Cataluña, los que son turistas nacionales. Los turistas extranjeros proceden de Francia, Alemania, Inglaterra y Holanda. Por último, según su

opinión, la zona tiene una incidencia media de turistas, y ésta tiene un gran atractivo para los visitantes.

El hostel Goiko Benta, se encuentra a la misma altura que el Hotel Sindika, pero en dirección opuesta. Es, junto con la hospedería del santuario, el sitio que más tiempo lleva ofreciendo el servicio de hospedería. Es una venta que ha dado acogida a viajeros, peregrinos y montañeros. En la década de 1940, se amplía la casa para construir un mayor número de habitaciones y ofrecer una mayor comodidad para el visitante.

Dispone de diez habitaciones dobles con baño completo, calefacción y televisión. Además,, al igual que los otros establecimientos, cuenta con un restaurante, donde ofrecen el servicio de desayuno, comida y cena a sus huéspedes, y a cualquier comensal que así lo desee. Asimismo, posee dos salones de descanso y terraza de verano. El costo de la noche por habitación es de 45 euros (765 pesos).

Su historia, destaca como atractivo turístico, que en la época de la restauración de la Basílica de Arantzazu, se hospedaron allí Oteiza, Oiza, Lara, Ibarrola y Lucio Muñoz, tiempo, que a decir de sus dueños, el hostel se convirtió en centro de reunión de los artistas. Además, se alude también a que albergó otras personalidades del mundo de la literatura, música y demás disciplinas de la vanguardia cultural vasca. En la actualidad, se pueden contemplar algunas obras y bocetos de Oteiza, Lara, Muñoz e Ibarrola, como muestra de su paso por el hostel (Figura 4.33).

Figura 4.33. Arantzazu: puerta de entrada del Hostal Goiko Benta



Fuente: Hostal Goiko Benta, 2012

Estos tres alojamientos se encuentran en el mismo emplazamiento que el santuario, lo que logra que se tenga una estancia más larga en el sitio, ya que evita el desplazamiento a otros lugares de la comunidad. Los alojamientos restantes, que se encuentran en la proximidad del Santuario, son el Hotel Soraluze Ostaturia y El Borda de Arantzazu.

El Hotel Soraluze Ostaturia, de dos estrellas, se encuentra localizado en el kilómetro uno de la carretera a Arantzazu; cuenta con doce habitaciones exteriores y con terraza. Como servicio adicional ofrece internet gratuito a través de WiFi en cada una de las habitaciones y áreas comunes. Las tarifas que tienen son de 50 euros (850 pesos) para habitación sencilla, y 63 euros (1 071 pesos) en habitación doble.

Al igual que los otros alojamientos, dispone de un restaurante, que también funciona como comedor para los huéspedes y como sitio para banquetes de bodas y diversos eventos. Como actividades complementarias, ofrece visitas al santuario, así como a las Cuevas de Arrikutz. Además, tiene en su proximidad un campo de golf, el cual también funciona como sitio para realizar actividades recreativas (Figura 4.34).

Figura 4.34. Arantzazu: Hotel Soraluze Ostaturia



Fuente. Hotel Saluze Ostaturia, 2012

La Borda de Arantzazu es un proyecto de reciente creación; no es considerado ni turismo rural, ni hostel, ni hotel. Se trata de tres viviendas independientes rehabilitadas sobre lo que era una borda

(chozas o cabañas de pastores) para pastoreo. Las viviendas mantienen la ubicación y orientación originales, aunque su arquitectura interior y equipamiento han sido adaptados a la actualidad.

La Borda se encuentra ubicada a una distancia media del camino entre el Santuario de Arantzazu y el Parque Natural de Aizkorri-Arantz, entre los acantilados y las campas de Urbia. Desde este lugar, se pueden disfrutar de los paisajes naturales de la Sierra de Aizkorri, de tranquilidad y descanso, y de un sin fin de actividades recreativas.

Cada una de las viviendas cuenta con habitaciones y salón, estacionamiento, calefacción, televisión y reproductor DVD, lavadora, cafetera, y terraza. Como servicio adicional brindan internet gratuito en toda la casa a través de WiFi, además de información turística y sistema de audio. Y ofrece también el servicio de desayuno. Por sus características y dimensiones, dos de estas viviendas tienen un costo por noche de 150 euros (2 550 pesos) y la otra 180 euros (3 060 pesos) (Figura 4.35).

Figura 4.35. Arantzazu: vista de una de las casas de La Borda de Arantzazu



Fuente: La Borda de Arantzazu, 2012

Estos son los alojamientos que se encuentran estrechamente relacionados con el santuario, tanto por su ubicación, como por su historia. Sin embargo, no son los únicos que se encuentran disponibles en la proximidad del santuario. Dentro del municipio de Oñate, se encuentran otros tres, el hotel Etxe Aundi de dos estrellas con once habitaciones; Hotel Ongi de una estrella, con capacidad de

dieciocho habitaciones; y la casa rural Arregui, que dispone de cuatro habitaciones para ser alquiladas de manera individual, o bien alquilarse toda la casa.

Se considera, que esta es la infraestructura directa para el turismo del Santuario de Arantzazu, por la proximidad y porque se ha ido desarrollando en torno a la historia del santuario. Pero al ser el País Vasco, un territorio de pequeñas dimensiones, existe una infraestructura indirecta creada para otros destinos turísticos, que es utilizada por los visitantes del santuario. Por esta razón es que se deben de considerar el total de establecimientos dedicados a alojamiento (Cuadro 4.1).

Cuadro 4.1. Arantzazu: establecimientos y plazas disponibles en la C.C.A.A. del País Vasco

Sitio	Hoteles						Agroturismo		Camping	
	Establecimientos en directorio		Plazas en estab. abiertos		Habit. en estab. abiertos		No. Establecimientos	No. Plazas	No. Establecimientos	No. Plazas
	Establecimientos	Porcentaje	Plazas	Porcentaje	Habitaciones	Porcentaje				
C.A. del País Vasco	446	100.0	9,559,303	100.0	5,062,860	100.0	397	123,630	23	8,704
Araba/Álava	71	15.9	1,620,322	17.0	856,663	16.9	95	26,160	3	928
Bizkaia/Vizcaya	184	41.3	4,600,291	48.1	2,441,542	48.2	127	38,910	6	2,417
Gipuzkoa/Guipúzcoa	191	42.8	3,338,690	34.9	1,764,655	34.9	175	58,560	14	5,359

Fuente: Elaborado sobre la base de: Eustat, 2012

En cuanto a los alojamientos totales en la comunidad, se puede observar que existen 446 hoteles, 397 agroturismos y 23 campings. De éstos, la provincia que tiene un menor número es la de Álava, al tener 71 hoteles, 95 agroturismos y tres campings. Le sigue Vizcaya con 184 hoteles, 127 agroturismos y seis campings. Por último, la provincia con mayor número de alojamientos es Guipúzcoa, al tener 191 hoteles, 175 agroturismos y catorce campings.

Restauración

Respecto a los establecimientos dedicados a la restauración existe una gran oferta de restaurantes y bares, que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas. Los principales restaurantes que se consideran dentro de la infraestructura turística del santuario, son los de los principales alojamientos, que también ofrecen el servicio de restaurante y bar.

En el caso del hotel Santuario de Arantzazu, el restaurante se encuentra en la parte baja del hotel, con un acceso independiente. Cuenta con un comedor principal con capacidad para 150 personas y otro complementario para desayunos y eventos especiales de 24 personas. Su oferta gastronómica está especializada en la comida tradicional vasca con unos toques de modernidad.

El amplio comedor principal acoge bodas, comuniones, celebraciones familiares, comidas de grupos, ofertas especiales para empresas y, de manera especial las tradicionales peregrinaciones al santuario. Completa su oferta gastronómica, con menús del día y menús de fin de semana. Todo ello disfrutando de las vistas del Parque Natural Aizkorri (Figura 4.36).

Figura 4.36. Arantzazu: comedor principal del restaurant del hotel Santuario de Arantzazu



Fuente: Hotel de Arantzazu, 2012

El restaurante del hotel Sindika, se encuentra provisto por tres comedores a disposición de los clientes. El primero de ellos es de uso cotidiano, con una capacidad para 40 comensales, cuenta con un decorado rustico y además con el servicio de bar. El segundo, con capacidad para 180 comensales, posee un gran ventanal, que le da la oportunidad al cliente de contemplar el santuario y la sierra. El tercero, y último, tiene una capacidad para 60 personas, que a decir del administrador del restaurante, es ideal para comidas de grupos (Figura 4.37).

Figura 4.37. Arantzazu: comedor principal del Hotel Sindika con vistas al Santuario



Fuente: Hotel Sindika, 2012

El restaurante de Goiko Benta se encuentra especializado en una gastronomía vasca tradicional; el comedor es de pequeñas dimensiones, y en general utilizado para dar atención a los huéspedes del hotel, pero cuenta con menús del día para los visitantes que sólo estén buscando el servicio de restauración (Figura 4.38).

Figura 4.38. Arantzazu: comedor del restaurant Goiko Benta



Fuente: Hotel Goiko Benta, 2012

El restaurante del hotel Soraluze, dispone de una amplia oferta gastronómica especializada en comida tradicional vasca. Tiene dos comedores, el primero con una capacidad para 50 comensales, situado en un mirador con vistas a Oñate; y un segundo comedor para 140 comensales en las cercanías al campo de golf. Ambos son utilizados para las comidas diarias de los huéspedes, visitantes y para eventos especiales.

Además de estos tres restaurantes, existen dos sitios más de restauración, especializados en ofrecer este servicio; el primero es un restaurante-bar denominado Milikua, que ofrece menús del día y diferentes platillos de la gastronomía vasca, así como servicio de bebidas alcohólicas y de cafetería.

Por otro lado, se encuentra el restaurante Zelai Zabal, que está en servicio desde el año 1848, el cual se ha ido renovando a través de los años. Se encuentra situado a uno 500 metros del Santuario de Arantzazu. Dispone de un comedor principal con capacidad para 180 comensales, y de otro privado de menores dimensiones para 30 personas. Se sirven platillos a la carta, de gastronomía vasca, y además menús del día (Figura 3.39).

Figura 4.39. Arantzazu: Comedor principal del restaurant Zelai Zabal



Fuente: Restaurant Zelai Zabal, 2012

Como en el caso de los alojamientos, antes mencionados, son los establecimientos que guardan una estrecha relación con el turismo en el santuario, sobre todo por su cercanía a él. Sin embargo, existe una amplia oferta de otros establecimientos dedicados a la restauración, pero que se encuentran ubicados en otros barrios dentro del municipio de Oñate.

Existen, doce restaurantes dentro de Oñate: Antton, Arkupe, Bikoitz Jatetxea, Debatarra, Etxeberria, Etxe Aundi, Garoa, Goiena, Lizar-Etxe, Urrintxo, Urriagain, Zotz, Zurrust. En ellos se oferta una gastronomía vasca tradicional, así como otros platillos, menús del día y a la carta, excepto el restaurant Goiena, que es de comida china.

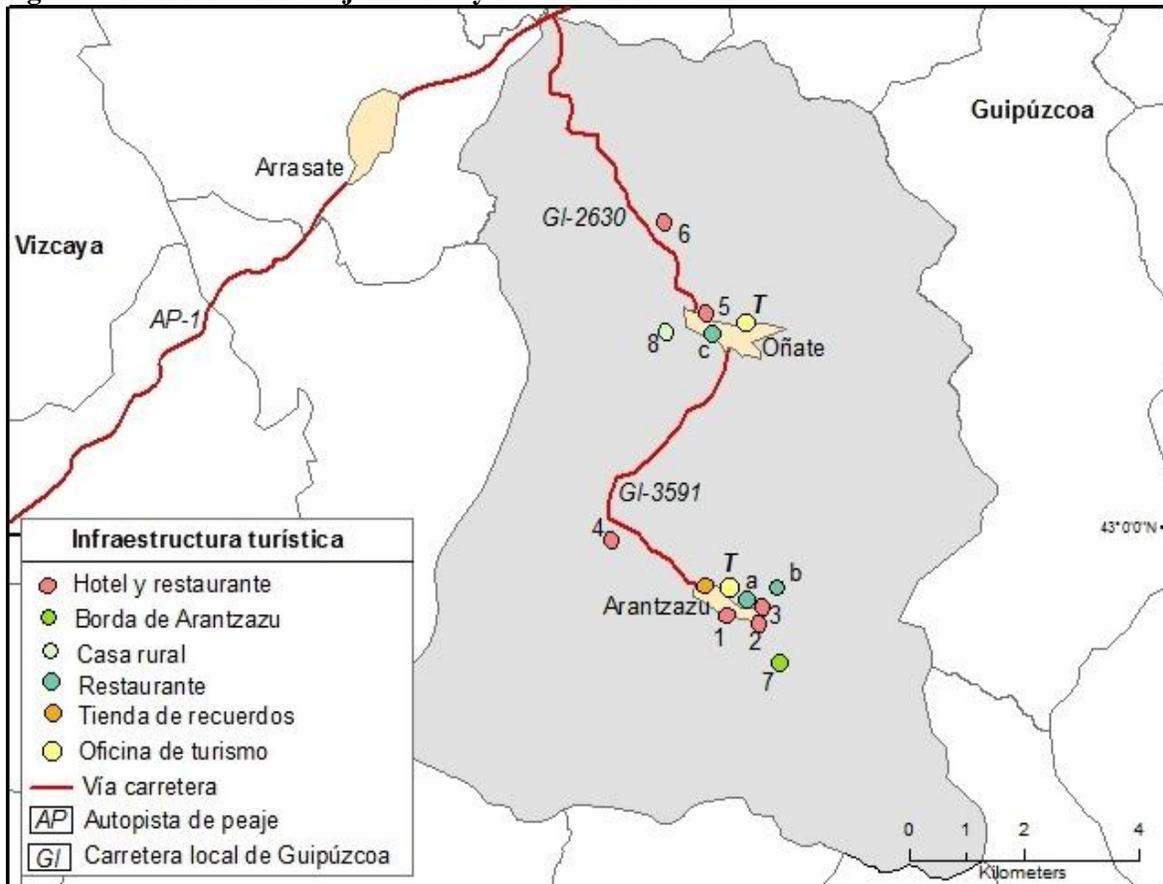
Se deben de mencionar, los otros establecimientos dedicados a la restauración, los bares. Si bien no se sirven menús completos, existe la oferta de bebidas, tanto alcohólicas como sin alcohol, como café. Además de bocadillos, conocidos como tapas, y dentro del País Vasco denominados “Pintxos”. Relacionados a éstos, se cuenta con la oferta en un día a la semana, cercano al fin de semana, de una pequeña copa (pote) de alguna bebida y un pintxo por el precio de un euro, oferta que aprovechan tanto habitantes, como turistas para conocer estos sitios, ya que las copas y pintxos rondan en un precio de entre 2 a 4 euros cada uno.

Como característica particular a mencionar también, se debe de destacar que en estos bares no se encuentra restringida la entrada a menores, ya que en los bares siempre se crea un ambiente

familiar. Esto puede ser dentro del bar, o en las terrazas que se adaptan al pie de calle o de las plazas, que de manera habitual se encuentran ocupadas en su mayoría en la época de primavera y verano, mientras que en invierno son retiradas o no utilizadas por las bajas temperaturas que presenta la región.

Entre los bares que se pueden encontrar en el municipio de Oñate, se pueden mencionar: Aldapa, Aloña Mendi, Arrano, Artzubi, Boga, Boise, Enpresagintzako kafetegia, Galicia, Harripe, Iturritxo, Izarraitz, Luisena, Olakua, Ona, Ongi, Oñati, Otamendi, Pako, Portu, Pub Iturri, Txaketua, Txurruka (Living Cafe), Umerez, Urbia, Xaguzar, Zubikua (Figura 4.40).

Figura 4.40. Arantzazu: alojamientos y restauración de Oñate



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Cuadro 4.2. Arantzazu: alojamientos y restaurantes

Alojamientos y restaurantes de Oñate y Arantzazu	
1. Hotel y restaurante Santuario de Arantzazu	a. Restaurante-bar Milikua
2. Hotel y restaurante Sindika	b. Restaurante Zelai-Zabala
3. Hotel y restaurante Goiko Benta	c. Varios restaurantes y bares de Oñate
4. Hotel y restaurante Saraluze	T Oficina de turismo
5. Hotel y restaurante Ongi Ostatua	
6. Hotel y restaurante Etxe-aundi	
7. Borda de Arantzazu	
8. Casa rural Arregi Nekasalturismoa	

Fuente: Trabajo de campo, 2011

Transporte y comunicaciones

Otra parte fundamental de la infraestructura turística, son el transporte y las comunicaciones. Se considera parte importante, los accesos al sitio, ya sea por vía terrestre, aérea, ferroviaria o marítima. Así como, el transporte proporcionado a través de autobuses, automóviles de alquiler, taxis, o aeronaves.

En el caso del Santuario de Arantzazu, el punto de referencia para llegar a él es el centro de Oñate, al cual llegan las principales carreteras y líneas de autobuses, y del que parte la carretera hacia Arantzazu. Se debe de considerar, que es aquí donde se encuentra la principal oficina de turismo de la comarca y del municipio.

a. Carreteras

Dentro de las entrevistas que se realizaron, se obtuvo que la procedencia de los visitantes que llegaban de otras comunidades de España, en su mayoría procedían de la Comunidad de Madrid y Cataluña. A partir de esto, se determinó que las carreteras nacionales a considerar dentro de la infraestructura turística del santuario, son las que comunican con estas dos regiones.

Para el caso de la Comunidad de Madrid, la principal ruta hacia Oñate, es la carretera A-1 con dirección a Vitoria-Gasteiz, y que conecta con la AP-1 dirección a San Sebastián. Existen otras dos carreteras que pueden llevar hasta el entronque con la carretera AP-1, que son la A-62 y la A-2. Respecto a las carreteras entre Cataluña y Oñate, se encuentran la AP-2 dirección a Lleida, que

sirve para salir de la región de Cataluña, y luego seguir por la carretera A-68 en dirección a Logroño (Cuadro 4.3).

Cuadro 4.3. Arantzazu: principales carreteras de la comunidad de Madrid y Cataluña a Oñate

Origen	Carretera	Kilómetros recorridos	Horas de viaje	Destino
Madrid	A-1 /Dirección Vitoria-Gasteiz AP-1 /Dirección San Sebastián GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	396	4h 30 min	Oñate
Madrid	A-2 /Dirección Zaragoza N-111 /Dirección Soria-Logroño AP-68 /Logroño AP-1 /Dirección San Sebastián GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	458	5 h	Oñate
	A-1 /Dirección Vitoria-Gasteiz N-111 /Dirección Soria-Logroño AP-68 /Logroño AP-1 /Dirección San Sebastián GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	462	5 h 20 min	Oñate
Barcelona	AP-2 /Dirección Lleida AP-68 /Logroño AP-15 /Dirección Pamplona A-10 /Dirección Vitoria-Gasteiz GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	587	5 h 30 min	Oñate
Barcelona	AP-2 /Dirección Lleida A-68 /Logroño N-124 /Dirección Santander A-1 /Dirección Vitoria-Gasteiz AP-1 /Dirección San Sebastián GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	607	5 h 30 min	Oñate
Oñate	Arantzazu	10	20 min	Arantzazu

Fuente: Elaborado sobre la base de: FOMENTO, 2012

Además de las carreteras que conectan con estas dos comunidades, se deben de considerar también, las que mantienen la comunicación con las tres capitales de las provincias del País Vasco, por ser de los sitios de los que provienen algunos visitantes del santuario, y porque son las principales

ciudades de entrada de los turistas hacia el País Vasco. Las carreteras que tienen una mayor importancia son la AP-1 dirección San Sebastián, la GI-627 hacia Arrasate y la GI-2630 que lleva a Oñate (Cuadro 4.4).

Cuadro 4.4. Arantzazu: carreteras de las capitales vascas a Oñate

Origen	Carretera	Kilómetros recorridos	Horas de viaje	Destino
Vitoria-Gasteiz	N-622 /Dirección Foronda-Etxebarri-Ibaña AP-1 /Dirección San Sebastián GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	47	45 min	Oñate
Bilbao	A-8 /Dirección Basauri AP-8 /Dirección San Sebastián GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	74	1 h	Oñate
San Sebastián	AP-1 /Dirección Bergara-Arrasate GI-627 /Dirección Arrasate-Mondragón GI-2630 /Dirección Oñate			
	Total	76	1 h 15 min	Oñate
Oñate	Arantzazu	10	20 min	Arantzazu

Fuente: Elaborado sobre la base de: FOMENTO, 2012

Como se mencionó, el punto de referencia y llegada para acceder al Santuario de Arantzazu, es el centro de Oñate, desde donde parte la carretera hacia Arantzazu, por lo que cada uno de los recorridos se ha realizado hasta Oñate, donde se encuentra el entronque de la carretera a Arantzazu, que tiene una distancia aproximada de diez kilómetros hasta el estacionamiento del santuario, recorrido que en automóvil no lleva más de veinte minutos. Aunque se debe de conducir con cuidado, ya que la carretera tiene curvas pronunciadas y un solo carril para cada sentido.

Así como es el único acceso hacia el santuario, también lo es para las cuevas de Arrikruz, desviación que se encuentra aproximadamente seis kilómetros antes de Arantzazu, y que llega hasta el estacionamiento que se ha acondicionado, tanto para autobuses como para automóviles. Desde este punto, aun se debe de caminar aproximadamente medio kilómetro para llegar al centro de acogida de las cuevas (Figura 4.41).

Figura 4.41. Arantzazu: Principales carreteras a Arantzazu



Fuente: Elaborado con base en: FOMENTO, 2012

b. Autobuses

Además de acceder con automóvil propio por las carreteras, se pueden realizar los trayectos por las distintas rutas que manejan las líneas de autobuses que tienen dentro de sus destinos a Oñate. La principal línea de autobuses que tiene destinos a la mayoría de ciudades españolas, es la empresa ALSA, a nivel nacional, ya que por comunidad cada una tiene diversas ofertas de líneas para movilizarse entre municipios, comarcas y comunidades limítrofes. Dentro de la empresa ALSA, para desplazarse desde la ciudad de Madrid, no existe un autobús que tenga por destino final Oñate, por lo que para acercarse a esta ciudad se debe ir a alguna de las capitales de las provincias vascas.

Por proximidad la primera opción es Vitoria-Gasteiz; para esta ciudad la empresa ALSA maneja dos salidas desde Madrid, la primera en la terminal 4 del Aeropuerto Internacional de Barajas y la segunda desde el Intercambiador de Avenida de América. Para la ciudad de Bilbao, desde el Intercambiador, existen 13 corridas, y de la Terminal 4 del aeropuerto tan sólo existen dos corridas. En el caso de ir hasta la ciudad de San Sebastián, para el Intercambiador, existen un total de diez corridas, y desde la Terminal 4 existen cuatro corridas.

La siguiente comunidad de la que se hará referencia, es la de Cataluña, que igual que la Comunidad de Madrid, está compuesta por un sin número de ciudades; el sitio de partida que se toma de referencia son las capitales, Madrid, y en el caso de Cataluña la ciudad de Barcelona.

Desde Barcelona, ALSA cuenta con salidas por dos estaciones de autobuses de la ciudad, la estación Nord y la estación de Sants. Para Vitoria-Gasteiz en la estación Nord, existen tres corridas, y en la estación Sants, también salen tres corridas, Para Bilbao, maneja las mismas corridas que hacia Vitoria. Dirección San Sebastián, desde Barcelona, sólo existen corridas en la estación Nord, de las cuales salen cuatro al día (Cuadro 4.5).

Cuadro 4.5. Arantzazu: corridas de autobuses de Madrid y Barcelona a las capitales vascas

Origen	Estación	Número de corridas	Horas de viaje	Precio del billete (euros/pesos)	Destino	Estación
Madrid	Aeropuerto Internacional de Barajas T4	6	4 h 30 min	25/425 a 45/765	Vitoria-Gasteiz	Estación de Calle de los Herrán
Madrid	Intercambiador de Avenida de América	11	4 h 45 min	25/425 a 45/765	Vitoria-Gasteiz	Estación de Calle de los Herrán
Madrid	Aeropuerto Internacional de Barajas T4	2	5 h	30/510 a 60/1020	Bilbao	Estación de Bilbao/ Getxo
Madrid	Intercambiador de Avenida de América	13	5 h	30/510 a 60/1020	Bilbao	Estación de Bilbao/ Getxo
Madrid	Aeropuerto Internacional de Barajas T4	4	5 h 30 min	70/1190 a 95/1615	San Sebastián-Donosti	Estación central de San Sebastián
Madrid	Intercambiador de Avenida de América	10	6h 30 min	70/1190 a 95/1615	San Sebastián-Donosti	Estación central de San Sebastián
Barcelona	Estación Nord	3	7 h 30 min	41/697	Vitoria-Gasteiz	Estación de Calle de los Herrán
Barcelona	Estación Sants	3	7 h 30 min	41/697	Vitoria-Gasteiz	Estación de Calle de los Herrán
Barcelona	Estación Nord	3	8 h	45/765	Bilbao	Estación de Bilbao/ Getxo
Barcelona	Estación Sants	3	9 h	45/765	Bilbao	Estación de Bilbao/ Getxo
Barcelona	Estación Nord	4	8 h 30 min	38/646	San Sebastián-Donosti	Estación central de San Sebastián

Fuente: Elaborado sobre la base de: ALSA, 2012

Una vez llegada a cualquiera de las capitales vascas, se presenta otro problema, ya que como no existen corridas directas desde fuera de País Vasco a Oñate, tampoco dentro de la comunidad, ya que desde las capitales sólo existen corridas a poblados cercanos a Oñate, de donde se debe coger otro autobús hacia el municipio. El poblado más cercano a Oñate, y que de manera general se relaciona a él, es Arrasate-Mondragón, que se encuentra a doce kilómetros de distancia.

A pesar de existir diversas líneas de autobuses dentro de País Vasco, y de cada Provincia, la línea que da el servicio hasta Arrasate es la empresa PESA, línea con mayor historia dentro de la comunidad y número de destinos. La ciudad que tiene un mayor número de corridas es Vitoria-Gasteiz, ya que cuenta con 32 salidas, San Sebastián es la segunda ciudad con más corridas, al contar con diecisiete salidas, por último, se encuentra Bilbao con tan sólo tres corridas.

En Arrasate-Mondragón, en la Avenida Garibay se encuentra la parada de autobús, donde se toma el que llega a Oñate y a otros poblados. El intervalo de un autobús y otro es de cuarenta y cinco minutos. Se debe de mencionar, que por comentario de un compañero de la universidad, se sabe que antes existía un recorrido directo a Oñate, que fue suprimido por la empresa PESA. Otra observación es que dicha empresa cambia su nombre dentro de la Comunidad Foral de Guipúzcoa por el de Lurraldebus, debido a un acuerdo con el gobierno de esta provincia, y en el caso de Vizcaya por el de Biskaibus.

Una vez en Oñate, y para llegar en autobús a Arantzazu, existe la limitante, de que dicho servicio sólo está disponible los domingos y días festivos. Este autobús pertenece a la empresa Lurraldebus, y dispone de un autobús para realizar el recorrido. Las salidas desde Oñate se llevan cada media hora desde las siete y media de la mañana, y hace el recorrido en un tiempo de 20 minutos, con un descanso de dos a tres y media de la tarde, que suele ser la hora de la comida, la cual es muy respetada por los españoles. El servicio se termina a las cinco y media de la tarde. Desde Arantzazu, el autobús sale cada hora en punto (Cuadro 4.6).

Cuadro 4.6. Arantzazu: autobuses de las provincias vascas a Oñate-Arantzazu

Origen	Estación	Número de corridas	Horas de viaje	Precio del billete (euros/pesos)	Destino	Estación
Vitoria-Gasteiz	Estación de Calle de los Herrán	32	1 h 15 min	4/68	Arrasate	Parada de autobús de Avenida Garibay
San Sebastián	Estación central de San Sebastián	17	45 min	8/136	Arrasate	Parada de autobús de Avenida Garibay
Bilbao	Estación de Bilbao/Getxo	3	1 h 30 min	6.5/110	Arrasate	Parada de autobús de Avenida Garibay
Arrasate	Parada de autobús de Avenida Garibay	24	20 min	1.45/25	Oñate	Parada de autobús de Avenida Universidad
Oñate*	Parada de autobús de Avenida Universidad	10	20 min	1.45/25	Santuario de Arantzazu	Estacionamiento del Santuario de Arantzazu

*Nota: este recorrido sólo está disponible en domingos y días festivos

Fuente: Elaborado sobre la base de: PESA, 2011

Se debe de mencionar que éste es el horario de invierno, y que suele ser cambiado para la época de primavera y verano, donde se amplía el horario hasta las seis o siete de la tarde. También suele someterse a opinión de los usuarios el cambio de horario, proceso que se pudo observar durante el trabajo de campo en donde se contestó una encuesta donde se preguntaba al usuario si estaba de acuerdo con el horario o que le cambiaría (Cuadro 4.7).

Cuadro 4.7. Arantzazu: principales líneas de autobuses de País Vasco

Vitoria	Bilbao	San Sebastián		
Álava a todos los destinos	Vizcaya a todos los destinos	Guipúzcoa a País Vasco	Guipúzcoa a España	Interior de Guipúzcoa
ALSA LA UNIÓN BILMANBUS CONTINENTAL AUTO ENATCAT EUROBUS LA BURUNDESA TURYTRANS VIACARSA	VIBASA BIZKAIBUS ALSA-ENA SOLITRANSA ATLASSIB LA UNIÓN	ALSA PESA LA BURUNDESA CONTINENTAL AUTO LURRALDEBUS (PE	LA BAZTANESA LA BIDASOTARR LA ESTELLESA LA RONCALESA VIBASA CONTINENTAL BILMANBUS	GARAYAR LA GUIPUZCOANA EUSKOTREN AERRIBUS INTERBUS AREIZAGA

Fuente: Trabajo de campo, 2011

Al igual que existen cambios en los horarios del autobús de Arantzazu, se tiene que considerar que en general en todas las líneas de autobús, suelen darse cambios en los horarios los fines de semana, días festivos, o bien por algún motivo político como es el caso de las huelgas generales. También, estos cambios se llegan a presentar en su mayoría en la temporada de invierno, por ser la temporada menos turística, pero sobre todo por el cambio de horario, ya que el día dura menos y se reducen los horarios hacia la tarde noche.

c. Automóviles de alquiler

Otra opción para llegar por vía terrestre, es la de los automóviles de alquiler. Dentro de España, existen un sin número de agencias que ofrecen este servicio, por lo que resulta difícil el citar todas. Este servicio puede ser contratado desde cualquier ciudad, por lo que se puede llegar desde cualquier punto de la geografía española y europea.

El costo de este servicio es muy variable, ya que depende de los días de alquiler, el tipo de automóvil que se quiera y los servicios adicionales que se agreguen. Se cotizó un servicio por siete

días en un automóvil estándar y el costo más bajo que se obtuvo fue de 150 euros (2550 pesos), sin embargo puede llegar a ascender hasta los 950 euros (16 150 pesos) con automóviles de lujo o furgonetas. La ventaja que dan las agencias, es que no importa el kilometraje que se use en el tiempo en que se alquile el auto.

d. Taxis

Una opción más para vía terrestre es el taxi, servicio bien conocido en cualquier sitio que se visita, y en algunas ocasiones uno de los más utilizados. Sin embargo, también es uno de los servicios más costosos. Para trasladarse desde la ciudad de Madrid hasta Oñate, el costo aproximado del viaje es de 532 euros (9 038 pesos). De la ciudad de Barcelona tiene un costo el trayecto de 813 euros (13 821 pesos).

Si sólo se decide usar el servicio desde una de las provincias del País Vasco, el costo se ve reducido visiblemente, además de que se puede hacer el trayecto directo al santuario. Desde Vitoria-Gasteiz al santuario el costo sería de 78 euros (1 326 pesos). De Bilbao y San Sebastián el costo es de 117 euros hasta el santuario (1 990 pesos).

Pero si bien por la falta de otro medio para llegar desde Oñate al santuario entre semana, en el centro de la ciudad, a un costado de la Iglesia de San Miguel, se encuentra el sitio de taxis, pero se recomienda solicitar el servicio por teléfono, ya que suele ser la forma en que trabajan los taxis en los poblados pequeños. Este servicio tendrá un costo aproximado, para llegar al Santuario, de 15 euros (255 pesos).

e. Tren

La opción de movilidad por vía férrea en México en la actualidad no es una opción ordinaria, pero en España lo sigue siendo, ya que es un medio muy utilizado para desplazarse por todo el territorio español, además de que en ciertos trayectos ofrece un menor tiempo de recorrido que en carretera por su servicio de alta velocidad. La empresa que ofrece el servicio es RENFE operadora (Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles), denominada empresa pública estatal a partir de 2005.

Al igual que en el caso de las líneas de autobuses que no existen corridas directas a Oñate, sucede lo mismo para el tren, ya que sólo se tienen trayectos que llegan a las capitales vascas y a Zumarraga un poblado que se encuentra a dieciocho kilómetros de Oñate. Así que desde cualquiera de estos puntos se debe optar por ir en autobús u otro medio de transporte.

Los trenes que se dirigen hacia esta región, desde Madrid, salen de la estación de Chamartín que se encuentra hacia el norte de la ciudad. Para Vitoria existen seis salidas al día, tres de las cuales hacen un tiempo de cinco horas y media y tiene un horario de salida de ocho y media de la mañana, una y media de la tarde y cinco y media de la tarde. El costo del billete sencillo es de 40 euros (680 pesos). Las otras tres salidas hacen un tiempo de recorrido de tres horas y media, en un trayecto casi sin escalas y en un tren *Alvia* que se caracteriza por realizar un tramo en una línea de alta velocidad y el otro en una línea convencional. El costo en estos trenes del billete sencillo va de 50 euros (850 pesos) en clase turista a 76 euros (1 292 pesos) en clase preferente.

En el caso de San Sebastián y Zumarra, el tren es el mismo, ya que esta última se encuentra dentro del recorrido hacia la primera, por lo que se puede optar en cuál de las dos ciudades se desea llegar. Existen durante el día siete salidas, dos de ellas son de enlace, ya que se hace un primer trayecto hasta Zaragoza y luego otro de Zaragoza a San Sebastián, recorrido que se hace en un tiempo promedio de cinco horas y media, el costo del billete sencillo va de 78 euros (1 326 pesos) en clase turista en ambos trayectos hasta los 112 euros (1 904 pesos) en clase preferente igual en ambos trayectos, variando si se desea cambiar de clase entre un trayecto y otro. La primera salida es a las siete y media de la mañana y el último a las tres y media de la tarde.

Otras dos salidas se realizan en viaje directo a San Sebastián, trayecto que se realiza en siete horas y media y de seis horas a Zumarraga. El costo del billete sencillo es de 45 euros (765 pesos) y con salidas a las nueve de la mañana y una y media de la tarde. Por último se encuentran los trayectos en trenes *Alvia*, que llevan a cabo el viaje en cinco horas y media, y el costo del billete sencillo va de 55 euros (935 pesos) en clase turista a 85 euros (1 445 pesos) en clase preferente. Las salidas son cuatro de la tarde y siete de la noche.

Por último, para Bilbao, existen cuatro salidas, dos de enlace con dos trayectos, el primero Madrid Zaragoza, y el segundo Zaragoza Bilbao. El tiempo en que se realiza el viaje es de seis horas y media, y el costo del billete sencillo es de 68 euros (1156 pesos), en un horario de siete y media de

la mañana y la segunda a las tres y media de la tarde. Las otras dos salidas son en trenes *Alvia* y el trayecto tiene un tiempo de cinco horas, el costo del billete sencillo es de 50 euros (850 pesos) en clase turista y 77 euros (1 309 pesos) en clase preferente.

De la ciudad de Barcelona hacia Vitoria-Gasteiz, existe una sola salida, que se realiza en tren *Alvia*, en un tiempo promedio de cuatro horas y media, con salida a las nueve y media de la mañana. El costo del billete sencillo es de 63 euros (1 071 pesos) en clase turista y 83 euros (1 411 pesos) en clase preferente. Para la ciudad de San Sebastián, existen dos salidas, en tren *Alvia*, con un tiempo de cinco horas y media de trayecto, la primera salida es a las siete y media de la mañana y la segunda a las tres y media de la tarde. El costo del billete sencillo es de 65 euros (1 105 pesos) en clase turista y 85 euros (1 445 pesos) en preferente. Por último, para Bilbao, existen dos salidas, en tren *Alvia*, con un tiempo de seis horas y media de recorrido, la primera salida es las siete y media de la mañana y la segunda a las tres y media de la tarde. El costo del billete sencillo es de 66 euros (1 122 pesos) en clase turista y 87 euros (1 480 euros) en preferencial (Figura 4.42).

Figura 4.42. Arantzazu: Principales vías férreas y aeropuertos



Fuente: Elaborado sobre la base de: FOMENTO, 2012

Al igual que en las líneas de autobuses, los horarios de salidas suelen variar en días festivos y fines de semana, por lo que siempre es recomendable consultar los horarios, sea por internet o en las estaciones. También, se tiene que tener presente, que en todos los servicios de transporte, tanto de una comunidad a otra, como los servicios locales, tienen horarios de salida puntuales, por lo que se debe de estar a la hora señala en el billete o con anticipación, para no perder el servicio contratado.

f. Aeropuerto

Como se ha observado el municipio de Oñate es un poblado de pequeñas dimensiones, y por consecuencia el Santuario de Arantzazu, que tiene como efecto el no poder contar con transportes directos hasta él, lo que hace que dependa de otras ciudades para que acerquen los visitantes. No existen llegadas directas en autobús o tren, tampoco las hay por vía aérea.

Este servicio es aun más limitado, ya que sólo en dos de las capitales hay aeropuerto que dé servicio de transporte de pasajeros. El aeropuerto de Vitoria-Gasteiz, hasta hace unos años, aun daba el servicio de transporte de pasajeros, pero era subutilizado y las aerolíneas abandonaron el aeropuerto, por lo que en la actualidad se ha quedado en su mayoría para transporte de mercancías.

El aeropuerto de Bilbao es internacional, mientras que el de San Sebastián sólo es nacional; en este contexto, el primero es un punto de acceso importante para los turistas extranjeros, sobre todo del mercado francés por la cercanía que existe. Las principales llegadas internaciones al aeropuerto de Bilbao por ciudad de origen son Paris, Londres, Ámsterdam, Múnich, Frankfurt, Estambul, Venecia y Lisboa. Respecto a llegadas nacionales, las principales son Madrid, Barcelona, Lanzarote y Palma de Mallorca. Las principales aerolíneas son Iberia, Air France, Vueling y Ryanair. En cuanto al aeropuerto de San Sebastián solo presenta llegadas y salidas de Madrid y Barcelona. Las aerolíneas que realizan dichos trayectos son Air Nostrum, Helitt Líneas Aéreas, Iberia y Vueling.

g. Comunicaciones

En comunicaciones, por los diversos cambios que ha sufrido en la actualidad la tecnología, se consideran como parte de la infraestructura indispensable para el turismo, el servicio de internet inalámbrico, el teléfono, y a pesar de esto, el servicio de Correos. En cuanto al servicio de internet,

éste es en un su mayoría ofertado por los hoteles, restaurantes y en algunos casos por las líneas de autobús y tren, estos últimos en los servicios premier.

Además, de esta oferta por parte de estos establecimientos, los ayuntamientos han implementado el prestar este servicio en ciertas zonas de la ciudad, sobre todo las más transitadas por la población y turistas, lo que facilita la conexión por este medio. También, en algunos servicios de transporte público, se da este servicio dentro de los autobuses. En ambos casos se puede acceder de manera gratuita.

La red de teléfonos de caseta en los últimos años ha venido a menos, ya que han caído en desuso, pero aun se pueden encontrar algunas dentro del centro de Oñate, servicio que da la compañía Movistar España. El teléfono móvil es el que ha venido a renovar este servicio, ya que las distintas compañías telefónicas venden móviles a bajo costo, sin importar si se es extranjero o nacional, con tan sólo presentar el pasaporte, se obtiene una línea de prepago a precios reducidos, con las funciones básicas de comunicaciones, además de que resulta más barata la llamada desde un móvil.

Este servicio, suele incluirse dentro de los hoteles, pero también resulta costoso. El costo en caseta y hotel, por minuto a número fijo es aproximadamente un euro (17 pesos), y a móvil de un euro y medio (25 pesos), mientras que desde un móvil suele variar entre 30 céntimos (5 pesos) a 80 céntimos (14 pesos) por minuto sin distinción de teléfono móvil o fijo. Las compañías telefónicas que tienen una mayor influencia en el mercado son Movistar, Vodafone, Euskaltel (compañía exclusiva de País Vasco), Orange y Yoigo.

Por último, el servicio de correos aun puede utilizarse como medio de comunicación, no de manera inmediata, pero tiende a ser muy eficiente. Es utilizado por algunas empresas como principal servicio de paquetería, por su bajo costo y por la seguridad que presenta, un ejemplo de ello son las empresas de turismo para hacer publicidad, y por otra las compañías telefónicas para enviar móviles a domicilio cuando la compra se hace por internet.

En Oñate, se cuenta con una oficina de correos que se localiza en la Calle Unibersitate, entre la Iglesia de San Miguel y la Antigua Universidad de Oñate. Ésta, presta servicio de ocho y media de la mañana a una y media de la tarde entre semana y de nueve de la mañana a una de la tarde los sábados, se encuentra cerrada los domingos y días festivos. Las oficinas próximas a Oñate, se

ubican en poblados aledaños, Legazpi a seis kilómetros, Aretxabaleta a seis kilómetros, Arrásate a nueve kilómetros y Ezkoria a diez kilómetros.

h. Oficinas de turismo

Las oficinas de turismo, son las encargadas de ofrecer la mayor información posible al visitante del sitio al que se ha llegado. En España, la mayoría de las ciudades que cuentan con algún recurso turístico, dispone de al menos una oficina de turismo, en donde se prevé de diversos recursos al turista, para hacer lo más satisfactoria su visita. Si la ciudad es grande y tiene un gran número de recursos, posee un mayor número de oficinas, y en festividades suelen colocarse algunas temporales en los sitios más concurridos, además de ampliar los horarios de atención de las permanentes y tener un mayor número de empleados.

En Oñate, se sitúa una oficina de turismo, y otra se localiza a un costado del Santuario de Arantzazu. La oficina de Oñate, se ubica en la calle de San Juan, justo en la parte de atrás de la iglesia de San Miguel, a un lado del canal por donde atraviesa el río Deba. Su ubicación es un tanto complicada para quien visita por primera vez la ciudad, ya que se encuentra oculta por los árboles que están enfrente, además de que la calle donde se ubica es más bien un callejón.

Esta oficina, está abierta desde el año de 1991, es una institución pública que depende del Ayuntamiento de Oñate. Ostenta el reconocimiento de la Q de calidad, marca que asegura que su prestación de servicio es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad, que es otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española, y que les fue concedida en el año de 2006. Para 2010, recibieron el reconocimiento de accesibilidad, que tiene en cuenta la diversidad funcional de los habitantes, y aplica el concepto de accesibilidad como un referente y valor añadido hacia la excelencia.

Tiene tres empleados fijos y uno eventual que es contratado para la temporada de verano. Todos hablan diferentes idiomas, y están cualificados para la recepción de turistas nacionales y extranjeros. Entre los servicios que ofrecen son la oferta de folletos, publicaciones relacionadas, y guías dentro del municipio para dar a conocer los diferentes edificios con relevancia histórica y cultural.

Respecto a la oficina de turismo del Santuario de Arantzazu, es considerada como un centro de interpretación e información turística de Debagoiena, dependiente de la Mancomunidad de Alto Deba. El emplazamiento en el que se encuentra actualmente se abrió en 2005, junto con la tienda de suvenires del santuario. Como reconocimiento de su atención al visitante, poseen la T de compromiso de calidad turística.

El proyecto de la T de compromiso de calidad turística tiene como objetivo la mejora de la calidad de los destinos turísticos, promovido por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabajan con empresas y servicios turísticos de treinta diferentes oficios, con el objetivo de mejorar la experiencia y satisfacción del turista. El distintivo reconoce el esfuerzo y el compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue a la empresa frente a la competencia. El distintivo tiene una validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento.

La oficina de turismo de Arantzazu, al igual que la de Oñate, posee un personal fijo de tres personas y un eventual para la temporada de verano. Esta oficina sólo abre los fines de semana y días festivos, por lo que entre semana sólo se puede acudir a la oficina de Oñate. Todos tienen conocimientos acerca del santuario, y de diversos idiomas, por lo que todos se encuentran capacitados para atender a turistas extranjeros.

Para poder dar información a los turistas, disponen de folletos y libros especializados, y ofertan guías profesionales. Las guías tienen que ser reservadas al menos un día antes al teléfono de la oficina o a través de email; los grupos deben ser mínimo de diez personas. La visita puede ser sólo a través del Santuario o bien realizarse la visita denominada “Oteiza y Arantzazu”, que trata de la relación entre Jorge Oteiza y la importancia del Santuario de Arantzazu en la vida de Oteiza.

Como parte de estas visitas guiadas, existen otras en las que se incluye al Santuario; la primera de ellas, y que se da por su relación de cercanía, es el recorrido Oñate-Cuevas de Arrikruz-Santuario de Arantzazu. Plan promovido por el Municipio de Oñate y la Mancomunidad de Alto Deba, para la promoción de los tres sitios.

El segundo, se encuentra enmarcado en el proyecto Tierra Ignaciana, que plantea promocionar el turismo de interior en el territorio de Guipúzcoa a partir de un personaje universal, San Ignacio de

Loiola, mostrando los escenarios en los que transcurrió su niñez y juventud, y conocer también su época, al recorrer las comarcas guipuzcoanas de Urola Erdia, Urola Garaia y Debagoiena. Este recorrido, reconocido como “Ruta de los Tres Templos”, comienza en la localidad de Azpeitia, donde a kilómetro y medio del casco histórico se encuentra el Santuario de Loiola. Se destaca la basílica, de estilo barroco y planta circular. Desde Azpeitia se continúa por la GI-631 hasta Zumarraga, donde está situado el Santuario de Nuestra Señora de la Antigua, que es un edificio renacentista del siglo XVI, que es considerado una joya artística y monumental. Por último, desde Zumarraga pasando por la localidad de Legazpi, por la GI-2630 atravesando el puerto de Udana se llega a Oñate, y de ahí a nueve kilómetros se encuentra el Santuario de Arantzazu. Para realizar la ruta, existen tres posibilidades, la primera realizarla en automóvil, la segunda en transporte de la comarca, o bien a pie, que es como si se realizara el peregrinaje que hizo San Ignacio de Loiola.

Como parte, de este proyecto de Tierra Ignaciana, y complementaria a las oficinas de turismo, la Dirección de Turismo de Guipúzcoa desarrolló una Guía turística para teléfono móvil, compatible con la mayoría de los sistemas operativos de móviles, como Android, Java, Symbian-os y Backberry. Para descargarla al móvil ofrecen diferentes opciones; la primera escanear el código QR de un folleto informativo, la otra desde la web de la página de Tierra Ignaciana, una tercera es a través de puntos bluetooth en los santuarios u oficinas de turismo y, por último, por medio de mensaje de texto (Figura 4.43).

De manera reciente, julio de 2012, se puso a disposición la aplicación gratuita para iPhone a través de “iStore” y para Android en su tienda “Android market” (Figura 4.43). La guía se encuentra disponible en cuatro idiomas eukera, castellano, inglés y francés. En ella se pueden consultar la Ruta de los Tres Templos, los servicios de restauración y alojamiento, museos y oficinas de turismo. También aparecen, sugerencias de qué hacer, además de poner a disposición videos y maneras de cómo llegar a Guipúzcoa. Se ofrece una reseña de cada uno de los santuarios que están dentro de la ruta y algunas imágenes de los mismos.

Figura 4.43. Arantzazu: folleto informativo de la Guía Turística para móvil y pantalla de inicio de la aplicación para iPhone



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Es de esta forma, que las oficinas de turismo, dan la mejor y mayor información al visitante, a través de sus distintos recursos, y sobre todo haciendo uso de las nuevas tecnologías, para de esta manera hacer más fácil el contacto con el turista y los recursos que ofrece la región.

i. Servicios complementarios

Por último, se encuentran los servicios complementarios, que están dispuestos para la población residente de la localidad, pero que de manera indirecta es utilizada por los turistas. Entre los que tienen mayor relevancia, se encuentran los servicios bancarios, los servicios de salud y farmacéuticos.

Los servicios bancarios disponibles en Oñate, están ofertados por bancos y cajas locales del País Vasco o Guipúzcoa, el único banco internacional es Santander. Se encuentra la Caja Rural de Navarra, Caja Laboral, La Caixa y Banco Guipuzcoano, todos estos ofrecen diversos servicios financieros, además de disponer de cajeros automáticos en red, donde se puede tener efectivo a través de tarjetas de débito, sin importar el banco ni el país emisor. Sin embargo, en la mayoría de los grandes comercios se aceptan como forma de pago las tarjetas de débito y crédito, siempre que

en la tarjeta venga el nombre del titular y presente una identificación oficial que ratifique nombre y firma del mismo.

Los servicios de salud son prestados por el ambulatorio de Oñate, y el de Arrasate, donde se suministran los servicios básicos de salud. Para cuestiones que requieran una mayor especialización se encuentra el Hospital de Alto Deba, el Hospital Donostia, Hospital Txagorritxu y el Hospital Santiago. Los fármacos, se pueden adquirir fácilmente en alguna de las cuatro farmacias que se encuentran en la ciudad, además de que cuentan con personal capacitado para dar orientación médica en padecimientos comunes, como la gripe.

Se debe mencionar, que dichas farmacias tienen un horario de nueve de la mañana a nueve de la noche, y algunas cierran a la hora de la comida, sin embargo existen guardias rotadas entre las farmacias, en las que se mantiene una de ellas abierta 24 horas. En ciudades más grandes, como es el caso de Madrid, además de estas guardias, existen farmacias que abren 24 horas.

j. Comercio

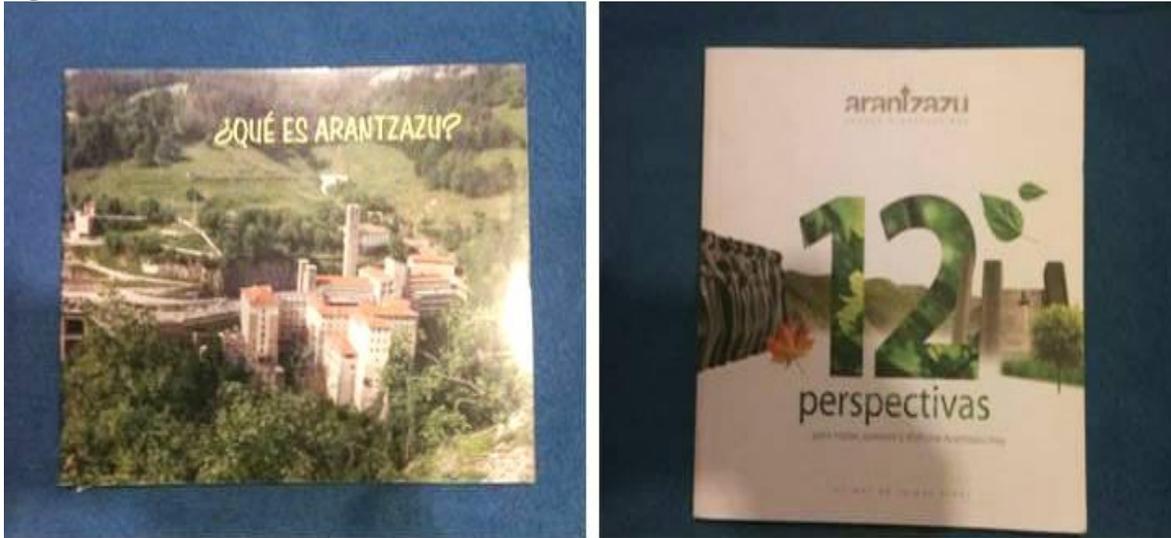
Por último, se encuentran los comercios, desde las conocidas “tiendas de chinos”, hasta los grandes centros comerciales, pasando por las charcuterías, panaderías o tiendas de suvenires. Si bien Oñate es un municipio pequeño, cuenta con un buen número de comercios donde se pueden adquirir un sinnúmero de artículos. Una de las tiendas donde se podrán adquirir artículos de origen vasco, son los supermercados Eroski, tiendas de origen vasco, donde promueven los artículos locales sobre los más comerciales.

En este apartado, es importante mencionar que a diferencia de los patrones que se dan en los santuarios de México y en otros países, donde en las proximidades existe un gran número de comercios dedicados a la venta de distintos artículos relacionados con la imagen venerada o con la venta de comida y bebidas, en el Santuario de Arantzazu no se presenta dicho fenómeno.

El único comercio que se encuentra en la proximidad del santuario, es la tienda de recuerdos del santuario, que se ubica a un costado de la Oficina de Turismo de Arantzazu. En esta tienda se pueden adquirir folletos (Figura 4.44) y videos sobre el santuario y la Virgen (Figura 4.45), así como otras publicaciones relacionadas, ya sea de aspectos religiosos, históricos del municipio,

comarca o comunidad, o bien de las obras de los artistas que colaboraron con la decoración del santuario. Además cuenta con una pequeña máquina que con un euro y un poco de esfuerzo convierte cinco céntimos en un suvenir del santuario, ya sea con la imagen del santuario o de la Virgen de Arantzazu, principal suvenir adquirido por los visitantes (Figura 4.46).

Figura 4.44. Arantzazu: folletos de venta en la tienda del santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4. 45. Arantzazu: videos de la historia del santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4.46. Arantzazu: monedas de cinco céntimos con el sello del santuario o la Virgen



Fuente: Trabajo de campo, 2011

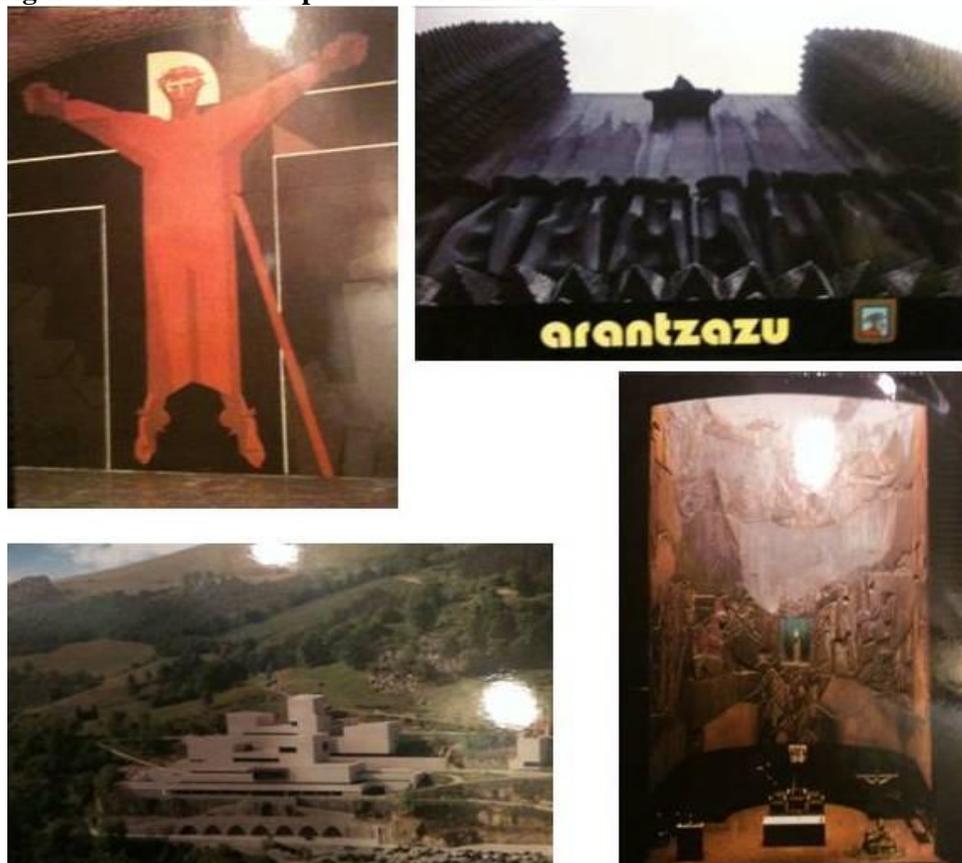
Además de estas publicaciones, existe un sinnúmero de souvenirs relacionados con el santuario y con la imagen de la Virgen de Arantzazu, desde figurillas de todos los tamaños, hasta las que llegan a ser una réplica exacta de la efigie original (Figura 4.47.), llaveros, platos decorados, postales (Figura 4.48), barajas, imanes (Figura 4.49) tazas e imágenes con la oración a la virgen (Figura 4.50). Como es la única tienda, llegados a Arantzazu, también se encuentran artículos relacionados con el senderismo. Otros artículos que se pueden observar son los relacionados con el pastoreo, ya que se encuentran peluches y llaveros con motivos de ovejas.

Figura 4.47. Arantzazu: figurilla de la imagen de la Virgen



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4.48. Arantzazu: postales del santuario



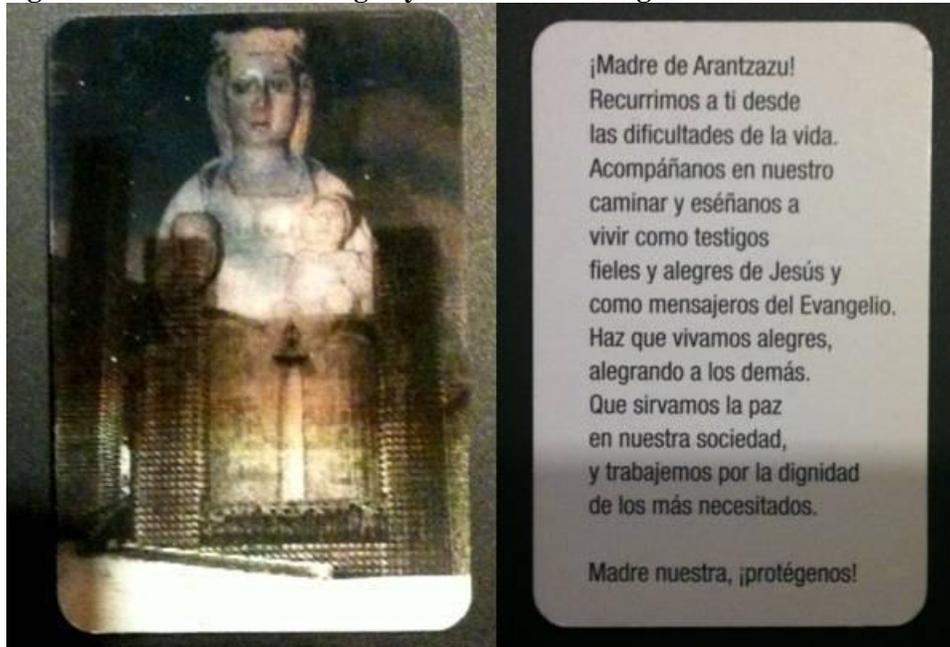
Fuente: Trabajo de campo, 2011

Figura 4.49. Arantzazu: baraja e imán con la imagen del santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

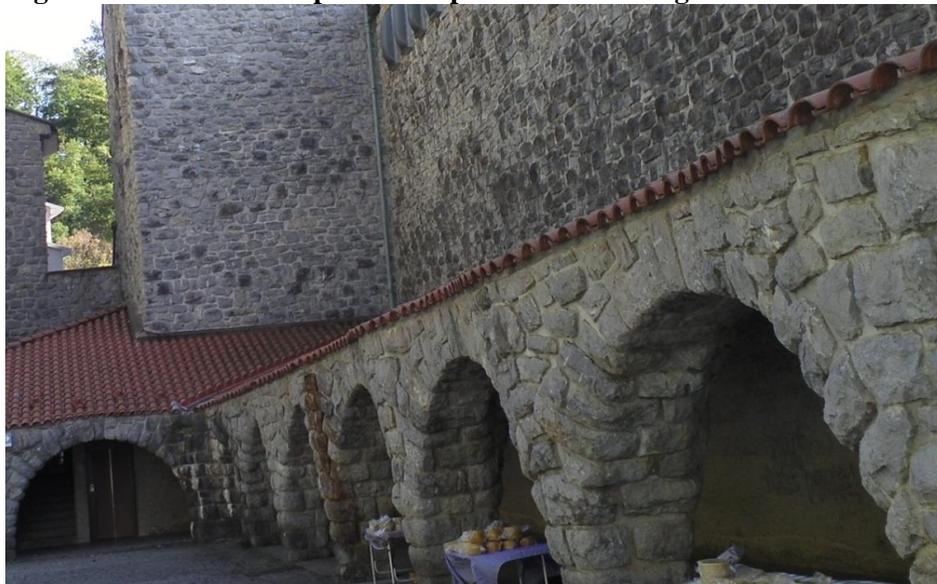
Figura 4.50. Arantzazu: imagen y oración de la Virgen



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Si bien tampoco existe el comercio informal en el perímetro del santuario, hay un par de puestos improvisados con mesas, uno de ellos con juguetes “desechables” y dulces que son vendidos para la diversión de los niños, y otro con productos de la región, queso y galletas de anís; algunos de los quesos, de los que son elaborados por los franciscanos en la casa Gomiztegui, que ha decir por quien lo atiende, son elaborados de manera casera (Figura 4.51).

Figura 4.51. Arantzazu: puestos de productos de la región



Fuente: Trabajo de campo, 2011

4.4. Promoción y planificación turística

La promoción y la planificación, para un producto turístico, son parte fundamental para su desarrollo, y en ello se encuentran involucrados diferentes actores sociales relacionados con la actividad turística. En el caso del Santuario de Arantzazu, en su promoción se han implicado desde el Gobierno Vasco hasta la propia administración del Santuario. En cuanto a la planificación, se le ha incluido en diversos planes de desarrollo, lanzados por el Gobierno Vasco, con el fin de mejorar el turismo vasco.

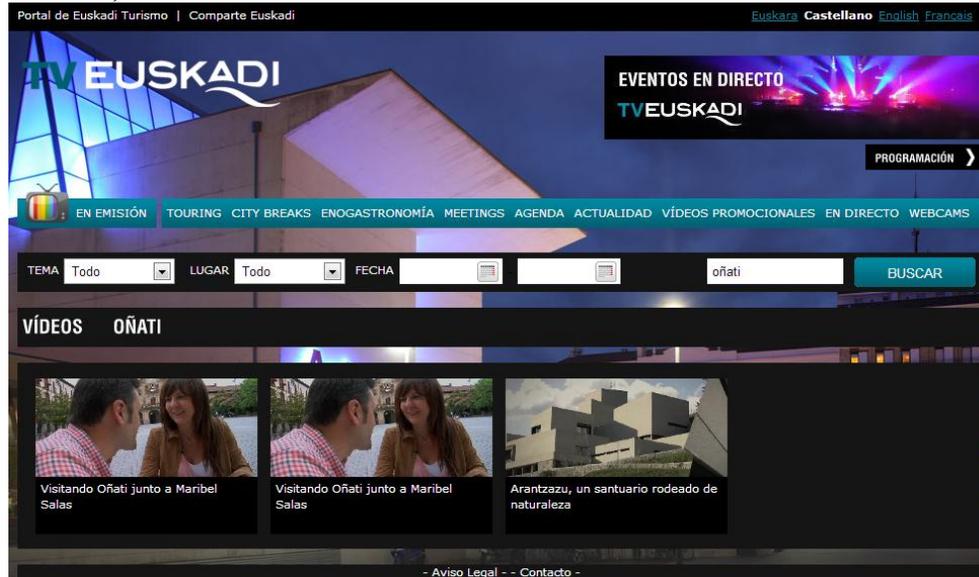
A. Promoción

El Santuario de Arantzazu, al ser un sitio que ha compaginado su naturaleza religiosa con el turismo, se ha convertido en un producto turístico, que recurre a la promoción con el fin de atraer a un mayor número de turistas, más allá de sus visitantes asiduos. Ésta, tiene el fin de dar a conocer el Santuario más allá del propio País Vasco y atraer turismo de otras comunidades y del extranjero.

Los principales actores que han trabajado en la promoción han sido el Gobierno Vasco, Provincia de Guipúzcoa, la Mancomunidad de Alto Deba, el municipio de Oñate y el propio Santuario, con el fin de darlo a conocer como producto turístico. Por su parte, las empresas relacionadas con el turismo también han invertido en la promoción de sus productos y del Santuario.

Desde el Gobierno Vasco, la oferta del Santuario se ha incluido en el apartado “Descubre Euskadi” en la sección de rutas; una en que se incluye en un mismo recorrido al municipio de Oñate con Arantzazu y, otra, la Ruta de los Tres Templos. Además de indicar como se conforma el recorrido Oñate-Arantzazu, en la página principal de Turismo de Euskadi, dentro del segmento de TV Euskadi, existe un video promocional, donde realiza la ruta con la actriz Maribel Salas, como parte de los embajadores de Euskadi, si bien éste lleva por título “Visitando Oñati junto a Maribel Salas”, se presenta a Arantzazu como parte de los lugares que se deben de visitar al estar en Oñate; y otro que se enfoca exclusivamente en el santuario, que muestra sus principales características, el cual se titula “Arantzazu, un santuario rodeado de naturaleza” (Figura 4.52).

Figura 4.52. Arantzazu: sección de videos promocionales en el portal de TV Euskadi, 2012



Fuente: Euskadi.net, 2012

En la promoción turística de la Provincia de Guipúzcoa, también se incluye a Arantzazu dentro de sus productos turísticos. Y de los principales, al presentarlo como el primero de los “imprescindibles” de Guipúzcoa, dentro de su página web. En su folletería lo incluye en su división de Guipúzcoa en Verde, como parte de la difusión del turismo de interior de la provincia.

La Mancomunidad de Alto Deba o Debagoiena, que abarca los municipios de Antzuola, Aretxabaleta, Arrasate, Bergara, Elgeta, Eskoriatza, Leintz Gatzaga y Oñate, dentro de su unidad de turismo se han encargado de difundir los productos turísticos de éstos, a través de diferentes medios. Folletos, guías, guías para móvil y página web, son los principales medios que utiliza para promocionar la región. A Arantzazu, lo han difundido dentro del proyecto Tierra Ignaciana, la Ruta de los Tres Templos, y de manera particular como Santuario.

Tierra Ignaciana, es un proyecto que propone promocionar el turismo interior en Guipúzcoa, a partir de un personaje universal, San Ignacio de Loiola, al mostrar los escenarios en los que transcurrió su niñez y su juventud, y conocer su época, el siglo XVI, recorriendo las comarcas guipuzcoanas de Urola Erdia, Urola Garaia y Debagoiena. Así, Tierra Ignaciana, se perfila como el producto referencial de turismo religioso en Euskadi, ámbito que se encuentra en claro proceso de crecimiento, no sólo por su vertiente espiritual sino por su vinculación con el ocio cultural.

Dentro del proyecto, la Mancomunidad, ha creado y distribuido diversos folletos informativos, dentro de los cuales dos hacen promoción del Santuario de Arantzazu; el primero “San Ignacio: Un viaje por el siglo XVI guipuzcoano”, que comienza con el recorrido de la Ruta de los Tres Templos, donde Arantzazu se presenta como la culminación de la ruta; y el segundo “Santuario de Arantzazu” presenta en un principio la relación que tiene con Ignacio de Loiola, durante su paso por el Santuario en 1522, que da pie a tratar parte de su historia, de manera posterior se presentan sus principales atractivos (Figura 4.53).

Figura 4.53. Arantzazu: folleto de Tierra Ignaciana



Fuente: Debagoienaturismo.com, 2011

La Ruta de los Tres templos, como se puede apreciar es parte fundamental de este proyecto, y ha sido la mayor iniciativa por parte de Debagoiena para difundir el turismo religioso presente en Guipúzcoa. Es una ruta que da comienzo en el Santuario de Loiola, Azpetia, continúa en la Ermita de la Antigua, Zumarraga y concluye en el Santuario de Arantzazu, Oñate. Además de presentarse como parte fundamental del turismo religioso de la mancomunidad, también se encuentra presente dentro de las rutas culturales de la región, como “Arantzazu: espiritualidad y arte contemporáneo”, donde presentan su relación como centro espiritual y como referencia significativa del arte vasco contemporáneo.

Por su parte, el municipio de Oñate presenta al Santuario de Arantzazu, dentro de su patrimonio artístico, al conjuntar su carácter religioso y cultural como referente del arte vasco contemporáneo, esto mediante la promoción que hace en su página web. En cuanto a folleteria, éste hace referencia de Arantzazu, como patrimonio artístico y como parte de sus principales fiestas, al hacer referencia de la celebración del 9 de septiembre de Nuestra Señora de Arantzazu.

El Santuario de Arantzazu, en su parte administrativa, en la que participan la Mancomunidad de Debagoiena y la orden de franciscanos, ha sido la encargada de desarrollar la promoción de éste. Su estrategia se ha enfocado en dar a conocer al santuario como un destino multifuncional, al presentar tres perspectivas: espiritualidad, cultura y naturaleza, unidos por el eslogan “Arantzazu una confluencia de naturaleza, cultura y espiritualidad”.

Dentro de la orientación de naturaleza, se impulsa al Parque Natural de Aizkorri-Aratz, los senderos, los paisajes de montaña y las cuevas de Arrikruz. Respecto a la cultura, hacen referencia al patrimonio monumental y artístico de Oñate, así como el de Arantzazu, muestran la cultura desde la ética, y el pastoreo desarrollado en la región, de manera particular el de los franciscanos en el Caserío Gomiztegi.

Al final, presentan el enfoque de la espiritualidad; hacen mención de la perspectiva de la fe, al reseñar la fe del pueblo vasco hacia la Virgen de Arantzazu, como patrona de Guipúzcoa, invitando a entrar a la Basílica, participar de alguna liturgia; o bien asistir al Axolaz, un servicio de acompañamiento franciscano personal, abierto a quien lo solicite. Tienen, también un programa de charlas, cursos y ejercicios espirituales en el Centro de Espiritualidad Asís Topagunea. Pero, no se han centrado sólo a la religión católica, sino que han pensado en que no todas las personas que llegan son creyentes y que también pueden ser de otra confesión, en este contexto, los franciscanos han proyectado al Santuario como un lugar de acogida y encontró para personas que buscan más allá y más al fondo de sí mismas (Arantzazu, 2009). Como última perspectiva esta la del descanso, al proporcionar diferentes servicios, como un spa y paseos por el entorno.

Si bien, estos son los principales promotores del Santuario, también se ha logrado tener en la actualidad un espacio dentro de la promoción turística de España, a través de la ampliación de oferta religiosa del Instituto de Turismo, al ofrecer entre sus novedades la Ruta de los Tres Templos, esto a través de su página web (Periodistadigital, 2011).

B. Planificación

La planificación ha sido definida, de manera general, como el proceso ordenado para alcanzar el crecimiento o desarrollo turístico. Por tal efecto, dentro del País Vasco se han diseñado diferentes planes con el fin de ampliar o mejorar el turismo de la comunidad. Los que conciernen para esta investigación, son aquellos en los que se ha incluido al Santuario de Arantzazu, como parte de los recursos a considerar en la planificación turística.

El primero de los planes, en donde se incluye al Santuario, lleva por título “Directrices estratégicas de un modelo de desarrollo turístico sostenible del País Vasco”, que presenta como justificación la transformación de los hábitos turísticos, que han puesto en el mercado nuevas tendencias en la demanda turística, alternativas al tradicional de “Sol y Playa”. En las que el Gobierno vasco, vio oportunidades para desarrollar el turismo de la comunidad, y el aprovechar las renovaciones y la ampliación de infraestructura que había realizado en los últimos años. En este contexto, se dio a la labor de diseñar un Plan de Promoción Económica, en que el sector turístico ocupa un papel relevante (País Vasco, 2005).

Previo al diseño de las líneas estratégicas que se recogerían en dicho plan, la Viceconsejería de turismo realizó un análisis de la oferta y la demanda turística que permitiera diseñar esas líneas y promover un “Modelo de Desarrollo turístico Sostenible del País Vasco”. En el apartado de oferta de la Provincia de Guipúzcoa, es el espacio en el que se considera a Arantzazu como parte fundamental de los recursos singulares de la provincia, al considerar al Santuario como Patrimonio Religioso.

El siguiente plan, que considera al emplazamiento del Santuario y su entorno como producto turístico indispensable en su planeación, es el de “Geoturismo Sostenible en la red de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Autónoma del País Vasco”. Si bien en este plan, la directriz principal son los lugares de interés geológico (LIG), al encontrarse el Santuario en la Sierra de Aizkorri y cerca de las Cuevas de Arrikutz, sitios geológicos, se ha determinado como producto complementario de estos, dentro de la Geozona que ha delimitado dicho plan y que denomino Geozona de Arantzazu. Una Geozona la definen como un territorio en el que se concentran varios LIG monotemáticos o geodiversos, cuya extensión y características permitan recorridos en automóvil, a pie o con el fin de practicar senderismo.

La geozona de Arantzazu está concebida en torno al sistema hidro-kárstico de Gesaltza-Arrikruz y comprende el cañón de Arantzazu, la cueva de Arrikruz y el sistema de Orkatzategi. El sistema kárstico se desarrolla sobre calizas urgonianas y muestra una variedad de galerías subterráneas antiguas y actuales. En este sentido la geozona, es un pequeño museo natural de un sistema hidro-kárstico.

Presentan como infraestructura existen en la zona, la que ha desarrollado el Santuario en conjunto con la del parque Natural, en la que los senderos son su principal interés. Consideran como fuerza y parte fundamental de la geozona, la demanda turística que tiene el Santuario de Arantzazu y los servicios que ofrece. Entre las posibilidades de actividades de su delimitación, exhiben la de visitar el Santuario, así como el centro de interpretación del mismo. En las propuestas de actuación, no se menciona al Santuario, pero porque se ha considerado una fuerza y no una debilidad (Figura 4.54)

Figura 4.54. Arantzazu: delimitación de la geozona



Fuente: Gobierno Vasco, 2011

Por último, se presenta, el plan de la Agencia Vasca de Turismo, “Marketing Turístico de Euskadi, 2009-2012”. Este plan marca las líneas políticas de actuación en materia turística que está impulsando la Viceconsejería de Turismo, de acuerdo con una visión estratégica, diversos objetivos y líneas de actuación variadas.

De esta visión se derivan como objetivos, afianzar el posicionamiento de Euskadi en turismo de ciudad, urbano y cultural, especialmente en el ámbito internacional; reforzar el turismo de negocios,

congresos, reuniones e incentivos; desarrollar el turismo de naturaleza y poner en marcha nuevos productos turísticos. En las primeras páginas del plan, se define que el marketing turístico tiene como objetivo definir las ofertas del producto actual a lanzar al mercado; aquello que el público puede comprar o usar, aunque sea gratuito. Este plan, exige combinar dos orientaciones. La estrategia y de largo plazo, que define lo que se promoverá, con la operativa y operacional de corto plazo, que establece las acciones a realizar desde el mismo inicio para aumentar la captación de turistas.

Para poder llevar a cabo dichas estrategias, en una primera fase, se identificaron y valoraron los productos turísticos de Euskadi con que cuenta hasta el momento. Una vez completada dicha fase, se inicio una etapa de valoración de los mismos. Para la valoración, se consideraron la unicidad, su valor intrínseco y su carácter vasco, elementos que permitieron definir el Valor Potencial del Producto, que sirvió para establecer el ranking y la clasificación del atractivo potencial de todo el producto turístico (Producto Estrella, Producto A, Producto B y Producto C).

En la fase inicial se identificaron 178 productos turísticos, que se clasificaron en patrimonio, ciudades y pueblos, museos, naturaleza, deporte, gastronomía, arqueología, rutas, eventos y salud, de los que predominan los de patrimonio, al contabilizar 34 productos. Dentro de esta identificación y clasificación, el Santuario de Arantzazu se encuentra dentro de los “Productos A”, que tienen un alto valor potencial, que tienen la capacidad de atraer a un público lejano, pero sin llegar al de los “Productos estrella”. A mayor valor potencial, más capacidad de atracción. Además de Arantzazu, Euskadi cuenta en la actualidad con 19 “Productos A”.

Concluida esta fase, la última que se presenta es la de lo que se desea obtener, que resumen en aumentar el número de turistas estatales e internacionales, a través de cuatro propósitos generales de actuación: ser un destino multiproducto, reducir la estacionalidad, mejorar la ocupación y aumentar el ingreso turístico. Propósitos que podrían en marcha, a través de seis marcas a desarrollar, una de ellas, Berdea, en la que se colocó al Santuario, por pertenecer al interior del País Vasco.

C. Problemas de la promoción y planeación turística

Al analizar la promoción que se hace del Santuario y la planificación en que ha sido incluida, a través de todos los actores involucrados, así como de las entrevistas realizadas, se pueden distinguir

diversas problemáticas en relación con estas dos cuestiones, que podrían mejorarse para atraer un mayor número de turistas.

En cuanto a promoción, una de las principales problemáticas es la falta de estrategias para atraer turistas extranjeros. Si bien todas las páginas web de turismo, se encuentran en los principales idiomas, castellano, inglés y francés, no pasa lo mismo con la folleteria, ya que estos en su mayoría sólo se encuentran en castellano y en todo caso en Euskera, lo que es una limitante. En este aspecto, también existe la cuestión, de que no todo el personal que se encuentra en las oficinas de turismo sabe otros idiomas, de las dos oficinas que hay en la zona, solo uno de los tres empleados, de cada oficina, sabe inglés.

Para el caso de los empleados de los establecimientos, es aun mayor esta deficiencia, ya que de los siete que hay en el emplazamiento del Santuario, ninguno de ellos tiene manejo de otro idioma, además de que las páginas web con que cuentan, están sólo disponibles en castellano. Relacionado a esto, los responsables de empresas, mencionaron que no asistían a eventos de promoción turística de carácter internacional, que sólo se limitaban a asistir a los que realizaban en la comarca o dentro de País Vasco, y en alguna ocasión a los de nivel nacional, por lo que no existe una visión de atracción de turistas extranjeros.

Otro problema que se observó, que atañe tanto a la promoción como a la planeación, es la de la señalética, aquella que es utilizada para indicar como llegar al Santuario, ya que tanto visitantes, como empresarios, comentaron que es escasa y poco clara, ya que la que existe sólo se puede encontrar hasta llegar al centro de Oñate, antes es inexistente, y las indicaciones que tienen en ocasiones es confusa.

Una cuestión más, que concierne tanto a la promoción como a la planeación, es la imagen que se percibe desde el exterior, sobre Arantzazu y en general del País Vasco. Ya que al mencionar País Vasco en el extranjero, aún es común, al día de hoy, el relacionarlo con conflictos políticos y sobre todo con terrorismo, lo que se vuelve una desventaja para atraer turismo internacional, y en algunas ocasiones hasta del mismo territorio español. Esto se debe, como se ha mencionado antes, a la recurrente presencia de la organización terrorista ETA, desde 1959 hasta la actualidad, en que se ha dado una posible tregua, que puede ayudar a mejorar esta imagen. A pesar de que aun no se sabe, si

será definitivo esté alto de fuego, la población y empresarios entrevistados lo ven como una posibilidad de mejorar la imagen que se tiene de País Vasco, y por tanto del Santuario.

Por último, en cuestión de planificación, se puede mencionar, que la principal problemática que se presenta, es la falta de inclusión del Santuario en los planes de gobierno, a pesar de que es considerado uno de los sitios más emblemáticos tanto de Guipúzcoa como del País Vasco. No sólo debería incluirse como parte de los productos, sino dentro de las estrategias para mejorar el turismo en la comunidad. Además, a pesar de que se indago con diferentes actores, sobre un plan de desarrollo del Santuario, no sé obtuvo exceso a él, ya sea por falta de interés a los responsables a los que se les solicito o por su inexistencia. De esta manera, lo primero que debería realizarse, es un plan de desarrollo del Santuario de Arantzazu, o bien de existir, introducir propuestas para resolver las problemáticas que se presentan en la actualidad.

Respecto a los problemas que se presentaron, se deben encontrar los medios y las perspectivas para desarrollar estrategias para atraer turismo extranjero, así como el capacitar a un mayor número de personas en el manejo de diversos idiomas, al menos en el dominio de inglés. Se deberá también buscar los medios para mejorar la señalización hacia el Santuario, así como el poder colocarla a una mayor distancia, más allá del centro de Oñate. El último de los problemas a resolver, deberá de solucionarse en colaboración de todos los actores involucrados con el turismo del Santuario y del País Vasco, por ser una cuestión que afecta a toda la comunidad, que es la mejora de la imagen, al lograr transmitir un ambiente de tranquilidad y seguridad a los posibles mercados extranjeros a los que se trata de llegar.

4.5. Tipología de los visitantes

Este apartado tiene como referencia las visitas realizadas al Santuario de Arantzazu en los meses de octubre a diciembre de 2011. Se describe el comportamiento de los turistas atraídos por la imagen de la Virgen de Arantzazu, del municipio, la provincia, la comunidad y en menor medida del resto del mundo, con el fin de obtener una tipología de los visitantes al santuario.

Con el procesamiento estadístico de los datos obtenidos, de la aplicación de 30 entrevistas a visitantes (Anexo 3), se obtuvo que: quienes contestaron en su mayoría fueron mujeres con el 77% del total de las entrevistas, mientras que el 23% corresponde a hombres. La edad promedio de los

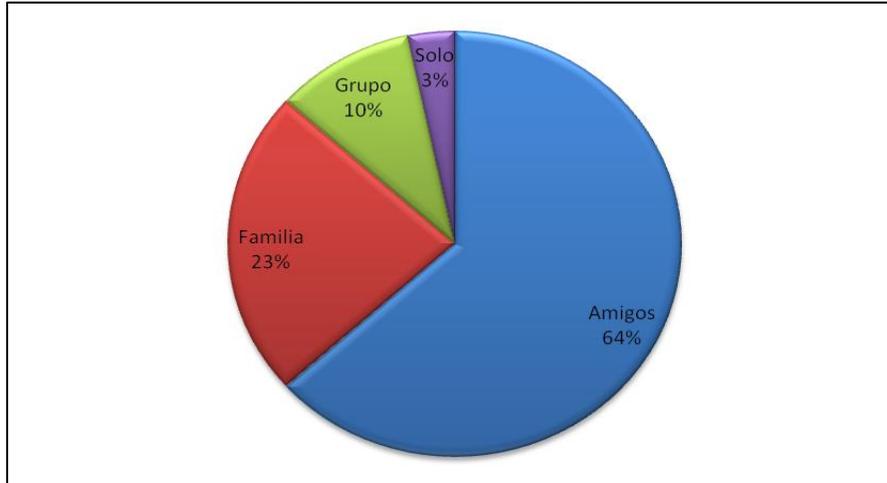
entrevistados es de 44 años, la persona que se entrevistó con mayor edad tenía 75 años, y la de menor edad 21 años. Resultados que coincide con los obtenidos en las entrevistas realizadas a responsables de empresas, oficinas de turismo y a franciscanos. De las que se obtuvo, que entre un 85% a 95% de los visitantes al Santuario se encuentran en un rango de edad de 25 a 65 años.

Casi la totalidad de los entrevistados dijo ser católico, que corresponde a un 90%, con excepción de dos personas que dijeron ser protestantes y una agnóstica. En cuanto al nivel de estudios con que cuentan los visitantes destaca que el 73% de las personas posee una licenciatura terminada, un 17% el bachillerato concluido y el 10% tener un nivel técnico. Respecto a la ocupación de los visitantes son muy diversas las profesiones que declararon ejercer, un 23% eran estudiantes, 13% jubilados, 13% profesores, 10% amas de casa, 7% ingenieros y el 34% restante dijo tener otra ocupación entre las que se encuentran la de cartera, tractorista y consultora de Medio Ambiente (Cuadro 4.8).

Respecto a la forma en que viajaban los entrevistados, la mayoría contestó que lo hacía en compañía de amigos con un 64% del total, mientras que el 23% lo hacía con la familia, quien viajaba en grupo corresponde al 10% y el 3% hacia su viaje solo (Figura 4.55). En este apartado también coinciden las oficinas de turismo, ya que declararon que la mayoría de los visitantes que llegan a la región lo hacen en compañía de familia o amigos, y en menor medida en grupos organizados.

Relacionado con lo anterior, se encuentra el número de personas con las que viajaban los visitantes, de lo que se obtuvo que el 33% realizaba la visita en compañía de una persona, y otro 30% viajaba con tres personas, el mayor número de personas con que se viajaba era con ocho personas, dentro de un grupo de amigos, y una sola persona declaró viajar sin compañía. Respecto a los grupos organizados, se coincidió con tres, que declararon que el número de personas que los formaban rondaban las 40 personas. El que la mayoría viaje acompañado, denota que existe un deseo de compartir lo vivido en el santuario con otras personas.

Figura 4.55. Arantzazu: personas con quien viajaban los entrevistados



Fuente: Trabajo de campo, 2011

Cuadro 4.8. Arantzazu: resultados de la entrevista realizada a visitantes del Santuario

Datos del visitante	
Pregunta	Respuesta
Sexo	Del total de la muestra, 77% son mujeres y 23% hombres
Edad	El 67% de los entrevistados se encuentra dentro del rango de 25 a 65 años, el 20% tiene menos de 25 años, y el 13% restante más de 65 años.
Lugar de residencia	Las Provincias de Álava, Vizcaya y Guipúzcoa concentran el 37% de los entrevistados. El 46% corresponde a alguna Comunidad Autónoma de España, donde predominan la Comunidad de Madrid y Cataluña. Un 7% corresponde a Estados Unidos, un porcentaje igual a México y el 3% restante a Uruguay.
Creencia religiosa	El 90% profesa el catolicismo, 7% es protestante y el 3% agnóstico.
Grado de escolaridad	El 73% reportó tener una licenciatura terminada, el 17% el bachillerato y el 10% tener un nivel técnico
Ocupación	El 34% practican diversas ocupaciones, entre las que se encuentran la de Tractorista, Cartera y Consultora de Medio Ambiente. El 23% eran estudiantes, 13% jubilados, 13% profesores, 10% amas de casa y 7% Ingenieros.

Fuente: Trabajo de campo, 2011

Por otro lado, se encontró que el 57% de las personas visitó exclusivamente el santuario, sin realizar alguna actividad de consumo. El 24% además de visitar el santuario hizo alguna actividad en el Parque Natural de Aizkorri. Sólo el 19% hizo alguna compra de recuerdos, el que más se adquiere,

como ya se ha mencionado, es una moneda de cinco céntimos con el sello de la imagen de la Virgen o del Santuario, y el cual tiene un costo de un euro (17 pesos).

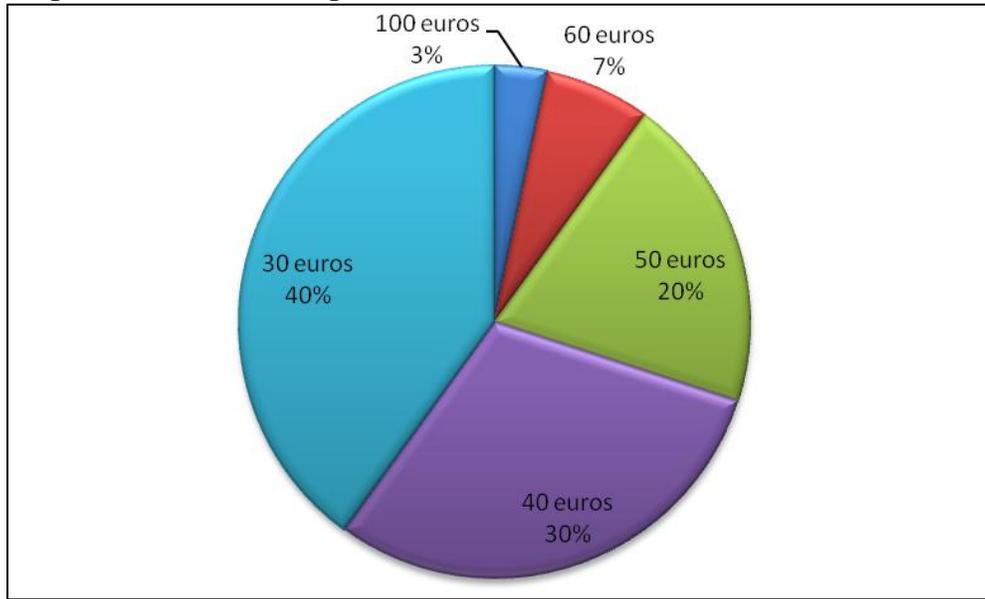
Si bien esto es lo que contestaron en los entrevistados, en la observación se pudo comprobar que más o menos la cuarta parte de las personas que llega al santuario, realiza algún tipo de consumición en los restaurantes que allí se encuentran, mientras que la otra cuarta parte lleva sus propios alimentos, y el resto regresan a sus sitios de residencia o de alojamiento a la hora de la comida, por lo que no hacen ninguna consumición.

Al considerar, el lugar de residencia y las actividades que realizaron los visitantes, se obtuvo que aquellas personas que provenían de un municipio o poblado cercano o de País Vasco, fueron los que además de visitar el santuario hicieron un recorrido dentro del Parque Natural de Aizkorri, que corresponde al 23% del total de entrevistados; dieciséis de las personas cuestionadas, mencionaron que además de recorrer el emplazamiento adquirieron algún souvenir, de los cuales el 33% provienen de ciudades o países más distantes del Santuario, como Girona, Islas Canarias, Salamanca y Uruguay. Aquellos que sólo visitaron el Santuario, corresponden a un 24%, pero no se encontró una relación directa con su lugar de residencia, ya que varía de ciudades muy cercanas como Oñate hasta países lejanos como Estados Unidos.

Respecto a los suvenires, cuando se cuestionó a los entrevistados que visitaron la tienda mencionaron que se les hacía caro el precio que tenían los objetos, por lo que no se decidieron a comprarlos u optaron por la moneda con el sello que es más asequible. Respecto a la comida, dijeron haber encontrado el precio como en la región con menús del día entre 10 (170 pesos) y 15 (255 pesos) euros.

Concerniente con este aspecto, se inquirió a las personas, cuál había sido el gasto que habían realizado hasta el momento dentro del emplazamiento, de lo cual se obtuvo que el promedio de gasto fue de 56 euros (952 pesos). El gasto de un 40% de los entrevistados fue de 30 euros (510 pesos), de un 30% de 40 euros (680 pesos), un 20% de 50 euros (850 pesos), un 7% de 60 euros (1020 pesos), y sólo una persona dijo haber gastado 100 euros quien viajaba con cuatro miembros de su familia y que había ido a visitar el sitio, compró algunos recuerdos y comió en uno de los restaurantes. Este último podría ser el promedio de gasto máximo que se podría hacer en el Santuario, sin considerar el uso de alojamiento (Figura 4.56).

Figura 4.56. Arantzazu: gasto de los entrevistados en el Santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En cuanto a las horas que suelen pasar las personas en el Santuario, se obtuvo que la mayoría pasan dos horas en el emplazamiento; de los entrevistados corresponde a un 57% del total. El máximo de horas que llegan a pasar son 6, pero es mínimo el número de personas que lo hacen, alrededor del 7% del total de entrevistados estuvo este tiempo en el Santuario. El mínimo de tiempo que pasan es una hora, esto se encuentra relacionado a que son aquellas que sólo visitan el santuario y no realizan ninguna otra actividad, el porcentaje de personas que están en este tiempo es de un 20%. Lo que representa que la mayoría de personas que llegan al santuario son visitantes de día o excursionistas.

En este aspecto, concuerdan los demás actores sociales, ya que mencionan que la mayor parte de las personas llegan por la mañana y se van por la tarde, y que son pocas las personas que llegan a pernoctar en el santuario, que esta práctica se da en mayor medida justo en el novenario que precede a la festividad de la Virgen de Arantzazu donde se mantiene una ocupación total de los tres hoteles que se encuentran en la proximidad del santuario (Cuadro 4.9).

Cuadro 4.9. Arantzazu: resultados de la entrevista realizada a visitantes del Santuario

Características del viaje	
Pregunta	Resultados
Primera visita al Santuario de Arantzazu	El 63% de los entrevistados realizaba su primera visita, y el 37% ya conocía el santuario. De los que ya habían acudido, 60% va una a dos veces por mes durante toda su vida, el 20% lleva a cabo visitas cada año y el otro 20% una a dos veces por año.
Cómo supo de la existencia del Santuario	El 30% sabe de la existencia del santuario de toda la vida, otro 30% se enteró a través de amigos, 23% por guías de turismo de Guipúzcoa o País Vasco, 7% por que sabían que la Virgen de Arantzazu es la patrona de Guipúzcoa, 7% a través de una oficina de turismo, 3% restante por su agencia de viajes.
Horas o días que permanecerá en el sitio	Un 57% declaró que paso 2 horas en el santuario, 20% sólo una hora, 13% estuvo tres horas, 7% alrededor de seis horas y un 3% cuatro horas
Tipo de alojamiento	Destaca que el 43% de las personas tienen su vivienda en poblados cercanos, el 37% se alojó en un hotel en alguna localidad cercana al santuario, sobre todo en las capitales vascas, 13% en casas rurales, y 7% se alojaron en casa de algún amigo.
Tipo de transporte	El 60% dijo que arribó al santuario en automóvil propio, el 20% llegó en transporte público, 17% en autobús, y el 3% en motocicleta

Fuente: Trabajo de campo, 2011

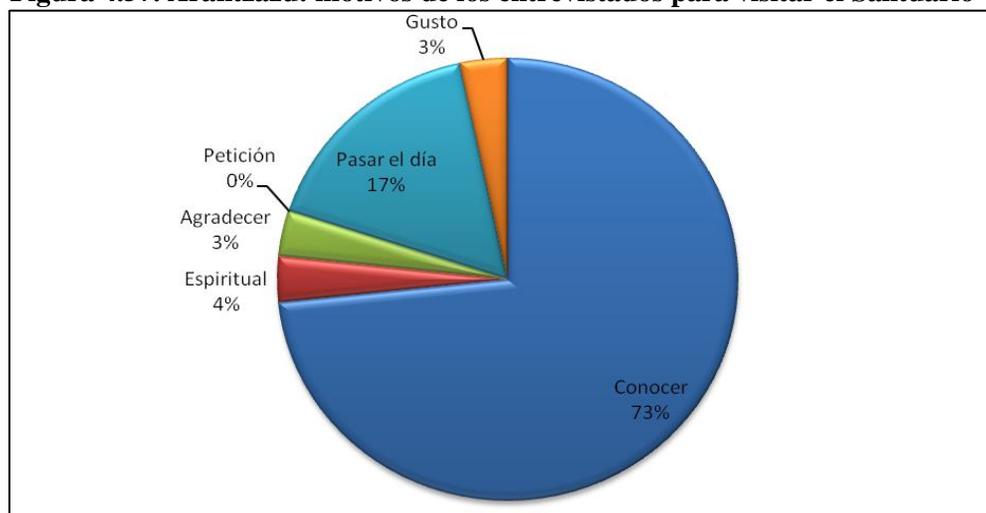
Una de las características principales por las que se determina si un visitante es un turista o un peregrino, es la motivación principal por la que llegó al sitio la persona. Al respecto del total de entrevistados el 73% dijo que su principal motivo fue conocer el Santuario, ya fuera para conocer a la Virgen, la arquitectura del Santuario, o las obras de los artistas que han decorado la fachada y el interior del Santuario.

Un 17% de los entrevistados indicaron que acudieron al Santuario a pasar el día, la mañana, ya sea a almorzar o comer en alguno de los restaurantes, o sólo visitar por ser un sitio que conocen de toda la vida, o bien porque es paso para llegar al Parque Natural de Aizkorri en el cual se hace senderismo entre otras actividades. Relacionado a esto, un 3% contestó que iba al santuario por gusto, porque es un sitio, como ya se ha mencionado, que las personas conocen de siempre.

El resto de los entrevistados, un 7% declaró que su motivación tenía que ver con cuestiones espirituales, por una parte para agradecer un favor a la Virgen de Arantzazu, y otra no ha contestado

si para agradecer o por una petición, sólo por cuestiones espirituales. Este porcentaje es mínimo, pero las entrevistas no son los únicos datos de referencia que se tienen, ya que los franciscanos afirman que llegan un gran número de personas por devoción a la virgen, muestra de ello son las peregrinaciones que hacen algunos poblados año tras año, personas que su principal motivo de visita es el religioso (Figura 4.57).

Figura 4.57. Arantzazu: motivos de los entrevistados para visitar el Santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En estrecha relación con la motivación del viaje, se encuentra la cuestión de que el Santuario sea el único destino de su viaje. Diecisiete personas (57%) dijeron que no era su único destino, de los cuales 53% tenía como destino otros lugares dentro del País Vasco; una persona sólo visitaría destinos dentro de la Provincia de Guipúzcoa; 12% de los entrevistados visitarían además las Cuevas de Arrikurtz; dos personas con sus acompañantes recorrerían además los poblados de Oñate y Mondragón; 6% irían a otros lugares de la Comarca de Alto Deba y otro 12% tenía como destinos adicionales las capitales de País Vasco. El número de personas que contestaron que el santuario era su único destino, corresponde al 43% del total de las entrevistas.

Al considerar estas dos variables, motivación y destino, se ha determinado el tipo de viaje que ha realizado la persona. Trece entrevistados (43%), que su motivación fue conocer y que tenían como destino otros lugares del País Vasco, realizaron un viaje de ocio. El 37% hicieron un viaje cultural y religioso, por tener como único destino el Santuario y como motivación el conocer. Cuatro personas (13%) efectuaron un viaje cultural al tener también como destinos las Cuevas de Arrikurtz y el

centro de Oñate. Y tan sólo el 7%, que tenían por único destino el Santuario y como motivación la de agradecer y lo espiritual, llevaron a cabo un viaje religioso (Cuadro 4.10).

Cuadro 4.10. Arantzazu: tipo de viaje de los entrevistados

Tipo de viaje	Número de entrevistados	Porcentaje (%)
Ocio	13	43
Cultural y religioso	11	37
Cultural	4	13
Religioso	2	7

Fuente: Trabajo de campo, 2011

Al considerar estas características, a través de la observación, del cruce de las variables de la encuesta y partiendo de la base de Valene Smith (1992) que establece un nexo de unión entre peregrino y turista, se ha realizado una tipología de las personas que llegan al Santuario de Arantzazu. De esta manera, se determinaron cuatro tipos de visitantes:

A. Peregrino piadoso. Es aquel en que su motivación primordial es la fe, la devoción por la imagen que se venera, que surge de un deseo y una creencia, un deseo de la solución de un problema derivados de la condición humana, y la creencia de que existe un poder que puede superar las dificultades que parecen irresolubles e insuperables. Además de que no practican ninguna actividad turística, tales como la compra de recuerdos, la ingesta de alimentos o cualquier consumo derivado de su trayecto.

En este tipo entrarían todas aquellas personas que han llegado al santuario a pedir o agradecer un favor a la Virgen de Arantzazu, como es el caso de las primeras personas que acudieron al santuario cuando recién se hizo el descubrimiento de la efigie, y aquellos que mandaron prender alguna lámpara en la capilla de la Virgen en agradecimiento. En la actualidad son aquellas personas que llegan al santuario en peregrinación, ya sea de manera individual o en grupo, durante todo el año, aunque no exista ya la tradición de exvotos. El 7% de los entrevistados correspondería a este tipo, así como las 120 00 personas que van anualmente en peregrinación al santuario.

B. Turista religioso endocultural*. Es quien realiza un viaje o estancia a un sitio sagrado, que desde sus primeros años de vida ha internalizado mediante una experiencia de aprendizaje consciente e inconsciente. A través del cual la generación de más edad invitó, indujo u obligó a la generación más joven a adoptar este modo de pensar y de comportamiento tradicional. Son aquellas personas que han crecido y heredado el conocimiento de este sitio religioso al cual han acudido siempre y que han adoptado como parte de ellos, y con el cual tienen un sentimiento de pertenencia. Y que por tanto dentro de sus motivaciones se encuentra la religiosa, pero por esta adopción del sitio suelen realizar otras actividades que no tienen nexos religiosos, como ingerir alimentos, visitar el Parque Natural de Aizkorri o las Cuevas de Arrikurtz, o bien sólo ingerir alimentos, lo que los convierte en turistas religiosos pero con la particularidad de la endoculturación.

En este caso se encuentran todas aquellas personas que mencionaron conocer Arantzazu de toda la vida, e ir al santuario con bastante frecuencia, son todas las personas que asisten a misa cada domingo o algún día de la semana, aquellas que van con sus familias cada fin de semana a pasar el día en el emplazamiento del santuario, y aquellas que saben que será el sitio donde celebrarán alguna de las ceremonias religiosas de los rituales obligatorios del catolicismo. Es quizás el mayor número de visitantes que llegan al Santuario de Arantzazu. De las entrevistas realizadas, corresponden a 11 personas (37%), de los cuales 60% va una a dos veces por mes y conocen del Santuario de toda su vida, el 20% lleva a cabo una visita cada año, y el otro 20% una a dos veces por año. Una gran mayoría de las 120 000 personas que llegan en peregrinación, también entran en este apartado, ya que son habitantes de poblados cercanos, que han adoptado esta tradición de ir cada año al Santuario el día de la celebración de Arantzazu.

C. Turista religioso. Es el que realiza viajes o estancias en sitios sagrados (retiros espirituales, actividades culturales, liturgias religiosas, entre otras), y que dentro de sus motivaciones esta la religiosa, pero que existen otras tales como la curiosidad o el interés cultural por ciertas formas de entender el mundo diferentes a la propia. En este caso, se incluyen otros destinos o actividades sin algún nexo sagrado, y practican alguna actividad turística como pernocta en la localidad, compra de recuerdos, ingesta de alimentos o algún tipo de consumición. En este punto se encuentran las

*Nota: Según Harris (1998), antropólogo estadounidense, “la endoculturación es el proceso por el cual el individuo desde sus primeros años de vida va internalizando los modelos y pautas de comportamiento de su grupo de pertenencia, de manera consciente e inconsciente”. En otras palabras es la transmisión de la cultura de generación en generación.

personas que llegaron motivadas por conocer el santuario y/o la efigie de la Virgen de Arantzazu y que participaron de alguna liturgia religiosa, actividad cultural o bien que llegaron a alguno de los retiros espirituales que organiza la Orden Franciscana, entre los que están los de relajación y aquellos para fomentar el aprendizaje del euskera. Quienes en algunos casos pernoctarán en los alojamientos cercanos, realizarán una o varias comidas dentro de los restaurantes cercanos, adquirirán algún recuerdo, o efectuarán alguna actividad más en el Parque Natural de Aizkorri. Del total de entrevistados, corresponden al 13%, ya que además de la motivación religiosa, llegaron por la curiosidad e interés de conocer el Santuario, desde su aspecto cultural.

D. Turista secular. Es aquel que realiza un viaje cuya motivación principal es el ocio, y que no incluye ninguna motivación religiosa. El llegar al Santuario ha sido sólo por una motivación cultural o de curiosidad por aquello que es ajeno a él, como lo puede ser la religión. Suele ver al sitio como parte del patrimonio cultural o arquitectónico de la religión al que pertenece, en este caso a la cultura y arquitectura religiosa católica moderna. Tiende a realizar actividades totalmente turísticas, como sacar fotografías del sitio, visitar lo más relevante del sitio, comprar algún recuerdo, pernoctar en los alojamientos cercanos, solicitar guías habladas en las oficinas de turismo, ingerir alimentos, y realizar diversas actividades sin ningún nexo religioso, como el senderismo. En este apartado entran aquellas personas, que llegaron al santuario por su agencia de turismo, por información en las oficinas de turismo, porque lo vieron como un sitio a visitar en la provincia de Guipúzcoa en su paso por esta provincia, y aquellos que no regresarían porque es un sitio que ya han visto y conocido y ya no presenta mayor interés para la persona. De los entrevistados, trece entran en este tipo (43%), al haber mencionado que habían llegado al santuario, al verlo promocionado en guías de turismo, en la oficina de turismo, o porque su agencia de viajes se los recomendó.

4.6. Interacciones regionales

Los sitios con atractivo religioso se pueden clasificar de distintas formas, según su magnetismo espiritual. Estos sitios pueden ser santuarios de peregrinación, espacios religiosos o sitios de encuentro para grupos religiosos y celebraciones. La atracción de cada santuario, depende de la imagen que se venera, su historia y de la fama con la que cuente la imagen.

En el caso del Santuario de la Virgen de Arantzazu, el área de atracción se extiende fuera de la Comunidad del País Vasco hacia la mayoría del territorio español, y más allá de éste. Sin embargo, su influencia más importante es a nivel regional, como se puede constatar con el análisis de las entrevistas realizadas a los visitantes y actores sociales. Esta situación se debe en mayor medida a que a través de los años Arantzazu se convirtió en uno de los principales símbolos de unión de los vascos, que se vio aumentado desde la proclamación como Patrona de Guipúzcoa. Lo que lo posiciono como un centro de defensa y difusión de la lengua vasca, así como de su cultura.

Esta devoción, símbolo identitario de los vascos, fue llevado más allá de las fronteras de País Vasco, al pasar a las colonias españolas de América. La Virgen de Arantzazu, era más que una religiosa, representaba a un pueblo, lo acercaba a sus raíces europeas, y cohesionaba los distintos grupos de vascos dentro de las colonias novohispanas.

En diversos estudios realizados sobre turismo religioso, uno de los principales objetos de análisis para determinar el área de influencia de la imagen venerada son los exvotos, que son objetos ofrecidos como resultado de una promesa o un favor recibido, con la característica de contener diversos datos, como la procedencia de quien lo entrega. Pero en el caso del santuario y la Virgen de Arantzazu no existe tal expresión.

Tanto el Padre Joseba Etxeberria y Fray Juan Ignacio Larrea, coinciden con que esto se debe primero a la historia del santuario, marcada por los tres incendios que provocaron la destrucción del santuario y con ello cualquier haber. Además de que hace décadas que en España dejó de tener la tradición de presentar exvotos. En la actualidad dentro del santuario ya no se tiene la costumbre de los exvotos, por lo que ésta no es una opción para conocer la influencia de Arantzazu.

Como bien dicen ambos franciscanos, no queda nada de aquellas primeras ofrendas de los inicios del santuario, pero según el texto del padre Lizarralde (1950), hasta antes del último incendio, en el santuario en el frontis de la Santa Capilla, y aun al interior de ella, estaba profusamente decorado con lámparas que ardían día y noche, de manera perpetua, dádivas de insignes devotos de la Virgen y exvotos que significaban la celebridad de los prodigios de la Madre de Dios de Arantzazu.

Algunas de estas lámparas o luminarias, tenían escrito el nombre y el sitio de quien la había prendido o mandado a prender. Una de las más antiguas era del Capitán Joan de Atibar, natural de

Villarreal, del año 1532, que mandó a prender, mediante testamento hecho en México, de manera permanente, y que mantuvo su hermana Petronila hasta el año de 1642. Otra de las lámparas fue instituida por Marcos de Mendiola, natural de Vitoria, muerto en San Francisco de Quito, además de dar una donación para un ornamento frontal (Cuadro 4.11).

Cuadro 4.11. Arantzazu: exvotos del santuario hasta antes del incendio de 1834

Nombre de la persona	Año	Procedencia		Tipo
		Ciudad Natal	Ciudad de pedido	
Capitán Atibar	1582	Villarreal	México	lámpara
Marcos de Mendiola	1599	Vitoria	San Francisco de Quito	lámpara y ornamento para Capilla
Joanes de Olariega	1626	Oñate	Granada, Nicaragua	lámpara, caliz, vinajeras y salvilla de plata, incensario
Joan de Vera	1620	Bilbao	Indias	lámpara
Andrés de Tobalina	1601	Sin dato	Sin dato	lámpara
Capitán Barrón	1615	Sin dato	Sin dato	lámpara
Juan Núñez	1616	Sin dato	Sin dato	lámpara
Barasandi	1623	Sin dato	Sin dato	lámpara
Asensio de Urtaza	1623	Sin dato	Sin dato	lámpara
Francisco de Galarreta	1643	Sin dato	Sin dato	lámpara de plata
Señores de Guebara condes de Oñate	1643	Oñate	Oñate	lámpara
Beltran de Guebara	1650	Oñate	Oñate	joyel para la virgen, dos coronas de oro, vestido de lana de plata y decoración del enverjado de la
Iñigo de Guebara	1675	Oñate	Oñate	lámpara
Juan de Nocolalde	1653	Villarreal	Flandes	blandones de bronce
Francisco de Otazu	1660	Oiquina	Oiquina	lámpara
Juan Díaz de Otazu	1660	Oiquina	Oiquina	lámpara
Pedro Hurtado de Corcuera y Mendoza y Otazu	1660	Oiquina	Oiquina	lámpara
Francisco Sedaño	1661	Oiquina	Oiquina	lámpara
Juan Ortiz de Vidasolo	1614	Lenguendica	Peru	lámpara de plata
Francisco de Axpe	1615	Marquina	Sevilla	lámpara
Antonio de Oquendo y María de Lazcano	1614	Cantabria	Cantabria	lámpara
Alfarez de Azcoitia anonimo	1639	Azcoitia	Azcoitia	bandera
General Antonio de Oquendo	1631	San Sebastian	San Sebastián	estandarte de la armada de España, bala de cañon y dos cascos
Domingo de Ipiñarieta	1639	Arriarán	Arriarán	lámpara
Alonso Idiáquez	Siglo XVI	Guipúzcoa	Guipúzcoa	lámpara
Asensio Martínez de Asurduy	1610	Oñate	Indias	lámpara de plata
Leonor de Otálora	1619	Oñate	Oñate	lámpara
Domingo Ibarra y Elbira Flores de Quiñones	1621	Sin dato	Sin dato	lámpara
Inquisidor Juan de Mañosca	1624	Marquina	México	lámpara
Pedro de Cortaverria	1640	Sin dato	Sin dato	lámpara
Martín López de Elorza	1611	Oñate	Indias, Potosí	lámpara
Amezquete y Laurgain	1659	Aya	Aya	lámpara
Bartolomé de Amézqueta Laurgain	1708	Aya	Sevilla	lámpara
Domingo de Ondramuño	1666	Idiazábal	Idiazábal	lámpara
Pedro López de Vicuña	1745	Álava	Zaldueno	lámpara
Francisco Martínez de Segura	1741	Segura	Segura	lámpara
Martin de Lardizabal y Elorza	1743	Segura	Araquil, Indias	lámpara
Antonio de Eleizalde	1770	Sin dato	Sin dato	lámpara

Fuente: Elaborado sobre la base de Lizarralde, 1950

Se debe mencionar, que había algunas otras lámparas en la capilla de la Virgen, de fundadores desconocidos. En total en la capilla de la Virgen y en otras capillas del santuario se encontraban un aproximado de veintiocho lámparas, dotadas con rentas perpetuas, pero se advierte que algunas de ellas se extinguieron para siempre antes de que se fundaran las últimas. Al final, todas quedaron apagadas por los saqueadores e incendiarios de 1834.

Por último, se tiene que resaltar el exvoto por parte del General Antonio de Oquendo, quien se embarcó en una flota de dieciséis navíos mal equipados, y doce carabelas con tres mil hombres a bordo, que salieron del puerto de Lisboa, para combatir una numerosa armada holandesa en Pernambuco. Al comenzar la batalla, los holandeses tenían ventaja sobre la flota española, que pronto perdió terreno ante ellos. Justo cuando Oquendo se vio en los mayores aprietos de la batalla, invocó la protección de su patrona la Virgen de Arantzazu, atribuyendo a milagro el triunfo conseguido.

Por lo que Oquendo, envió al santuario los tres objetos: el estandarte de la armada de España, bala de cañón y dos cascos, los que estuvieron en la capilla por dos siglos, y de los cuales se logró salvar hasta la actualidad, la bala de cañón que se encuentra bajo resguardo de los franciscanos (Figura 4.58). Fue tal el milagro, que más tarde se pintó dicha batalla donde fue invocada la Virgen de Arantzazu, obra que aún se conserva en el santuario (Figura 4.59).

Figura 4.58. Arantzazu: bala de cañón de la batalla de Pernambuco de Oquendo



Fuente: Santuario de Arantzazu, 2011

Figura 4.59. Arantzazu: pintura de la batalla de Oquendo en Pernambuco, Uranga, 1918



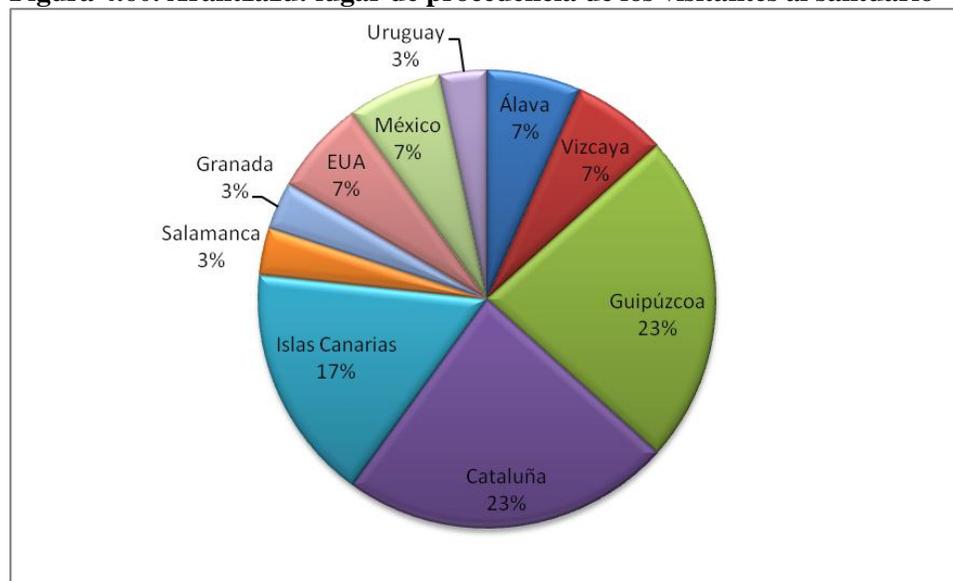
Fuente: Kortadi, 1993

Por otro lado, según las entrevistas realizadas, de acuerdo con la procedencia de los visitantes del santuario, se puede observar que el mayor porcentaje de visitantes provienen de otras comunidades de España, la primera de ellas de Cataluña con un 23%, le sigue las Islas Canarias con un 17%, y con un 3% cada una respectivamente Salamanca y Granada. Lo que representa el 43% del total de los visitantes.

Después de los visitantes que provienen de otras comunidades, se encuentran los que tienen su lugar de procedencia dentro de alguna de las provincias de la Comunidad Autónoma del País Vasco; la que ostenta el mayor porcentaje es la provincia de Guipúzcoa con un 23% del total de los visitantes al santuario, mientras que las otras dos provincias, Vizcaya y Álava, sólo representan en conjunto el 14% de los visitantes. Lo que equivale a un 37% del total de visitantes. Así, los visitantes nacionales al santuario son el 83 %.

El otro 17% corresponde a los visitantes, que tienen su lugar de procedencia fuera del territorio español. El 7% corresponde a visitantes provenientes de Estados Unidos, y un mismo porcentaje para aquellos que vienen de México. Por último, con un 3% se encuentra una procedencia desde Uruguay (Figura 4.60).

Figura 4.60. Arantzazu: lugar de procedencia de los visitantes al santuario



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En cuanto a los visitantes extranjeros, se puede hacer mención de la visita realizada por uno de los visitantes con procedencia de México. Se trata de una chica, de 22 años de nombre Arantxa, que para los meses en que se hicieron las visitas al santuario, ella se encontraba realizando un intercambio académico en Santiago de Compostela. La fecha en que realizó la visita, fue porque aprovechó uno de los puentes con motivo de un día festivo, para conocer diversos sitios del País Vasco.

Si bien la idea era visitar el País Vasco, su primera motivación fue el conocer el Santuario de Arantzazu, por motivos personales más que religiosos. Cuenta que su nombre lo escogió su padre, ya que realizó un viaje al estado de San Luis Potosí, y conoció la iglesia y plaza dedicada a la Virgen de Arantzazu, nombre al cual cogió gusto y decidió ponérselo a su hija. Sin embargo, el padre de Arantxa, le contó que el santuario de donde provenía esta advocación se encontraba en España, en el País Vasco.

De esta forma, Arantxa, al encontrarse en España, decidió dedicar uno de sus viajes a conocer el santuario y a la Virgen por la cual le habían dado su nombre. Aunque su visita fue corta, dice que lo que más le agradó de su visita fue lo poco convencional que era el santuario, por el diseño, ya que estaba acostumbrada a las iglesias tradicionales, y también del interior de la cripta. A pesar de que el viaje de estudios fue por lo que pudo realizar el viaje al santuario, dijo que estaba dispuesta a regresar, por su tranquilidad, y por el significado emocional que tiene para ella.

Por otro lado, si bien éstos son los resultados de las entrevistas que se realizaron a los visitantes, no han sido las únicas que se realizaron, ya que como se ha mencionado durante el capítulo, se llevaron a cabo otras entrevistas, con lo que se completa la información del lugar de procedencia de los visitantes al santuario.

Respecto a la información proporcionada por las oficinas de turismo, éstas indicaron que a través del año se reciben alrededor de 20 000 visitantes que llegan a Arantzazu, ya que observan hay limitantes en los horarios, transporte, y de estacionalidad. Esto, es el número total que pasan a la oficina de turismo, pero no todos los visitantes lo hacen, lo que limita la veracidad de la cifra. Respecto a la procedencia, mencionan que se reparten a partes iguales los visitantes de la Comunidad de País Vasco, Navarra y del resto del Estado español, sobre todo de las comunidades de Cataluña, Galicia y Madrid. Entre los extranjeros, los países de procedencia que llegan son Francia, Reino Unido y, en general, personas de Europa.

Según la Mancomunidad de Debagoiena, coincide con la cifra de visitantes a Arantzazu con un aproximado de 21 000 visitantes, sin embargo, hace notar que esta cifra puede no ser del todo fiable, debido al horario de la oficina y a que no todos acuden a ella. Respecto a la procedencia, mencionan que en cifras similares llegan de los poblados del País Vasco y Navarra, como del resto de España, sobre todo de la comunidad de Cataluña, Valencia y Madrid. Entre los extranjeros predominan franceses e italianos.

A decir de los responsables de algunos de los establecimientos de restauración y alojamiento, la procedencia de los visitantes son algunos del País Vasco en su mayoría, y de otras comunidades predominan la de Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia. Respecto a los extranjeros mencionan que provienen del centro de Europa, Francia, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Holanda. En cuanto a la perspectiva de la propia población del municipio, estos comentaron que la mayoría proviene de la comunidad de Madrid y Cataluña, mientras que los extranjeros eran de Francia, Japón y México (Cuadro 4.12).

Cuadro 4.12. Arantzazu: procedencia de los visitantes según distintos actores sociales

Sitio de procedencia	Procedencia de los visitantes según:				
	Entrevistas a visitantes	Oficina de Turismo	Mancomunidad de Debaioena	Alojamientos y restauración	Población
Euskadi	Álava Vizcaya Guipúzcoa	Álava Vizcaya Guipúzcoa Navarra	Álava Vizcaya Guipúzcoa Navarra	Álava Vizcaya Guipúzcoa	Álava Vizcaya Guipúzcoa
España	Cataluña Islas Canarias Salamanca Granada	Madrid Cataluña Valencia	Madrid Cataluña Galicia	Madrid Cataluña Andalucía Valencia	Madrid Cataluña
Extranjero	EUA México Uruguay	Francia Italia	Europa Francia Reino Unido	Centro de Europa Francia Reino Unido Alemania Estados Unidos Holanda	Francia Japón México

Fuente: Trabajo de campo, 2011

Así, al considerar a los distintos actores sociales, se tiene una mejor visión de cómo se percibe el turismo en el santuario. Se puede observar, que todos coinciden con la procedencia regional de los visitantes, mientras que varían en las comunidades españolas, aunque coinciden en la comunidad de Madrid y Cataluña. Respecto a los visitantes extranjeros, todos coinciden en la procedencia de Francia, justo aquí es que se encuentran una mayor discrepancia de los sitios de procedencia, pero hace notar la proyección internacional que tiene el santuario.

Aun falta considerar lo que han respondido los franciscanos al respecto, pero se trata de manera individual, ya que lo antes mencionado se refiere en general a visitantes del santuario, sin hacer una diferencia entre turistas o peregrinos, por la dificultad que esto representa para cada uno de los actores sociales. Pero, en el caso de los franciscanos se ha conseguido obtener la procedencia de las principales peregrinaciones registradas por ellos, por lo que existe una gran diferencia a los demás resultados.

Para ello, se consideran las respuestas de las entrevistas realizadas al Padre Joseba Etxeberria y a Fray Juan Ignacio Larrea. En cuanto al número de personas que visitan el santuario, hacen una gran distinción entre peregrinos y turistas, ya que el registro que ellos llevan es de los peregrinos que llegan al santuario, y el de turistas lo dejan bajo la responsabilidad de la oficina de turismo. Para ellos, peregrinos son todas aquellas personas que llegan al santuario y participan de alguna liturgia,

o bien de alguna actividad espiritual, como charlas, cursos, ejercicios o retiros espirituales; así como las personas que participan de las peregrinaciones que llegan al santuario durante todo el año. En cuanto a su idea de turista, es toda persona que llega al santuario con el único fin de conocer el santuario por sus características culturales, les distinguen sobre todo por ir en los grupos que organiza la oficina de turismo para dar visitas guiadas.

En cuanto a las personas que visitan el santuario, difiere bastante a la cifra dada por las instituciones, ya que ellos consideran 20 000 visitantes en promedio. Sin embargo, los franciscanos tienen una cifra aproximada de 200 000 visitantes, de los cuales 120 000 son peregrinos, cifra que a decir de ellos no ha variado en los últimos años y que es constante año tras año. Estas cifras las basan en las personas que llegan a las misas que se celebran entre semana, los domingos y festivos en la Eucaristía y el del día de la Virgen que es dedicada a los peregrinos, además de las peregrinaciones que se realizan al santuario.

Respecto a la procedencia de los visitantes al santuario coinciden en mencionar que a nivel nacional las principales comunidades de donde llegan es la Comunidad de Madrid y Cataluña, y en menor medida la presencia de extranjeros, que llegan de Francia en su mayoría, de los cuales la mayoría son turistas religiosos, pero no niegan que pudiera alguno ser un peregrino. De lo que están seguros, es que los peregrinos que llegan allí, son de los poblados cercanos a Arantzazu.

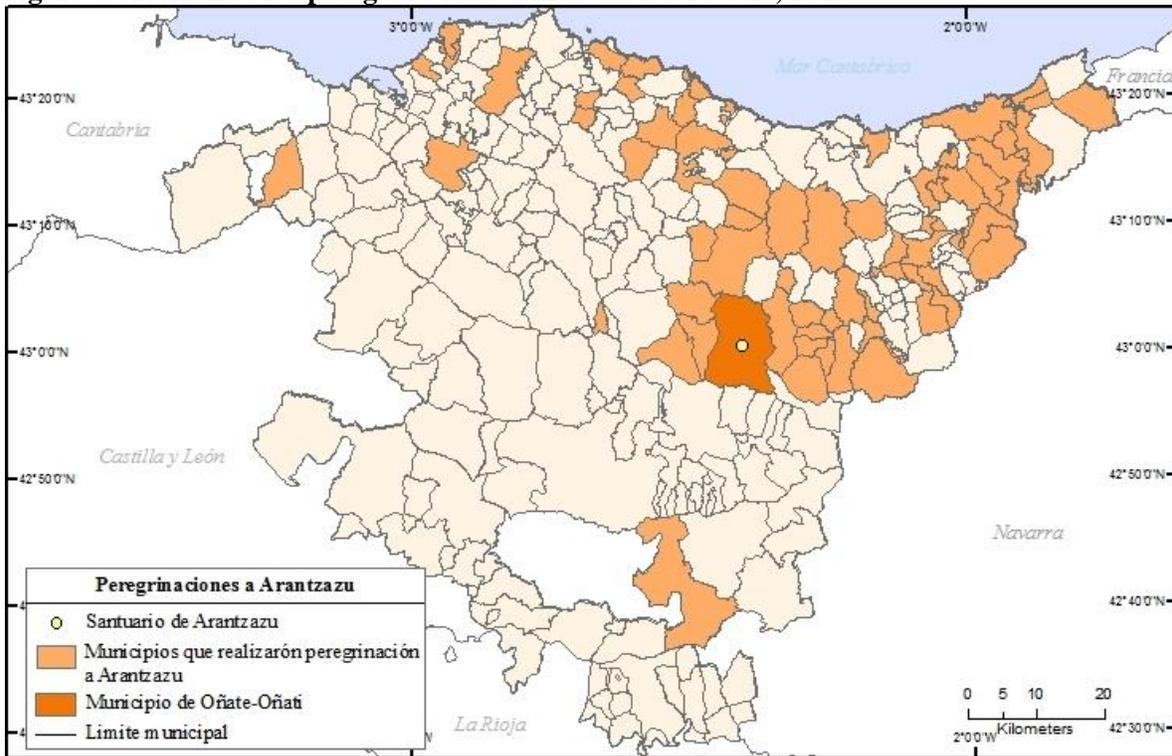
Según los datos que ellos tienen, cuentan que a lo largo del año, sobre todo de los meses entre mayo a octubre, se realizan alrededor de 24 peregrinaciones de distintos pueblos. El número de personas que llegan en cada una de ellas es variable, pero tienen un estimado de 3 000 personas en cada una de ellas (Cuadro 4.13). Sin embargo, comentan que estas cifras son un aproximado, ya que con anterioridad se organizaban las peregrinaciones por las parroquias, pero en la actualidad un gran número de personas llegan de manera independiente ya sea a pie o en automóvil propio. A continuación se presenta la relación de peregrinaciones que se realizaron durante el año 2011 al Santuario de Arantzazu (Figura 4.61).

Cuadro 4.13. Arantzazu: peregrinaciones realizadas al santuario, 2011

Peregrinaciones a Arantzazu, 2011														
Mayo		Junio					Julio					Agosto		
Domingo 15	Domingo 22	5 Ascensión	12 Pentecost	Lunes 13	19 Trinidad	26 Korpus	Domingo 3	Domingo 10	Domingo 17	Domingo 24	25 Santiago	31 San Ignacio	Domingo 7	Miércoles 31
Zarautz	Zarautz	Hernani Ereñozu Astigarraga Urnieta	Oñati Zarautz	Zegama	San Sebastián Bilbao	Bermeo Gernika Plentzia Sopela Mungia Elgoibar	Azpeitia Soraluze Bergara	Ordizia Beasain Lazkao Ataun Andoain- Mutriku	Herrera Pasaia Altza Errenteria Lezo Zamalbide	Ondarroa	Azkoitia	Tolosa Berastegi Elduain Berrobi Alegia Bilabona Amasa Irura Anoeta Aduna Zikurkil	Lekeitio Markina Amoroto Mendexa Aulestia Munitibar	Grupo de Arkupe de Navarra (Primer día de la Novena)
Septiembre												Octubre		
Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7	Día 8	9 Día de Arantzazu	Domingo 11	Domingo 18	Domingo 25	Domingo 2	12 Nuestra Señora del Pilar	
Errezil Goiaz Bidania Albiztur	Forua	Irun	Segura Zerain Mutiloa Idiazabal	Aretxabale	Elgeta Angiozar	Oiartzun	Legazpi	Oñate	Arrasate	Eskoriatza	Ormaiztegi Gaviria	Gernika Ibarrangelu Ea Nuarbe Urrestila Aratz-erreka	Bermeo Zarautz	

Fuente: Entrevista a Fray Juan Ignacio Larrea, 2011

Figura 4.61. Arantzazu: peregrinación realizadas al Santuario, 2011



Fuente: Elaborado sobre la base de: Entrevista a Fray Juan Ignacio Larrea, 2011

Si se consideran todos los resultados obtenidos de los diversos actores sociales involucrados en el Santuario de Arantzazu, se puede ver que los municipios que hacen una mayor aportación de visitantes son de la provincia de Guipúzcoa; le siguen los de Álava y, por último, se encuentran los de Vizcaya. Esto se debe a que la provincia adoptó como su patrona a la Virgen de Arantzazu, y le tienen una gran veneración aún en la actualidad.

A nivel nacional, las principales comunidades de las que provienen los visitantes son la Comunidad de Madrid, y Cataluña, y en menor medida se encuentran las Islas Canarias, pese a la distancia que existe entre éstas y el santuario, Valencia, Andalucía, Galicia, Granada y Salamanca. En cuanto a los aportes del extranjero, los principales países son los que tienen una mayor cercanía con el santuario, en primer lugar Francia, seguido de Reino Unido, e Italia que en últimos años han tenido como destino preferencial para el turismo religioso algún sitio de España. En menor medida se encuentra el mercado alemán y holandés. Más allá de Europa, se encuentran como principales países emisores Estados Unidos, México y Japón.

En cuanto a la frecuencia en que se va al santuario, existe una gran relación con la distancia desde donde llegan las personas. Los visitantes que llegan de poblados cercanos de hasta veinte kilómetros de distancia suelen ir al santuario de manera regular, ya sea al servicio de los domingos o al menos una vez al mes, pero realizan varias visitas al año, un promedio de cuatro a cinco visitas.

Mientras aumenta la distancia, esta frecuencia disminuye, ya que de poblados más lejanos como San Sebastián, Irún e incluso Bilbao, realizan visitas al santuario sólo una vez al año o un máximo de 3 visitas por año. En cuanto a una distancia mayor, hacia fuera del País Vasco, esta visita suele ser una vez al año, en el caso del territorio español, y en el extranjero tan sólo una vez en toda su vida, excepción en algunos casos de franceses que pertenecen al País Vasco Francés, que suelen hacer visitas al santuario una vez al año.

Pero como en todo, esto no es una generalidad, ya que existirán casos de personas dentro del mismo País Vasco, que han visitado el santuario una sola vez, llevados por la familia o amigos, o personas del extranjero que atraídos por la imagen de la Virgen, el santuario o el paisaje regresan más de una vez a él.

Esto se observó de manera clara en las entrevistas realizadas, ya que la mayoría de las personas indicaron que sí volverían al santuario, lo que representa un 83% del total de los visitantes, mientras que el otro 17% indicó que no regresaría, pero no por cuestiones de desagrado del sitio o de la imagen de la Virgen de Arantzazu, sino por la distancia y lo complicado que resulta llegar. De hecho, al respecto mencionaron que les agradecería que mejoraran la carretera, ya que es muy sinuosa y la señalización para llegar al Santuario, ya que ésta es nula a una distancia mayor de veinte kilómetros o bien no es visible la poca que existe.

Otro aspecto que se debe considerar es el de, si el santuario es el único sitio a visitar. Respecto a esto, el 63% de los entrevistados indicó que no era su único destino, ya que además del santuario tenían previsto en su mayoría hacer un recorrido por las principales ciudades del País Vasco. Esto tiene relación con el sitio de donde provienen, ya que quienes realizan este plan son aquellos que vienen de otras comunidades del territorio español o del extranjero. Como se mencionó, es porque tal vez sea la única vez en su vida en que tengan oportunidad de conocer estos sitios. Aquellos que vienen de ciudades del propio País Vasco, pero a una mayor distancia del santuario, suelen visitar

sitios cercanos a éste, como es el centro de Oñate, las cuevas de Arrikruz, o realizar senderismo en el Parque Natural de Aizkorri o ir a poblados próximos como Mondragón.

Por otro lado, el 37% restante de los entrevistados, declaró que el santuario era su único destino. En este aspecto se observa que son aquellas personas que provienen de poblados vecinos, o bien de Oñate, que su objetivo es asistir a misa o pasar el día en el santuario en compañía de familia o amigos, aunque en algunos casos también realizaran alguna actividad de senderismo por el Parque Natural.

Respecto al flujo de visitantes durante el año, Juan Ignacio Larrea, menciona que se mantiene constante durante todo el año, pero que la frecuencia aumenta de marzo a octubre cuando se presentan las peregrinaciones que provienen de diversas localidades, además de que son los meses de primavera y verano, así como la época en que se presenta Semana Santa. Se ve disminuido el número de visitantes hacia los meses de noviembre a febrero, esto se debe a que en invierno el acceso es más difícil, y que en ciertas ocasiones por las condiciones atmosféricas, sobre todo cuando se presentan nevadas, el santuario se encuentra cerrado. Dentro de los meses de mayor afluencia, el que presenta una mayor actividad es el mes de septiembre, mes en que se da la celebración de la Virgen.

Otra característica que hace atractivo a un sitio, es la singularidad que pueda tener para las personas que lo visitan. En este aspecto se preguntó en la entrevista si el sitio les recordaba otro sitio de turismo religioso en España o el mundo, a lo que respondieron el 50% que no podía compararse con ningún otro sitio, tanto por el Santuario como por el paisaje y tranquilidad que tiene el lugar.

El otro 50% hace referencia a que sí lo pueden comparar con otros sitios de turismo religioso, de estos, el 20% lo compara con Montserrat en Barcelona, el 10% con Covadonga en el Principado de Asturias, otro 10% lo asimila con el Santuario de San Ignacio de Loiola en Azpeitia, Guipúzcoa, un 7% lo compara con la Virgen del Pilar y, por último, el 3% con Santiago de Compostela.

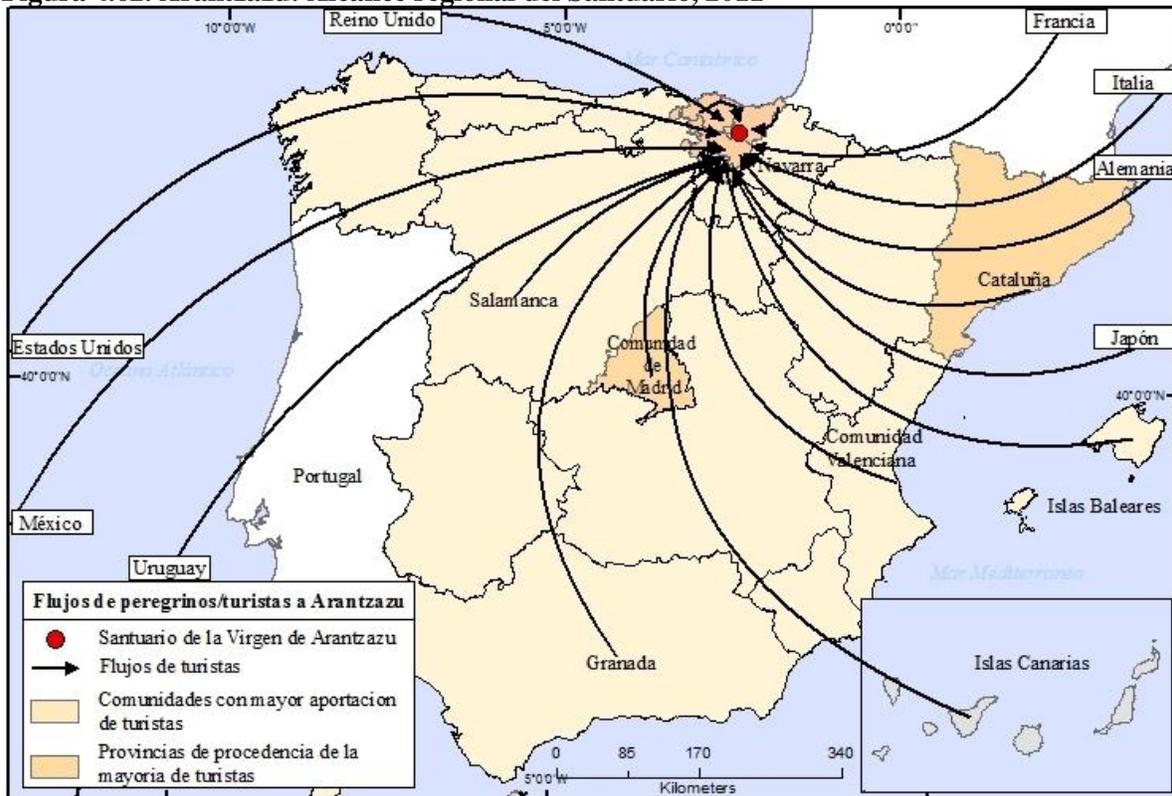
Al preguntar el por qué, respondieron que con Montserrat y Covadonga se asimilaba por el tipo de paisaje que tiene, ya que ambos santuarios se encuentran en un paisaje de montaña, mientras que con el de Loiola lo atañían por la cercanía y relación que tiene éste con Arantzazu. Respecto a la

comparación con la Virgen del Pilar y Santiago de Compostela, respondieron que era por ser sitios religiosos.

Pero al cuestionar si el santuario o la Virgen de Arantzazu, se parecía a otro, todos respondieron que no, que el santuario era muy diferente a otras iglesias, santuarios o ermitas que hubieran visitado. De hecho, al cuestionar que era lo que más les agradaba del emplazamiento, el total de entrevistados contestaron que la basílica por su singularidad, por su arquitectura, y que se conjuntaba además con la tranquilidad del sitio y el paisaje que tiene este.

De esta forma, se puede observar que el Santuario de Arantzazu, es un sitio singular y atractivo para los visitantes que llegan a él, y que de hecho es una de las razones por las que se sienten atraídas las personas que saben por primera vez de Arantzazu. Además, claro está, el de conocer a la Virgen por la que se ha construido tan singular sitio (Figura 4.62).

Figura 4.62. Arantzazu: Alcance regional del Santuario, 2011



Fuente: Trabajo de campo, 2011

En síntesis, al considerar los aspectos antes mencionados, se puede decir que la asistencia constante y un número de visitantes casi invariable, muestra que el santuario ha mantenido su fama, ya sea en términos religiosos, culturales o simplemente turísticos. Esto además significa que se trata de peregrinaciones y turismo fieles, con periodos cortos de vuelta. Por lo tanto, los resultados indican que el Santuario de Arantzazu no es visto como un destino al cual se acude con la única intención de conocer y vivir la experiencia una vez, por el contrario se considera por la mayoría como un lugar singular y de visitas periódicas, lo que le da una característica de demanda fija.

La actividad actual del Santuario de Arantzazu, por sus características religiosas, culturales y paisajísticas, tienen un alcance regional que supera los límites nacionales. Por lo tanto, la actividad de dicho emplazamiento religioso se manifiesta a nivel local, provincial, nacional e internacional.

Conclusiones

El turismo religioso se puede determinar como la forma de viaje en la que la motivación principal es la religiosa, pero que puede asociarse con otro tipo de motivaciones, tales como la curiosidad o el interés cultural por ciertas formas de la religión católica. Se debe tener presente, que el turismo religioso, hoy en día, participa de las mismas formas de organización e infraestructura que cualquier otra forma de turismo, lo que lo lleva a tener una característica multifuncional.

Es así que el turismo religioso, en los últimos años, ha cobrado importancia en distintas partes del mundo para atraer o emitir turismo a los sitios con magnetismo espiritual que desde hace siglos han sido motivo para el peregrinar de las personas, y que en la actualidad es capaz de motivar los viajes de personas ajenas a la religión. Cuestiones que han logrado que estos sitios tengan flujos tanto de peregrinos como de turistas. A pesar de esta importancia que ha ido adquiriendo en los últimos tiempos, se torna difícil el poder acceder a la información que señale el desarrollo de esta actividad. Es el caso de España, que cuenta con una amplia oferta de sitios de turismo religioso a los que acuden millones de personas cada año ya sea en peregrinación, o en turismo. Pero no existe una fuente estadística uniforme que dé datos de esta actividad, ya que cada lugar o acto religioso presenta sus datos por separados y resulta difícil obtener datos de las instituciones eclesiásticas. Es evidente, que no existen datos que demuestren estos movimientos religiosos, pero las peregrinaciones, actos y eventos religiosos son suficientes para considerar que es una actividad que tiene una importancia creciente tanto a nivel nacional como internacional.

Es en este contexto en el que se encuentra el Santuario de Arantzazu, que se ha ido adaptando a los tiempos y demandas de los devotos de la Virgen de Arantzazu, y en la actualidad a los turistas recién atraídos por el emplazamiento. Es así que se han podido distinguir cuatro tipos de visitantes al santuario, los peregrinos piadosos, los turistas religiosos endoculturales, los propiamente turistas religiosos, y los turistas seculares atraídos solo por la curiosidad y su singularidad arquitectónica, artística, cultural y paisajista.

De éstos, el que se encuentra más presente en el santuario es el turista religioso endocultural, que es aquel que realiza un viaje o estancia a un sitio sagrado, que desde sus primeros años de vida ha internalizado mediante una experiencia de aprendizaje parcialmente consciente y parcialmente inconsciente, es aquel que heredó de la generación de más edad el conocimiento de este sitio. En

importancia le siguen el turista religioso, donde su principal motivación es la religiosa, pero que realiza alguna otra actividad sin ninguna relación con lo religioso; y continua el peregrino piadoso cuya única motivación es la religiosa, y en últimos tiempos han comenzado a llegar los turistas seculares, que llegan sólo por curiosidad y que no tienen relación alguna con la religión, y que siguen siendo la minoría dentro de los visitantes del santuario.

De esta manera, la asistencia constante y un número de visitantes casi invariable, muestra que el santuario ha mantenido su fama, ya sea en términos religiosos, culturales, artísticos, paisajísticos o simplemente turísticos. Esto además significa que se trata de peregrinaciones y turismo fieles, con periodos cortos de vuelta. Por lo tanto, los resultados indican que el Santuario de Arantzazu no es visto como un destino al cual se acude con la única intención de conocer y vivir la experiencia una vez, por el contrario se considera por la mayoría como un lugar singular y de visitas periódicas, lo que le da una característica de demanda fija.

Si bien, el santuario tiene una amplia proyección, aun existen asuntos por resolver para ampliar el número de visitantes y el tipo de éstos, ya que podrían mejorarse las señalizaciones viales para llegar al santuario, ya que es hasta que se llega a Oñate que se observan los primeros letreros que indican la localización del santuario. Así como la posibilidad de ampliar el servicio de transporte público al santuario, ya que se ve limitado el uso de éste, por sólo estar en servicio los días domingos y festivos, y al contar con este servicio algún otro día en la semana se podría atraer un mayor número de visitantes que tiene como única forma de desplazamiento el transporte público. A pesar de estos dos inconvenientes la población y los visitantes consideran que es suficiente la infraestructura con que cuenta el emplazamiento, y que nada cambiarían. Sobre todo la población, ya que considera que si se cambiara, dejaría de tener la singularidad y tranquilidad que tiene el santuario.

Las consideraciones, antes mencionadas, derivan del análisis teórico realizado sobre el turismo religioso, y de los resultados emanados de la aplicación de distintas técnicas cualitativas de investigación, que en su conjunto han permitido confirmar la hipótesis planteada al inicio del presente trabajo, la cual apunta que el alcance regional del santuario de la Virgen de Arantzazu en Oñate, España, supera los límites nacionales debido a sus características religiosas y a sus singularidades arquitectónicas, artísticas, culturales y paisajísticas, así como a la existencia de peregrinos y turistas procedentes de diversos sitios del territorio español, principalmente de las

Comunidades de Madrid y Cataluña, y del extranjero entre los que se encuentran Italia, Francia, Reino Unido, Alemania, Japón y, en menor medida, México, Estados Unidos y Uruguay.

Bibliografía

- Arantzazu (2005) *¿Qué es Arantzazu?* Ediciones franciscanas. Guipúzcoa. España. 24 p.
- - - - - (2009) *12 perspectivas para visitar, conocer y disfrutar Arantzazu hoy*. Fundación Arantzazu Gaur. Guipúzcoa. España. 122 p.
- Aymard, A. (1963) *Oriente y Grecia Antigua*. Traducción de Eduardo Ripoll Perelló. Ediciones Destino. Barcelona. España. 334 p.
- Beltrami, M. (2011) *Ocio y viajes en la historia: Antigüedad y Medievo. Contribuciones a la Ciencia*. Universidad de Málaga. España. 250 p.
- Berr, H. (1961) *Al margen de la historia universal*. Traducción José López Pérez. Unión Tipográfica Editorial Hispano americana. México. 234 p.
- Bloch, M. (1958) *La sociedad feudal. La formación de los vínculos de dependencia*. Traducción de Eduardo Ripoll Perelló. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana. México. 300 p.
- Bohumir, R. (1994) “La crónica de Joseph Neumann como fuente histórica” en *Historia de las sublevaciones indias en la Tarahumara*. Praga. Universidad Carolina. 400 p.
- Bosque, R. (2004) *Síntesis de Geografía de España*. Globo. Madrid España. 109 p.
- CIS, (2012) *Barómetro de enero 2012*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Ministerio de la Presidencia. Gobierno de España. Madrid. España. 36 p.
- Cánoves G. (2006) “Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición versus un turismo emergente” en *Cuadernos de turismo*. No. 27. Universidad de Murcia. España. pp. 115-131.
- Cohen, E. (1992) “Pilgrimage and tourism: convergence and divergence” en *Sacred Journeys. The Anthropology of pilgrimage*. Westport. Greenwood Press. pp. 47-61.
- Corti, F. (1978) “Espacio e iconografía en la pintura romántica” en *Anales de Historia Antigua y Medieval*. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires. 271 p.
- Costa, P. (2010) *Turismo cultural e religioso em Braga e Santiago de Compostela*. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid. España. 35 p.
- De la Tejera, E. (2010) “Desde Aztlán a Wiricuta. La peregrinación viva de los Huicholes” en *Revista de Ocio y Turismo. Numero 3*. Universidad Autónoma de Nayarit. Nayarit. México. 216 p.
- Durant, W. (1960) *La edad de la fe*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires. Argentina. 502 p.
- Eade y Sallnow, M. (1991) “Contesting the Sacred” en *The Anthropology of Christian Pilgrimage*. Londres. Routledge. 234 p.

-
- Eliade, M. (1957) *Lo sagrado y lo profano*. Editorial Labor. Barcelona. España. 87 p.
- Esteve, R. (2002) *Turismo y religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*. Universidad de Málaga. España. 546 p.
- - - - - (2009) “Orígenes del aprovechamiento turístico de la Semana Santa Andaluza” en *Laberinto*. No. 6. Universidad de Málaga. España. 14 p.
- Febvre, L. (1955) *La tierra y la evolución humana*. Traducción de Luis Pericot Garcia. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana. México. 318 p.
- Fustel, C. (1993) *La ciudad antigua. Estudio sobre el culto, el derecho y las instituciones de Grecia y Roma*. Editorial Porrúa. México. 100 p.
- Fuster, J. (1994) *Turismo de masas y calidad de servicios*. Graficas Planisi. Palma de Mallorca. España. 123 p.
- Garibai, E. (1571) *Compendio historial de las Crónicas y universal historia de todos los Reynos de España*. Tomo Segundo. Libro XVII. Capitulo XXV. Barcelona. España.
- Garriz, A. (2002) *Los Vascos en las regiones de México: siglos XVI al XX*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Instituto de Investigaciones Históricas. México. 300 p.
- - - - - (2008) *Aportaciones e integración de los vascos a la sociedad mexicana en los siglos XIX-XXI*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Instituto de Investigaciones Históricas. México. 541 p.
- - - - - (2009) *Nuestra Señora de Aránzazu en la Nueva España*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Instituto de Investigaciones Históricas. México. 187 p.
- Germain, A. (2009) “Turismo religioso, un sector prometedor” en *El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión*. EDITUR. España. 6 p.
- Gil, C. (2006) “Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del Monasterio de Santo Toribio de Liébana” en *Cuadernos de Turismo*. No. 18. Universidad de Murcia. España. 6 p.
- Hakobyan, K. (2011) “Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya” en *Revista Iberoamericana de Turismo*. Penedo. Volumen 1. Número 1. Universidad de Girona. España. pp. 63-82.
- Harris, M. (1998) *Antropología Cultural*. Revuelta, Francisco (Traductor). Alianza. Madrid. España. 614 p.
- IET (2012) *Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Informe anual 2012*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Instituto de Turismo de España. Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid. España. 170 p.
-

-
- *Balace del Turismo. Año 2011. Edición 2012*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Instituto de Turismo de España. Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid. España. 112 p.
- *Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). Informe anual 2012*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Instituto de Turismo de España. Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid. España. 170 p.
- *Encuesta de movimientos turísticos de los españoles (Familitur). Informe anual 2012*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Instituto de Turismo de España. Instituto de Estudios Turísticos (IET). Madrid. España. 110 p.
- Khatchikian, M. (2000) *Historia del turismo*. Universidad San Martín de Porres. Lima. Peru. 200 p.
- Kortadi, E. (1993) *Santuario de Aranzazu: Historia*. Departamento de cultura y turismo. Diputación Foral de Guipúzcoa. Guipúzcoa. País Vasco. España. 72 p.
- Krapf, K. (2004) *La consumición turística*. Traducción Muñoz de Escalona. Eumed. 38 p.
- Lizarralde, A. (1950) *Historia de la Virgen y del Santuario de Aranzazu*. Editorial ARANZAZU. Oñate. Guipúzcoa. Vitoria. Álava. España. 555 p.
- Maluquer, J. (1971) *El nacimiento de la vida urbana. Fundamentos del siglo XX*. Salvat Editores. España. 130 p.
- Mazza, C. (2007) *Turismo religioso. Un approccio storico-culturale*. Manuali. Edizione Dehoniane. Bologna. Italia. 192 p.
- Montaner, Antiach y Arcarons (1998) *Diccionario de turismo*. Editorial Sintesis. Madrid. España. 345 p.
- Morinis, A. (1992) "Introduction. The territory of the Anthropology of Pilgrimage" en *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Westport. Greenwood Press. pp. 1-28.
- Nieto, S. (2011) "La ruta de los Conventos" en *Catalogo de elementos conventuales de la Provincia de Salamanca y el norte de Cáceres*. Área de comunicación y cultura de la Fundación Premysa. Fundación Premysa. Salamanca. España. 91 p.
- Olveda, J. (2003) *En busca de la fortuna: los vascos en la región de Guadalajara*. El Colegio de Jalisco. Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País Vasco. Guadalajara. Jalisco. San Sebastián. España. 255 p.
- OMT (2011) *Panorama OMT del turismo Internacional. Edición 2011*. Organización Mundial de Turismo (OMT). Madrid. España. 12 p.
- (2012) *Panorama OMT del turismo Internacional. Edición 2012*. Organización Mundial de Turismo (OMT). Madrid. España. 12 p.
-

- Oñatiko Turismo Bulegoa (2011) *Oñati: Arte, Historia y Tradición*. Turismo de Guipúzcoa. Debagoiena. Oñate. España. 4 p.
- Parellada, J. (2009) *El turismo religioso. Sus perfiles*. Conferencia episcopal Española. Avila, España. 27 p.
- Pérez, E. (2010) “Orishas, turistas y practicantes. La comercialización del patrimonio religioso en Cuba. Un ejemplo de estrategia de revitalización identitaria y económica” en *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Volumen 8. Numero 1. Universidad de La Laguna. El Sauzal (Tenerife). España. pp. 167-184.
- Persson, M. (1961) *Historia de la religión griega*. Traducción: Atilio Gamarro. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires. Argentina. 211 p.
- Platón (1983) *Fedón o sobre el alma. Diálogos*. Traducción María Juana Ribas. Sarpe. España. pp. 324 p.
- Plutarco, J. (2001) “Consejos para conservar la salud” en *Obras Morales y de Costumbres II*. Traducción: Concepción Morales Otal y José García López. Gredos. Madrid. España. 111 p.
- Porcal, M. (2006) “Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio” en *Cuadernos de Turismo*. No. 18. Universidad de Murcia. España. pp. 103-134.
- Preston, J. (1992) “Spiritual magnetism: an organizing principle for the study of pilgrimage” en *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Westport. Greenwood Press. pp. 31-46.
- Réau, L. (1956) *El arte de la Edad Media y la Civilización Francesa*. Traducción José Almoína. Unión Tipográfica Hispano Americana. México. 430 p.
- Rinschede, G. (1992) “Forms of religious tourism” en *Annals of Tourism Research*. Volumen 19. Número 1. pp. 51-67.
- Romo, J. (2000) *El uso turístico del espacio religioso: El Santuario de Loiola en la “Ruta de los tres templos”*. Instituto de Ocio. Universidad de Duesto. Departamento de Industria, Comercio y Turismo. Gobierno Vasco. 118 p.
- Ruíz, U. (2008) *Geografía del País Vasco*. Editorial Nerea. España. 105 p.
- Sociedad especializada (2007) *Turismo religioso. Viajes de fe*. Sociedad Especializada. España. pp. 48-51.
- Turner y Turner, E. (1978) “Image and pilgrimage in Christian cultura” en *Anthropological perspectives*. Nueva York. Columbia University Press. 134 p.
- Turner, V. (1988) *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*. Taurus. Madrid. España. 100 p.

Villa A. (2006) “El Rocío y el turismo de peregrinación” en *Cuadernos de turismo*. No. 18. Universidad de Murcia. España. 151-174 p.

Vukonic, B. (1996) *Tourism and religion*. Oxford. Pergamon. 124 p.

Zaborov, M. (1985) *Historia de las cruzadas*. Traducción José Fernández. Biblioteca de la Historia. Sarpe. Madrid. España. 133 p.

Cibergrafía

Ainhoalives.com (2011) Imagen de la Virgen de Arantzazu. Dirección URL: <http://www.ainhoalives.com>. [Consulta: diciembre, 2011].

Arantzazu (2012) Arantzazu Santutegia. Kultura. Natura. Arantzazuko Adiskideak (Amigos de Arantzazu). Baketik. Fundación Tau. Arantzazu Aldizkaria. Arantzazu Ediciones Franciscanas. Dirección URL: <http://www.arantzazu.org/>. [Consulta: junio de 2011 a septiembre de 2012].

Ayuntamiento de Oñate (2012) Historia de Oñati. Ayuntamiento de Oñate (Oñatiko Udala). Oñate. España. Dirección URL: <http://www.oinati.eu/la-localidad>. [Consulta: enero, 2012].

El Mundo (2011) ETA anuncia el fin de la lucha armada. El Mundo. España. Dirección URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/10/19/espana/1319034890.html>. [Consulta: octubre, 2011].

El País (2011) El final del terrorismo de ETA. Historia de ETA. El País. España. Dirección URL: <http://www.elpais.com/especial/eta/historia.html>. [Consulta: enero, 2012].

FOMENTO (2012) Red de carreteras de España. Ministerio de Fomento. España. Dirección URL: http://www.fomento.gob.es/mfom/lang_castellano/. [Consulta: agosto, 2012].

Euskadi (2012) Portal de Administraciones Vascas. Gobierno del País Vasco. Dirección URL: <http://www.euskadi.net>. [Consulta: diciembre, 2011].

Eustat (2012) Estadísticas de Población, economía y sociedad. Instituto Vasco de Estadística (Euskal Estatistika Erakundea). Gobierno Vasco. Dirección URL: <http://www.eustat.es>. [Consulta: julio, 2012].

Geo.euskadi.net (2011) Índice de Cartografía. Euskadi. Gobierno del País Vasco. Dirección URL: <ftp://ftp.geo.euskadi.net/cartografia/>. [Consulta: octubre, 2011].

Hotel Arantzazu (2012) Infraestructura. Imagen de hotel y restaurante. Dirección URL: <http://www.hotelsantuariodearantzazu.com/>. [Consulta: agosto, 2012].

Hotel Goiko Benta (2012) Infraestructura. Imagen del hotel y del restaurante. Dirección URL: <http://www.goikobenta.com/>. [Consulta. Agosto, 2012].

Hotel Sindika (2012) Infraestructura. Imagen del hotel y del restaurante. Dirección URL: <http://www.hotel-sindika.com/>. [Consulta: agosto, 2012].

- Hotel Soraluze (2012) Infraestructura. Imagen del hotel y del restaurante. Dirección URL: <http://soraluzeostatua.es/>. [Consulta: agosto, 2012].
- INE (2012) Demografía y población. Instituto Nacional de Estadística (España). España. Dirección URL: <http://www.ine.es>. [Consulta: junio, 2012].
- La Borda de Arantzazu (2012) Infraestructura. Imagen de su infraestructura. Dirección URL: <http://www.bordaaranzazu.com/>. [Consulta: agosto, 2012].
- Minube.com (2011) Imagen de las cruces de Ainhoa. Dirección URL: <http://www.minube.com>. [Consulta: diciembre, 2011].
- Parketxea Arantzazu (2012) Infraestructura. Imagen del Parketxea. Dirección URL: <http://www.gipuzkoamendizmendi.net>. [Consulta: junio, 2012].
- Parque Natural Aizkorri (2012) Imagen del Parque. Dirección URL: <http://turismo.euskadi.net/es/espacios-naturales/parque-natural-de-aizkorri-aratz/x65-12375/es/>. [Consulta: junio, 2012].
- Restaurante Zeleia Zabala (2012) Infraestructura. Imagen del restaurante. Dirección URL: <http://www.zelaizabal.com/>. [Consulta: agosto, 2012].
- Travelbymexico (2012) Imagen de la vista actual de la capilla de Aránzazu, Plaza de Aránzazu, San Luis Potosí, México. Dirección URL: <http://www.travelbymexico.com>. [Consulta: agosto, 2012].
- TURESPAÑA (2012) Comunidades Autónomas de España. Instituto de Turismo De España (TURESPAÑA). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid. España. Dirección URL: <http://www.tourspain.es>. [Consulta: marzo, 2012].
- Turisfera (2008) Turismo religioso: viajes de aura mística. Turisfera. Dirección URL: <http://www.turisfera.com>. [Consulta: noviembre de 2011].

Filmografía

- Titulo: 1955-2005: Basilikaren 50. Urteurrena. 50 aniversario de la Basílica. Arantzazu “Ermitatxo bat eidazu”. Video. Director: Iñaki Beristain. Locución: Tere Beloki. País: España. Color y blanco y negro. Año: 2005. Idioma: Castellano y Euskera. Duración 31’35”.
- Titulo: Caminos de Encuentro. Arantzazu. Locución Raquel Sánchez Gascón. País: España. Producción: Galdare Comunicación Audiovisual. Año: 2007. Idioma: Castellano y Euskera. Duración: 20’05”.

ANEXOS

Anexo 1

Tipo de cambio		
Año	Dólares de Estados Unidos por Euro	Pesos mexicanos por Euro
2008	1.4707	16.2911
2009	1.3947	18.7989
2010	1.3257	16.7374
2011	1.3919	17.2878
2012	1.2827	16.9055

Fuente: Banco de España, 2012

Anexo 2

a. Municipios de la Provincia de Álava

Provincia	Capital	Comarcas	Municipios		
Álava - Araba	Vitoria-Gasteiz	Vitoria	Álava	Elvillar	Oyón
		Ayala	Alegría de Álava	Valle de Arana	Peñacerrada
		Laguardia-Rioja Alavesa	Amurrio	Iruña de Oca	Ribera Alta
		Salvatierra	Añana	Iruraiz-Gauna	Ribera Baja
		Zuya	Aramayona	Cripán	Salvatierra
		Añana	Armiñón	Cuartango	Samaniego
		Campezo-Montaña Alavesa	Arraya-Maestu	Labastida	San Millán
			Arrazua-Ubarrundia	Lagrán	Urkabustaiz
		Arceniega	Laguardia	Valdegovía	
		Aspárrena	Lanciego	Villabuena de Álava	
		Ayala	Lantarón	Vitoria	
		Baños de Ebro	Lapuebla de Labarca	Yécora	
		Barrundia	Llodio	Zalduendo de Álava	
		Berantevilla	Villarreal de Álava	Zambrana	
		Bernedo	Leza	Cigoitia	
		Campezo	Moreda de Álava	Zuya	
		Elburgo	Navaridas		
		Elciego	Oquendo		

Fuente: Euskadi, 2012

b. Municipios de la Provincia de Vizcaya

Provincia	Capital	Comarcas	Municipios
Vizcaya- Bizkaia	Bilbao-Bilbo	Gran Bilbao Duranguesado Lea-Artibai Busturiakdea-Urdaibai Uribe Las Encartaciones Arratia-Nervi6n	Abadiano Abanto y Ci6rvana Aj6nguiz Alons6tegui Amorebieta-Echano Amoroto Aracaldo Ar6nzazu Arb6cegui y Guerricaiz,Munitibar o Munditbar Arcentales Arrancudiaga Arrazua Arrieta Arrigorriaga Artea (antes oficialmente Castillo y Elejabeitia o Arteaga) Arteaga o Gaut6guiz de Arteaga Axpe Achondo Aulestia o Mur6laga Baquio Baracaldo (antes oficialmente San Vicente de Baracaldo) Barrica Basauri Bedia o Vedia Berango Bermeo Berriat6a B6rriz Bilbao Busturia Carranza Ce6nuri Ceberio Cenarruza-Bolbar oCenarruza-Puebla de Bol6var Ci6rvana Cort6zubi Derio Dima Durango Ea Ech6varri Echevarr6a o San Andr6s de Echevarr6a Elanchove Elorrio Erando Ere6o Ermua Forua Fr6niz Gald6cano Galdames G6miz-Fica Garay Gatica Gordejuela G6rliz Guecho Gue6nes
			Guernica y Luno Guizaburuaga Ibarranguelua o Elejalde Isp6ster Izurza Lanestosa Larrabez6a Lauqu6niz Lejona Lemona Lem6niz Lequeitio Lezama (antes oficialmente Santa Mar6a de Lezama) Lujua Mallavia Ma6naria Marquina-Jem6in Maruri Mendata Mendeja Me6naca Miravalles Morga M6gica o Ugarte Mundaca Mungu6a Muruetza Nav6rniz Ochandiano Ond6arroa Ordu6a Orozco Ortuella (antes oficialmente Santurce-Ortuella) Pedernales Plencia (antes Plasentia de Butr6n) Portugalete Rigoitia San Juli6n de Musques oSomorrostro Santurce (antes oficialmente Santurce Antiguo) Sestao Sondica Sopelana Sopuerta Truc6os Ubidea Urd6liz Valle de Tr6paga o San Salvador del Valle Valmaseda Villaro o Arenaza Yurre Yurreta Zald6var Zalla Zamudio Zar6tamo

Fuente: Euskadi, 2012

c. Municipios de Guipúzcoa

Provincia	Capital	Comarcas	Municipios	
Guipúzcoa-Gipuzkoa	Donostia-San Sebastian	Bajo Bidasoa	Abalcisqueta (Abaltzisketa)	Hernialde
		Oarsoaldea	Aduna	Ibarra
		San Sebastián	Aizarnazábal (Aizarnazabal)	Icazteguieta (Ikaztegieta)
		Tolosaldea	Albístur (Albiztur)	Idiazábal (Idiazabal)
		Goyeri	Alegría de Oria (Alegia)	Irún (Irun)
		Urola Costa	Alquiza (Alkiza)	Irura
		Bajo Deba	Alzaga (Altzaga)	Isasondo (Itsasondo)
		Alto Deba	Alzo (Altzo)	Larraul
			Amézqueta (Amezqueta)	Lasarte-Oria
			Andoáin (Andoain)	Lazcano (Lazkao)
			Anoeta	Leaburu
			Anzuola (Antzuola)	Legazpia (Legazpi)
			Arama	Legorreta
			Arechavaleta (Aretxabaleta)	Lezo
			Asteasu	Lizarza (Lizartza)
			Astigarraga	Mendaro
			Ataun	Mondragón (Arrasate)
			Aya (Aia)	Motrico (Mutriku)
			Azcoitia (Azkoitia)	Mutiloa
			Azpeitia	Olaberria (Olaberria)
			Baliarrain	Oñate (Oñati)
			Beasáin (Beasain)	Oreja (Orexa)
			Beizama	Orendáin (Orendain)
			Belaunza (Belauntza)	Orio
			Berástegui (Berastegi)	Ormáiztegui (Ormaiztegi)
			Berrobi	Oyarzun (Oiartzun)
			Bidegoyan (Bidegoian)	Pasajes (Pasaia)
			Cegama (Zegama)	Placencia de las Armas (Soraluze)
			Ceráin (Zerain)	Régil (Errezil)
			Cestona (Zestoa)	Rentería (Errenteria)
			Cizúrquil (Zizurkil)	Salinas de Léniz (Leintz-Gatzaga)
			Deva (Deba)	San Sebastián (Donostia)
			Éibar (Eibar)	Segura
			Elduayen (Elduain)	Tolosa
			Elgóibar (Elgoibar)	Urnieta
			Elgueta (Elgeta)	Usúrbil (Usurbil)
			Escoriaza (Eskoriatza)	Vergara (Bergara)
			Ezquioga-Ichaso (Ezkio-Itsaso)	Villabona
			Fuenterrabía (Hondarribia)	Villafranca de Ordicia u (Ordizia)
			Gáinza (Gaintza)	Villarreal de Urrechua (Urretxu)
			Gaviria (Gabiria)	Zaldivia (Zaldibia)
			Gaztelu	Zarauz (Zarautz)
			Gueteria (Getaria)	Zumárraga (Zumarraga)
			Hernani	Zumaya (Zumaia)

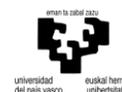
Fuente: Euskadi, 2012



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Filosofía y Letras
Instituto de Geografía

Anexo 3

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Facultad de Letras
Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología



Entrevista para ser aplicada a turistas/peregrinos del Santuario de la Virgen de Aránzazu, España

Numero de encuesta: _____

Fecha: _____

Aplicador: _____

I. Datos del encuestado

1. Sexo: M F

2. Edad: _____

3. Lugar de residencia _____

4. Creencia religiosa _____

5. Grado de escolaridad _____

6. Ocupación actual _____

II. Características del viaje del turista o visitante

7. Número de las personas que viajan con usted _____

8. Si viaja acompañado ¿Qué tipo de parentesco tiene(n) la (s) persona (s) que le acompañan_____

9. ¿Es el Santuario de la Virgen de Aránzazu el único destino de su viaje? Sí No

Si la respuesta es no, indicar que otros lugares ha visitado o tiene pensado visitar después de estar en el santuario _____

10. Número de horas o días que permanecerá el lugar _____

11. Tipo de alojamiento en que se hospeda _____

12. ¿Cómo llego a este lugar? (tipo de transporte) _____

III. Motivos de la visita

13. ¿Es su primera visita a este santuario? Sí No Si la respuesta es no, indicar la fecha de las visitas anteriores (años) _____

14. ¿Motivo por el cual visita el santuario?

a. Conocer b. Hacer una petición a la Virgen de Aránzazu

c. Agradecer a la Virgen de Aránzazu d. Otro _____

IV. Características del lugar visitado

15. ¿Cómo supo acerca de la existencia del Santuario de la Virgen de Aránzazu? _____

16. ¿Qué es lo que más le agrada de este sitio? _____

17. Durante su estancia en este sitio ¿qué ha hecho o piensa hacer?

a. Solo visitar el santuario d. Además de las anteriores ingerir alimentos

b. Visitar el parque natural y seminario e. Visitar el santuario y pernoctar en el mismo sitio

al menos una noche

c. Visitar el lugar y comprar algunos recuerdos f. Otras _____

18. Considera que la región del Santuario de la Virgen de Aránzazu se encuentra:

Muy limpia Limpia Regular Contaminada Muy contaminada

19. Mencione cómo calificaría los siguientes recursos del lugar:

Recurso	Muy bien	Bien	Regular	Malo	Muy malo	No contesto
Clima						
Santuario						
Gandiaga						
Parque Nat.						
Parquetxe						
Hotel						
Tienda						
Espacio de juegos						
Caserio Gomiztegi						
Cuevas de Arrikruz						
Comida						
Otros						

20. ¿Con que otro sitio turístico religioso de España o del mundo podría comparar el Santuario de la Virgen de Aránzazu? _____ ¿Por qué? _____

21. ¿Le gustaría que hubieran grandes hoteles, carreteras amplias, y mejores instalaciones de las que existen actualmente? Sí No

Argumente: _____

22. ¿Regresaría usted a este lugar? Sí No ¿Por qué? _____

V. Aspectos económicos del viaje

23. Usted ha pagado sus consumos en: Dólares (EU) Euros Otros

24. De los siguientes artículos y servicios, usted cree que los precios son:

	Muy caro	Caro	Regular	Barato	Muy barato	No sabe
Transporte						
Hospedaje						
Tours						
Alimentación						
Souvenirs						
Otros						

25. Hasta el momento, ¿aproximadamente cuánto dinero ha gastado? _____

Observaciones:

Anexo 4

"ENCUESTA A INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TURISMO EN LAS ZONAS DE MONTAÑA DE LA CAPV"

Cuestionario: Localidad: Fecha:

Municipio: Hora: Nombre de la institución:

Correo electrónico: Dirección postal:

Nombre del encuestado:

P.1. Tipo de institución

- | | | |
|---|--|----------------------|
| 1 | Oficina/punto de información turística | <input type="text"/> |
| 2 | Museo | <input type="text"/> |
| 3 | Centro de interpretación | <input type="text"/> |
| 4 | Otras | <input type="text"/> |

P.2. ¿Cuándo se fundó la institución en la que usted trabaja?

P.3. ¿Es una institución pública o privada?

- | | | | | |
|---|---------|----------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | Pública | <input type="text"/> | ¿De quién depende? | <input type="text"/> |
| 2 | Privada | <input type="text"/> | | |
| 3 | Otras | <input type="text"/> | | |

P.4. ¿Tiene algún reconocimiento de calidad?

- | | | | | |
|-----|----------|--|----------------------|----------------------|
| 1 | Sí | <input type="text"/> | ¿Desde cuándo? | <input type="text"/> |
| >>> | ¿Cuáles? | a Q de Calidad turística | <input type="text"/> | |
| | | b ISO | <input type="text"/> | |
| | | c T de Compromiso de Calidad Turística | <input type="text"/> | |
| | | d Otro | <input type="text"/> | |
| 2 | No | <input type="text"/> | | |

P.5. ¿Cuál es el número de empleados de esta institución?

- | | | |
|-----|-----------------------------|----------------------|
| 1 | Personal fijo | <input type="text"/> |
| 2 | Personal eventual | <input type="text"/> |
| >>> | ¿En qué épocas? | |
| | a Fines de semana y puentes | <input type="text"/> |
| | b Verano | <input type="text"/> |
| | c Otras épocas | <input type="text"/> |

P.6. ¿Qué número de empleados fijos residen en el municipio?

P.7. ¿Desde dónde se desplazan los restantes?

- | | | |
|---|---|----------------------|
| 1 | Municipios de la misma comarca | <input type="text"/> |
| 2 | Otras comarcas del Territorio Histórico | <input type="text"/> |
| 3 | Desde la capital del Territorio Histórico | <input type="text"/> |
| 4 | Resto de la CAPV o fuera de la CAPV | <input type="text"/> |

P.8. ¿Su personal tiene una formación especializada relacionada con la información que ofrece al visitante?

1 Sí >>> Indique la formación
 2 No

P.9. ¿Tienen personal dedicado a la atención de turistas extranjeros?

1 Todos, ya que manejan varios idiomas
 2 Se cuenta con personal que sabe idiomas y los atienden
 ¿Cuántas personas?
 3 No
 4 Otro

P.10. ¿Acude el personal a cursos de cualificación?

1 Sí
 >>> ¿En qué consisten?
 a Guías turísticos a
 b Idiomas
 c Gestión
 d TIC's
 e Historia, arte
 f Atención al cliente
 g Otros
 2 No

P.11. ¿Su institución está emplazada en una zona de fácil accesibilidad? (se localiza en el casco urbano, hay autobuses que facilitan el acceso a ella, etc.)

1 Sí >>> ¿Por qué?
 2 No >>> ¿Cómo se podría mejorar?

P.12. ¿Considera que la señalización existente para que los turistas lleguen con facilidad a su institución es la adecuada?

1 Sí
 2 No >>> ¿Cómo se podría mejorar?

P.13. ¿Su institución es accesible a todos los colectivos? (por ejemplo, personas con dificultades de movilidad)

1 Sí >>> ¿Qué facilidades tienen?
 2 No >>> ¿Por qué?

P.14. ¿Esta institución se encuentra en algún edificio de relevancia artístico-patrimonial?

1 Sí >>> ¿Cuál?
 >>> ¿Cree que supone alguna ventaja o inconveniente el estar ubicado ahí?
 a Ventaja ¿Cuáles?
 b Inconveniente ¿Cuáles?
 2 No

P.15. ¿Este edificio ha sido objeto de alguna intervención dirigida a su conservación en los últimos 10 años?

1 Sí >>> ¿Cuál?
 2 No

P.16. ¿Qué bienes alberga el edificio?

P.17. ¿Esta institución se abre al público durante todo el año o sólo en temporada?

- | | | | |
|---|--------------|----------------------|----------------------|
| 1 | Todo el año | <input type="text"/> | |
| 2 | En temporada | <input type="text"/> | >>> ¿En qué período? |

P.18. ¿Qué servicios ofrecen a los visitantes?

- | | | |
|---|---------------------|----------------------|
| 1 | Folletos | <input type="text"/> |
| 2 | Libros informativos | <input type="text"/> |
| 3 | Guías profesionales | <input type="text"/> |
| 4 | Audioguías | <input type="text"/> |
| 5 | Otros | <input type="text"/> |

P.19. ¿Tienen alguna oferta complementaria? (con otras instituciones, empresas, museos...)

- | | | | | |
|---|----|----------------------|-----------------------|----------------------|
| 1 | Sí | <input type="text"/> | >>> ¿En qué consiste? | <input type="text"/> |
| 2 | No | <input type="text"/> | | |

P.20. ¿Cuál es el número de visitantes que reciben al año?

2010	<input type="text"/>	2009	<input type="text"/>	2008	<input type="text"/>
2007	<input type="text"/>	2006	<input type="text"/>	2005	<input type="text"/>

P.21. ¿Cuál ha sido la evolución experimentada por el número de visitantes desde que se abrió esta institución?

- | | | |
|---|------------------------|----------------------|
| 1 | Gran incremento | <input type="text"/> |
| 2 | Incremento moderado | <input type="text"/> |
| 3 | Estancamiento | <input type="text"/> |
| 4 | Decrecimiento moderado | <input type="text"/> |
| 5 | Gran decrecimiento | <input type="text"/> |

P.22. ¿En qué meses la afluencia de visitantes es más elevada y en qué meses menos?

Meses de mayor afluencia	<input type="text"/>
Meses de menor afluencia	<input type="text"/>

P.23. ¿Tienen establecido un número máximo permitido de visitantes?

- | | | |
|-----|---|----------------------|
| 1 | Sí | <input type="text"/> |
| >>> | ¿Qué medidas se toman para no sobrepasarlo? | |
-

- | | | |
|---|----|----------------------|
| 2 | No | <input type="text"/> |
|---|----|----------------------|

P.24. ¿Qué tipo de visitantes predominan?

- | | | | | | |
|---|------------|----------------------|---|----------------|----------------------|
| | Edad | <input type="text"/> | | Acompañamiento | <input type="text"/> |
| 1 | <25 años | <input type="text"/> | 1 | Sólo | <input type="text"/> |
| 2 | 25-65 años | <input type="text"/> | 2 | En pareja | <input type="text"/> |
| 3 | >65 años | <input type="text"/> | 3 | Familia | <input type="text"/> |
| | | | 4 | Amigos | <input type="text"/> |

	Procedencia			
1	CAPV	<input type="text"/>		
2	España	<input type="text"/>	>>>	CC.AA. <input type="text"/>
3	Extranjero	<input type="text"/>	>>>	Países <input type="text"/>

P.25. ¿Cuál es la duración media del tiempo de visita a esta institución?

P.26. ¿Qué estrategias siguen para atraer a los turistas?

1	Acudir a ferias	<input type="text"/>	5	Publicidad	<input type="text"/>
2	Folleto	<input type="text"/>	6	Ofertas especiales	<input type="text"/>
3	Redes Sociales	<input type="text"/>	7	Otras	<input type="text"/>
4	Página web	<input type="text"/>			

P.27. ¿Tienen alguna estrategia de marketing o promoción para atraer turistas internacionales?

1	Sí	<input type="text"/>	¿Cuáles?
	a	Acudir a ferias internacionales	<input type="text"/>
	b	Folleto en idiomas	<input type="text"/>
	c	Web en diversos idiomas	<input type="text"/>
	d	Colaborar con instituciones extranjeras	<input type="text"/>
	e	Otras	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>	

P.28. ¿Disponen de algún formulario relativo al grado de satisfacción después de la visita?

1	Sí	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

P.29. ¿Han organizado algún evento de cara a la promoción del turismo en la zona?

1	Sí	<input type="text"/>	>>> ¿En qué año?	<input type="text"/>
>>>		¿En qué consistió? _____		
2	No	<input type="text"/>		

P.30. ¿Cree que el turismo ha sido un factor de dinamización en su localidad/comarca?

1	Sí	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

>>> ¿Por qué? _____

P.31. ¿Cree que el turismo ha mejorado algún aspecto de su localidad/comarca? Explíquelo

1	Sí	<input type="text"/>	
	a	Fijación de la población	<input type="text"/>
	b	Mayor actividad económica	<input type="text"/>
	c	Empleo	<input type="text"/>
	d	Aumento de las rentas	<input type="text"/>
	e	Mantenimiento de actividades tradicionales (artesanía...)	<input type="text"/>

- f Mejora del nivel de vida local
- g Mejora de infraestructuras
- h Aumento y/o mejora de equipamientos
- i Inserción de TIC's
- j Conservación del patrimonio cultural e histórico-artístico
- k Conservación del patrimonio y el paisaje
- l Reforzamiento de la identidad local
- m Enriquecimiento cultural
- n Otros

2 No

P.32. ¿Cree que a consecuencia del turismo se ha creado algún tipo de conflicto o problema en su localidad/comarca? Explíquelo concretamente

- 1 Sí
- a Declive de act. económicas tradicionales (agricultura, ganadería...)
- b Empeoramiento del nivel de vida local
- c Crecimiento inadecuado de equipamientos o instalaciones turísticas
- d Sobreutilización del suelo
- e Deterioro del patrimonio cultural e histórico-artístico
- f Deterioro de la naturaleza y el paisaje
- g Pérdida de peso de los intereses locales en la gobernanza territorial
- h Tensiones sociales con la comunidad local
- i Otros

2 No

P.33, Valore del 1 al 5 la incidencia del turismo en su territorio
(1 no hay prácticamente turistas, 5 es un lugar abarrotado de turistas)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.34. Del 1 al 5 ¿qué potencialidad cree que tiene su territorio como atractivo turístico?
(1 no es un territorio atractivo-5 tiene grandes posibilidades)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.35. ¿Cree que las autoridades (ayuntamiento, mancomunidad, agencias, diputación, gobierno) están trabajando positivamente en el desarrollo turístico de su territorio?

1 Sí

>>> ¿Por qué? _____

2 No

P.36. ¿Qué medidas de apoyo considera necesarias para promocionar el turismo en su comarca?

P.37. ¿Qué imagen/opinión tiene del turismo en su comarca?

Anexo 5

ENTREVISTA CON EXPERTOS

Fecha:

Hora:

Localidad:

Municipio:

Nombre del entrevistado:

ORGANISMO:

- 1- Nombre del organismo o institución
- 2- Tipo de organismo o institución (Administración, Asociación Sectorial, Fundación, Asociación Municipios, Mancomunidad, Agencia de Desarrollo, Comarca, etc.)
- 3- Ámbito de actuación (Estatal, Autonómico, Provincial, Comarcal, Municipal):
- 4- Área de Actividad (General, Promoción Económica, Trabajo, Turismo, Desarrollo Local, Agricultura, Ganadería, Cultura, Medio Ambiente, Asuntos Sociales, otras)
- 5- Entidades o miembros integrantes
- 6- Año de fundación
- 7- Objetivos
- 8- Funciones concretas
- 9- Funciones en materia de turismo
- 10- Número total de empleados
- 11- Número de empleados procedentes de la comarca y número de empleados procedentes del exterior
- 12- Lugares de procedencia de los trabajadores no residentes en la comarca

OFERTA TURÍSTICA DE LA COMARCA:

- 13- ¿Podría, por favor, señalar cuáles son los principales recursos turísticos existentes en su comarca/municipio? ¿Cuál es la capacidad de atracción que poseen? (internacional, nacional, regional, comarcal/local)
- 14- ¿Cuáles son las principales modalidades turísticas de la comarca/municipio? (turismo rural, ecoturismo, turismo cultural, deportivo, activo, salud y bienestar...)
- 15- ¿El turismo de residencias secundarias es importante en la comarca? ¿Y el excursionismo?. Comente, por favor, la situación de ambos (desde cuándo existen, su evolución, etc).
- 16- ¿Qué productos turísticos concretos se ofertan en la comarca?. ¿Quién los ha creado o diseñado?
- 17- ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización turística adoptadas en la comarca?. ¿Cree que están resultando eficaces?
- 18- ¿Cuál es la imagen y la experiencia que se pretende vender de este destino?
- 19- ¿Considera suficiente, excesiva o escasa la oferta de alojamiento en la comarca teniendo en cuenta el volumen actual de visitantes?. ¿Esa oferta podría acoger a un mayor número de turistas?. ¿Existe saturación en alguna época concreta del año?
- 20- ¿Qué otros servicios turísticos se ofrecen en la comarca?. ¿Son suficientes, excesivos o escasos?
- 21- ¿Considera que el personal del sector turístico en la comarca está preparado profesionalmente para la atención de los turistas? ¿Encuentra deficiencias al respecto?

TURISTAS QUE VISITAN LA COMARCA:

- 22- ¿Cuál es el número de visitantes anuales en la comarca?
- 23- ¿Cómo se distribuye el número de visitas a lo largo del año? (meses con mayor y menor número de visitantes)
- 24- ¿Predominan los excursionistas de día o los turistas que pernoctan?
- 25- ¿Cuál es el perfil de los turistas atendiendo a los siguientes aspectos?: sexo, edad, tipo de acompañamiento (familias, parejas, amigos, etc.), procedencia, poder adquisitivo, capacidad de gasto, medio de desplazamiento, etc.
- 26- ¿Cuáles son las principales motivaciones de los visitantes para venir a la comarca?. Y una vez que están aquí ¿cuáles son las principales actividades que realizan?.

- 27- ¿Se han observado cambios en los últimos diez años en el número, perfil, motivaciones y actividades de los turistas?

DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMARCA:

- 28- ¿Existe algún plan para el desarrollo del turismo en la comarca?. ¿Cuándo se aprobó? ¿Cuáles son sus principales objetivos? ¿Qué propuestas o actuaciones concretas plantea? ¿Se están cumpliendo los objetivos y actuaciones?
- 29- ¿Ha habido algún programa o plan institucional (Diputación Foral, Gobierno Vasco, Gobierno Español, Unión Europea) que haya sido el impulsor del desarrollo del turismo en la comarca? ¿En qué ha consistido?. ¿Ha habido alguna ayuda al respecto?. Comente, por favor, si han tenido incidencia en la comarca los siguientes programas:
- Programas operativos de las Zonas 5b (1990-1993 y 1994-1999)
 - Iniciativas LEADER (I, II y +)
 - Programas INTERREG
- 30- ¿Qué personas, estamentos o instituciones son los impulsores del desarrollo turístico en la comarca? (Agentes que intervienen en el desarrollo turístico)
- 31- Si dicho desarrollo turístico no se ha producido, ¿en su opinión quiénes deberían desempeñar ese papel de impulsores del desarrollo turístico?
- 32- ¿Cuáles son las principales organizaciones turísticas de la comarca? ¿Desde cuándo existen? ¿Cuáles son sus funciones?
- 33- A la hora de gestionar la actividad turística ¿se han aplicado medidas para controlar la “capacidad de carga” o “capacidad de acogida” en los lugares o en los equipamientos?
- 34- ¿Hay algún tipo de cooperación territorial (entre municipios, comarcas, territorios u otras comunidades autónomas) con el fin de desarrollar el turismo? ¿Podría, por favor, concretar quiénes protagonizan esos acuerdos de cooperación? ¿Cuáles son los principales objetivos que persiguen? ¿Qué medidas o actuaciones se han emprendido a este respecto?

DIAGNÓSTICO Y EFECTOS DEL TURISMO EN LA COMARCA:

- 35- ¿Aproximadamente qué supone el término del Producto Interior Bruto comarcal el turismo?
- 36- ¿En líneas generales, la población de la comarca está a favor del desarrollo del turismo o lo ve como una amenaza?
- 37- ¿Cuáles son las principales fortalezas de la comarca para el desarrollo del turismo?
- 38- ¿Cuáles son las principales debilidades de la comarca para el desarrollo del turismo?
- 39- ¿El turismo está actuando como dinamizador de la economía? ¿Qué beneficios ha generado? ¿Qué perjuicios económicos?
- 40- ¿Socialmente el turismo ha ocasionado beneficios o perjuicios? ¿Cuáles? ¿Se ha creado empleo?. ¿Podría concretar, por favor, el número de puestos de trabajo generados gracias al turismo?
- 41- ¿Se han producido impactos ambientales o paisajísticos relacionados con el turismo? ¿Positivos o negativos? ¿Cuáles?
- 42- ¿Se han generado conflictos de usos y actividades? (por ejemplo, entre el turismo y la agricultura, ganadería, explotación forestal, caza, etc.). ¿Y conflictos entre el turismo y la conservación del patrimonio cultural?
- 43- En su opinión ¿se debería impulsar más el desarrollo turístico de la comarca o cree que debería promoverse más otro sector económico?
- 44- ¿Cuáles considera que deberían ser las estrategias a seguir para potenciar el turismo?
- 45- ¿A su entender, qué modalidad o tipo de turismo se debería promocionar?
- 46- ¿Cómo ve el futuro del sector turístico en esta comarca?

Anexo 6

ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE LAS ZONAS DE MONTAÑA DE LA CAPV

Cuestionario: Fecha: Hora: Localidad:
 Municipio: Nombre:

P.1. ¿Sabe cuáles son los recursos turísticos y/o productos que visitan los turistas en su comarca?

1 Sí
 >>> ¿Puede decirme algunos?

2 No

P.2. Para usted, ¿cuáles son los 3 recursos turísticos más atractivos de su comarca? Ordénelos según importancia

1º 2º 3º

P.3. ¿Cuáles son las principales modalidades turísticas de la comarca?

1	Turismo Rural	<input type="text"/>
2	Ecoturismo	<input type="text"/>
3	Turismo Cultural	<input type="text"/>
4	Turismo Activo, Deportivo	<input type="text"/>
5	Turismo de Salud y Bienestar	<input type="text"/>
6	Otros	<input type="text"/>

P.4. ¿Ha notado un aumento o decrecimiento de los visitantes en su territorio desde hace 5 años?

1	Aumento	<input type="text"/>	>>>	¿A qué cree que se debe?	<input type="text"/>
2	Decrecimiento	<input type="text"/>	>>>	¿A qué cree que se debe?	<input type="text"/>
3	Hay más o menos los mismos	<input type="text"/>			

P.5. Predominantemente, ¿qué perfil de visitantes suele ver en la comarca?

Edad		Acompañamiento	
1	<25 años	<input type="text"/>	1 Sólo <input type="text"/>
2	25-65 años	<input type="text"/>	2 En pareja <input type="text"/>
3	>65 años	<input type="text"/>	3 Familia <input type="text"/>

Procedencia

1	CAPV	<input type="text"/>	>>>	CC.AA.	<input type="text"/>
2	España	<input type="text"/>	>>>	Países	<input type="text"/>
3	Extranjero	<input type="text"/>			

P.6. ¿Qué actividades suelen realizar los turistas en su comarca?

1	Visitar museos/centros de interpretación	<input type="text"/>
2	Contemplar el patrimonio histórico-artístico	<input type="text"/>
3	Contemplar la naturaleza y el paisaje	<input type="text"/>
4	Participar en actividades culturales	<input type="text"/>
5	Pasear por la localidad	<input type="text"/>
6	Practicar actividades de aventura	<input type="text"/>

7	Senderismo	<input type="text"/>
8	Ciclismo	<input type="text"/>
9	Descanso y relax	<input type="text"/>
10	Degustación gastronómica	<input type="text"/>
11	Compras	<input type="text"/>
12	Otras	<input type="text"/>

P.7. ¿El turismo de residencias secundarias es importante en su comarca?

1 Sí >>> ¿Desde cuándo? _____
¿Cuál es su evolución? _____

2 No

P.8. ¿El excursionismo es importante en su comarca?

1 Sí >>> ¿Desde cuándo? _____
¿Cuál es su evolución? _____

2 No

P.9. ¿Existe saturación de turistas en alguna época del año?

1 Sí >>> ¿En cuál? _____
2 No

P.10. ¿Considera suficiente, excesiva o escasa la oferta de alojamiento en la comarca teniendo en cuenta el volumen actual de turistas?

1 Suficiente
2 Excesiva
3 Escasa

P.11. ¿Conoce las acciones/medidas que se han creado para el desarrollo del turismo en su comarca?

>>> 1 Sí
¿Puede decirme algunas? _____

2 No

P.12. ¿Cree que las autoridades (ayuntamiento, mancomunidad, agencias, diputación, gobierno) están trabajando positivamente en el desarrollo turístico de su territorio?

1 Sí >>> ¿Por qué?
2 No

P.13. ¿Considera que se debería invertir más en el desarrollo de este sector?

1 Sí >>> ¿Por qué?
2 No

P.14. A su entender, ¿qué modalidad o tipo de turismo se debería promocionar en su comarca?

1 Turismo Rural
2 Ecoturismo
3 Turismo Cultural

- 4 Turismo Activo, Deportivo
- 5 Turismo de Salud y Bienestar
- 6 Otros

P.15. ¿Cree que el turismo ha sido un factor de dinamización en su localidad/comarca?

- 1 Sí >>> ¿Por qué? _____
- 2 No

P.16. ¿Cree que el turismo ha mejorado algún aspecto de su localidad/comarca? Explíquelo concretamente

- 1 Sí
 - a Fijación de la población
 - b Mayor actividad económica
 - c Empleo
 - d Aumento de las rentas
 - e Mantenimiento de actividades tradicionales (artesanía...)
 - f Mejora del nivel de vida local
 - g Mejora de infraestructuras
 - h Aumento y/o mejora de equipamientos
 - i Inserción de TIC's
 - j Conservación del patrimonio cultural e histórico-artístico
 - k Conservación del patrimonio y el paisaje
 - l Reforzamiento de la identidad local
 - m Enriquecimiento cultural
 - n Otros
- 2 No

P.17. ¿Cree que a consecuencia del turismo se ha creado algún tipo de conflicto o problema en su localidad/comarca? Explíquelo concretamente

- 1 Sí
 - a Declive de act. económicas tradicionales (agricultura, ganadería...)
 - b Empeoramiento del nivel de vida local
 - c Crecimiento inadecuado de equipamientos o instalaciones turísticas
 - d Sobreutilización del suelo
 - e Deterioro del patrimonio cultural e histórico-artístico
 - f Deterioro de la naturaleza y el paisaje
 - g Pérdida de peso de los intereses locales en la gobernanza territorial
 - h Tensiones sociales con la comunidad local
 - i Otros
- 2 No

P.18. Valore de 1-5 la incidencia del turismo en su territorio

(1 no hay prácticamente turistas- 5 es un lugar abarrotado de turistas)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.19. De 1-5, ¿qué potencialidad cree que tiene su territorio como atractivo turístico?

(1 no es un territorio atractivo-5 tiene grandes posibilidades)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.20. ¿Qué imagen/opinión tiene del turismo en su comarca?

P.21. ¿Querría comentar alguna cosa más relacionada con el turismo de su comarca? ¿Alguna propuesta de actuación? ¿Algo con lo que no esté de acuerdo?

Anexo 7

"ENCUESTA A EMPRESAS RELACIONADAS CON EL TURISMO EN LAS ZONAS DE MONTAÑA DE LA CAPV"

Cuestionario: Localidad: Nombre de la empresa:
 Nombre del encuestado: Fecha: Municipio:
 Dirección postal: Hora:
 Correo electrónico:

P.1. Tipo de empresa turística

1	Servicios de alojamiento	<input type="text"/>	2	Servicios de restauración	<input type="text"/>
a	Hotel de 4 o más estrellas	<input type="text"/>	a	Sólo restaurante	<input type="text"/>
b	Hotel de 3 o menos estrellas	<input type="text"/>	b	Bar-Restaurante	<input type="text"/>
c	Hostal/pensión	<input type="text"/>	c	Bar	<input type="text"/>
d	Agroturismo	<input type="text"/>	d	Tienda de alimentación	<input type="text"/>
e	Casa Rural	<input type="text"/>			
f	Apartamento	<input type="text"/>			
g	Camping	<input type="text"/>			

3 Servicios turísticos complementarios

a	Turismo activo	<input type="text"/>
b	Servicios de guía	<input type="text"/>
c	Otros	<input type="text"/>

P.2. Año de creación de la empresa:

P.3. Servicios que ofrece la empresa

1	Alojamiento	<input type="text"/>		
2	Restauración	<input type="text"/>	>>> a	Desayuno
			b	Comida
			c	Cena
3	Venta directa de productos	<input type="text"/>		
4	Actividades de ocio y turismo	<input type="text"/>		
5	Alquiler de material	<input type="text"/>		
6	Servicios de guía	<input type="text"/>		
7	Otros	<input type="text"/>		

P.4. ¿Tiene algún reconocimiento de calidad?

1	Sí	<input type="text"/>	>>> ¿Cuáles?	a Q de Calidad turística	<input type="text"/>
				b ISO	<input type="text"/>
				c T de Compromiso de Calidad Turística	<input type="text"/>
				d Otro	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>			

P.5. ¿Desarrolla alguna estrategia de promoción o comercialización para atraer a los turistas?

1	Sí	<input type="text"/>	>>> ¿Cuáles?	a Acudir a ferias	<input type="text"/>
				b Folletos	<input type="text"/>
				c Redes Sociales	<input type="text"/>
				d Página web	<input type="text"/>
				e Publicidad	<input type="text"/>
				f Ofertas especiales	<input type="text"/>
				g Otras	<input type="text"/>

2 No

P.6. ¿Desarrolla alguna estrategia de promoción o comercialización para atraer a los turistas extranjeros?

1 Sí >>> ¿Cuáles? a Acudir a ferias internacionales
 b Folletos en idiomas
 c Web en diversos idiomas
 d Colaborar con instituciones extranjeras
 e Otras

2 No

P.7. ¿Ha cambiado su estrategia comercial desde que puso en marcha la empresa?

1 Sí >>> ¿Cuáles han sido los cambios?
 a Nuevos productos- Ofertas especiales
 b Mejoras en la calidad
 c Mayor profesionalización
 d Incorporación de las TIC's
 e Ofrezco mayor información sobre el turismo
 f Reajuste en los horarios (aumento/disminución)
 g Reajuste en el personal (aumento/disminución)
 h Otros

2 No

P.8. ¿Mantiene alguna relación con otras empresas para vender en conjunto sus productos?

1 Sí >>> ¿Con cuáles? _____

2 No >>> ¿Qué productos? _____

P.9. ¿Suele acudir a eventos relacionados con el turismo?

1 Sí >>> ¿A qué tipo de eventos? _____
 >>> ¿Qué tipo de transcendencia tienen esos eventos?
 a Locales
 b Autónoma
 d Nacional
 e Internacional

2 No

P.10. ¿Considera que los establecimientos de su comarca están cualificados para atender al turista?

1 Sí
 2 No >>> ¿Qué mejoraría? _____

P.11. ¿Cuál es el nivel de ocupación en las siguientes temporadas? Número de personas en el año 2010.

1 Temporada alta
 2 Temporada media
 3 Temporada baja

P.12. ¿Ha observado alguna evolución en el tipo de clientela o en el número de personas desde su apertura?

- 1 Sí
- >>> a Tipo de clientela
- >>> ¿Cuáles son esos cambios? _____
- b Número de personas
- >>> ¿Cuáles son esos cambios? _____
- 2 No

P.13. ¿En qué época suelen tener más ingresos?

- | | | |
|---|-------------------------|--------------------------|
| 1 | Primavera | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Verano | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Otoño | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Invierno | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Semana Santa | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Navidades | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Carnavales | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Fines de semana/Puentes | <input type="checkbox"/> |

P.14. Predominantemente, ¿qué tipo de clientela recibe en su empresa?

- | Edad | | Acompañamiento | |
|------|------------|----------------|-----------|
| 1 | <25 años | 1 | Sólo |
| 2 | 25-65 años | 2 | En pareja |
| 3 | >65 años | 3 | Familia |
| | | 4 | Amigos |

Procedencia

- | | | | |
|---|------------|--------------------------|------------------|
| 1 | CAPV | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | España | <input type="checkbox"/> | >>> CC.AA. _____ |
| 3 | Extranjero | <input type="checkbox"/> | >>> Países _____ |

P.15. ¿Cuál es el gasto medio diario que suele dejar el turista en su empresa?

- | | | | | | | |
|---|----------|---|--------------------------|---|-----------|--------------------------|
| 1 | <30 € | 1 | <input type="checkbox"/> | 4 | 100-150 € | <input type="checkbox"/> |
| 2 | 30-50 € | 2 | <input type="checkbox"/> | 5 | 150-200 € | <input type="checkbox"/> |
| 3 | 50-100 € | 3 | <input type="checkbox"/> | 6 | >200 € | <input type="checkbox"/> |

P.16. ¿Ha recibido algún tipo de ayuda por parte de la administración para poner en marcha o mejorar su empresa?

- 1 Sí >>> ¿De qué tipo? _____
- 2 No

P.17. ¿Suele acudir a cursos/jornadas/seminarios relacionados con el turismo?

- 1 Sí >>> ¿De qué tipo? _____
- >>> ¿Quién los organiza? _____
- 2 No

P.18. ¿Cree que el turismo ha sido un factor de dinamización en su localidad/comarca?

- 1 Sí >>> ¿Por qué? _____
 2 No

P.19. ¿Cree que el turismo ha mejorado algún aspecto de su localidad/comarca? Explíquelo concretamente

- 1 Sí
- | | | |
|---|--|--|
| a | Fijación de la población | |
| b | Mayor actividad económica | |
| c | Empleo | |
| d | Aumento de las rentas | |
| e | Mantenimiento de actividades tradicionales (artesanía...) | |
| f | Mejora del nivel de vida local | |
| g | Mejora de infraestructuras | |
| h | Aumento y/o mejora de equipamientos | |
| i | Inserción de TIC's | |
| j | Conservación del patrimonio cultural e histórico-artístico | |
| k | Conservación del patrimonio y el paisaje | |
| l | Reforzamiento de la identidad local | |
| m | Enriquecimiento cultural | |
| n | Otros | |
- 2 No

P.20. ¿Cree que a consecuencia del turismo se ha creado algún tipo de conflicto o problema en su localidad/comarca? Explíquelo concretamente

- 1 Sí
- | | | |
|---|---|--|
| a | Declive de act. económicas tradicionales (agricultura, ganadería...) | |
| b | Empeoramiento del nivel de vida local | |
| c | Crecimiento inadecuado de equipamientos o instalaciones turísticas | |
| d | Sobreutilización del suelo | |
| e | Deterioro del patrimonio cultural e histórico-artístico | |
| f | Deterioro de la naturaleza y el paisaje | |
| g | Pérdida de peso de los intereses locales en la gobernanza territorial | |
| h | Tensiones sociales con la comunidad local | |
| i | Otros | |
- 2 No

P.21. Valore de 1-5 la incidencia del turismo en su territorio

(1 no hay prácticamente turistas- 5 es un lugar abarrotado de turistas)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.22. De 1-5, ¿qué potencialidad cree que tiene su territorio como atractivo turístico?

(1 no es un territorio atractivo-5 tiene grandes posibilidades)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

P.23. ¿Cree que las autoridades (ayuntamiento, mancomunidad, agencias, diputación, gobierno) están trabajando positivamente en el desarrollo turístico de su territorio?

1	Sí	<input type="checkbox"/>	>>> ¿Por qué? _____
2	No	<input type="checkbox"/>	

P.24. ¿Qué medidas de apoyo considera necesarias para promocionar el turismo en su comarca?

P.25. ¿Qué imagen/opinión tiene del turismo en su comarca?

Anexo 8

Entrevista a responsables del santuario (Orden de Franciscanos)

Fecha: _____

Nombre: _____

Oficio: _____

1. Número de peregrinos al año que visitan el santuario (mencionar las cifras aproximadas de los últimos 10 años)

a. 2011 _____

b. 2010 _____

c. 2009 _____

d. 2008 _____

e. 2007 _____

f. 2006 _____

g. 2005 _____

h. 2004 _____

i. 2003 _____

j. 2002 _____

k. 2001 _____

2. Número de días u horas que permanecen los peregrinos en el santuario

3. Motivos principales por los cuales visitan el santuario (agradecer o pedir a la virgen, o algún otro)

4. Donde se encuentran dentro del santuario, los exvotos para la Virgen de Arantzazu y en qué consisten en su mayoría, y cuántos son aproximadamente, y su procedencia

5. De qué lugar provienen los peregrinos (Países, provincias, localidades)

6. En qué temporada hay más afluencia de peregrinos al santuario

a. Primavera _____

b. Verano _____

c. Otoño _____

d. Invierno _____

7. Cuál es el número aproximado de peregrinos que llegan el día de la festividad de la Virgen de Arantzazu (9 de septiembre)

8. Cuantas peregrinaciones se hacen al santuario al año aproximadamente

9. Con que frecuencia visitan los peregrinos el santuario

10. ¿Han notado algún cambio en el numero de peregrinos que llegan o en la frecuencia en que vuelven al santuario, ha disminuido o a aumentado?

11. De los otros servicios religiosos o espirituales que ofrecen cuantas personas son las que acuden (cursos, seminarios, retiros, etc.)

12. De las personas que acuden, todas son católicas o de que otras religiones llegan a acudir

13. ¿Consideran que debería de existir una mejor infraestructura, mas hoteles, mejores carreteras, mas transporte?

14. ¿Debería de tener una mayor promoción el santuario?

15. ¿Les agradaría que hubiera una mayor afluencia de turistas extranjeros?

16. ¿Algo más que guste agregar sobre el Santuario de Arantzazu?
