

Vocación turística de los itinerarios religiosos y perspectivas de desarrollo territorial: el Camino de Santu Jacu en Cerdeña (Italia)

Gavino Mariotti / Maria Veronica Camerada / Salvatore Lampreu* / Silvia Carrus

Università degli Studi di Sassari, Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali (DUMAS), Via Roma 151, 07100 Sassari, Italia

Recibido: 27 de febrero de 2021 / Aceptado: 6 de mayo de 2021

Resumen

Desde hace años asistimos al descubrimiento de itinerarios culturales y religiosos, considerados instrumentos capaces de favorecer el desarrollo local sostenible. Su valor es principalmente turístico, y en Italia existen numerosas iniciativas. El presente trabajo se centra en las efectuadas por la Región de Cerdeña para la estructuración de productos e itinerarios orientados al mercado del turismo religioso. A partir del análisis de la literatura científica, se subraya la potencialidad turística de las rutas religiosas, prestando especial atención al Camino de Santu Jacu, que atraviesa toda la región. El método y los instrumentos de investigación son los de la geografía económica, que contempla el recurso a indicadores estadísticos y a los Sistemas de Información Geográfica (SIG). Mediante las elaboraciones realizadas, el trabajo destaca cómo los caminos religiosos pueden contribuir a aumentar la competitividad regional si reciben apoyo y promoción a partir de acciones específicas y políticas de desarrollo local.

Palabras clave

Itinerarios religiosos; Cerdeña; patrimonio cultural; áreas rurales; Camino de Santu Jacu.

Tourist vocation of the religious itineraries and perspectives of territorial development: The Santu Jacu Way in Sardinia (Italy)

Abstract

For some years we have been witnessing the rediscovery of cultural and religious itineraries, considered tools capable of promoting sustainable local development. Their value is mainly touristic and there are numerous initiatives in Italy aimed at the religious and slow tourism market. Starting from the analysis of scientific literature, the contribution highlights the tourist potential of religious routes with a focus on the Santu Jacu Way, which crosses the entire island. The method and tools are those of economic geography, which contemplate the use of statistical indicators and Geographic Information Systems (GIS). Through the elaborations carried out, the paper highlights how religious paths can contribute to increasing regional competitiveness if supported and promoted within specific local development actions and policies.

Keywords

Religious itineraries, Sardinia, cultural heritage, rural areas, Santu Jacu Way.

JEL Codes: R50, Z12, Z32, O20.

* G. Mariotti: mariotti@uniss.it, M. V. Camerada: vcamerada@uniss.it, S. Lampreu: slampreu@uniss.it (autor para correspondencia), S. Carrus: scarrus@uniss.it

1. Introducción

Desde hace años asistimos a una creciente atención, por parte del mundo académico y de la política, hacia el tema de los itinerarios, considerados instrumentos capaces de favorecer el desarrollo sostenible tanto en áreas rurales como urbanas. Itinerarios y caminos representan formas eficaces de colaboración entre actores locales y comunidades para llevar a cabo estrategias compartidas de promoción turística y territorial (Corinto, 2017; Corinto y Nicosia, 2015; Dino Viterbo, 2004; Lemmi, 2015; Marques Brazil y Santos, 2014; Pollice y Spagnuolo, 2015; Rubio Gil y Cabello, 2019).

Para su análisis contamos con la contribución de numerosas disciplinas como la geografía económica, el marketing turístico, la sociología, la antropología o la planificación territorial, entre otras. Como prueba de la versatilidad del fenómeno, también son diversas las funciones que se le suelen atribuir: en algunos casos, se conciben como meros instrumentos de marketing y promoción, en otros desempeñan un papel estratégico para la cohesión y el desarrollo territorial, y representan soluciones capaces de revitalizar las pequeñas poblaciones y crear empleo (Canova, 2012; Falqui y Serenelli, 2009). Además, el diseño de rutas alternativas a los consabidos circuitos turísticos contribuye a reducir la capacidad de carga de destinos lastrados por una excesiva concentración de turistas (World Tourism Organization [UNWTO], Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality [CELTH], NHTV Breda University of Applied Sciences y NHL Stenden University of Applied Sciences, 2018).

Entre las formas de turismo principalmente asociadas a los itinerarios se encuentran las del turismo rural y lento, enfocado a la autenticidad de los productos, a los valores ambientales, a las experiencias y a la relación con las comunidades locales (Albanese, 2013; Cabaleiro Besada, Araújo Vila y Fraiz Brea, 2019; Longo y Cicirello, 2018; Macchia, 2015; Pistocchi, Curiazi y Dallari, 2018; Valls, Mota, Freitas Vieira y Santos, 2019; Zanolin, 2019). Este modelo abarca otros tipos de turismo (religioso, enogastronómico, ecoturismo, etcétera), que se exponen como «alternativos» al *fast tourism*, y que en Italia son promovidos por ministerios, regiones, mancomunidades, Grupos de Acción Local (GAL), instituciones religiosas y asociaciones de voluntarios.

El turismo lento y experiencial es un sector en crecimiento, como confirmaron recientes estudios de mercado, y la pandemia de COVID-19 aceleró su expansión: en 2020 se registró un aumento de la demanda turística interesada en lugares de proximidad y al aire libre, caracterizados por una alta calidad de vida y por condiciones de salubridad, paisajes bonitos, producciones agroalimentarias genuinas y bienes culturales tal vez poco conocidos (Centro Studi Turistici di Firenze [CST], 2020; Mangano, 2020; Touring Club Italiano [TCI] y Hertz Italia, 2020).

Se trata de elementos que componen un rico capital territorial fácilmente localizable en las áreas rurales e interiores (Prezioso, 2018), que pueden disfrutarse, explotarse, hacerse accesibles y generar un nuevo valor añadido si forman parte de redes y circuitos proyectados a tal efecto. Los itinerarios culturales y religiosos aparecen entre las herramientas más aptas para alcanzar estos objetivos.

A la luz de estas premisas, con el presente trabajo se pretende analizar el Camino de Santu Jacu en Cerdeña, un itinerario de gran interés religioso, cultural, ambiental y turístico, como atestigua su inscripción en el registro de caminos de la Consejería Regional de Turismo. Además, posee la peculiaridad de ser el más largo de Cerdeña y de formar parte de la red transnacional de caminos jacobeos. Mediante un enfoque geográfico, el estudio se detiene en las conexiones entre turismo religioso e itinerarios, destacando la función agregadora de estos últimos con respecto al patrimonio cultural ampliamente presente en las zonas rurales.

En cuanto a la estructura del artículo, en el apartado 2 se analiza la literatura científica, en el 3 se exponen la metodología y los datos, en el 4 se abordan los resultados de los análisis realizados acompañados de algunas propuestas y en el 5 se presentan las conclusiones. El trabajo hace hincapié en el potencial turístico de los itinerarios religiosos y del Camino de Santu Jacu, que puede expresarse mejor si se inserta en las estrategias locales de desarrollo y se apoya en acciones destinadas a mejorar su estructuración y promoción, también en función de la popularidad de la red europea de los Caminos de Santiago de la que forma parte.

2. Turismo e itinerarios religiosos: oportunidades y perspectivas de desarrollo territorial

De la observación de las llegadas internacionales registradas en los últimos diez años, que en 2019 alcanzaron el récord de 1.500 millones de personas, con un aumento del 4% con respecto a 2018 (UNWTO, 2020a), se comprende la importancia del turismo para las economías de muchas regiones. Con un peso del 10,4% sobre el Producto Interior Bruto (PIB) global y con casi 320 millones de trabajadores empleados en todo el mundo (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2019), el turismo representa uno de los sectores más estratégicos también para Europa (Commissione Europea, 2010; Eurostat, 2019; Mariotti, Sechi Nuvole, Camerada y Carrus, 2018). A pesar de su gran resiliencia en tiempos de crisis (Bizzarri y Ceschin, 2020; Tadini y Piva, 2020), la aparición de la pandemia de COVID-19 ha desencadenado un choque económico y financiero sin precedentes, sobre todo para el mundo de los viajes y de las vacaciones (Agenzia Nazionale del Turismo [ENIT], 2020; Burini, 2020; Mariotti, Camerada y Lampreu, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2020; UNWTO, 2020b).

El turismo religioso es uno de los segmentos principalmente afectados por la pandemia, cuya difusión ha obligado a cancelar la mayoría de los eventos relacionados con la fe, las peregrinaciones y los viajes espirituales (Mosier, Elhadary, Elhaty y Safaei, 2020; Raj e Griffin, 2020).

Difícil de definir, el turismo religioso es un fenómeno complejo y multidimensional (Alecu, 2010; Blackwell, 2007; Scarpelli, 2009). Considerado como una de las formas más antiguas de turismo (Seyer y Müller, 2011; Tala y Padurean, 2008; Timothy y Olsen, 2006), está animado por numerosos sujetos, tanto en el lado de la demanda como en el de la oferta. No es una exclusiva de las grandes ciudades (Celant, 2007), sino que abarca zonas geográficas diferentes, desde las áreas muy urbanizadas hasta las aldeas más remotas.

También existen diferencias en cuanto al momento en que se realiza: en algunos casos puede practicarse en cualquier período del año, como recorrer la Vía Francígena o el Camino de Santiago; en otros, está vinculado a manifestaciones o acontecimientos concretos, como los jubileos, las jornadas de la juventud o los ritos de la Semana Santa. Si consideramos que los primeros grandes viajes de la historia fueron realizados por motivos de culto (Bulatović y Stranjančević, 2019), las peregrinaciones y los viajes espirituales pueden considerarse, a todos los efectos, precursores del actual «turismo religioso» (Lois González y López, 2015).

Según las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector mueve cada año más de 300 millones de personas (Álvarez-García, de la Cruz, del Río y Gómez-Ullate, 2019; Rot, Kresimir y Sinisa, 2014). El 40% de los desplazamientos que se producen anualmente por motivos religiosos afectan a Europa, con importantes repercusiones territoriales; este último aspecto se ha recalado también durante un reciente congreso internacional sobre turismo religioso y peregrinación, organizado en 2017 por la OMT, el Ministerio de Economía de Portugal y el municipio de Ourém. En Italia, los turistas religiosos pueden confiar en un amplio patrimonio cultural, puesto que aproximadamente el 70% de los bienes artísticos son de carácter religioso, con 85.000 iglesias clasificadas como bienes culturales, a las que se añaden 1.535 monasterios, 3.000 complejos monumentales, 5.500 bibliotecas, 26.000 archivos, 700 colecciones y museos eclesiásticos y miles de obras pictóricas y escultóricas (Conferenza Episcopale Italiana [CEI], 2019).

Por su capacidad de favorecer el desarrollo local, alimentar las economías de proximidad y apoyar los procesos de valorización del patrimonio cultural, el turismo religioso es también un elemento estratégico para regenerar las poblaciones rurales (Piersanti, 2014). A este respecto se podrían citar varias experiencias relacionadas con la recuperación de antiguos caminos de la fe que han supuesto una valorización de los territorios atravesados, llenos de recursos paisajísticos y culturales, como la Vía Francígena en Toscana (Conti, Iommi, Piccini y Rosignoli, 2015; Sarno, 2016) o el Camino de Santa Bárbara en Cerdeña (Balletto, Milesi, Ladu y Borruso, 2020; Ladu, Milesi, Borruso y Balletto, 2019).

Son numerosos los estudios que, mediante enfoques y métodos especializados, han analizado la compleja relación concurrente entre los signos de la fe, los paisajes, el desarrollo territorial y los efec-

tos socioeconómicos generados por los itinerarios culturales y religiosos (Azzari y Dallari, 2019; Bales-trieri y Congiu, 2017; Campanile, 2018; Dallari y Niglio, 2018; Dallari, Trono y Zabbini, 2009; Famoso, Incognito y Petino, 2012; Herrero, 2009; Galliano, 2002, 2003; Graave, Klijs y Heijman, 2017; Ivona y Privitera, 2020; Martínez Roget, Castro Domínguez y Fraiz Brea, 2018; Murias Fernández y Rodríguez González, 2014; Nocco, 2020; Podda, Camerada y Lampreu, 2016; Trono y Oliva, 2013). Especialmente en las áreas rurales, los itinerarios y los caminos representan herramientas de conexión entre recursos diferentes, con efectos positivos respecto de la ocupación, del cuidado del territorio, de la cohesión social y de la recuperación arquitectónica y funcional de bienes y otras estructuras abandonadas (Battino y Donato, 2017; Canova, 2012; De Felice, 2017).

En el escenario italiano, constituye un importante documento de referencia el Plan estratégico del turismo 2017-2022 «Italia, país para viajeros», coordinado por la Dirección General de Turismo del Ministerio de Bienes y Actividades Culturales y de Turismo (MIBACT), y basado en los tres principios clave de sostenibilidad, innovación y accesibilidad, de los que se derivan iniciativas como la creación del Atlas de los Caminos de Italia. Este atlas consiste en una infraestructura digital para apoyar la movilidad lenta, y reagrupa 46 caminos conforme a 11 criterios establecidos para formar parte de él. De estos caminos, unos 30 hacen expresamente referencia a santos o a otros elementos de la fe, como sugieren sus nombres, por ejemplo, los Caminos del Jubileo, el Camino de los Protomártires Franciscanos, la Vía de Francisco, el Camino de Benedicto, etcétera. Esta estrategia nacional está apoyada por otras medidas llevadas a cabo por las regiones para promover el turismo religioso y de los caminos de la fe, como las de Cerdeña, donde en los últimos años se ha apostado mucho por este sector de enorme potencial.

3. Materiales y métodos

El presente trabajo, a la luz de la literatura científica examinada, se basa en la premisa de que el patrimonio cultural, incluidos los bienes religiosos, posee un papel importante en la definición del atractivo turístico territorial. Confirma este dato la reciente clasificación realizada por el Instituto Nacional de Estadística de Italia (ISTAT), que subdividió todos los municipios italianos en categorías turísticas específicas, clasificando cada uno de ellos según un índice sintético de densidad turística. En el marco de esta investigación, tal clasificación representa la base para analizar el atractivo turístico de la Región de Cerdeña, también teniendo en cuenta el contenido del Plan estratégico de desarrollo y marketing (Regione Autonoma della Sardegna [RAS], 2018), que identifica el “turismo de caminos” entre los productos turísticos que es preciso reforzar. Tras un repaso de las principales iniciativas llevadas a cabo en la región para promover el turismo religioso, se profundizará en el caso del Camino de Santu Jacu, relacionándolo con la mencionada clasificación del ISTAT y con otras variables, como la distribución de los bienes culturales a lo largo del itinerario y las formas de agregación supralocal de los municipios involucrados.

Los datos utilizados para los análisis, todos en la forma de *open data*, han sido extraídos de los sitios web del ISTAT, del MIBACT, del Atlas estadístico de los municipios, de las páginas web de “Bandiere arancioni” y “Borghi d’Italia”, de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), de la Región de Cerdeña y de los GAL. Las informaciones sobre el Camino de Santu Jacu proceden principalmente del sitio web correspondiente, donde se encuentran enlaces a diversas rutas en GPS descargables del portal wikiloc. A este respecto, cabe señalar que hay varias rutas desaparecidas o dañadas, cuya reconstrucción se ha realizado mediante el software QGis a partir de los mapas presentes en el sitio del camino, sometidos a un proceso de georreferenciación, y de la descripción de los segmentos. Esta recuperación ha permitido representar de forma sistemática todo el itinerario, poniendo claramente de relieve los diferentes ejes.

Específicamente para este trabajo, y con el objetivo de integrar algunas informaciones, hemos dirigido entrevistas semiestructuradas a dos de los principales representantes de la Asociación Amigos

del Camino de Santu Jacu. Adaptando la técnica utilizada por Vázquez Añel y Araújo Vila (2016), se han formulado diez ítems divididos en dos ámbitos de investigación: preguntas sobre los peregrinos y preguntas sobre las iniciativas de la Asociación (Anexo 1). Las respuestas obtenidas, integradas en el apartado 4.3, han sido útiles para detallar más algunas dinámicas propias del caso tratado.

4. Resultados

De cara a una mayor claridad expositiva, esta parte del trabajo ha sido subdividida en cuatro subapartados, todos interrelacionados entre sí: en el 4.1 se definen los principales rasgos de la vocación turística nacional, haciendo referencia a la última clasificación turística efectuada por el ISTAT; en el 4.2 se analiza la posición de la Región de Cerdeña con respecto a dicha clasificación y a las estrategias regionales de desarrollo turístico enfocadas a la valorización del producto religioso; en el 4.3 se describe el Camino de Santu Jacu y sus principales características; y en el 4.4 se relaciona el camino con el patrimonio cultural de las áreas rurales de Cerdeña y se hacen algunas propuestas de mejora bajo el perfil del desarrollo turístico-territorial.

4.1. Patrimonio cultural y vocación turística nacional

Los bienes que constituyen el patrimonio cultural y natural, además del gran valor histórico e identitario que transmiten (Mattioli, 2021), representan componentes importantes del atractivo de diversos destinos y contribuyen a definir su vocación turística, como en el caso de Italia.

Si, por ejemplo, se consultan las listas de los 1.121 sitios inscritos en la UNESCO (869 sitios culturales, 213 naturales y 39 mixtos en 167 países del mundo), se puede observar que Italia y China son los países que más poseen (55 cada uno).

De los bienes italianos oficialmente reconocidos, 5 son sitios naturales mientras que los 50 restantes son monumentos, plazas, ciudades, jardines y paisajes culturales. Se trata de recursos de gran interés histórico, cultural y geográfico que ejercen, también desde el punto de vista turístico, una considerable capacidad de atracción y contribuyen a definir la imagen de Italia en el escenario competitivo global. A estos bienes hay que sumarles otras realidades, como museos, sitios arqueológicos, centros urbanos antiguos..., que desempeñan un papel fundamental a la hora de captar un gran número de turistas culturales. En un estudio de 2018, la Banca de Italia señalaba que en 2017 el turismo cultural representaba el 51,7% de las llegadas, el 52,3% de las pernoctaciones y el 59,6% del gasto. Entre los destinos principales figuraban las ciudades artísticas, pero el informe destacaba también la elevada concentración y la distribución de los sitios culturales en Italia: 8,2 por cada 100.000 habitantes, un valor en línea con Alemania y mayor con respecto a los otros países europeos (Banca d'Italia, 2018).

Entre las herramientas más eficaces para interconectar esta inmensa riqueza de recursos, encontramos los itinerarios culturales y religiosos, en los que ahora se centran diversas políticas de desarrollo local, especialmente en las zonas rurales, donde los caminos cumplen la función de conectar iglesias, museos, monumentos, zonas medioambientales valiosas y productos alimentarios y vinícolas típicos, localizados en pequeños municipios.

Es precisamente en los 5.498 municipios italianos clasificados como pequeños (con menos de 5.000 habitantes), donde residen apenas 9,9 millones de personas, donde se encuentra el 31,1% de los lugares culturales propiedad del Estado, lo que representa un total de 2.064 sitios. De estos, 1.533 son museos, el 32,8% del total italiano. Y también es en estos municipios donde se produce el 90,2% de los 297 productos típicos italianos: 156 productos DOP (Denominación de Origen Protegida) y 112 IGP (Indicación Geográfica Protegida).

En cuanto al sistema de alojamiento, debe especificarse que las poblaciones pequeñas siguen sufriendo varias carencias, ya que solo poseen el 27,4% del total de las estructuras de alojamiento del

país y el 27,4% del total de camas (Fondazione Symbola y Fondazione IFEL ANCI per la Finanza Locale, 2020).

Una reciente clasificación de los municipios italianos elaborada por el ISTAT (2020a), en aplicación de la Ley nº 77, artículo 182, de 17 de julio de 2020, que contiene medidas urgentes para combatir los impactos negativos asociados al coronavirus, ha confirmado la amplia vocación turística nacional. Esta clasificación ha permitido diferenciar los municipios en función de dos dimensiones: la densidad turística y la categoría turística predominante.

En cuanto a la primera dimensión, se expresa mediante un índice sintético de densidad turística (DT), resultado de un conjunto de indicadores que miden la intensidad y las características de la oferta, de la demanda y de otras actividades relacionadas con el turismo. La distribución del índice, dividido en quintiles, que van de «muy bajo» a «muy alto», pone de manifiesto cómo los municipios con mejores resultados se encuentran en algunas regiones del centro y del norte de Italia (en particular, Toscana, Umbría, Emilia-Romaña y las provincias autónomas de Trento y Bolzano) y en las zonas costeras de las regiones insulares y del sur.

La segunda dimensión destaca la vocación turística de cada municipio a partir de criterios puramente geográficos (proximidad al mar, altitud...) y antrópicos (población residente), perfeccionados mediante indicadores relacionados con las presencias turísticas. Como muestra la figura 1, se pueden distinguir 11 tipos diferentes.

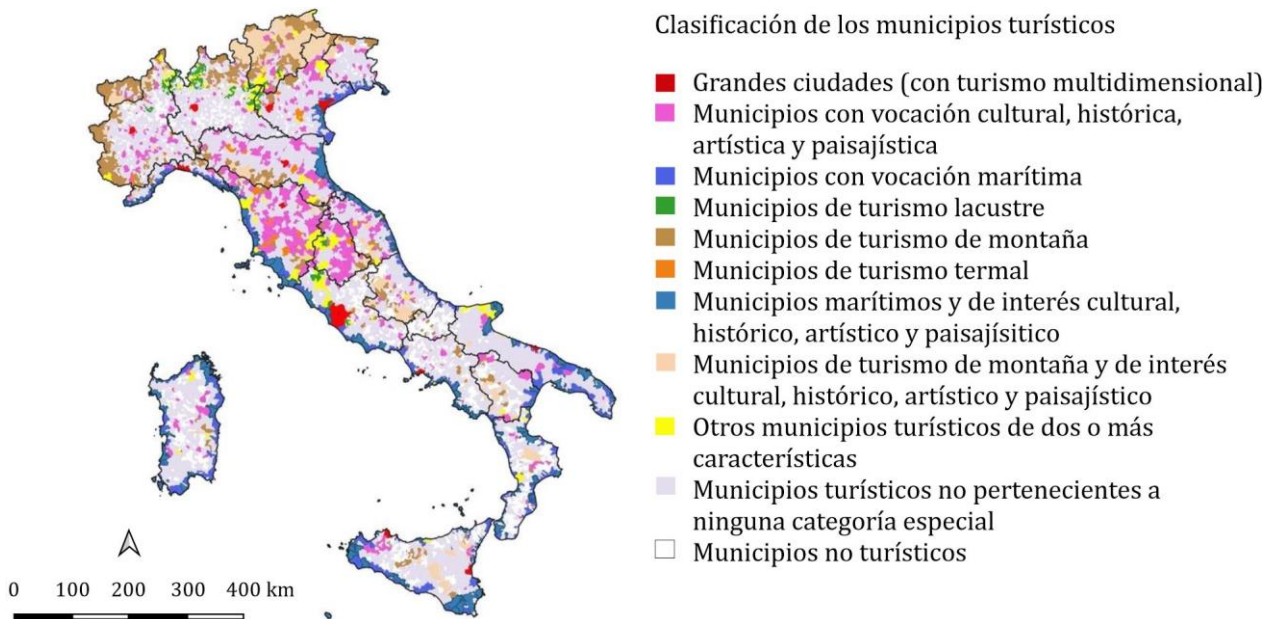


Figura 1. Clasificación de los municipios italianos en función de las categorías turísticas. Fuente: elaboración propia a partir de los datos del ISTAT (2020a).

Un total de 1.537 municipios (19,8%) pertenecen a una sola categoría turística; 635 (8%) a dos o más categorías; 4.014 (50,6%) –la mayoría– se consideran turísticos, pero no se pueden incluir en categorías específicas; y 1.704 (21,5%) son municipios no turísticos, totalmente desprovistos de estructuras de alojamiento y de flujos.

A partir del análisis de la nota metodológica del ISTAT y de sus adjuntos, resulta que la mayor parte de las categorías presentan un índice de DT alto y muy alto, fuera de los municipios turísticos no pertenecientes a categorías específicas.

Tras una lectura atenta de los datos, se observa que los municipios más «especializados» son también aquellos con el mayor rendimiento según el perfil del índice de DT. Es de suponer que en estos

municipios se aplicarán estrategias de posicionamiento e inversiones específicas para la promoción del sector con el apoyo de infraestructuras viarias y de alojamiento adecuadas. Por el otro lado, los municipios turísticos poco especializados presentan índices de DT más bajos, y esto podría deberse a que se trata de territorios donde el turismo no es la actividad predominante, aunque se observa un discreto potencial atractivo.

4.2. El posicionamiento de Cerdeña y el turismo de caminos

Cerdeña, con 1.640.000 habitantes y con una superficie de 24.100 km², representa, por extensión, la tercera región de Italia y la segunda isla del Mediterráneo. Con una baja densidad de población (68 hab./km²), concentra buena parte de sus habitantes en la costa y en las proximidades de los tres centros urbanos de Cagliari, Sassari y Olbia, donde residen más de 700.000 personas. La mayor parte de los 377 municipios insulares son, por tanto, pequeños y algunos están en riesgo de desaparecer (RAS, 2013). Se trata, en general, de municipios rurales y de interior, caracterizados por problemas demográficos y condiciones de marginalidad socioeconómica. Durante el último ciclo de programación, bajo la coordinación de la región y con un enfoque integrado, se adoptaron diversas estrategias para reforzar su competitividad. Muchas de ellas buscaban promover un turismo sostenible, inclusivo y participativo partiendo de una mayor protección y valorización de los recursos ambientales y culturales (Lampreu, 2020; Scanu et al., 2020; Renoldi, 2020). Los instrumentos de apoyo a estas estrategias surgieron de diferentes fuentes de financiación, a través de los Programas Operativos Regionales, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo Social Europeo, del Fondo de Desarrollo y Cohesión y del Fondo Europeo Agrícola para el Desarrollo Rural.

Retomando la clasificación turística nacional anteriormente vista, se observa cómo en la isla destaca la total ausencia de «grandes ciudades con turismo multidimensional», «municipios de turismo lacustre» y «municipios de turismo termal». No obstante, existen 66 municipios pertenecientes a una única categoría, 23 a más categorías, 173 municipios turísticos no pertenecientes a una categoría específica y 115 municipios no turísticos (Tabla 1).

La presencia de 66 municipios marítimos (47 marítimos y 19 marítimos y de interés cultural), que registran los valores más altos de DT, confirma que el turismo de *sol y playa* aún es el predominante, en parte porque se apoya en unas infraestructuras adecuadas y en una organización más eficiente del sistema de oferta y transporte. No obstante, el mayor problema del turismo en Cerdeña es que el producto de *sol y playa* no solo es dominante, sino que también es estacional, es decir, se concentra en unos pocos meses del año (Renoldi, 2021). Para superar este punto crítico, el Plan estratégico de desarrollo y marketing «Destinazione Sardegna 2018-2021» detecta diez productos turísticos que pueden reforzarse para ampliar las ofertas y conquistar nuevos mercados (Mariotti et al., 2020; RAS, 2018). Entre ellos, además del «Turismo en los pueblos» y del «Turismo de excursionismo y senderismo», figura el «Turismo de caminos», señalando una clara voluntad de invertir en el segmento religioso. Esta voluntad se manifiesta desde hace años, como demuestra la creación del «Registro de caminos de Cerdeña e itinerarios turísticos, religiosos y del espíritu», a cargo de la Consejería Regional de Turismo, que recoge los principales caminos de la fe y los lugares espirituales con valor turístico que responden a determinados parámetros.

El enfoque estratégico de la Región de Cerdeña con respecto al desarrollo de un producto turístico religioso ya se expuso a partir del análisis de un documento de 2013, que formulaba las pautas para proponer itinerarios de peregrinación por los caminos, los destinos y los itinerarios turístico-religiosos. Se trata de una directriz, surgida del ámbito del proyecto «Cultura religiosa y turismo», que tenía el objetivo de reforzar el turismo cultural y religioso a través de una *governance* regional de las actividades que rigen la realización y la gestión de caminos e itinerarios. La finalidad principal era situar Cerdeña entre los destinos del turismo religioso en el ámbito italiano e internacional, así como indicar qué requisitos debe cumplir un itinerario, estableciendo las reglas relativas a la tipología de vías utilizables, mantenimiento de las rutas, señalización, normas de comportamiento, alojamientos, aspectos relativos a la imagen coordinada, etcétera.

Tabla 1. Categorías turísticas e índice sintético de densidad turística de los municipios de Cerdeña

Categoría turística	Población a 01/01/19	Superficie (km ²)	Nº	Índice sintético de densidad turística				
				Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Grandes ciudades (con turismo multidimensional)	0	0	0	0	0	0	0	0
Municipios con vocación cultural, histórica, artística y paisajística	74.626	1.345	16		1	3	5	7
Municipios con vocación marítima	253.419	3.386	47	1	3	4	10	29
Municipios de turismo lacustre	0	0	0	0	0	0	0	0
Municipios de turismo de montaña	7.164	371	3		1	1	1	
Municipios de turismo termal	0	0	0	0	0	0	0	0
Municipios marítimos, y también de interés cultural, histórico, artístico y paisajístico	413.769	2.512	19		1	1	2	15
Municipios de turismo de montaña, y también de interés cultural, histórico, artístico y paisajístico	1.261	75,58	1	0	0	0	0	1
Otros municipios turísticos con dos o más características	19.275	345	3	0	0	1	1	1
Municipios turísticos no pertenecientes a ninguna categoría específica	759.383	12.022	173	64	52	28	14	15
Municipios no turísticos	110.694	4.044	115	0	0	0	0	0
Total	1.639.591	24.099,44	377	65	58	38	33	68

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del ISTAT (2020a).

Entre los proyectos más recientes y desarrollados bajo la dirección regional, se menciona la creación de la Red de los Lugares Franciscanos, un itinerario que recorre 14 municipios para descubrir arte, historia y espiritualidad. La iniciativa se hizo oficial en 2018, forma parte de la ruta franciscana en Cerdeña y cuenta con una guía y un portal web. Este último es particularmente útil, ya que cuenta la historia del asentamiento de los frailes franciscanos en la isla a partir del siglo XIII y permite conocer los lugares incluidos en la red, que están asociados a fichas descriptivas con información sobre cómo llegar, qué ver, eventos importantes y dónde dormir.

El interés de la Región de Cerdeña sobre el tema de los itinerarios culturales y religiosos se refleja en muchos documentos de políticas adoptadas durante los dos últimos ciclos de programación (2007-2013 y 2014-2020), en la asignación de fondos para la recuperación y la realización de itinerarios promovidos por las mancomunidades a través del instrumento de la «programación territorial», así como en iniciativas como la futura Fundación «Destinos de peregrinación en Cerdeña», presentada durante un simposio celebrado en diciembre de 2020. A estas intervenciones hay que sumarles otras efectuadas a nivel local, como los itinerarios promovidos por los GAL en el ámbito del enfoque LEADER y las vías religiosas patrocinadas por las autoridades eclesiásticas. Uno de los caminos sardos más interesantes por su valor religioso, cultural y medioambiental es el de Santu Jacu que, como se verá, atraviesa toda la isla y está incluido en la red transnacional de caminos jacobeos.

4.3. Características histórico-geográficas del Camino de Santu Jacu en Cerdeña

Entre los itinerarios religiosos de Cerdeña, el Camino de Santu Jacu es el más largo y ya está incluido en el citado registro regional (de Montis, Ganciu, Ledda, Barra y Caschili, 2015). Considerando sus variantes secundarias, respecto al eje principal que conecta, de norte a sur, las ciudades de Porto Torres y Cagliari, con una longitud total de aproximadamente 1.600 km, atraviesa numerosas comarcas, municipios y GAL.

El camino surgió en 2009, con una formulación que podríamos definir *bottom-up*, por iniciativa de un grupo de voluntarios que ya habían recorrido las variantes del Camino de Santiago en España, y que se reunieron en la asociación sin fines de lucro «Amigos del Camino de Santu Jacu».

Su institución estuvo precedida de la firma de un acuerdo de programa de 2007, titulado «Bias de fidi: el Camino de Santiago en Cerdeña», entre la Conferencia episcopal sarda, 9 municipios de las provincias de Cagliari y Oristán y la Dirección General de Bienes Ambientales, Paisajísticos e Históricos, con la finalidad de crear una ruta cultural y religiosa.

Como sugiere el propio nombre (Santu Jacu en sardo significa Santiago), el camino conecta idealmente con el más famoso de Santiago de Compostela, el primero que obtuvo, en 1987, el reconocimiento de «itinerario cultural» por parte del Consejo de Europa, por su capacidad de promover el patrimonio cultural europeo (Beltramo, 2013; Gusmán, López, Lois González y Santos, 2017).

Aunque es cierto que el culto de Santiago en Cerdeña se remonta a la Edad Media (Sitzia, 2014), son escasos los testimonios que documentan el paso del santo por la isla durante su viaje desde Palestina hasta España. A este respecto es significativa la publicación de 1608, *Defensa de la venida y predicación evangélica de Santiago en España*, del religioso Diego Castillo, en la que se cita un pasaje del breviario armenio de 1054 recopilado por orden del patriarca de Jerusalén¹ (Porrà, 2010). Otros documentos que mencionan la estancia en Cerdeña del apóstol Santiago son la monumental obra del jesuita Giacomo Pinto de 1624, *Christus crucifixus*; el texto del jurista Dionigi Bonfant de 1635, *Triumpho de los santos del reyno de Cerdeña*; el libro de Francesco Angelo de Vico, regente del Consejo Supremo de Aragón y de la Real Cancillería de Cerdeña, de 1639, titulado *Historia general de la isla y Reyno de Sardeña* (Porrà, 2010).

El Camino de Santu Jacu conecta actualmente más de 100 municipios. De estos, 92 están directamente implicados porque contienen iglesias o ruinas dedicadas al santo o cuyo patrón es Santiago, o porque cuentan con la presencia de alojamiento pertenecientes a la red. A estos se suman otros que son solamente de paso o de unión entre una etapa y la siguiente (Figura 2).

El proyecto del camino se ha caracterizado por algunos momentos cruciales: en 2010 se presentó por primera vez al público durante un festival literario celebrado en Mandas, una aldea del sur de Cerdeña y líder del primer acuerdo del programa «Bias de fidi». En 2012 se efectuó la primera señalización ligera del trazado, colocando su símbolo (una flecha amarilla y una concha) en diversas etapas de la ruta. En 2013 se obtuvo el reconocimiento oficial por parte de la Consejería de Turismo, que lo inscribió en el registro regional con el Decreto nº 22, de 19 de septiembre de 2013.

El Camino de Santu Jacu puede considerarse, a todos los efectos, no solo un itinerario espiritual o religioso sino también un auténtico producto turístico territorial, capaz de conectar aldeas, villas y ciudades a través de un recorrido que incluye iglesias, sitios arqueológicos, recursos ambientales, parques naturales, zonas mineras y paisajes muy distintos entre sí; un itinerario que une zonas costeras y de interior, que puede recorrerse a pie, en bicicleta o a caballo, y que se apoya en una red de alojamientos públicos y privados a precios ajustados para los peregrinos (10-15 euros por persona en los albergues, 15-25 euros por persona en los hostales con desayuno) y en una señalización constantemente actualizada.

El trayecto no es demasiado complicado, puede efectuarse en cualquier momento del año, especialmente en la primavera y en el otoño, por lo que tiene un potencial considerable para superar la es-

¹ El pasaje en cuestión, traducido al castellano por el obispo de Armenia, Pedro Pacheco, reza: «Salió el glorioso Apóstol Santiago del puerto de Jafa y vino a isla de Cerdeña; y de allí a España...» (Porrà, 2010, p. 365).

tacionalidad. Los principales puntos de partida y llegada son Olbia, Porto Torres, Oristán, Cagliari y Sant’Antioco, mientras que todo el camino se subdivide en 57 etapas y 5 ramificaciones (Figura 3).

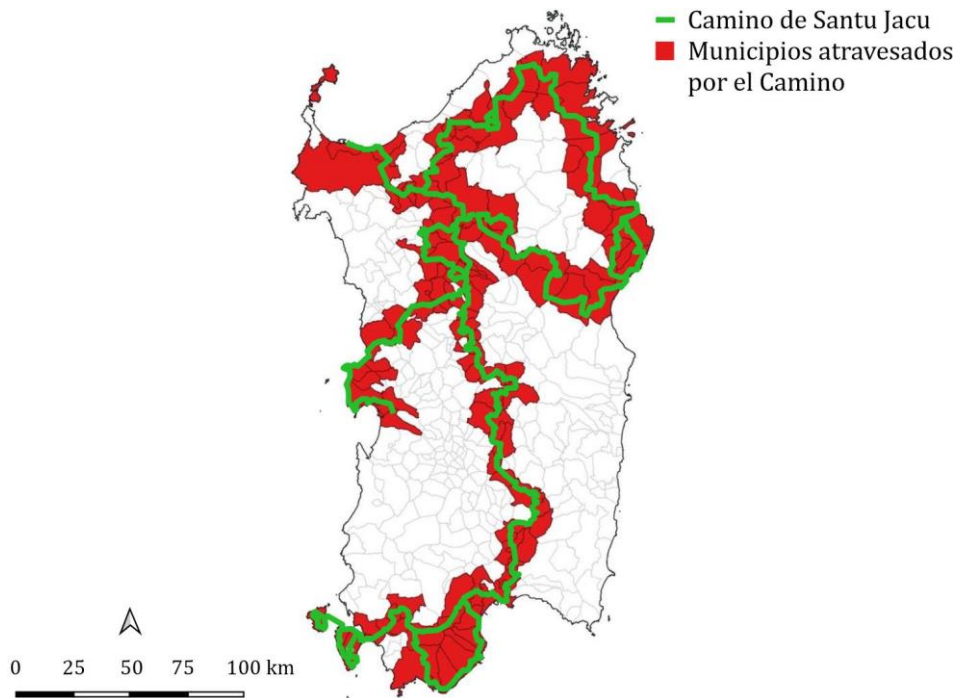


Figura 2. Municipios atravesados por el Camino de Santu Jacu. Fuente: elaboración propia con software QGIS a partir de los datos de www.caminando.eu

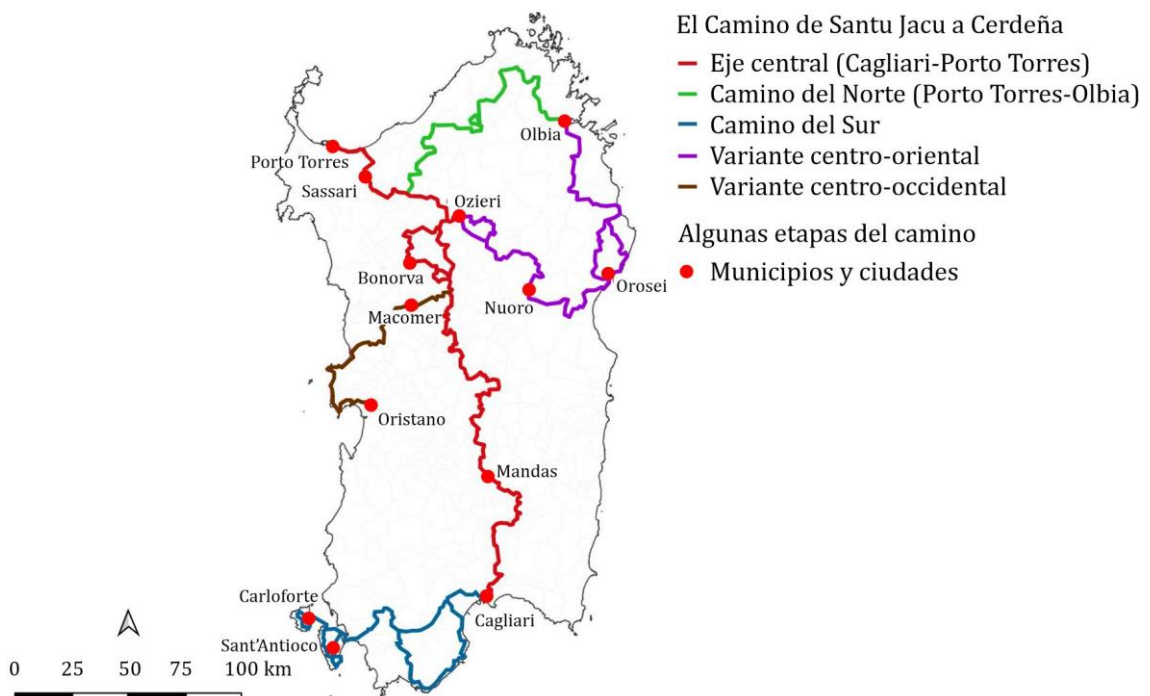


Figura 3. Camino de Santu Jacu. Fuente: elaboración propia con software QGIS a partir de los datos de www.caminando.eu

Como se aprecia en la representación cartográfica, se pueden distinguir un eje central norte-sur, una variante centro-occidental que parte de Oristán, una variante centro-oriental que conecta Olbia con los municipios de Orosei, Nuoro y Ozieri, el Camino del Norte que atraviesa Gallura y llega a Olbia, y el Camino del Sur.

Gracias a la colaboración con las 305 asociaciones jacobeanas del mundo, la Xunta de Galicia, el Xacobeo, el Arzobispado compostelano y las Federaciones de las Asociaciones de Amigos del Camino española y francesa, el Camino de Santu Jacu forma parte hoy de la Red Europea de Caminos de Santiago (Figura 4).



Figura 4. La red de los Caminos de Santiago en Europa. Fuente: Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago (<https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/comun/inicio.asp>).

La gestión del camino se confía al trabajo de los voluntarios de la asociación, que se encargan de la página web, donde se puede recuperar toda la información útil para recorrer el camino, la lista de albergues y otros alojamientos, con sus direcciones y números de teléfono, además de los datos de los referentes locales encargados de emitir las credenciales a los peregrinos. Una función muy útil del portal, dirigida especialmente a los viajeros lentos que no renuncian a utilizar las nuevas tecnologías, es la posibilidad de descargar gratuitamente del sitio wikiloc las rutas en GPS para poderlas utilizar por los modernos dispositivos.

En cuanto a la promoción y comunicación, el portal reagrupa las actividades realizadas en las redes sociales y los informes presentados por la asociación en los varios congresos mundiales de asociaciones jacobeanas que todos los años se celebran en diferentes ciudades de España.

Al proyectar el Camino de Santu Jacu, los promotores realizaron una estimación aproximada, calculando la repercusión económica del itinerario en los primeros cinco años desde su lanzamiento. La valoración, realizada mediante un análisis comparativo con otros caminos europeos, exponía la existen-

cia de tres tipos de peregrinos potencialmente interesados en este camino: el peregrino *low-spender* con un gasto medio diario en manutención y alojamiento de 30 €, el peregrino *médium-spender* con un gasto medio de 50 € al día, y el peregrino *high-spender* con un gasto medio entre 100 € y 150 € al día.

Tomando como referencia al peregrino *médium-spender*, y considerando una duración de unos 20 días de camino y una capacidad de captar 5.000 caminantes en los primeros cinco años, se estimaron unos ingresos de 5 millones de euros en el quinquenio, una cifra que podría aumentar en función de las fiestas y de otras manifestaciones capaces de atraer más peregrinos y que no tiene en cuenta las actividades relacionadas, como los ingresos adicionales derivados de las entradas a museos y sitios arqueológicos ni la venta de productos ni la financiación que puede obtenerse con proyectos específicos de promoción territorial.

En cuanto a los posibles usuarios, se contaba en llegar a un centenar de pioneros en el primer año, un pequeño número de aficionados al senderismo y al excursionismo interesados en nuevos lugares por explorar, que podrían coincidir con los turistas alocéntricos del modelo de Plog. Este número podría incrementarse en el segundo año, gracias al boca a boca y a la promoción, hasta llegar a las 150 personas dispuestas a hacer 7-10 días de camino, quizá en combinación con otros productos turísticos, como el *sol y playa*. A partir del tercer año, sobre la base de las actividades de promoción y comunicación, pero también de la calidad y de la fuerza de la red de alojamientos, el número de peregrinos podría seguir aumentando hasta llegar a los 2.500 en el quinto año (Tabla 2).

Tabla 2. Estimación del número de peregrinos del Camino de Santu Jacu en los primeros cinco años

Años	1	2	3	4	5
Nº de peregrinos	100	150	1000	1.250	2.500

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.camminando.eu

Según se desprende de las entrevistas efectuadas a los representantes de la asociación, se deduce que, transcurridos 11 años desde su inauguración, la cantidad media de peregrinos que realizan cada año este itinerario se acerca efectivamente a las 2.500 personas, aunque con tiempos de recorrido diferentes. Los peregrinos se registran in situ, y en el momento de la inscripción los referentes territoriales les entregan las credenciales, mientras que la obtención del *Testimonium* está sujeta a la realización de una parte o de todo el camino.

El público de Santu Jacu es predominantemente femenino e italiano, con un porcentaje en aumento de peregrinos europeos y de otros países, como Estados Unidos, Canadá, Corea o de América del Sur. Los sardos representan el 20% del total y eligen los tramos breves, que se pueden hacer en los fines de semana y en grupo.

Más consistente es el peso de los ciclistas, en parte gracias a los acuerdos con algunas asociaciones de *bikers* que, utilizando equipos y aplicaciones digitales, han contribuido a lo largo de los años a adaptar la ruta, aportando sugerencias y correcciones.

El período más transitado abarca de marzo a diciembre, con picos en los meses de mayo, junio y septiembre. También en verano se registra bastante afluencia, debido a la llegada de los turistas de playa que deciden pasar parte de sus vacaciones en el camino. En 2020, a causa de la COVID-19, se constató un significativo descenso de peregrinos: se registraron 500, también porque había muchos alojamientos cerrados.

4.4. Potencialidad turística del Camino de Santu Jacu y propuestas de mejora

Las repercusiones de un itinerario no son solamente de carácter económico, sino también social y ambiental. Analizar la ruta de Santu Jacu desde una perspectiva geográfica requiere examinar las posi-

bles implicaciones territoriales en los municipios por los que pasa, teniendo en cuenta que los recursos culturales y ambientales no se encuentran solo a lo largo de la ruta, sino también en los alrededores. Vale la pena recordar que este camino conecta las principales ciudades de Cerdeña con los centros más pequeños y del interior, en su mayoría rurales y a veces marginales con respecto a los flujos turísticos atraídos por las playas. Este dato se refleja en la clasificación del índice sintético de densidad turística del ISTAT mencionado anteriormente (Figura 5).

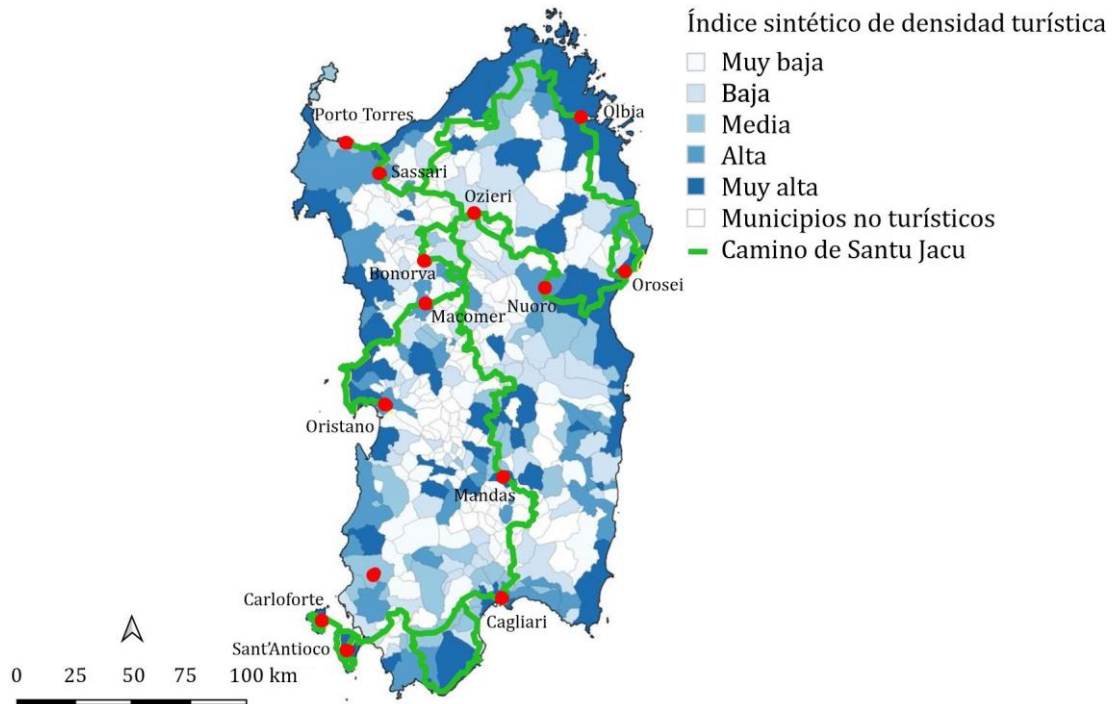


Figura 4. El Camino de Santu Jacu en relación con el índice de densidad turística dos municipios sardos. Fuente: elaboración propia a partir de los datos del ISTAT (2020a) y de www.camminando.eu

Especialmente a lo largo del eje central, la mayoría de los municipios que atraviesa el camino presenta un índice de DT bajo y muy bajo. En relación con las categorías turísticas, considerando todas las variantes, los municipios se subdividen como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Clasificación turística de los municipios del Camino de Santu Jacu por cada eje

Ejes del camino	Nº de municipios por cada ramificación	De interés cultural, histórico, artístico y paisajístico	Marítimo	Marítimo y de interés cultural, histórico, artístico y paisajístico	Turismo de montaña y de interés cultural, histórico, artístico y paisajístico	Otros municipios turísticos con dos o más características	Municipios turísticos no pertenecientes a ninguna categoría específica	Municipios no turísticos
Central norte-sur	54	2	1	2	1		28	20
Del norte	24	2	1	3		1	12	5
Del sur	18		6	4			7	1
Centro-oriental	20	2	4	4			9	1
Centro-occidental	14		4	2			7	1

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del ISTAT (2020a).

Puesto que algunas ramificaciones del camino presentan trazados comunes (por ejemplo, el Camino del Norte coincide, en el primer tramo, con el eje central), restando al número total de los municipios implicados los contabilizados dos veces por pertenecer a varios ejes, se obtiene un número total de 116 municipios. De ellos, 7 son de interés cultural, histórico, artístico y paisajístico; 15 son marítimos; 9 tienen carácter marítimo, cultural, histórico, etc.; 1 de turismo de montaña, cultural, histórico, etc.; 1 pertenece a otros municipios con dos o más características; 56 son municipios turísticos no pertenecientes a ninguna categoría específica; y 27 son municipios no turísticos.

Varias poblaciones por las que pasa el camino pertenecen a aquellas áreas conocidas como *internal areas* (Prezioso, 2018, 2020), cuyo nivel de periféricidad se mide desde el punto de vista espacial en función de la distancia a centros urbanos que posean servicios esenciales, y desde el punto de vista económico y social en función de las condiciones de precariedad del tejido demográfico y productivo. Estas aldeas y villas también han sido clasificados por el Plan de desarrollo rural (PSR) como «municipios con problemas generales de desarrollo», debido a la baja densidad demográfica. En ellas prevalecen las actividades primarias, que se expresan en una rica variedad de productos enogastronómicos de reconocido valor. Dado que en estas poblaciones rurales se experimenta desde hace años el enfoque LEADER, resulta útil subrayar que el Camino de Santu Jacu pasa por 13 Grupos de Acción Local de los 17 aprobados en Cerdeña (Figura 6).

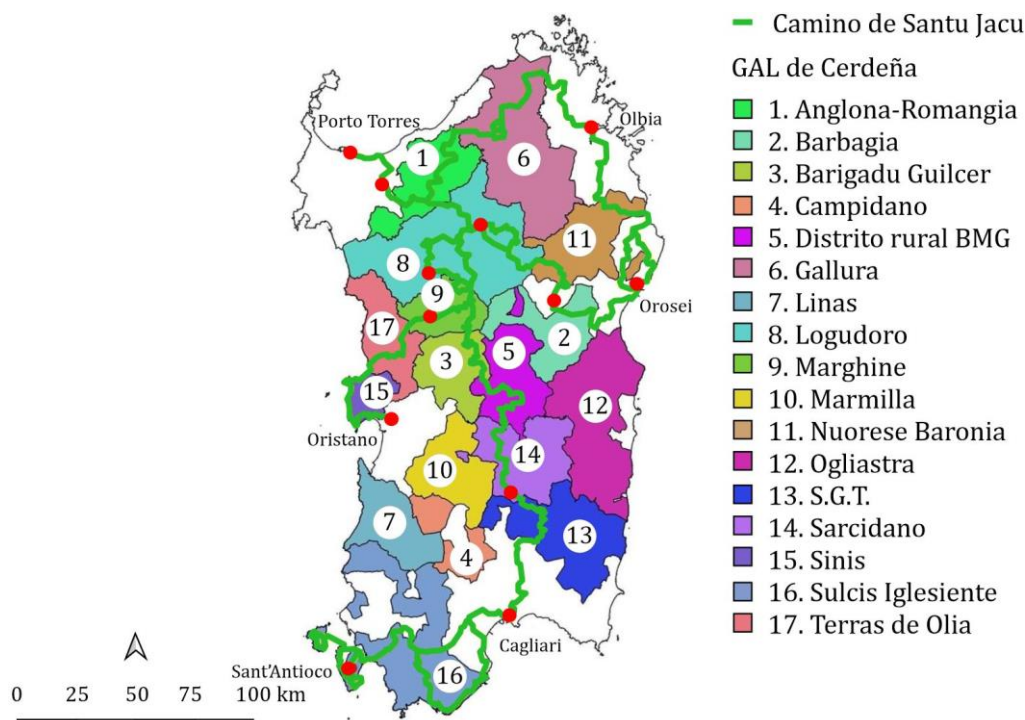


Figura 5. El Camino de Santu Jacu en relación con los Grupos de Acción Local de Cerdeña. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Región Autónoma de Cerdeña (RAS) (<http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/benvenuto-sul-sito-del-psr-2014-2020>) y de www.camminando.eu

Del portal regional dedicado al desarrollo rural se infiere que las zonas involucradas en el método LEADER, caracterizadas por un sistema de alojamientos a menudo débil y fragmentado, pueden obtener importantes recursos financieros a través de los planes de acción (PdA) de los GAL para promover el turismo sostenible (43% del presupuesto total), reforzar las producciones locales (44%) y valorizar el patrimonio cultural y artístico (5%).

El análisis realizado con este estudio sobre los 13 PdA de los GAL considerados mostró que en diez de ellos existe la voluntad explícita de crear, reforzar y promover itinerarios para el turismo lento, senderos y caminos inspirados en diversos temas, pero solo en dos se menciona el Camino de Santu Jacu. Su significativa ausencia en estos documentos refleja que, quizás, aún no se ha aprovechado plenamente su potencial estratégico. Por otro lado, retenemos que su potenciación puede constituir un elemento de reactivación y promoción, también en clave turística, del patrimonio cultural situado a lo largo de la ruta y de sus alrededores. Si relacionamos el camino con la distribución de los bienes culturales, a partir de los datos extraídos del geoportal regional y comparados con los de los sitios culturales realmente accesibles y censados con la última encuesta del ISTAT (2020b) sobre los museos nacionales (entre los que se encuentran 320 museos que operaban en Cerdeña en 2018), gracias a la ayuda de los sistemas de información geográfica (SIG) (Figura 7) podemos observar que el camino pasa cerca de numerosos museos, monumentos naturales, complejos monumentales y parques arqueológicos. Entre ellos se encuentra el único sitio sardo inscrito en la lista de Patrimonio Material de la UNESCO, el *Nuraghe de Barumini*, que cada año recibe más de 100.000 visitantes, situado a poca distancia del eje central.

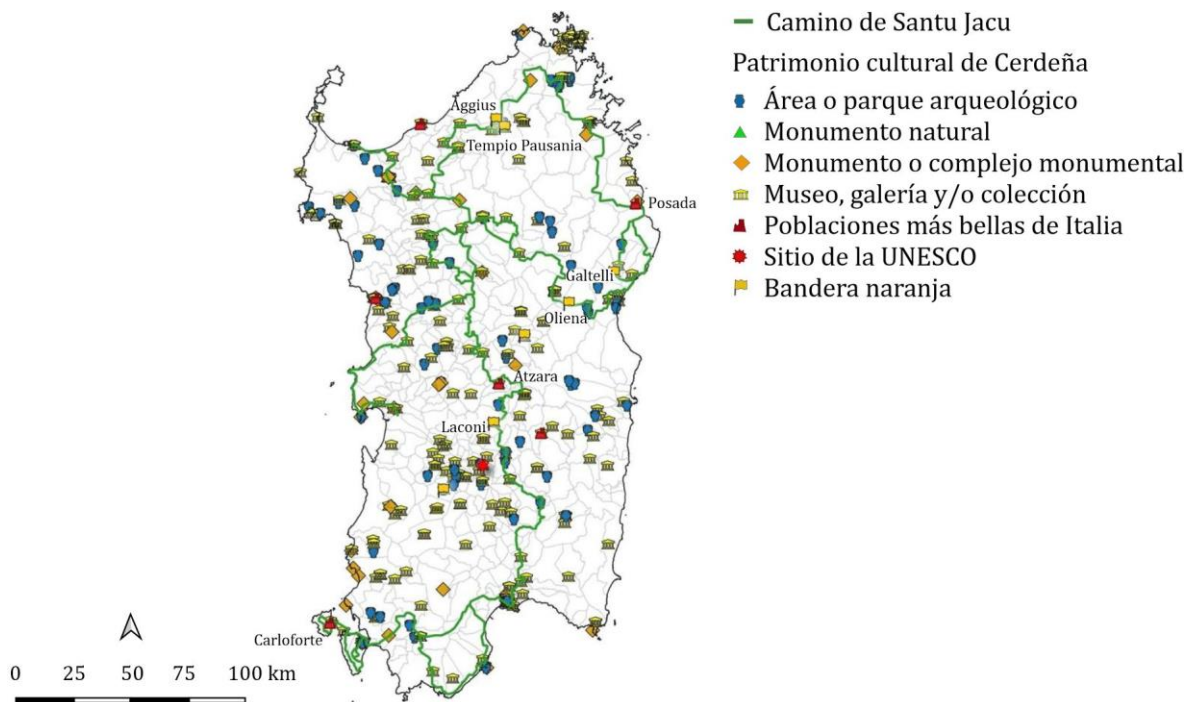


Figura 6. El Camino de Santu Jacu en relación con el patrimonio cultural de Cerdeña. Fuente: elaboración propia a partir de los datos del ISTAT (2020b), de la RAS y de www.bandierearancioni.it e www.borghipiubelliditalia.it

Decidimos incluir en la representación también dos elementos adicionales que generan atractivo turístico: los municipios sardos pertenecientes al proyecto *Borghi più belli d'Italia*² y los que obtuvieron el reconocimiento de *Bandiera arancione*³. En lo que respecta a los primeros, como muestra el ma-

² El objetivo de la asociación *Borghi più belli d'Italia*, creada en 2001, es proteger, promover y desarrollar los municipios reconocidos como los pueblos más bonitos del país. Para ser admitido en la asociación y utilizar su marca, cada municipio debe satisfacer algunos requisitos fundamentales especificados en la Carta de Calidad y en un reglamento específico.

³ La *Bandiera arancione* es una marca de calidad turístico-ambiental que el Touring Club Italiano concede a las localidades que posean un rico patrimonio histórico, cultural y ambiental, junto con un sistema de alojamiento turístico de calidad.

pa, el camino incluye 3 de 6 (Carloforte, Atzara y Posada) mientras que, en cuanto a los segundos, cuenta con 5 de 7 (Laconi, Oliena, Galtelli, Aggius y Tempio Pausania).

A pesar de estas indiscutibles fortalezas, el análisis destacó la debilidad existente en la red de municipios del itinerario que, a pesar del encomiable trabajo de los voluntarios, no originó aún acciones efectivas de sistema, sino más bien solamente intervenciones sectoriales. Para resolver este problema, podría ser útil introducir un *Network Community Manager* (NCM), es decir una organización capaz de reforzar las conexiones entre la Consejería Regional de Turismo, las comunidades locales y los actores económicos e institucionales del camino, en estrecha colaboración con la asociación «Amigos del Camino de Santu Jacu», cuyo papel sigue siendo fundamental sobre todo para mantener viva la relación con el mundo jacobeo. El NCM podría desempeñar funciones de *empowerment*, coordinación y dirección en ámbitos diversos, desde la búsqueda de financiación hasta las colaboraciones con otros organismos interregionales, pasando por actividades de promoción y comunicación hasta la supervisión de los impactos socioeconómicos y ambientales basados en datos verificables y comparables (Figura 8).

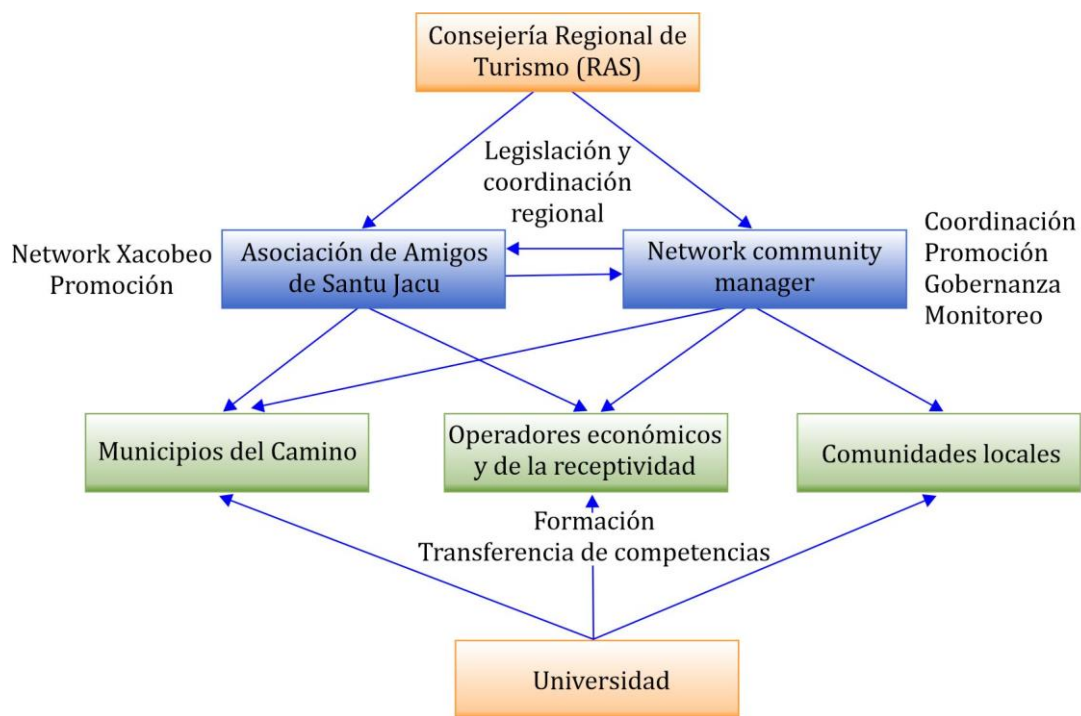


Figura 7. Hipótesis de mejora del producto turístico del Camino de Santu Jacu. Fuente: elaboración propia.

Un aspecto crucial para el éxito del camino es el referido a la red de hospitalidad y a la posibilidad de que los peregrinos pasen la noche a precios asequibles, como en los casos españoles y portugueses. El Camino de Santu Jacu, a pesar de contar con varios operadores públicos y privados, presenta una carencia de estructuras y camas, totalmente ausentes en algunos municipios. Se trata de un obstáculo que podría superarse a través de una mayor implicación de las comunidades locales y con el fomento de nuevas aperturas, facilitado también por los instrumentos de la *sharing economy* (Battino y Lampreu, 2019).

Además, las estructuras de alojamiento y restauración adherentes podrían beneficiarse de la adopción de una marca de calidad y de un pliego de condiciones, pero sobre todo de inversiones en formación y conocimientos. Por esta razón, la universidad podría desempeñar un papel fundamental para el crecimiento del capital humano, la transferencia de competencias y para permitir que una experiencia

surgida desde abajo evolucione mas rápidamente hacia un modelo estructurado de éxito, que combine componentes operativos y científicos, generando así un producto turístico atractivo y competitivo.

A este respecto, el Camino de Santu Jacu presenta una ventaja innegable sobre otros itinerarios culturales y religiosos: la de pertenecer a la red de caminos jacobeos, un verdadero elemento de unicidad. Esto permite al camino, y por tanto a Cerdeña, asomarse a un escaparate internacional, aspecto no desdeñable sobre todo para los fines de la *place branding*.

5. Conclusiones

La literatura científica, las elaboraciones realizadas y el caso de estudio examinado han subrayado que los itinerarios o los geoitinerarios (Lemmi, 2015) son uno de los mejores instrumentos para hacer converger los intereses de diversos actores alrededor de estrategias de desarrollo compartidas.

Capaces de conectar los elementos del patrimonio cultural y ambiental, elevándolos de simples recursos a activos del desarrollo, y de reevaluar positivamente áreas geográficas con poco éxito turístico, los itinerarios representan una interesante clave de lectura y de interpretación de las dinámicas de transformación territorial.

La integración del patrimonio ambiental y cultural, a través de itinerarios, contempla la protección y la conservación de los recursos sin excluir su función turística que, de hecho, llega a convertirse en un elemento central. La misma Estrategia de Especialización Inteligente (S3) de Cerdeña, cuyo objetivo es promover un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo, expone entre sus áreas de desarrollo una específicamente denominada «turismo, cultura y medio ambiente», un trinomio que ya resulta inseparable.

Aunque es verdad que los itinerarios pueden dar lugar a nuevas formas de desarrollo, su diseño se revela como una actividad compleja por las numerosas variables que entran en juego y por los actores involucrados. Esto es particularmente cierto sobre todo porque el desarrollo de una área geográfica está fuertemente vinculado a la intensidad del patrimonio de relaciones funcionales y cognitivas, notablemente capaces de activar ventajas competitivas de diversa magnitud (Camerada, 2014). Esta cuestión presupone el papel participativo de las comunidades locales y de las organizaciones territoriales, fundamentales también en las fases de gestión y promoción de los caminos que requieren apoyo operativo y financiero.

El Camino de Santu Jacu, por su configuración, longitud y, sobre todo, por su carácter, podría constituir una extraordinaria herramienta de agregación entre los municipios de la red, los GAL y las mancomunidades; un verdadero elemento de acercamiento entre áreas urbanas y rurales y un método para promover el turismo sostenible y responsable. Constituye un turismo inclusivo de las culturas locales y respetuoso con el medio ambiente, en perfecta consonancia con los objetivos que persiguen muchas políticas implementadas desde hace años a escala regional y nacional.

En línea con lo que ocurre en otros caminos europeos, su valorización podría motivar nuevas intervenciones en beneficio de las zonas rurales, como la mejora de la señalización, la limpieza y la seguridad de los tramos de la ruta, la recuperación arquitectónica de antiguas estructuras para la hostelería y la posibilidad de exponer propuestas experienciales e inmersivas en las pequeñas comunidades locales. Todo esto podría ser posible solo a condición de integrar mejor el camino dentro de los instrumentos de programación local para convertirlo en un verdadero elemento de desarrollo y relanzamiento de los territorios afectados.

Anexo 1

En los primeros meses de 2021, especialmente para este trabajo, hemos realizado algunas entrevistas semiestructuradas al Sr. Flavio Valdoni, presidente de la Asociación Amigos del Camino de Santu Jacu en Cerdeña, y a la doctora Sara Zanni, miembro de la asociación ya desde su fundación, a quien desde aquí agradecemos por su dis-

ponibilidad. Las preguntas se han dividido en dos ámbitos de investigación, como se indica en la Tabla A.1, y las respuestas han integrado la descripción del camino en el subapartado 4.3 del trabajo.

Tabla A.1. Preguntas dirigidas a los representantes del Camino de Santu Jacu

Información sobre los peregrinos	
1.	¿Cuántos peregrinos recorren el camino cada año?
2.	De media, ¿cuántos días pasan los peregrinos en el camino?
3.	¿Cómo se registra a los peregrinos y cómo se puede obtener el <i>Testimonium</i> ?
4.	El público de los peregrinos de Santu Jacu, ¿es predominantemente nacional o extranjero?
5.	¿Cuál es el peso de los peregrinos sardos sobre el total de los que recorren anualmente el camino?
6.	¿Cuáles son los meses más utilizados por los caminantes?
7.	¿Cuántos peregrinos recorrieron el camino en 2020?
Información sobre las iniciativas de la Asociación	
8.	¿Cuáles fueron las etapas que marcaron el nacimiento del Camino de Santu Jacu?
9.	¿Cómo participa la asociación en las actividades de la red jacobea?
10.	¿Habéis iniciado los procedimientos para inscribir el camino en el atlas digital del MIBACT?

Autoría del trabajo

Conceptualización, G.M.; metodología, M.V.C.; adquisición de datos, análisis e interpretación, G.M., S.L. y S.C.; redacción y preparación del borrador, M.V.C., S.L. y S.C.; revisión y edición, G.M., M.V.C. y S.L. Todos los autores han leído y están de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

Agradecimientos

Los autores agradecen los comentarios de los revisores anónimos que han mejorado sustancialmente el trabajo. El artículo ha sido realizado en el marco de los contributos para la investigación de la Univesità degli Studi di Sassari “Fondo di Ateneo per a la Ricerca 2020”.

Bibliografía

- Albanese, V. (2013). Slow tourism e nuovi media: nuove tendenze per il settore turistico. *Bollettino della Società Geografica Italiana, Serie XIII*, VI, 489-503.
Recuperado de: http://societageografica.net/wp/wp-content/uploads/2016/08/PDF_3-2013_Albanese.pdf
- Alecu, I. C. (2010). Epistemological aspects of religious tourism in rural areas. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 2(3), 59-65. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Ciprian-Alecu/publication/267544582_Epistemological_aspects_of_religious_tourism_in_rural_areas/links/558bdc4608ae1f30aa7f7845/Epistemological-aspects-of-religious-tourism-in-rural-areas.pdf
- Álvarez-García, J., de la Cruz, M., del Río, R., y Gómez-Ullate M. (Eds.). (2019). *Handbook of research on socio-economic impacts of religious tourism and pilgrimage*. Hershey, PA: IGI Global.
Recuperado de: <https://www.igi-global.com/gateway/book/192027>
- Azzari, M., y Dallari, F. (2019). Le vie romee dell'Europa e del mediterraneo di viandanti, pellegrini e mercanti. Le strade dell'identità europea nelle pratiche contemporanee. En F. Salvatori (Ed.), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano, Roma 7-10 giugno 2017* (pp. 935-944). Roma, Italia: Associazione dei Geografi Italiani (AGEI).
- Balestrieri, M., y Congiu, T. (2017). Rediscovering rural territories by means of religious route planning. *Sustainability*, 9(3), 363. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9030363>

- Balletto, G., Milesi, A., Ladu, M., y Borruso G. (2020). A dashboard for supporting slow tourism in green infrastructures. A methodological proposal in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 12(9), 3579.
DOI: <https://doi.org/10.3390/su12093579>
- Banca d'Italia. (2018). Turismo in Italia. Numeri e potenzialità di sviluppo. Presentazione dei risultati di un progetto di ricerca della Banca d'Italia. *Seminari e Convegni. Workshops and Conferences*, n. 23. Recuperado de: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegni/2018-0023/rapporto_turismo_finale_convegno.pdf
- Battino, S., y Donato, C. (2017). Turismo religioso e chiese campestri come elementi di configurazione del paesaggio rurale in Sardegna. En M. Sechi Nuvole y D. Vidal Casellas (Eds.), *Sistema integrat del paisatge entre antropització, geo-economia, medi ambient i desenvolupament econòmic* (pp. 495-508). Girona: Documenta Universitaria. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=739525>
- Battino, S., y Lampreu, S. (2019). The role of the sharing economy for a sustainable and innovative development of rural areas: A case study in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 11(11), 3004.
DOI: <https://doi.org/10.3390/su11113004>
- Beltramo, S. (2013). Itinerari culturali e reti di conoscenza: identità e valorizzazione del patrimonio paesaggistico e culturale europeo. Il caso studio del Piemonte. *Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7, 13-43.
- Bizzarri, C., y Ceschin, F. M. (2020). L'attrattività turistica dell'Italia nello scenario geopolitico post Covid-19. En S. Bozzato (Ed.), *Documenti Geografici*, 1, 515-527.
DOI: http://dx.doi.org/10.19246/DOCUGEO2281-7549/202001_32
- Blackwell, R. (2007). Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events. En R. Raj y N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (pp. 35-47). Wallingford, UK: CAB International. Recuperado de: <https://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=E9dPorLfilQC&oi=fnd&pg=PA35&dq=what+is+religious+tourism&ots=TGfpIC8Aho&sig=jGSWrpbAM78SeQhs0njS-yppZA#v=onepage&q=what%20is%20religious%20tourism&f=false>
- Brazil Marques, C., y Santos, C. H. S. (2014). Tourist routes strategies of local development. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(3, Special Issue), 539-548. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.040>
- Bulatović, I., y Stranjančević, A. (2019). Integrated model of religious tourism in underdeveloped destinations. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic"*, 69(1), 53-66. DOI: <https://doi.org/10.2298/IJGI1901053B>
- Burini, F. (Ed.). (2020). *Tourism facing a pandemic: From crisis to recovery*. Bergamo, Italia: Università degli Studi di Bergamo. DOI: <https://doi.org/10.6092/978-88-97253-04-4>
- Cabaleiro Besada, A., Araújo Vila, N., y Fraiz Brea, J. A. (2019). Grado de desarrollo del turismo rural en Galicia: la oferta complementaria como clave del éxito. *Revista Galega de Economía*, 28(1), 13-30.
DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/rge.28.1.6188>
- Camerada, M. V. (2014). *Social capability approach in Sardegna. Sviluppo territoriale tra crescita e well-being*. Bologna, Italia: Pàtron.
- Campanile, G. (2018). Puglia: itinerari turistico-religiosi sostenibili. En M. Prezioso (Ed.), *Sostenibilità e responsabilità dello sviluppo* (pp. 165-183). Roma, Italia: Aracne.
- Canova, L. (2012). Itinerari turistici, potenziale strumento di sviluppo locale. En R. Garibaldi (Ed.), *Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020* (pp. 145-162). Milano, Italia: FrancoAngeli.
- CEI (2019). *Otto per mille. Destinazione ed impieghi 1990-2018. Sintesi per la stampa. Rendiconto 1990-2018*. Roma, Italia: Conferenza Episcopale Italiana. Servizio per la Promozione del Sostegno Economico alla Chiesa. Recuperado de: <https://www.8xmille.it/sites/default/files/rendiconto.pdf>
- Celant, F. (2007). Sviluppo turistico e aree metropolitane. Il caso di Roma. En Gruppo di Ricerca Nazionale sul Turismo (GRANTUR): *Sviluppo turistico e trasformazioni territoriali. Aree urbane, ecosistemi e complessità regionale* (pp. 5-65). Roma, Italia: GRANTUL.
- Commissione Europea. (2010). *Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo ed al Comitato delle Regioni. L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - un nuovo quadro politico per il turismo europeo. COM(2010) 352 definitivo*. Bruxelles, Belgio: Commissione Europea.
Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=IT>
- Conti, E., Iommi, S., Piccini, L., y Rosignoli, S. (2015). The european pilgrimage routes as economic driver. The impact of the Francigena in Tuscany. En G. Bambi y M. Barbari (Eds), *The European pilgrimage routes for promoting sustainable and quality tourism in rural areas. International Conference Proceedings. 4-6 December 2014. Firenze, Italy* (pp. 455-470). Firenze, Italy: Firenze University Press.

- Corinto, G. L. (2017). Food and gastronomic tourism for developing rural areas around the Via Francigena in Tuscany. *Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 8(6), 106-122.
DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/6228>
- Corinto, G. L., y Nicosia, E. (2015). Designing a sustainable religious route. A social network analysis of the San Francesco route in the Marches. En G. Bambi y M. Barbari (Eds), *The pilgrimage routes. For promoting sustainable and quality tourism in rural areas. International Conference Proceedings. 4-6 December 2014. Firenze, Italy* (pp. 183-195). Firenze, Italy: Firenze University Press.
- CST. (22 de diciembre de 2020). *Turismo e coronavirus: 2020 e nuove tendenze di viaggio*. Firenze, Italia: Centro Studi Turistici di Firenze. Recuperado de: <http://centrostudituristicifirenze.it/blog/turismo-e-coronavirus-il-2020-e-le-nuove-tendenze/>
- Dallari, F., y Niglio, O. (2018). Editorial. *Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 9(8). Recuperado de: <https://almatourism.unibo.it/issue/view/709>
- Dallari, F., Trono, A., y Zabbini, E. (Eds.). (2009). *I viaggi dell'Anima. Società, culture, heritage e turismo*. Bologna, Italia: Pàtron.
- de Felice, P. (2017). La Regula benedettina e gli insediamenti monastici. Il fondamento di una rete per lo sviluppo del turismo religioso nella provincia di Frosinone. *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 159, 69-79. DOI: <https://doi.org/10.13137/2282-572X/20560>
- de Montis, A., Ganciu, A., Ledda, A., Barra, M., y Caschili, S. (2015). Tourism environmental impact along religious routes and slow transport infrastructures: The role of coastal areas. En G. R. Rodriguez y C. A. Brebbia (Eds.), *Coastal cities and their sustainable future* (pp. 249-260). Southampton, UK: WIT Press.
- Dino Viterbo, B. (2004). Le strade del vino e dell'olio per la promozione turistica della Puglia. En C. Madau (Ed.), *Risorse culturali e sviluppo locale* (pp. 195-212). Roma, Italia: Società Geografica Italiana.
- ENIT. (2020). *Bollettino n. 10-Ufficio studi ENIT*. Roma, Italia: Agenzia Nazionale del Turismo. Recuperado de: https://www.enit.it/wwwenit/images/multimedia/bollettino10/BOLLETTINO-ENIT-N-10_fin.pdf
- Eurostat. (2019). *Tourism satellite accounts in Europe – 2019 edition*. Luxembourg, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
Recuperado de: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-FT-19-007>
- Falqui, E., y Serenelli, C. (2009). Viaggi spirituali, itinerari culturali e cammini per lo sviluppo. *Ri-Vista. Research for Landscape Architecture*, 13(1), 27-33. DOI: <https://doi.org/10.13128/RV-17356>
- Famoso, F., Incognito, A., y Petino, G. (2012). Localizzazione geografica del cammino per la Madonna Nera di Tindari: un'occasione per lo sviluppo. *Bollettino dell'A.I.C.*, 144-145-146, 263-273.
Recuperado de: <https://www.openstarts.units.it/bitstream/10077/11716/1/Famoso%20et%20al..pdf>
- Fondazione Symbola, y Fondazione IFEL ANCI per la Finanza Locale. (2020). *Piccoli comuni e cammini d'Italia*. Roma, Italia: Fondazione Symbola. Fondazione IFEL ANCI per la Finanza Locale.
Recuperado de: <https://www.symbola.net/ricerca/piccoli-comuni-cammini-italia/>
- Galliano, G. (Ed.). (2002). Geografia e religione. Una lettura alternativa del territorio. AGEI - *Geotema*, 18.
- Galliano, G. (Ed.). (2003). Orizzonti spirituali e itinerari terrestri. AGEI - *Geotema*, 21.
- Graave, E., Klijs, J., y Heijman, W. (2017). The economic impact of pilgrimage: An economic impact analysis of pilgrimage expenditures in Galicia. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(3), 7.
DOI: <https://doi.org/10.21427/D7DD83>
- Gusmán, M. I., López, L., Lois González, R. C., y Santos, X. M. (2017). The challenges of the first European cultural itinerary: The Way of St. James. *Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 8(6), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/6034>
- Herrero, N. (2009). La atracción turística de un espacio mítico: peregrinación al cabo de Finisterre. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 163-178. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.013>
- ISTAT. (2020a). *Classificazione dei Comuni in base alla densità turistica come indicato dalla Legge 17 luglio 2020, n. 77, art. 182*. Roma, Italia: Istituto Nazionale di Statistica. Recuperado de: https://www.istat.it/it/files/2020/09/Decreto-rilancio_Classificazione-territori_16_09_2020.pdf
- ISTAT. (2020b). *Indagine sui musei e le istituzioni similari. Anno 2018. Aspetti metodologici dell'indagine*. Roma, Italia: Istituto Nazionale di Statistica. Recuperado de: <https://www.istat.it/microdata/download.php?id=/import/fs/pub/wwwarmida/204/2018/01/Nota.pdf>
- Ivona, A., y Privitera, D. (2020). Saint Nicola's feast in Bari: Before and after COVID-19. A short reflection. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(7), 7. DOI: <https://doi.org/10.21427/8QMD-J082>
- Ladu, M., Milesi, A., Borruso, G., y Balletto, G. (2019). Turismo lento nel Sulcis Iglesiente. Mappe di comunità per le sfide dello sviluppo turistico locale. *Asita* 2019, 595-602.
Recuperado de: <http://atti.asita.it/ASITA2019/Pdf/178.pdf>

- Lampreu, S. (2020). Estrategias de desarrollo territorial y turismo contra la despoblación de las áreas rurales en Cerdeña (Italia). *Revista Galega de Economía*, 29(2), 1-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/rge.29.2.6908>
- Lemmi, E. (Ed.). (2015). *Turismo e management dei territori. I geoitinerari, fra valori e progettazione turistica*. Bologna, Italia: Pàtron.
- Lois González, R. C., y López, L. (2015). The origin of the Italian traveler tourism along the Way of St. James. *Investigaciones Turísticas*, 9, 132-159. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-origin-of-the-Italian-traveler-tourism-along-of-López-González/d9ecb6d5134bbd2ccedfa53566038a39976c56db>
- Longo, A., y Cicirello, L. (2018). Le reti di imprese nel turismo come valore aggiunto territoriale nella sharing economy. En M. Prezioso (Ed.), *Sostenibilità e responsabilità dello sviluppo* (pp. 269-285). Roma, Italia: Aracne.
- Macchia, P. (2015). Alle origini dei geoitinerari: slow tourism e nuovi modi di fare turismo. En E. Lemmi (Ed.), *Turismo e management dei territori. I geoitinerari, fra valori e progettazione turistica* (pp 65-84). Bologna, Italia: Pàtron.
- Mangano, S. (2020). *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*. Roma, Italia: Aracne.
- Mariotti, G., Camerada, M. V., y Lampreu, S. (2020). Covid-19 e turismo. Sardegna: opportunità e prospettive di sviluppo turistico. *Documenti Geografici*, 1, 579-591. DOI: http://dx.doi.org/10.19246/DOCUGEO2281-7549/202001_36
- Mariotti, G., Sechi Nuvole, M., Camerada, M. V., y Carrus, S. (2018). Risorse e servizi di qualità come strumento di competitività turistica. Analisi della performance regionale: un focus sulla Sardegna. *AGEI - Geotema*, suppl. 8, 4-22. Recuperado de: https://www.ageiweb.it/geotema/wp-content/uploads/2019/10/Suppl2018_2_Mariotti_Sechi-Nuvole_Camerada_Carrus.pdf
- Martínez Roget, F., Castro Domínguez, M. N., y Fraiz Brea, J. A. (2018). O turismo como fonte de riqueza en Galicia: análise dalgunhas experiencias. *Revista Galega de Economía*, 27(3), 65-80. DOI: <https://doi.org/10.15304/rge.27.3.5437>
- Mattioli, L. (2021). Paisaje, patrimonio y turismo: expresión sistémica en la integración del Corredor Bioceánico Central. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(1), 57-72. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.004>
- Mosier, W., Elhadary, T., Elhaty, I. A., y Safaei, M. (2020). Crisis management and the impact of pandemics on religious tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(7), 3. DOI: <https://doi.org/10.21427/6808-ct83>
- Murias Fernández, M. P., y Rodríguez González, D. (2014). De nuevo en Santiago de Compostela: las implicaciones de la lealtad para un destino turístico. *Revista Galega de Economía*, 23(2), 47-68. DOI: <https://doi.org/10.15304/rge.23.2.2482>
- Nocco, S. (2020). I “Cammini di Sardegna e gli itinerari turistico-religiosi e dello Spirito”: un’opportunità di sviluppo per le aree interne della Sardegna? *RiMe. Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, 7/III, 209-237. DOI: <https://doi.org/10.7410/1447>
- OECD (2020). *COVID-19: Risposte di policy per il turismo*. Paris, France: L Organisation for Economic Co-operation and Development. Recuperado de: <https://www.oecd.org/cfe/leed/COVID-19-Tourism-Policy-Responses%20IT.pdf>
- Piersanti, A. (2014). Il turismo religioso nei borghi. *Rivista di Scienze del Turismo*, 2, 77-90. Recuperado de: <https://www.ledonline.it/Rivista-Scienze-Turismo/Allegati/RST-V-2-Piersanti.pdf>
- Pistocchi, F., Curiazi, R., y Dallari, F. (2018). Nuevos peregrinos y nuevos turistas para la sostenibilidad medio-ambiental: el turismo lento como vía para la conservación de la autenticidad del patrimonio tangible e intangible de un territorio. *Antropología. Cuadernos de Investigación*, 19, 53-72. DOI: <https://doi.org/10.26807/ant.v0i19.138>
- Podda, C., Camerada, V., y Lampreu, S. (2016). Cartografia e promozione del turismo in aree a economia debole. Dal marketing territoriale ai percorsi a base culturale. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 157, 92-104. DOI: <https://doi.org/10.13137/0044-9733/14032>
- Pollice, F., y Spagnuolo, F. (2015). La progettazione di itinerari community involved. En E. Lemmi (Ed.), *Turismo e management dei territori. I geoitinerari, fra valori e progettazione turistica* (pp. 149-167). Bologna, Italia: Pàtron.
- Porrà, R. (2010). Il culto di San Giacomo in Sardegna. *RiMe. Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, 4, 359-385. Recuperado de: <https://rime.cnr.it/index.php/rime/article/view/332/508>
- Prezioso, M. (Ed.). (2018). *Quale territorial impact assessment della coesione territoriale nelle regioni italiane. La concettualizzazione del problema*. Bologna, Italia: Pàtron.

- Prezioso, M. (Ed.). (2020). *Territorial impact assessment of national and regional territorial cohesion in Italy. Place evidence and policy orientations towards European green deal*. Bologna, Italia: Pàtron.
- Programma di Sviluppo Rurale PSR Sardegna. (2021).
<http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/leader/i-gal>
- Raj, R., y Griffin, K.A. (2020). Reflecting on the impact of COVID-19 on religious tourism and pilgrimage. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(7), 2. DOI: <https://doi.org/10.21427/8f91-6z16>
- RAS. (2013). *Comuni in estinzione. Gli scenari dello spopolamento in Sardegna. Progetto IDMS - 2013*. Cagliari, Italia: Centro Regionale di Programmazione, Regione Autonoma della Sardegna.
 Recuperado de: https://www.sardegnaprogrammazione.it/documenti/35_84_20140120091324.pdf
- RAS. (2018). *Destinazione Sardegna 2018-2021. Piano strategico di sviluppo e marketing turistico della Sardegna*. Cagliari, Italia: Regione Autonoma della Sardegna.
 Recuperado de: http://www.regione.sardegna.it/documenti/1_231_20181221121007.pdf
- RAS-Assessorato regionale al turismo. (2013). *Decreto n. 22 del 19 settembre 2013*. Recuperado de: https://www.regione.sardegna.it/documenti/1_422_20190920124819.pdf
- Renoldi, S. (2020). Sviluppo locale nelle aree interne. Programmazione territoriale e settore turistico in Sardegna. *EyesReg. Giornale on-line dell' AISRe (Associazione Italiana Scienze Regionali)*, 10(3). Recuperado de: <http://www.eyesreg.it/2020/sviluppo-locale-nelle-aree-interne-programmazione-territoriale-e-settore-turistico-in-sardegna/>
- Renoldi, S. (2021). Luoghi della cultura, turismo e sviluppo locale. Politiche settoriali e programmazione territoriale in Sardegna nell'era del COVID-19. *Quaderni di Lavoro CRENoS*, 2021/1.
 DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20901.73446>
- Rot, E., Kresimir, M., y Sinisa, B. (2014). General characteristics of religious tourism in Croatia. *UTMS Journal of Economics*, 5(1), 79-87.
 Recuperado de: <http://utmsjoe.mk/files/Vol.%205%20No.%201/1-7-Rot-Mikinac-Bogdan - CRO.pdf>
- Rubio Gil, A., y Cabello, S. A. (Coords.). (2019). *Rutas de La Rioja. Nuevos itinerarios, industria de viajeros y desarrollo*. Madrid: Dykinson.
- Sarno, E. (2016). Cartografie e valorizzazione territoriale: la Via Francigena del Sud. En G. Scanu (Ed.), *Conoscere per rappresentare. Temi di cartografia e approcci metodologici* (pp. 105-116). Bologna, Italia: Pàtron.
- Scanu, G., Donato, C., Mariotti, G., Madau, C., Camerada, M. V., Battino, S., Podda, C., y Lampreu, S. (2020). Implementation of cohesion policies in Sardinia region. A critical analysis by the STeMA TIA system model. En M. Prezioso (Ed.), *Territorial impact assessment of national and regional territorial cohesion in Italy. Place evidence and policy orientations towards European green deal* (pp. 560-580). Bologna, Italia: Pàtron.
- Scarpelli, L. (2009). Il turismo religioso nelle grandi città. Le strutture della 'ospitalità religiosa' a Roma. En F. Dallari, A. Trono y E. Zabbini (Eds.), *I viaggi dell'anima* (pp. 101-108). Bologna, Italia: Pàtron.
- Seyer, F., y Müller, D. (2011). Religious tourism. En A. Papatthanassis (Ed.), *The long tail of tourism* (pp 45-56). Wiesbaden, Germany: Gabler Verlag. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6231-7_6
- Sitzia, S. (2014). L'institution du chemin de Saint Jacques dans la Sardaigne contemporaine: entre politique et associationisme. En L. Chantre, P. d'Hollander y J. Grévy J. (Eds.), *Politiques du pèlerinage. Du XVII siècle à nos jours* (pp. 63-73). Rennes, France: Presses Universitaires de Rennes.
- Tadini, M., y Piva, E. (2020). Impatto del Covid-19 su trasporto aereo e turismo: possibili scenari evolutivi. En S. Bozzato (Ed.), *Documenti Geografici*, 1, 565-578.
 DOI: http://dx.doi.org/10.19246/DOCUGEO2281-7549/202001_35
- Tala, M. L., y Padurean A. M. (2008). Dimensions of religious tourism. *Amfiteatru Economic*, 10, 242-253.
 Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/233752241_Dimensions_of_religious_tourism
- Timothy, D. J., y Olsen, D. H., (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. New York, NY: Routledge.
- TCI, e Hertz Italia. (2020). *Come sono andate le vacanze 2020 degli italiani?* Touring Club Italiano/Hertz Italia.
 Recuperado de: <https://www.touringclub.it/news/come-sono-andate-le-vacanze-2020-degli-italiani/immagine/2/fig-1-osservatorio-vacanze-centro-studi-tci>
- Trono, A., y Oliva, L. (2013). Percorsi religiosi tra turismo culturale e strategie di pianificazione sostenibile: ricerca e innovazione. *Annali del Turismo*, II, 9-34.
 Recuperado de: <https://www.frh-europe.org/cms/wp-content/uploads/2020/09/Percorsi.pdf>
- UNWTO. (2020a). *World tourism barometer 18(1)*. Madrid: World Tourism Organization.
 DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- UNWTO. (2020b). *COVID-19. Related travel restrictions. A global review for tourism. First report as of 16 april 2020*. Madrid: World Tourism Organization. Recuperado de: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions_0.pdf

- UNWTO, CELTH, NHTV Breda University of Applied Sciences, e NHL Stenden University of Applied Sciences. (2018). 'Overtourism'? – *Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. Executive summary*. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- Valls, J.-F., Mota, L., Freitas Vieira, S. C., y Santos, R. (2019). Opportunities for slow tourism in Madeira. *Sustainability*, 11(17), 4534. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11174534>
- Vázquez Añel, I., y Araújo Vila, N. (2016). Turismo literario en Ourense: situación en 2015 e perspectivas. *Revista Galega de Economía*, 25(1), 87-102. DOI: <https://doi.org/10.15304/rge.25.1.3661>
- WTTC. (2019). *Travel and Tourism. Global economic impact & trends 2019*. London, UK: World Travel & Tourism Council. Recuperado de: <https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>
- Zanolin, G. (2019). Il turismo en plein air: un'opportunità per le piccole località italiane. En S. Cerutti e Tadini M. (Ed.), *Mosaico/Mosaic, Società di Studi Geografici. Memoire Geografiche NS17* (pp. 759-765). Firenze, Italia: Società di Studi Geografici.

Sitiografia

Las principales fuentes de datos proceden de los siguientes sitios web:

- http://asc.istat.it/asc_bl/
<http://osservatorio.sardegnaturismo.it>
<http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/leader/i-gal>
<https://ec.europa.eu/eurostat>
<https://opencoessione.gov.it/it/>
<https://www.agenziacoessione.gov.it>
<https://www.istat.it>
<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/serveblob.php/L/IT/IDPagina/202>
<https://www.sardegnaautonomie.it>
<https://www.sardegnaprogrammazione.it>
<https://www.unwto.org/archive/europe/event/international-congress-religious-tourism-and-pilgrimage>
<http://whc.unesco.org/en/list/>
<https://www.destinazionepellegrinaggiosardegna.it>
www.camminando.eu
www.bandierearancioni.it
www.borghipiubelliditalia.it