

Vocación turística dos itinerarios relixiosos e perspectivas de desenvolvemento territorial: o Camiño de Santu Jacu en Sardeña (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 febreiro de 2021 / Aceptado: 6 de maio de 2021

Resumo

Desde hai anos asistimos ao descubrimento de itinerarios culturais e relixiosos, considerados instrumentos capaces de favorecer o desenvolvemento local sustentable. O seu valor é principalmente turístico, e en Italia existen numerosas iniciativas. O presente traballo céntrase nas efectuadas pola Rexión de Sardeña para a estruturación de produtos e itinerarios orientados ao mercado do turismo relixioso. A partir da análise da literatura científica, sublíñase a potencialidade turística das rutas relixiosas, prestándolle especial atención ao Camiño de Santu Jacu, que atravesa toda a rexión. O método e os instrumentos de investigación son os da xeografía económica, que contempla o recurso a indicadores estatísticos e aos Sistemas de Información Xeográfica (SIX). Mediante as elaboracións realizadas, o traballo destaca como os camiños relixiosos poden contribuír a aumentar a competitividade rexional se reciben apoio e promoción a partir de accións específicas e políticas de desenvolvemento local.

Palabras clave

Itinerarios relixiosos; Sardeña; patrimonio cultural; áreas rurais; Camiño 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 hai anos asistimos a unha crecente atención, por parte do mundo académico e da política, cara ao tema dos itinerarios, considerados instrumentos capaces de favorecer o desenvolvemento sustentable tanto en áreas rurais como urbanas. Itinerarios e camiños representan formas eficaces de colaboración entre actores locais e comunidades para levar a cabo estratexias compartidas de promoción turística e territorial (Corinto, 2017; Corinto e Nicosia, 2015; Dino Viterbo, 2004; Lemmi, 2015; Marques Brazil e Santos, 2014; Pollice e Spagnuolo, 2015; Rubio Gil e Cabello, 2019).

Para a súa análise contamos coa contribución de numerosas disciplinas como a xeografía económica, a mercadotecnia turística, a socioloxía, a antropoloxía ou a planificación territorial, entre outras. Como proba da versatilidade do fenómeno, tamén son diversas as funcións que se lle adoitan atribuír: nalgúns casos, concíbense como meros instrumentos de mercadotecnia e promoción, noutros desempeñan un papel estratéxico para a cohesión e o desenvolvemento territorial, e representan solucións capaces de revitalizar as pequenas poboacións e crear emprego (Canova, 2012; Falqui e Serenelli, 2009). Ademais, o deseño de rutas alternativas aos consabidos circuitos turísticos contribúe a reducir a capacidade de carga de destinos lastrados por unha excesiva concentración de turistas (World Tourism Organization [UNWTO], Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality [CELTH], NHTV Breda University of Applied Sciences e NHL Stenden University of Applied Sciences, 2018).

Entre as formas de turismo principalmente asociadas aos itinerarios atópanse as do turismo rural e lento, enfocado á autenticidade dos produtos, aos valores ambientais, ás experiencias e á relación coas comunidades locais (Albanese, 2013; Cabaleiro Besada, Araújo Vila e Fraiz Brea, 2019; Longo e Cicirello, 2018; Macchia, 2015; Pistocchi, Curiazi e Dallari, 2018; Valls, Mota, Freitas Vieira e Santos, 2019; Zanolin, 2019). Este modelo abarca outros tipos de turismo (relixioso, enogastronómico, ecoturismo, etcétera), que se expoñen como «alternativos» ao *fast tourism*, e que en Italia son promovidos por ministerios, rexións, mancomunidades, Grupos de Acción Local (GAL), institucións relixiosas e asociacións de voluntarios.

O turismo lento e experiencial é un sector en crecemento, como confirmaron recentes estudos de mercado, e a pandemia de COVID-19 acelerou a súa expansión: en 2020 rexistrouse un aumento da demanda turística interesada en lugares de proximidade e ao aire libre, caracterizados por unha alta calidade de vida e por condicións de salubridade, paisaxes bonitas, producións agroalimentarias xenuínas e bens culturais talvez pouco coñecidos (Centro Studi Turistici di Firenze [CST], 2020; Manganò, 2020; Touring Club Italiano [TCI] e Hertz Italia, 2020).

Trátase de elementos que compoñen un rico capital territorial facilmente localizable nas áreas rurais e interiores (Prezioso, 2018), que poden gozarse, explotarse, facerse accesibles e xerar un novo valor engadido se forman parte de redes e circuitos proxectados para ese efecto. Os itinerarios culturais e relixiosos aparecen entre as ferramentas máis aptas para alcanzar estes obxectivos.

Á luz destas premisas, co presente traballo preténdese analizar o Camiño de Santu Jacu en Sardeña, un itinerario de grande interese relixioso, cultural, ambiental e turístico, como testemuña a súa inscrición no rexistro de camiños da Consellería Rexional de Turismo. Ademais, posúe a peculiaridade de ser o máis longo de Sardeña e de formar parte da rede transnacional de camiños xacobeos. Mediante un enfoque xeográfico, o estudo detense nas conexións entre turismo relixioso e itinerarios, destacando a función agregadora destes últimos con respecto ao patrimonio cultural amplamente presente nas zonas rurais.

En canto á estrutura do artigo, no apartado 2 analízase a literatura científica, no 3 expónse a metodoloxía e os datos, no 4 abórdanse os resultados das análises realizadas acompañadas dalgúns propostas e no 5 preséntanse as conclusións. O traballo fai fincapé no potencial turístico dos itinerarios relixiosos e do Camiño de Santu Jacu, que pode expresarse mellor se se insire nas estratexias locais de desenvolvemento e apóiase en accións destinadas a mellorar a súa estruturación e promoción, tamén en función da popularidade da rede europea dos Camiños de Santiago da que forma parte.

2. Turismo e itinerarios relixiosos: oportunidades e perspectivas de desenvolvemento territorial

Da observación das chegadas internacionais rexistradas nos últimos dez anos, que en 2019 alcanzaron a marca de 1.500 millóns de persoas, cun aumento do 4% con respecto a 2018 (UNWTO, 2020a), compréndese a importancia do turismo para as economías de moitas rexións. Cun peso do 10,4% sobre o Produto Interior Bruto (PIB) global e con case 320 millóns de traballadores empregados en todo o mundo (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2019), o turismo representa un dos sectores máis estratéxicos tamén para Europa (Commissione Europea, 2010; Eurostat, 2019; Mariotti, Sechi Nuvole, Camerada e Carrus, 2018). A pesar da súa gran resiliencia en tempos de crises (Bizzarri e Ceschin, 2020; Tadini e Piva, 2020), a aparición da pandemia de COVID-19 desencadeou un choque económico e financeiro sen precedentes, sobre todo para o mundo das viaxes e das vacacións (Agenzia Nazionale del Turismo [ENIT], 2020; Burini, 2020; Mariotti, Camerada e Lampreu, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2020; UNWTO, 2020b).

O turismo relixioso é un dos segmentos principalmente afectados pola pandemia, cuxa difusión obrigou a cancelar a maioría dos eventos relacionados coa fe, as peregrinacións e as viaxes espirituais (Mosier, Elhadary, Elhaty e Safaei, 2020; Raj e Griffin, 2020).

Difficil de definir, o turismo relixioso é un fenómeno complexo e multidimensional (Alecú, 2010; Blackwell, 2007; Scarpelli, 2009). Considerado como unha das formas máis antigas de turismo (Seyer e Müller, 2011; Tala e Padurean, 2008; Timothy e Olsen, 2006), está animado por numerosos suxeitos, tanto no lado da demanda como no da oferta. Non é unha exclusiva das grandes cidades (Celant, 2007), senón que abarca zonas xeográficas diferentes, desde as áreas máis urbanizadas ata as aldeas máis remotas.

Tamén existen diferenzas en canto ao momento en que se realiza: nalgúns casos pode practicarse en calquera período do ano, como percorrer a Vía Francíxena ou o Camiño de Santiago; noutros, está vinculado a manifestacións ou acontecementos concretos, como os xubileus, as xornadas da mocidade ou os ritos da Semana Santa. Se consideramos que as primeiras grandes viaxes da historia foron realizadas por motivos de culto (Bulatović e Stranjančević, 2019), as peregrinacións e as viaxes espirituais poden considerarse, para todos os efectos, precursores do actual «turismo relixioso» (Lois González e López, 2015).

Segundo as estimacións da Organización Mundial do Turismo (OMT), o sector move cada ano máis de 300 millóns de persoas (Álvarez-García, de la Cruz, del Río e Gómez-Ullate, 2019; Rot, Kresimir e Sinisa, 2014). O 40% dos desprazamentos que se producen anualmente por motivos relixiosos afectan a Europa, con importantes repercusións territoriais; este último aspecto recalcouse tamén durante un recente congreso internacional sobre turismo relixioso e peregrinaxe, organizado en 2017 pola OMT, o Ministerio de Economía de Portugal e o municipio de Ourém. En Italia, os turistas relixiosos poden confiar nun amplo patrimonio cultural, posto que aproximadamente o 70% dos bens artísticos son de carácter relixioso, con 85.000 igrexas clasificadas como bens culturais, ás que se engaden 1.535 mosteiros, 3.000 complexos monumentais, 5.500 bibliotecas, 26.000 arquivos, 700 coleccións e museos eclesiásticos e miles de obras pictóricas e escultóricas (Conferenza Episcopale Italiana [CEI], 2019).

Pola súa capacidade de favorecer o desenvolvemento local, alimentar as economías de proximidade e apoiar os procesos de valorización do patrimonio cultural, o turismo relixioso é tamén un elemento estratéxico para rexenerar as poboacións rurais (Piersanti, 2014). A este respecto poderíanse citar varias experiencias relacionadas coa recuperación de antigos camiños da fe que supuxeron unha valorización dos territorios atravesados, cheos de recursos paisaxísticos e culturais, como a Vía Francíxena en Toscana (Conti, Iommi, Piccini e Rosignoli, 2015; Sarno, 2016) ou o Camiño de Santa Bárbara en Sardeña (Balletto, Milesi, Ladu e Borruso, 2020; Ladu, Milesi, Borruso e Balletto, 2019).

Son numerosos os estudos que, mediante enfoques e métodos especializados, analizaron a complexa relación concorrente entre os signos da fe, as paisaxes, o desenvolvemento territorial e os efectos socioeconómicos xerados polos itinerarios culturais e relixiosos (Azzari e Dallari, 2019; Balestrieri e

Congiu, 2017; Campanile, 2018; Dallari e Niglio, 2018; Dallari, Trono e Zabbini, 2009; Famoso, Incognito e Petino, 2012; Herrero, 2009; Galliano, 2002, 2003; Graave, Klijs e Heijman, 2017; Ivona e Privitera, 2020; Martínez Roget, Castro Domínguez e Fraiz Brea, 2018; Murias Fernández e Rodríguez González, 2014; Nocco, 2020; Podda, Camerada e Lampreu, 2016; Trono e Oliva, 2013). Especialmente nas áreas rurais, os itinerarios e os camiños representan ferramentas de conexión entre recursos diferentes, con efectos positivos a respecto da ocupación, do coidado do territorio, da cohesión social e da recuperación arquitectónica e funcional de bens e outras estruturas abandonadas (Battino e Donato, 2017; Canova, 2012; De Felice, 2017).

No escenario italiano, constitúe un importante documento de referencia o Plan estratéxico do turismo 2017-2022 «Italia, país para viaxeiros», coordinado pola Dirección General de Turismo del Ministerio de Bienes y Actividades Culturales y de Turismo (MIBACT), e baseado no tres principios clave de sustentabilidade, innovación e accesibilidade, dos que se derivan iniciativas como a creación do Atlas dos Camiños de Italia. Este atlas consiste nunha infraestrutura dixital para apoiar a mobilidade lenta, e reagrupa 46 camiños conforme a 11 criterios establecidos para formar parte del. Destes camiños, uns 30 fan expresamente referencia a santos ou a outros elementos da fe, como suxiren os seus nomes, por exemplo, os Camiños do Xubileu, o Camiño dos Protomártires Franciscanos, a Vía de Francisco, o Camiño de Benedicto, etcétera. Esta estratexia nacional está apoiada por outras medidas levadas a cabo polas rexións para promover o turismo relixioso e dos camiños da fe, como as de Sardeña, onde nos últimos anos se apostou moito por este sector de enorme potencial.

3. Materiais e métodos

O presente traballo, á luz da literatura científica examinada, baséase na premisa de que o patrimonio cultural, incluídos os bens relixiosos, posúe un papel importante na definición do atractivo turístico territorial. Confirma este dato a recente clasificación realizada polo Instituto Nacional de Estatística de Italia (ISTAT), que subdividiu todos os municipios italianos en categorías turísticas específicas, clasificando cada un deles segundo un índice sintético de densidade turística. No marco desta investigación, tal clasificación representa a base para analizar o atractivo turístico da Rexión de Sardeña, tamén tendo en conta o contido do Plan estratéxico de desenvolvemento e mercadotecnia (Regione Autonoma della Sardegna [RAS], 2018), que identifica o “turismo de camiños” entre os produtos turísticos que cómpre reforzar. Tras un repaso das principais iniciativas levadas a cabo na rexión para promover o turismo relixioso, profundarase no caso do Camiño de Santu Jacu, relacionándoo coa mencionada clasificación do ISTAT e con outras variables, como a distribución dos bens culturais ao longo do itinerario e as formas de agregación supralocal dos municipios involucrados.

Os datos utilizados para as análises, todos na forma de *open data*, foron extraídos dos sitios web do ISTAT, do MIBACT, do Atlas estatístico dos municipios, das páxinas web de “Bandiere arancioni” e “Borghi d’Italia”, da Organización das Nacións Unidas para a Educación, a Ciencia e a Cultura (UNESCO), da Rexión de Sardeña e dos GAL. As informacións sobre o Camiño de Santu Jacu proceden principalmente do sitio web correspondente, onde se atopan ligazóns a diversas rutas en GPS descargables do portal wikiloc. A este respecto, cabe sinalar que hai varias rutas desaparecidas ou danadas, cuxa reconstrución se realizou mediante o software QGis a partir dos mapas presentes no sitio do camiño, sometidos a un proceso de xeorreferenciación, e da descrición dos segmentos. Esta recuperación permitiu representar de forma sistemática todo o itinerario, pondo claramente de relevo os diferentes eixes.

Especificamente para este traballo, e co obxectivo de integrar algunhas informacións, diriximos entrevistas semiestruturadas a dous dos principais representantes da Asociación Amigos do Camiño de Santu Jacu. Adaptando a técnica utilizada por Vázquez Añel e Araújo Vila (2016), formuláronse dez ítems divididos en dous ámbitos de investigación: preguntas sobre os peregrinos e preguntas sobre as iniciativas da Asociación (Anexo 1). As respostas obtidas, integradas no apartado 4.3, foron útiles para detallar máis algunhas dinámicas propias do caso tratado.

4. Resultados

De cara a unha maior claridade expositiva, esta parte do traballo foi subdividida en catro subapartados, todos interrelacionados entre si: no 4.1 defínense os principais trazos da vocación turística nacional, facendo referencia á última clasificación turística efectuada polo ISTAT; no 4.2 analízase a posición da Rexión de Sardeña con respecto á dita clasificación e ás estratexias rexionais de desenvolvemento turístico enfocadas á valorización do produto relixioso; no 4.3 descríbese o Camiño de Santu Jacu e as súas principais características; e no 4.4 relaciónase o camiño co patrimonio cultural das áreas rurais de Sardeña e fanse algunhas propostas de mellora baixo o perfil do desenvolvemento turístico-territorial.

4.1. Patrimonio cultural e vocación turística nacional

Os bens que constitúen o patrimonio cultural e natural, ademais do gran valor histórico e identitario que transmiten (Mattioli, 2021), representan compoñentes importantes do atractivo de diversos destinos e contribúen a definir a súa vocación turística, como no caso de Italia.

Se, por exemplo, se consultan as listas dos 1.121 sitios inscritos na UNESCO (869 sitios culturais, 213 naturais e 39 mixtos en 167 países do mundo), pódese observar que Italia e China son os países que máis posúen (55 cada un).

Dos bens italianos oficialmente recoñecidos, 5 son sitios naturais mentres que os 50 restantes son monumentos, prazas, cidades, xardíns e paisaxes culturais. Trátase de recursos de grande interese histórico, cultural e xeográfico que exercen, tamén desde o punto de vista turístico, unha considerable capacidade de atracción e contribúen a definir a imaxe de Italia no escenario competitivo global. A estes bens hailles que sumar outras realidades, como museos, sitios arqueolóxicos, centros urbanos antigos..., que desempeñan un papel fundamental á hora de captar un gran número de turistas culturais. Nun estudo de 2018, a Banca de Italia sinalaba que en 2017 o turismo cultural representaba o 51,7% das chegadas, o 52,3% das pernoitas e o 59,6% do gasto. Entre os destinos principais figuraban as cidades artísticas, pero o informe destacaba tamén a elevada concentración e a distribución dos sitios culturais en Italia: 8,2 por cada 100.000 habitantes, un valor en liña con Alemaña e maior con respecto aos outros países europeos (Banca d'Italia, 2018).

Entre as ferramentas máis eficaces para interconectar esta inmensa riqueza de recursos, atopamos os itinerarios culturais e relixiosos, nos que agora se centran diversas políticas de desenvolvemento local, especialmente nas zonas rurais, onde os camiños cumpren a función de conectar igrexas, museos, monumentos, zonas ambientais valiosas e produtos alimentarios e vinícolas típicos, localizados en pequenos municipios.

É precisamente nos 5.498 municipios italianos clasificados como pequenos (con menos de 5.000 habitantes), onde residen apenas 9,9 millóns de persoas, onde se atopa o 31,1% dos lugares culturais propiedade do Estado, o que representa un total de 2.064 sitios. Destes, 1.533 son museos, o 32,8% do total italiano. E tamén é nestes municipios onde se produce o 90,2% dos 297 produtos típicos italianos: 156 produtos DOP (Denominación de Orixe Protexida) e 112 IXP (Indicación Xeográfica Protexida).

En canto ao sistema de aloxamento, debe especificarse que as poboacións pequenas seguen sufrindo varias carencias, xa que só posúen o 27,4% do total das estruturas de aloxamento do país e o 27,4% do total de camas (Fondazione Symbola e Fondazione IFEL ANCI per la Finanza Locale, 2020).

Unha recente clasificación dos municipios italianos elaborada polo ISTAT (2020a), en aplicación da Lei nº 77, artigo 182, de 17 de xullo de 2020, que contén medidas urxentes para combater os impactos negativos asociados ao coronavirus, confirmou a ampla vocación turística nacional. Esta clasificación permitiu diferenciar os municipios en función de dúas dimensións: a densidade turística e a categoría turística predominante.

En canto á primeira dimensión, exprésase mediante un índice sintético de densidade turística (DT), resultado dun conxunto de indicadores que miden a intensidade e as características da oferta, da de-

manda e doutras actividades relacionadas co turismo. A distribución do índice, dividido en quintís, que van de «moi baixo» a «moi alto», pon de manifesto como os municipios con mellores resultados se atopan nalgunhas rexións do centro e do norte de Italia (en particular, Toscana, Umbría, Emilia-Romaña e as provincias autónomas de Trento e Bolzano) e nas zonas costeiras das rexións insulares e do sur.

A segunda dimensión destaca a vocación turística de cada municipio a partir de criterios puramente xeográficos (proximidade ao mar, altitude...) e antrópicos (poboación residente), perfeccionados mediante indicadores relacionados coas presenzas turísticas. Como mostra a Figura 1, pódense distinguir 11 tipos diferentes.

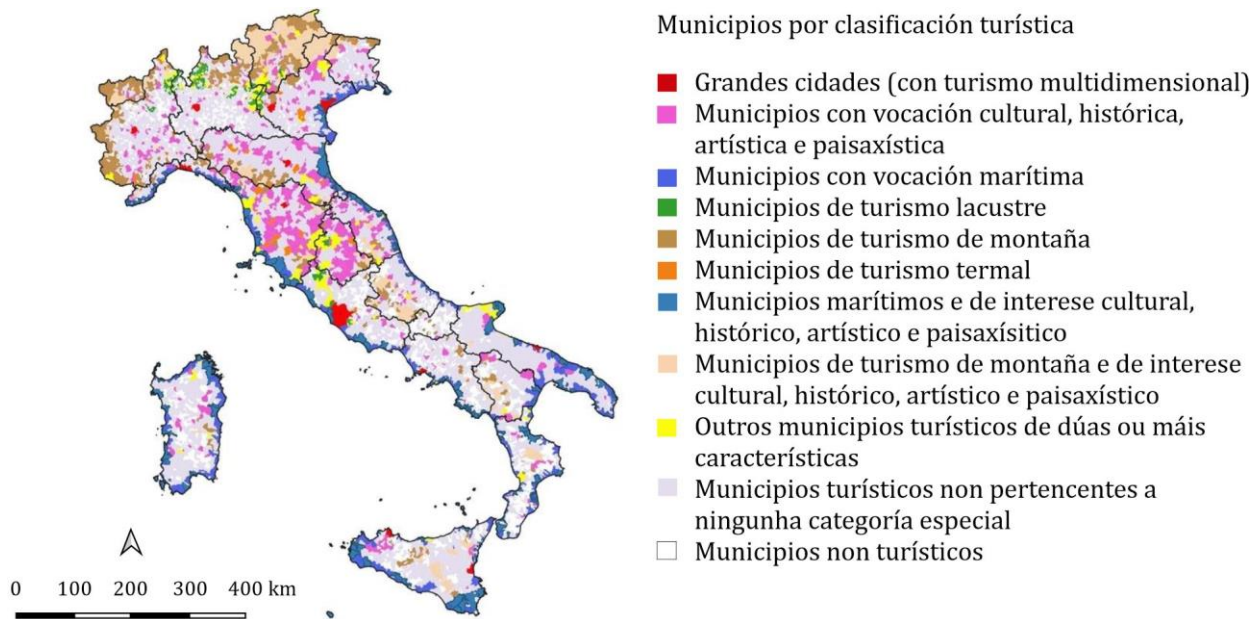


Figura 1. Clasificación dos municipios italianos en función das categorías turísticas. Fonte: elaboración propia a partir dos datos do ISTAT (2020a).

Un total de 1.537 municipios (19,8%) pertencen a unha soa categoría turística; 635 (8%) a dúas ou máis categorías; 4.014 (50,6%) –a maioría– considéranse turísticos, pero non se poden incluír en categorías específicas; e 1.704 (21,5%) son municipios non turísticos, totalmente desprovistos de estruturas de aloxamento e de fluxos.

A partir da análise da nota metodolóxica do ISTAT e dos seus adxuntos, resulta que a maior parte das categorías presentan un índice de DT alto e moi alto, fóra dos municipios turísticos non pertencentes a categorías específicas.

Tras unha lectura atenta dos datos, obsérvase que os municipios máis «especializados» son tamén aqueles co maior rendemento segundo o perfil do índice de DT. É de supor que nestes municipios se aplicarán estratexias de posicionamento e investimentos específicos para a promoción do sector co apoio de infraestruturas viarias e de aloxamento adecuadas. Por outro lado, os municipios turísticos pouco especializados presentan índices de DT máis baixos, e isto podería deberse a que se trata de territorios onde o turismo non é a actividade predominante, aínda que se observa un discreto potencial atractivo.

4.2. O posicionamento de Sardeña e o turismo de camiños

Sardeña, con 1.640.000 habitantes e cunha superficie de 24.100 km², representa, por extensión, a terceira rexión de Italia e a segunda illa do Mediterráneo. Cunha baixa densidade de poboación (68

hab./km²), concentra boa parte dos seus habitantes na costa e nas proximidades do tres centros urbanos de Cagliari, Sassari e Olbia, onde residen máis de 700.000 persoas. A maior parte dos 377 municipios insulares son, por tanto, pequenos e algúns están en risco de desaparecer (RAS, 2013). Trátase, en xeral, de municipios rurais e de interior, caracterizados por problemas demográficos e condicións de marxinalidade socioeconómica. Durante o último ciclo de programación, baixo a coordinación da rexión e cun enfoque integrado, adoptáronse diversas estratexias para reforzar a súa competitividade. Moitas delas buscaban promover un turismo sustentable, inclusivo e participativo partindo dunha maior protección e valorización dos recursos ambientais e culturais (Lampreu, 2020; Scanu et al., 2020; Renoldi, 2020). Os instrumentos de apoio a estas estratexias xurdiron de diferentes fontes de financiamento, a través dos Programas Operativos Rexionais, do Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional e do Fondo Social Europeo, do Fondo de Desenvolvemento e Cohesión e do Fondo Europeo Agrícola para o Desenvolvemento Rural.

Retomando a clasificación turística nacional anteriormente vista, obsérvase como na illa destaca a total ausencia de «grandes cidades con turismo multidimensional», «municipios de turismo lacustre» e «municipios de turismo termal». Con todo, existen 66 municipios pertencentes a unha única categoría, 23 a máis categorías, 173 municipios turísticos non pertencentes a unha categoría específica e 115 municipios non turísticos (Táboa 1).

Táboa 1. Categorias turísticas e índice sintético de densidade turística dos municipios de Sardeña

Categoría turística	Poboación a 01/01/19	Superficie (km ²)	Nº	Índice sintético de densidade turística				
				Moi baixa	Baixa	Media	Alta	Moi alta
Grandes cidades (con turismo multidimensional)	0	0	0	0	0	0	0	0
Municipios con vocación cultural, histórica, artística e paisaxística	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, e tamén de interese cultural, histórico, artístico e paisaxístico	413.769	2.512	19		1	1	2	15
Municipios de turismo de montaña, e tamén de interese cultural, histórico, artístico e paisaxístico	1.261	75,58	1	0	0	0	0	1
Outros municipios turísticos con dúas ou máis características	19.275	345	3	0	0	1	1	1
Municipios turísticos non pertencentes a ningunha categoría específica	759.383	12.022	173	64	52	28	14	15
Municipios non turísticos	110.694	4.044	115	0	0	0	0	0
Total	1.639.591	24.099,44	377	65	58	38	33	68

Fonte: elaboración propia a partir dos datos do ISTAT (2020a).

A presenza de 66 municipios marítimos (47 marítimos e 19 marítimos e de interese cultural), que rexistran os valores máis altos de DT, confirma que o turismo de *sol e praia* aínda é o predominante, en parte porque se apoia nunhas infraestruturas adecuadas e nunha organización máis eficiente do sistema de oferta e transporte. No entanto, o maior problema do turismo en Sardeña é que o produto de *sol e praia* non só é dominante, senón que tamén é estacional, é dicir, concéntrase nuns poucos meses do ano (Renoldi, 2021). Para superar este punto crítico, o Plan estratéxico de desenvolvemento e mercadotecnia «Destinazione Sardegna 2018-2021» detecta dez produtos turísticos que poden reforzarse para ampliar as ofertas e conquistar novos mercados (Mariotti et al., 2020; RAS, 2018). Entre eles, ademais do «Turismo nas aldeas» e do «Turismo de excursionismo e sendeirismo», figura o «Turismo de camiños», sinalando unha clara vontade de investir no segmento relixioso. Esta vontade maniféstase desde hai anos, como demostra a creación do «Rexistro de camiños de Sardeña e itinerarios turísticos, relixiosos e do espírito», a cargo da Consellería Rexional de Turismo, que recolle os principais camiños da fe e os lugares espirituais con valor turístico que responden a determinados parámetros.

O enfoque estratéxico da Rexión de Sardeña con respecto ao desenvolvemento dun produto turístico relixioso xa se expuxo a partir da análise dun documento de 2013, que formulaba as pautas para propor itinerarios de peregrinaxe polos camiños, os destinos e os itinerarios turístico-relixiosos. Trátase dunha directriz, xurdida do ámbito do proxecto «Cultura relixiosa e turismo», que tiña o obxectivo de reforzar o turismo cultural e relixioso a través dunha *governance* rexional das actividades que reñen a realización e a xestión de camiños e itinerarios. A finalidade principal era situar Sardeña entre os destinos de turismo relixioso no ámbito italiano e internacional, así como indicar que requisitos debe cumprir un itinerario, establecendo as regras relativas á tipoloxía de vías utilizables, mantemento das rutas, sinalización, normas de comportamento, aloxamentos, aspectos relativos á imaxe coordinada, etcétera.

Entre os proxectos máis recentes desenvolvidos baixo a dirección rexional, menciónase a creación da Rede dos Lugares Franciscanos, un itinerario que percorre 14 municipios para descubrir arte, historia e espiritualidade. A iniciativa fíxose oficial en 2018, forma parte da ruta franciscana en Sardeña e conta cunha guía e un portal web. Este último é particularmente útil, xa que conta a historia do asentamento dos frades franciscanos na illa a partir do século XIII e permite coñecer os lugares incluídos na rede, que están asociados a fichas descritivas con información sobre como chegar, que ver, eventos importantes e onde durmir.

O interese da Rexión de Sardeña sobre o tema dos itinerarios culturais e relixiosos reflíctese en moitos documentos sobre políticas adoptadas durante os dous últimos ciclos de programación (2007-2013 e 2014-2020), na asignación de fondos para a recuperación e a realización de itinerarios promovidos polas mancomunidades a través do instrumento da «programación territorial», así como en iniciativas como a futura Fundación «Destinos de peregrinaxe en Sardeña», presentada durante un simposio celebrado en decembro de 2020. A estas intervencións hai que sumarllas outras efectuadas a nivel local, como os itinerarios promovidos polos GAL no ámbito do enfoque LEADER e as vías relixiosas patrocinadas polas autoridades eclesiásticas. Un dos camiños sardos máis interesantes polo seu valor relixioso, cultural e ambiental é o de Santu Jacu que, como se verá, atravesará toda a illa e está incluído na rede transnacional de camiños xacobeos.

4.3. Características histórico-xeográficas do camiño de Santu Jacu en Sardeña

Entre os itinerarios relixiosos de Sardeña, o Camiño de Santu Jacu é o máis longo e xa está incluído no citado rexistro rexional (de Montis, Ganciu, Ledda, Barra e Caschili, 2015). Considerando as súas variantes secundarias, respecto ao eixe principal que conecta, de norte a sur, as cidades de Porto Torres e Cagliari, cunha lonxitude total de aproximadamente 1.600 km, atravesa numerosas comarcas, municipios e GAL.

O camiño xurdiu en 2009, cunha formulación que poderíamos definir *bottom-up*, por iniciativa dun grupo de voluntarios que xa percorreran as variantes do Camiño de Santiago en España, e que se reuniron na asociación sen fins de lucro «Amigos do Camiño de Santu Jacu».

A súa institución estivo precedida da firma dun acordo de programa de 2007, titulado «Bias de fidi: o Camiño de Santiago en Sardeña», entre a Conferencia episcopal sarda, 9 municipios das provincias de Cagliari e Oristán e a Dirección Xeral de Bens Ambientais, Paisaxísticos e Históricos, coa finalidade de crear unha ruta cultural e relixiosa.

Como suxire o propio nome (Santu Jacu en sardo significa Santiago), o camiño conecta idealmente co máis soado de Santiago de Compostela, o primeiro que obtivo, en 1987, o recoñecemento de «itinerario cultural» por parte do Consello de Europa, pola súa capacidade de promover o patrimonio cultural europeo (Beltramo, 2013; Gusmán, López, Lois González e Santos, 2017).

Aínda que é certo que o culto de Santiago en Sardeña se remonta á Idade Media (Sitzia, 2014), son escasos os testemuños que documentan o paso do santo pola illa durante a súa viaxe desde Palestina ata España. A este respecto é significativa a publicación de 1608, *Defensa da vinda e predicación evanxélica de Santiago en España*, do relixioso Diego Castillo, na que se cita unha pasaxe do breviario armenio de 1054 recompilado por orde do patriarca de Xerusalén¹ (Porrà, 2010). Outros documentos que mencionan a estancia en Sardeña do apóstolo Santiago son a monumental obra do xesuíta Giacomo Pinto de 1624, *Christus crucifixus*; o texto do xurista Dionigi Bonfant de 1635, *Triumpho dos santos do reyno de Cerdeña*; o libro de Francesco Angelo de Vico, rexente do Consello Supremo de Aragón e da Real Chancelaría de Sardeña, de 1639, titulado *Historia xeral da illa e Reyno de Sardeña* (Porrà, 2010).

O Camiño de Santu Jacu conecta actualmente máis de 100 municipios. Destes, 92 están directamente implicados porque conteñen igrexas ou ruínas dedicadas ao santo ou cuxo patrón é Santiago, ou porque contan coa presenza de aloxamentos pertencentes á rede. A estes súmanse outros que son soamente de paso ou de unión entre unha etapa e a seguinte (Figura 2).

O proxecto do camiño caracterizouse por algúns momentos cruciais: en 2010 presentouse por primeira vez ao público durante un festival literario celebrado en Mandas, unha aldea do sur de Sardeña e líder do primeiro acordo do programa «Bias de fidi». En 2012 efectuouse a primeira sinalización lixeira do trazado, colocando o seu símbolo (unha frecha amarela e unha cuncha) en diversas etapas da ruta. En 2013 obtívose o recoñecemento oficial por parte da Consellería de Turismo, que o inscribiu no rexistro rexional co Decreto nº 22, de 19 de setembro de 2013.

O Camiño de Santu Jacu pode considerarse, para todos os efectos, non só un itinerario espiritual ou relixioso senón tamén un auténtico produto turístico territorial, capaz de conectar aldeas, vilas e cidades a través dun percorrido que inclúe igrexas, sitios arqueolóxicos, recursos ambientais, parques naturais, zonas mineiras e paisaxes moi distintas entre si; un itinerario que une zonas costeiras e de interior, que pode percorrerse a pé, en bicicleta ou a cabalo, e que se apoia nunha rede de aloxamentos públicos e privados a prezos axustados para os peregrinos (10-15 euros por persoa nos albergues, 15-25 euros por persoa nos hostais con almorzo) e nunha sinalización constantemente actualizada.

O traxecto non é demasiado complicado, pode efectuarse en calquera momento do ano, especialmente na primavera e no outono, polo que ten un potencial considerable para superar a estacionalidade. Os principais puntos de partida e chegada son Olbia, Porto Torres, Oristán, Cagliari e Sant'Antioco, mentres que todo o camiño se subdivide en 57 etapas e 5 ramificacións (Figura 3).

Como se aprecia na representación cartográfica, pódense distinguir un eixe central norte-sur, unha variante centro-occidental que parte de Oristán, unha variante centro-oriental que conecta Olbia cos municipios de Orosei, Nuoro e Ozieri, o Camiño do Norte que atravesa Gallura e chega a Olbia, e o Camiño do Sur.

Grazas á colaboración coas 305 asociacións xacobeas do mundo, a Xunta de Galicia, o Xacobeo, o Arcebispado compostelán e as Federacións das Asociacións de Amigos do Camiño española e francesa, o Camiño de Santu Jacu forma parte hoxe da Rede Europea de Camiños de Santiago (Figura 4).

¹ A pasaxe en cuestión, traducida ao castelán polo bispo de Armenia, Pedro Pacheco, reza: "Salió el glorioso Apóstolo Santiago del puerto de Jafa y vino a la isla de Cerdeña; y de allí a España..." (Porrà, 2010, p. 365).

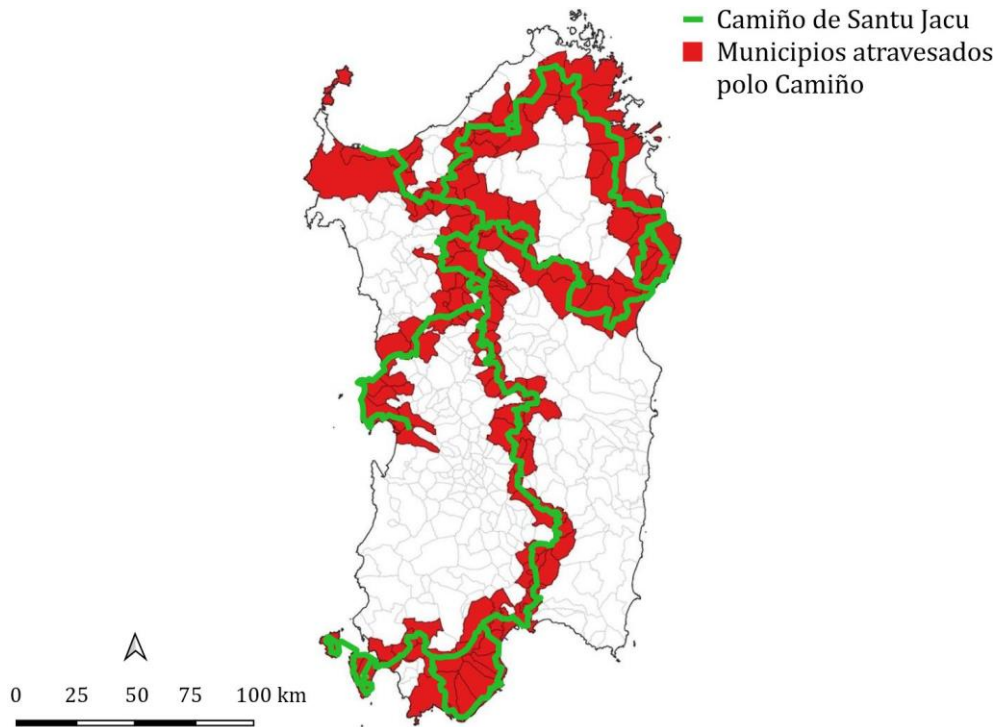


Figura 2. Os municipios atravesados polo Camiño de Santu Jacu. Fonte: elaboración propia con software QGis sobre datos de www.caminando.eu

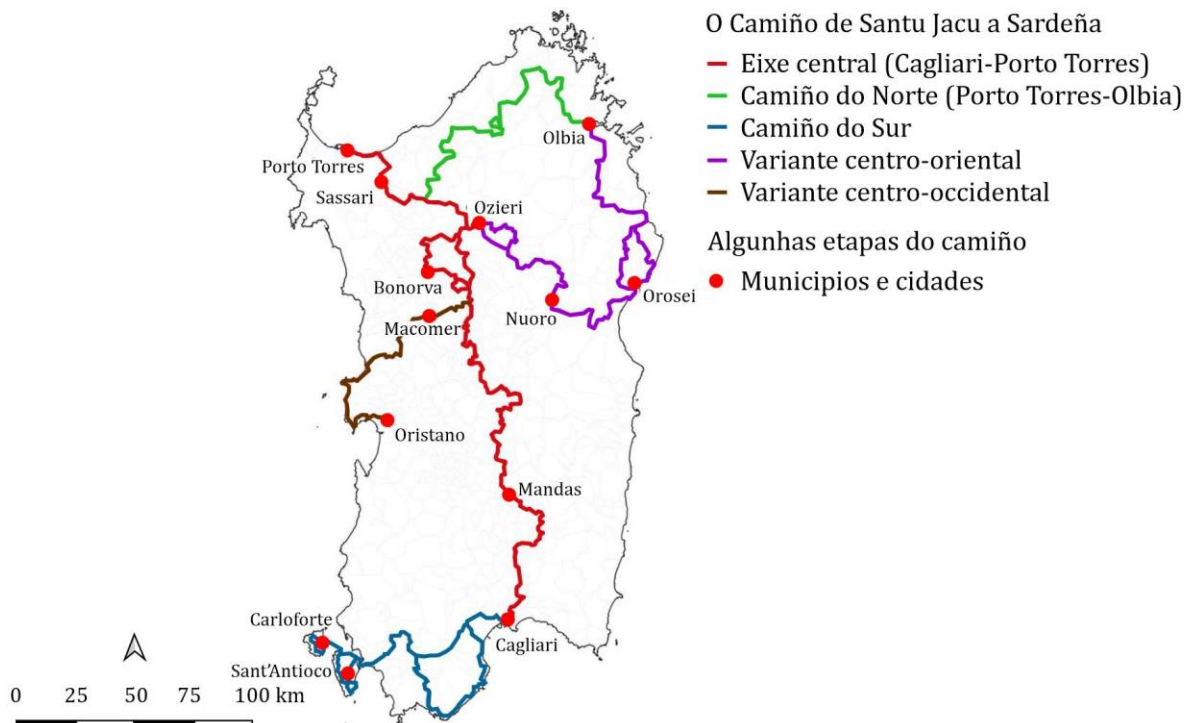


Figura 3. Camiño de Santu Jacu. Fonte: elaboración propia con software QGis a partir dos datos de www.caminando.eu



Figura 4. A rede dos Camiños de Santiago en Europa. Fonte: Federación Española de Asociacións de Amigos do Camiño de Santiago (<https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/comun/inicio.asp>).

A xestión do camiño confíase ao traballo dos voluntarios da asociación, que se encargan da páxina web, onde se pode recuperar toda a información útil para percorrer o camiño, a lista de albergues e outros aloxamentos, cos seus enderezos e números de teléfono, ademais dos datos dos referentes locais encargados de emitirlles as credenciais aos peregrinos. Unha función moi útil do portal, dirixida especialmente aos viaxeiros lentos que non renuncian a utilizar as novas tecnoloxías, é a posibilidade de descargar gratuitamente do sitio wikiloc as rutas en GPS para podelas utilizar polos modernos dispositivos.

En canto á promoción e comunicación, o portal reagrupa as actividades realizadas nas redes sociais e os informes presentados pola asociación nos varios congresos mundiais de asociacións xacobeas que todos os anos se celebran en diferentes cidades de España.

Ao proxectar o Camiño de Santu Jacu, os promotores realizaron unha estimación aproximada, calculando a repercusión económica do itinerario nos primeiros cinco anos desde o seu lanzamento. A valoración, realizada mediante unha análise comparativa con outros camiños europeos, expuña a existencia de tres tipos de peregrinos potencialmente interesados neste camiño: o peregrino *low-spender* cun gasto medio diario en manutención e aloxamento de 30 €, o peregrino *médium-spender* cun gasto medio de 50 € ao día, e o peregrino *high-spender* cun gasto medio entre 100 € e 150 € ao día.

Tomando como referencia o peregrino *médium-spender*, e considerando unha duración duns 20 días de camiño e unha capacidade de captar 5.000 camiñantes nos primeiros cinco anos, estimáronse uns ingresos de 5 millóns de euros no quinquenio, unha cifra que podería aumentar en función das festas e doutras manifestacións capaces de atraer máis peregrinos e que non ten en conta as actividades relacionadas, como os ingresos adicionais derivados das entradas a museos e sitios arqueolóxicos nin a venda de produtos nin o financiamento que pode obterse con proxectos específicos de promoción territorial.

En canto aos posibles usuarios, contábase en chegar a un centenar de pioneiros no primeiro ano, un pequeno número de afeccionados ao sendeirismo e ao excursionismo interesados en novos lugares por explorar, que poderían coincidir cos turistas alocéntricos do modelo de Plog. Este número podería incrementarse no segundo ano, grazas ao boca a boca e á promoción, ata chegar ás 150 persoas dispostas a facer 7-10 días de camiño, quizá en combinación con outros produtos turísticos, como o *sol e praia*. A partir do terceiro ano, sobre a base das actividades de promoción e comunicación, pero tamén da calidade e da forza da rede de aloxamentos, o número de peregrinos podería seguir aumentando ata chegar aos 2.500 no quinto ano (Táboa 2).

Táboa 2. Estimación do número de peregrinos do Camiño de Santu Jacu nos primeiros cinco anos

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

Fonte: elaboración propia a partir dos datos de www.camminando.eu

Segundo se desprende das entrevistas efectuadas aos representantes da asociación, dedúcese que, transcorridos 11 anos desde a súa inauguración, a cantidade media de peregrinos que realizan cada ano este itinerario achégase efectivamente ás 2.500 persoas, aínda que con tempos de percorrido diferentes. Os peregrinos rexístranse in situ, e no momento da inscrición os referentes territoriais entréganlles as credenciais, mentres que a obtención do *Testimonium* está suxeita á realización dunha parte ou de todo o camiño.

O público de Santu Jacu é predominantemente feminino e italiano, cunha porcentaxe en aumento de peregrinos europeos e doutros países, como Estados Unidos, Canadá, Corea ou de América do Sur. Os sardos representan o 20% do total e elixen os tramos breves, que se poden facer nas fins de semana e en grupo.

Máis consistente é o peso dos ciclistas, en parte grazas aos acordos con algunhas asociacións de *bikers* que, utilizando equipos e aplicacións dixitais, contribuíron ao longo dos anos a adaptar a ruta, achegando suxestións e correccións.

O período máis transitado abarca de marzo a decembro, con picos nos meses de maio, xuño e setembro. Tamén no verán se rexistra bastante afluencia, debido á chegada dos turistas de praia que deciden pasar parte das súas vacacións no camiño. En 2020, por mor da COVID-19, constatouse un significativo descenso de peregrinos: rexistráronse 500, tamén porque había moitos aloxamentos pechados.

4.4. Potencialidade turística do camiño de Santu Jacu e propostas de mellora

As repercusións dun itinerario non son soamente de carácter económico, senón tamén social e ambiental. Analizar a ruta de Santu Jacu desde unha perspectiva xeográfica require examinar as posibles implicacións territoriais nos municipios polos que pasa, tendo en conta que os recursos culturais e ambientais non se atopan só ao longo da ruta, senón tamén nos arredores. Vale a pena lembrar que este camiño conecta as principais cidades de Sardeña cos centros máis pequenos e do interior, na súa maioría rurais e ás veces marxinais con respecto aos fluxos turísticos atraídos polas praias. Este dato reflíctese na clasificación do índice sintético de densidade turística do ISTAT mencionado anteriormente (Figura 5).

Especialmente ao longo do eixe central, a maioría dos municipios que atravesa o camiño presenta un índice de DT baixo e moi baixo. En relación coas categorías turísticas, considerando todas as variantes, os municipios subdivídense como se mostra na Táboa 3.

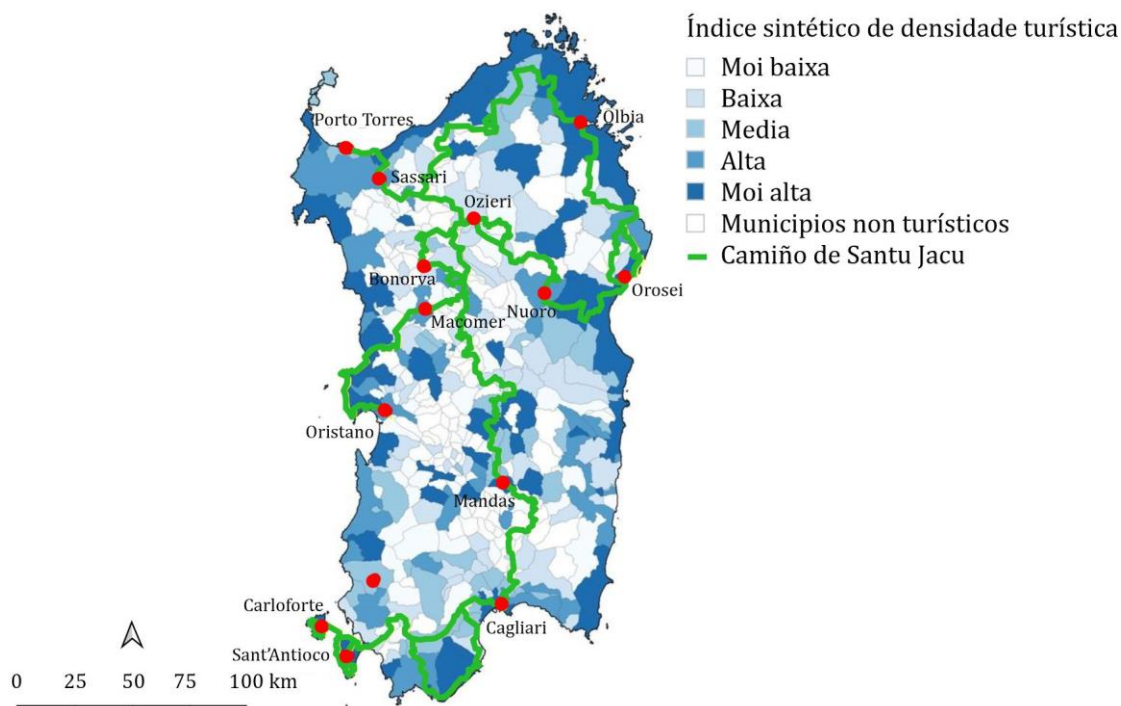


Figura 5. O Camiño de Santu Jacu en relación co índice de densidade turística dos municipios sardos. Fonte: elaboración propia a partir dos datos do ISTAT (2020a) e de www.camminando.eu

Táboa 3. Clasificación turística dos municipios do Camiño de Santu Jacu por cada eixe

Eixes do camiño	Nº municipios por cada ramificación	De interese cultural, histórico artístico e paisaxístico	Marítimo	Marítimo e de interese cultural, histórico, artístico e paisaxístico	Turismo de montaña e de interese cultural, histórico, artístico e paisaxístico	Outros municipios turísticos con dúas ou máis características	Municipios turísticos non pertencentes a ningunha categoría específica	Municipios non turísticos
Central norte-sur	54	2	1	2	1		28	20
Do norte	24	2	1	3		1	12	5
Do sur	18		6	4			7	1
Centro-oriental	20	2	4	4			9	1
Centro-occidental	14		4	2			7	1

Fonte: elaboración propia a partir dos datos do ISTAT (2020a).

Posto que algunhas ramificacións do camiño presentan trazados comúns (por exemplo, o Camiño do Norte coincide, no primeiro tramo, co eixe central), restándolle ao número total dos municipios implicados os contabilizados dúas veces por pertencer a varios eixes, obtense un número total de 116 municipios. Deles, 7 son de interese cultural, histórico, artístico e paisaxístico; 15 son marítimos; 9 teñen carácter marítimo, cultural, histórico, etc.; 1 de turismo de montaña, cultural, histórico, etc.; 1 pertence a outros municipios con dúas ou máis características; 56 son municipios turísticos non pertencentes a ningunha categoría específica; e 27 son municipios non turísticos.

Varias poboacións polas que pasa o camiño pertencen a aquelas áreas coñecidas como *internal areas* (Prezioso, 2018, 2020), cuxo nivel de perifricidade se mide desde o punto de vista espacial en función da distancia a centros urbanos que posúan servizos esenciais, e desde o punto de vista económico e social en función das condicións de precariedade do tecido demográfico e produtivo. Estas al-

deas e vilas tamén foron clasificadas polo Plan de desenvolvemento rural (PSR) como «municipios con problemas xerais de desenvolvemento», debido á baixa densidade demográfica. Nelas prevalecen as actividades primarias, que se expresan nunha rica variedade de produtos enogastronómicos de recoñecido valor. Dado que nestas poboacións rurais se experimenta desde hai anos o enfoque LEADER, resulta útil subliñar que o Camiño de Santu Jacu pasa por 13 Grupos de Acción Local dos 17 aprobados en Sardeña (Figura 6).

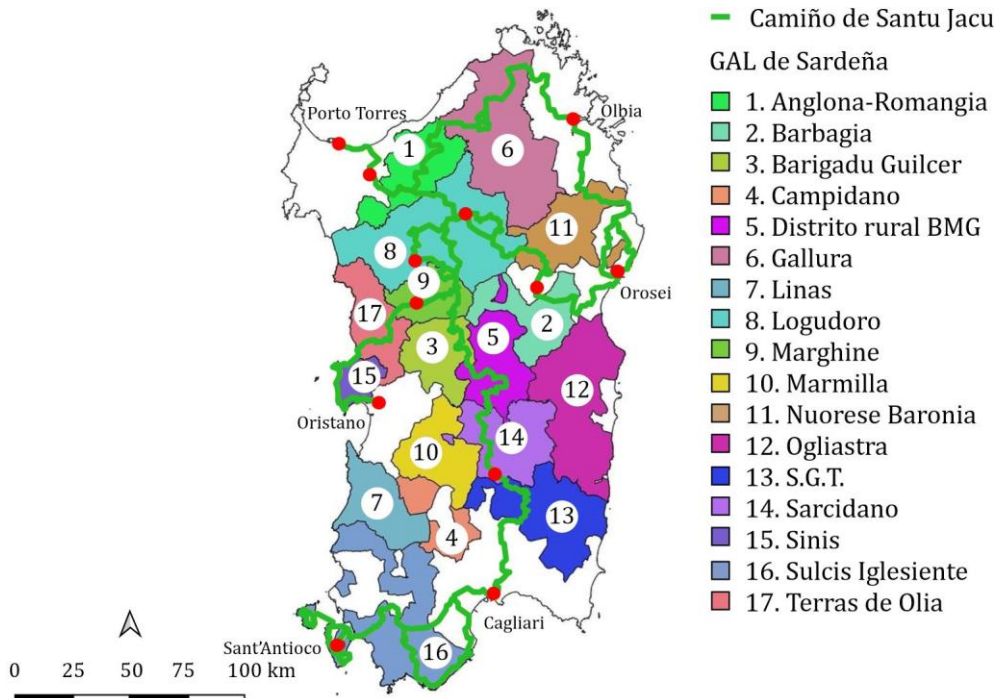


Figura 6. O Camiño de Santu Jacu en relación cos Grupos de Acción Local de Sardeña. Fonte: elaboración propia a partir dos datos da Rexión Autónoma de Sardeña (RAS) (<http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/benvenuto-sul-sito-del-psr-2014-2020>) e de www.camminando.eu

Do portal rexional dedicado ao desenvolvemento rural infírese que as zonas involucradas no método LEADER, caracterizadas por un sistema de aloxamentos a miúdo débil e fragmentado, poden obter importantes recursos financeiros a través dos plans de acción (PdA) dos GAL para promover o turismo sustentable (43% do orzamento total), reforzar as producións locais (44%) e valorizar o patrimonio cultural e artístico (5%).

A análise realizada con este estudo sobre os 13 PdA dos GAL considerados mostrou que en dez deles existe a vontade explícita de crear, reforzar e promover itinerarios para o turismo lento, carreiros e camiños inspirados en diversos temas, pero só en dous se menciona o Camiño de Santu Jacu. A súa significativa ausencia nestes documentos reflicte que, quizais, aínda non se aproveitou plenamente o seu potencial estratéxico. Doutra banda, retemos que a súa potenciación pode constituír un elemento de reactivación e promoción, tamén en clave turística, do patrimonio cultural situado ao longo da ruta e dos seus arredores. Se relacionamos o camiño coa distribución dos bens culturais, a partir dos datos extraídos do xeoportel rexional e comparados cos dos sitios culturais realmente accesibles e censados coa última enquisa do ISTAT (2020b) sobre os museos nacionais (entre os que se atopan 320 museos que operaban en Sardeña en 2018), grazas á axuda dos sistemas de información xeográfica (SIX) (Figura 7) podemos observar que o camiño pasa preto de numerosos museos, monumentos naturais, complexos monumentais e parques arqueolóxicos. Entre eles atópase o único sitio sardo inscrito na

lista de Patrimonio Material da UNESCO, o *Nuraghe de Barumini*, que cada ano recibe máis de 100.000 visitantes, situado a pouca distancia do eixe central.

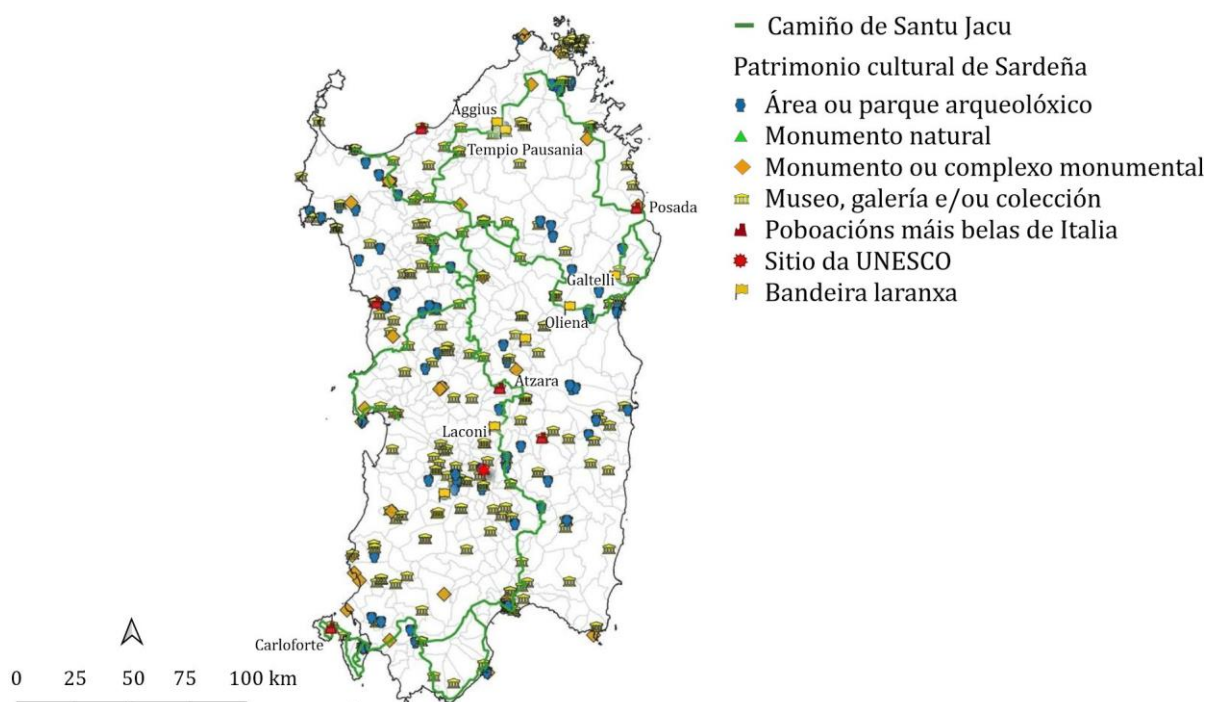


Figura 7. O Camiño de Santu Jacu en relación co patrimonio cultural de Sardeña. Fonte: elaboración propia a partir dos datos do ISTAT (2020b), da RAS e de www.bandierearancioni.it e www.borghipiubelliditalia.it

Decidimos incluír na representación tamén dous elementos adicionais que xeran atractivo turístico: os municipios sardos pertencentes ao proxecto *Borghi più belli d'Italia*² e os que obtiveron o recoñecemento de *Bandiera arancione*³. No que respecta aos primeiros, como mostra o mapa, o camiño inclúe 3 de 6 (Carloforte, Atzara e Posada) mentres que, en canto aos segundos, conta con 5 de 7 (Laconi, Oliena, Galtellì, Aggius e Tempio Pausania).

A pesar destas indiscutibles fortalezas, a análise destacou a debilidade existente na rede de municipios do itinerario que, malia o encomiable traballo dos voluntarios, non orixinou aínda accións efectivas de sistema, senón máis ben soamente intervencións sectoriais. Para resolver este problema, podería ser útil introducir un *Network Community Manager* (NCM), é dicir, unha organización capaz de reforzar as conexións entre a Consellería Rexional de Turismo, as comunidades locais e os actores económicos e institucionais do camiño, en estreita colaboración coa asociación «Amigos do Camiño de Santu Jacu», cuxo papel segue sendo fundamental sobre todo para manter viva a relación co mundo xacobeo. O NCM podería desempeñar funcións de *empowerment*, coordinación e dirección en ámbitos diversos, desde a procura de financiamento ata as colaboracións con outros organismos interrexionais, pasando por actividades de promoción e comunicación ata a supervisión dos impactos socioeconómicos e ambientais baseados en datos verificables e comparables (Figura 8).

² O obxectivo da asociación *Borghi più belli d'Italia*, creada en 2001, é protexer, promover e desenvolver os municipios recoñecidos como as poboacións máis bonitas do país. Para ser admitido na asociación e utilizar a súa marca, cada municipio debe satisfacer algúns requisitos fundamentais especificados na Carta de Calidade e mais nun regulamento específico.

³ A *Bandiera arancione* é unha marca de calidade turístico-ambiental que o Touring Club Italiano lles concede ás localidades que posúan un rico patrimonio histórico, cultural e ambiental, xunto cun sistema de aloxamento turístico de calidade.

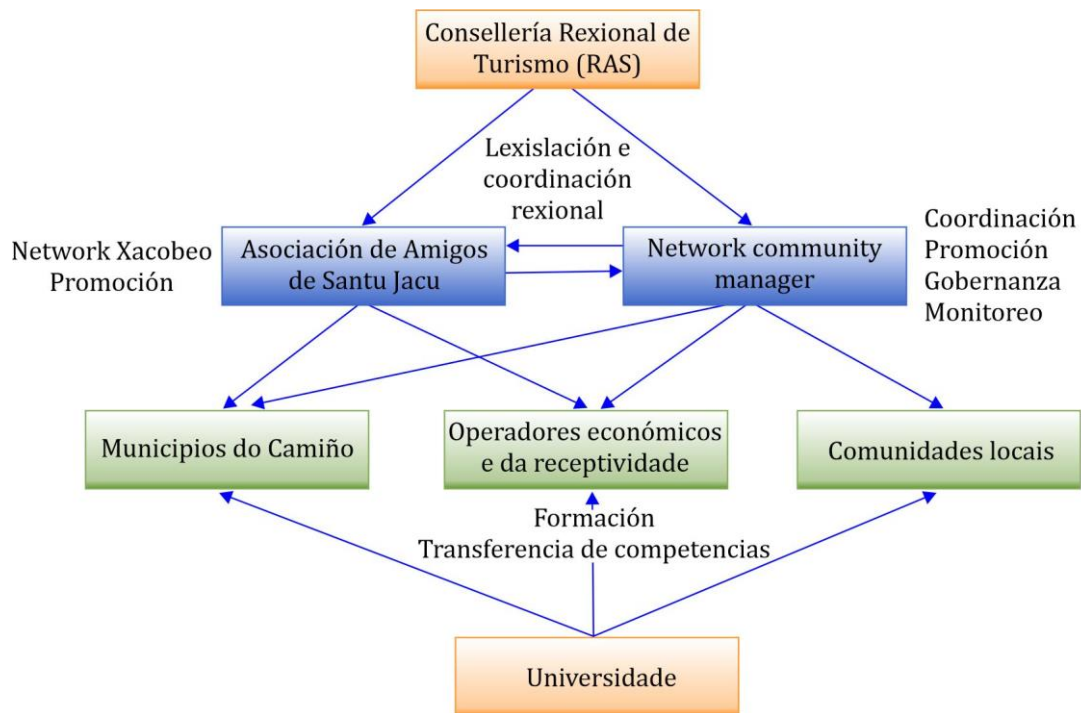


Figura 8. Hipótese de mellora do produto turístico do Camiño de Santu Jacu. Fonte: elaboración propia.

Un aspecto crucial para o éxito do camiño é o referido á rede de hospitalidade e á posibilidade de que os peregrinos pasen a noite a prezos alcanzables, como nos casos españois e portugueses. O Camiño de Santu Jacu, a pesar de contar con varios operadores públicos e privados, presenta unha carencia de estruturas e camas, totalmente ausentes nalgúns municipios. Trátase dun obstáculo que podería superarse a través dunha maior implicación das comunidades locais e co fomento de novas aperturas, facilitado tamén polos instrumentos da *sharing economy* (Battino e Lampreu, 2019).

Ademais, as estruturas de aloxamento e restauración adherentes poderían beneficiarse da adopción dunha marca de calidade e dun prego de condicións, pero sobre todo de investimentos en formación e coñecementos. Por esta razón, a universidade podería desempeñar un papel fundamental para o crecemento do capital humano, a transferencia de competencias e para permitir que unha experiencia xurdida desde abaixo evolucione máis rapidamente cara a un modelo estruturado de éxito, que combine compoñentes operativas e científicas, xerando así un produto turístico atractivo e competitivo.

A este respecto, o Camiño de Santu Jacu presenta unha vantaxe innegable sobre outros itinerarios culturais e relixiosos: a de pertencer á rede de camiños xacobeos, un verdadeiro elemento de unicidade. Isto permítelle ao camiño, e por tanto a Sardeña, asomarse a un escaparate internacional, aspecto non desdeñable sobre todo para os fins da *place branding*.

5. Conclusións

A literatura científica, as elaboracións realizadas e o caso de estudo examinado subliñaron que os itinerarios ou os xeoitinerarios (Lemmi, 2015) son un dos mellores instrumentos para facer converxer os intereses de diversos actores ao redor de estratexias de desenvolvemento compartidas.

Capaces de conectar os elementos do patrimonio cultural e ambiental, elevándoos de simples recursos a activos do desenvolvemento, e de reavaliar positivamente áreas xeográficas con pouco éxito turístico, os itinerarios representan unha interesante clave de lectura e de interpretación das dinámicas de transformación territorial.

A integración do patrimonio ambiental e cultural, a través de itinerarios, contempla a protección e a conservación dos recursos sen excluír a súa función turística que, de feito, chega a converterse nun elemento central. A mesma Estratexia de Especialización Intelixente (S3) de Sardeña, cuxo obxectivo é promover un crecemento intelixente, sustentable e inclusivo, expón entre as súas áreas de desenvolvemento unha especificamente denominada «turismo, cultura e medio ambiente», un trinomio que xa resulta inseparable.

Aínda que é verdade que os itinerarios poden dar lugar a novas formas de desenvolvemento, o seu deseño revélase como unha actividade complexa polas numerosas variables que entran en xogo e polos actores involucrados. Isto é particularmente certo sobre todo porque o desenvolvemento dunha área xeográfica está fortemente vinculado á intensidade do patrimonio de relacións funcionais e cognitivas, notablemente capaces de activar vantaxes competitivas de diversa magnitude (Camerada, 2014). Esta cuestión presupón o papel participativo das comunidades locais e das organizacións territoriais, fundamentais tamén nas fases de xestión e promoción dos camiños que requiren apoio operativo e financeiro.

O Camiño de Santu Jacu, pola súa configuración, lonxitude e, sobre todo, polo seu carácter, podería constituír unha extraordinaria ferramenta de agregación entre os municipios da rede, os GAL e as mancomunidades; un verdadeiro elemento de achegamento entre áreas urbanas e rurais e un método para promover o turismo sustentable e responsable. Constitúe un turismo inclusivo das culturas locais e respectuoso co medio ambiente, en perfecta consonancia cos obxectivos que perseguen moitas políticas implementadas desde hai anos a escala rexional e nacional.

En liña co que ocorre noutros camiños europeos, a súa valorización podería motivar novas intervencións en beneficio das zonas rurais, como a mellora da sinalización, a limpeza e a seguridade dos tramos da ruta, a recuperación arquitectónica de antigas estruturas para a hostalaría e a posibilidade de expor propostas experienciais e inmersivas nas pequenas comunidades locais. Todo isto podería ser posible só a condición de integrar mellor o camiño dentro dos instrumentos de programación local para convertelo nun verdadeiro elemento de desenvolvemento e relanzamento dos territorios afectados.

Anexo 1

Nos primeiros meses de 2021, especialmente para este traballo, realizamos algunhas entrevistas semiestructuradas ao Sr. Flavio Valdoni, presidente da Asociación Amigos do Camiño de Santu Jacu en Sardeña, e á doutora Sara Zanni, membro da asociación xa desde a súa fundación, a quen desde aquí agradecemos pola súa dispoñibilidade. As preguntas dividíronse en dous ámbitos de investigación, como se indica na Táboa A.1, e as respostas integraron a descrición do camiño no subapartado 4.3 do traballo.

Táboa A.1. Preguntas dirixidas aos representantes do Camiño de Santu Jacu

Información sobre os peregrinos	
1.	Cantos peregrinos percorren o camiño cada ano?
2.	De media, cantos días pasan os peregrinos no camiño?
3.	Como se rexistra aos peregrinos e como se pode obter o <i>Testimonium</i> ?
4.	O público dos peregrinos de Santu Jacu, é predominantemente nacional ou estranxeiro?
5.	Cal é o peso dos peregrinos sardos sobre o total dos que percorren anualmente o camiño?
6.	Cales son os meses máis utilizados polos camiñantes?
7.	Cantos peregrinos percorreron o camiño en 2020?
Información sobre as iniciativas da Asociación	
8.	Cales foron as etapas que marcaron o nacemento do Camiño de Santu Jacu?
9.	Como participa a asociación nas actividades da rede xacobeá?
10.	Iniciastes os procedementos para inscribir o camiño no atlas dixital do MIBACT?

Autoría do traballo

Conceptualización, G.M.; metodoloxía, M.V.C.; adquisición de datos, análise e interpretación, G.M., S.L. e S.C.; redacción e preparación do borrador, M.V.C., S.L. e S.C.; revisión e edición, G.M., M.V.C. e S.L. Todos os autores leron e están de acordo coa versión publicada do manuscrito.

Agradecementos

Os autores agradecen os comentarios dos revisores anónimos que melloraron substancialmente o traballo. O artigo foi realizado no marco dos contributos para a investigación da Università 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e Donato, C. (2017). Turismo religioso e chiese campestri come elementi di configurazione del paesaggio rurale in Sardegna. En M. Sechi Nuvole e 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., e 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., e 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 e 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=E9dPorLflIQC&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., e 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., e 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., e 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., e Rosignoli, S. (2015). The european pilgrimage routes as economic driver. The impact of the Francigena in Tuscany. En G. Bambi e 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., e Nicosia, E. (2015). Designing a sustainable religious route. A social network analysis of the San Francesco route in the Marches. En G. Bambi e 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 decembro 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., e 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., e 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., e Caschili, S. (2015). Tourism environmental impact along religious routes and slow transport infrastructures: The role of coastal areas. En G.R. Rodriguez e 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., e 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., e 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, e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e 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., e Dallari, F. (2018). Nuevos peregrinos y nuevos turistas para la sostenibilidad medioambiental: 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., e 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., e 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.
- Raj, R., e 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., e 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., e 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., e 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 e Zabbini (Eds.), *I viaggi dell'anima* (pp. 101-108). Bologna, Italia: Pàtron.
- Seyer, F., e Müller, D. (2011). Religious tourism. En A. Papathanassis (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 e J. Grévy J. (Eds.), *Politiques du pèlerinage. Du XVII siècle à nos jours* (pp. 63-73). Rennes, France: Presses Universitaires de Rennes.
- Tadini, M., e 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., e 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., e 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., e 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/Percosi.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., e Santos, R. (2019). Opportunities for slow tourism in Madeira. *Sustainability*, 11(17), 4534. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11174534>
- Vázquez Añel, I., e 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

As principais fontes de datos proceden dos seguintes 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://opencoesione.gov.it/it/>
<https://www.agenziacoesione.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