



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO**

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**“TURISMO RELIGIOSO, PATRIMONIO Y TERRITORIO:  
EL PROCESO DE VALORIZACIÓN TURÍSTICA DE LA VIA  
FRANCIGENA (ROMA) A PARTIR DE LOS DIARIOS DE  
VIAJES DIGITALES EN EL SIGLO XXI”**

**ALUMNO: WAIMAN, JOSÉ**

**Directora: Guerrero, Ana Lía del Valle**

**Co-directora: Gallucci, Silvana Soledad**

**BAHÍA BLANCA  
2014**

# AGRADECIMIENTOS

A mi Directora de Tesina, Ana Lía Guerrero y Co-Directora, Soledad Gallucci, por los conocimientos brindados, el asesoramiento y seguimiento constante durante la realización de la presente investigación.

A mi abuela Chola y mi mamá Rosana, por acompañarme en la vida y brindarme el cariño y apoyo incondicional en todo momento.

A mi hermano David, por el afecto, los consejos y la colaboración en este proyecto. Y a Darío, por estar siempre a mi lado.

A mis amigos, por la compañía y los buenos momentos compartidos.

A las siguientes Instituciones que brindaron información y me ayudaron desde el primer momento:

- Caminando Sulla Via Francigena.
- Asociación Europea de la Via Francigena.
- Via Francigena en España.
- Movimiento Líquido.
- Y todos los peregrinos conocidos y amigos que me han ayudado en cada momento a terminar de caminar este sendero académico.

*A la memoria de mi abuelo Pichín,  
Luz y guía espiritual en mi vida.*

## INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>2. ABORDAJE METODOLÓGICO .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Fundamentación.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Objetivos e Hipótesis.....</b>	<b>8</b>
<b>2.3. Metodología .....</b>	<b>9</b>
<b>3. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1 Nuevas Tecnologías y Turismo Cultural.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2 Turismo Religioso: Peregrinos y Peregrinación.....</b>	<b>14</b>
<b>4. VIA FRANCIGENA: PROCESO SOCIOESPACIAL.....</b>	<b>18</b>
<b>4.1. Localización Geográfica .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2. La Via Francigena: Descripción del itinerario en Italia .....</b>	<b>19</b>
<b>4.3. La Via Francigena: Sus Orígenes .....</b>	<b>21</b>
<b>4.4. Etapas del camino según diferentes autores .....</b>	<b>23</b>
<b>5. VIA FRANCIGENA: PROCESO DE VALORIZACIÓN TURÍSTICA .....</b>	<b>27</b>
<b>5.1. Análisis de la oferta turística.....</b>	<b>27</b>
<b>5.1.2. Principales Recursos Turísticos de la Via Francigena.....</b>	<b>28</b>
<b>5.1.3. Comercialización turística de la Via Francigena a través del uso de nuevas tecnologías .....</b>	<b>32</b>
<b>5.2. Análisis de la competencia.....</b>	<b>33</b>
<b>5.3. Análisis de la demanda turística .....</b>	<b>38</b>
<b>5.4 Análisis de la Percepción del peregrino a través de diarios digitales de viajero. Período 2005-2012 .....</b>	<b>44</b>
<b>6. VIA FRANCIGENA: TENDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE CONSOLIDACIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO .....</b>	<b>49</b>
<b>7. REFLEXIONES FINALES.....</b>	<b>54</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>54</b>
<b>9. ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Camino de la Via Francigena.....	18
Figura 2: Mapa La Storta- Roma, última etapa de peregrinación.....	19
Figura 3: Festival del Camino PassoParola.....	30
Figura 4: Festival Via Francigena Del Sur.....	31
Figura 5: Francigena Internacional Arts Festival.....	31
Figura 6: Ruta de Sigerico.....	33
Figura 7: Recorrido camino Santiago de Compostela.....	35
Figura 8: Fachada de la Catedral de Santiago de Compostela.....	35
Figura 9: Mapa de la ruta de peregrinación en Tierra Santa.....	37
Figura 10: Tierra Santa.....	37
Figura 11: El Papa Francisco sacándose fotos con jóvenes peregrinos.....	50
Figura 12: Portal de Twitter del Papa Francisco.....	51
Figura 13: Credencial del peregrino.....	65
Figura 14: Sellos en la credencial.....	66
Figura 15: Datos Generales. Cuestionario.....	68
Figura 16: La Via Francigena. Cuestionario.....	68

# Capítulo I

## Introducción

# 1. Introducción

Desde hace mucho tiempo, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad. En la actualidad, el turismo religioso, marca una tendencia ascendente. Millones de visitantes realizan anualmente estos viajes a diversos y muy variados santuarios hacia destinos de todo el mundo. Los motivos que encierran son diversos, como ofrendar algún objeto, pedir un favor, cumplir con una tradición, entre otros. Este tipo de turismo tiene repercusiones positivas en el destino, ya que contribuye a revitalizar segmentos complementarios como hotelería, restauración, considerándose además un visitante muy fiel al destino que visita. El turismo con fines religiosos es una modalidad que se ha convertido en la mayoría de los destinos en una de las principales ofertas turísticas. En general, Italia cuenta con una gran tradición y devoción religiosa que cada año convoca un gran movimiento turístico a muchas ciudades y poblados, en diferentes épocas del año y que contribuye a la desestacionalización y a la diversificación de la oferta.

La *Via Francigena*<sup>1</sup> no escapa a este fenómeno, en la actualidad los peregrinos y turistas que recorren este camino cuentan con algunas de las amplias herramientas tecnológicas de informática y comunicación para guiarse por los senderos. Una de esas herramientas son los diarios de viajeros digitales a través de los cuales describen su jornada de caminata narrando allí todo lo posible e incluso mostrando con fotografías los lugares y sucesos. En este marco, esta investigación responde a identificar cuáles son las percepciones y sensaciones de los peregrinos que transmiten a través de sus blogs de viajeros. Asimismo, la experiencia de recorrer el camino con ayuda de las nuevas tecnologías de comunicación e información, permite captar, redactar y subir a sitios de Internet esa información tan valiosa para futuros peregrinos que a la vez, comparten su experiencia en forma instantánea con familiares y amigos.

---

<sup>1</sup> Via Francigena: El nombre proviene del latín antiguo que significa Camino de los Francos o Camino que viene de Francia. Fuente: [http://www.javier-mazorra.com/Via\\_francigena.htm](http://www.javier-mazorra.com/Via_francigena.htm)

# Capítulo II

## Abordaje Metodológico

## 2. Abordaje Metodológico

### 2.1. Fundamentación

La *Via Francigena* reviste importancia por ser una de las rutas de peregrinación más importante de Europa y centro de peregrinación a Roma. Históricamente, constituyó la ruta más reconocida en la Edad Media, aunque en la actualidad, desde el punto de vista turístico, su posicionamiento en el mercado es menor en relación con otros caminos de carácter religioso como el Camino de Santiago de Compostela. A pesar que la motivación principal de los peregrinos se encuentra estrechamente vinculada a la experiencia religiosa, se observa también que esta práctica se vincula con otras motivaciones supeditadas a aspectos culturales en tanto que el camino cuenta con recursos naturales y culturales que amplían su valor patrimonial<sup>2</sup>.

En este contexto, el tema de investigación seleccionado se fundamenta en incorporar una perspectiva de análisis diferente para el estudio del turismo religioso. En particular se busca superar el sesgo histórico dominante en este tipo de estudio analizando las experiencias turísticas de los peregrinos a través del uso de nuevas tecnologías de la comunicación focalizadas en los diarios digitales de viajeros.

### 2.2. Objetivos e Hipótesis

En la presente investigación se establece como objetivo general:

*Analizar el proceso de valorización turística de la Via Francigena a través del uso de nuevas tecnologías en la etapa La Storta - Roma.*

En relación con el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Conocer el proceso socio-espacial que origina la *Via Francigena*.
- Reconocer las etapas de la peregrinación de dicha vía.
- Caracterizar el proceso de valorización turística del camino como producto turístico promocionado a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la etapa La Storta – Roma.

---

<sup>2</sup> Las observaciones están extraídas de los 23 cuestionarios realizados por correo electrónico.

- Conocer la percepción que tienen los peregrinos del espacio sagrado como espacio turístico en la etapa La Storta - Roma a través del análisis de diarios digitales de viajes.

Una vez definidos los objetivos del trabajo, se define la hipótesis, que guiará la investigación.

*“El uso de nuevas tecnologías favorece el proceso de valorización turística de la Via Francigena en el tramo La Storta-Roma”*

### **2.3. Metodología y Técnicas**

El presente trabajo aborda una investigación a través del análisis de distintos tipos de documentos (tanto digitales como en soporte papel). De acuerdo a los objetivos planteados, la investigación es de carácter exploratorio y luego descriptivo. Los estudios exploratorios tienen por objeto *“(...) examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, o que no ha sido abordado antes.”* (Hernández Sampieri y otros, 2003:126) mientras que el mismo autor sostiene que los estudios descriptivos pretenden *“(...) analizar las características relevantes del fenómeno que se estudia (...)”* (Hernández Sampieri y otros, 2003:126). Esta investigación emplea un enfoque cuanti-cualitativo, para ello se utilizan fuentes primarias.

La recolección de datos se basa en un muestreo no probabilístico bajo la modalidad opinática o intencional. El instrumento seleccionado para la recolección de datos es el cuestionario. En su contenido se consideran, principalmente, preguntas cerradas. En relación con el tamaño de la muestra se realizan 23 cuestionarios enviados por correo electrónico a peregrinos que conforman una comunidad virtual en “Caminando sobre la *Via Francigena*”. El tamaño se fundamenta en la representatividad con respecto al total de la muestra que corresponde a 90 peregrinos, integrantes de este sitio web. Los datos recopilados a través de los cuestionarios se analizaron en cuatro ejes, en función de los siguientes temas: nivel de conocimiento, significado de la peregrinación en la *Via Francigena*, interés que despierta el camino y nivel de satisfacción de la experiencia global. Esta información de carácter predominantemente cualitativa, se complementa con la

información extraída de los diarios de viajeros digitales lo cual permite conocer la percepción que tienen los peregrinos del espacio bajo análisis.

Además, de los cuestionarios realizados por correo electrónico y del análisis de los diarios de viajeros digitales, se toman los resultados obtenidos en 140 cuestionarios realizados por Francisca Magnani (2011) en su tesis de maestría en turismo. Esta última información de carácter predominantemente cuantitativa, permite definir las características de la oferta y la demanda de la *Via Francigena*.

En relación con otras fuentes primarias se analizan diarios digitales de peregrinos publicados en diferentes blogs digitales. Estos sitios de Internet constituyen importantes fuentes para poder apreciar las sensaciones y sentimientos de los peregrinos, son diarios personales creados por los peregrinos donde describen todo lo que ven, escuchan y sienten a lo largo del itinerario compartiendo su experiencia con familiares, amigos y seguidores del sitio.

También se utiliza bibliografía general y específica en relación con la temática abordada, libros de geografía italiana, libros de turismo cultural y religioso (no sólo general sino específico sobre la *Via Francigena*), documentos técnicos y académicos (trabajos presentados en congresos, simposios o jornadas).

El presente estudio se vale de las posibilidades que ofrece Internet para poder acceder a información específica relativa al turismo religioso así como para tomar contacto con personas vinculadas a la temática, localizadas principalmente en Italia. Cabe destacar que el uso de Internet permite superar el obstáculo de una información escasa y dispersa. Parte de la bibliografía específica se traduce al español, debido que la misma está redactada en italiano y algunos textos en inglés.

# Capítulo III

Marco

Conceptual

### 3. Marco conceptual

El marco conceptual consiste en precisar conceptos clave que se desarrollarán a lo largo de la investigación.

#### 3.1 Nuevas Tecnologías y Turismo Cultural

En la actualidad la información y comunicación ya es un cotidiano en la vida, la velocidad con que transitan por el mundo es realmente sorprendente y está latente la disputa por mejorar cada vez más toda la tecnología que circula en el mundo, innovando nuevos productos y servicios.

Cabero (1998:198) define a las nuevas tecnologías de la información y comunicación como:

*“(...) las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”.*

Una de las nuevas tecnologías que ha recibido la mayor atención en el último tiempo es internet. En rigor, internet es bastante más que una plataforma tecnológica para el intercambio de información. *“Más específicamente, consiste en una tecno-estructura cultural comunicativa, que permite la resignificación de las experiencias, del conocimiento y de las prácticas de interacción humana”* (Cabrera, 2004: s/n). Las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) es un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquellas aún no concebidas.

Es muy habitual que quien viaje en la actualidad utilice la tecnología existente para estar comunicado, guiarse, consultar en caso de extravío. Dentro de las tecnologías manipulable por el peregrino se puede mencionar la informática y la comunicación. En relación con la informática, se utiliza Internet, redacción de archivos, edición de fotos, entre múltiples funciones que tiene cualquier computadora que además cuente con conexión a Internet. Respecto a comunicación, se puede mencionar teléfonos móviles, mapas digitales o GPS, MP4, entre otros.

Relacionando las nuevas tecnologías con el turismo cultural y teniendo en cuenta la definición de cultura, así como las nuevas tecnologías son usadas por los visitantes también las empresas comercializan la *Via Francigena* como producto religioso y cultural y requieren de tecnologías para transmitir la publicidad a nivel nacional y global. Gracias a la informática y comunicación cualquier acontecimiento que se publique en Internet, ya sea servicio o un evento o festival, tan solo en segundos se distribuye por el mundo llegando a millones de personas, y a la vez estas personas a través de las mismas tecnologías pueden informarse e incluso reservar una habitación en un hospedaje, un asiento en un espectáculo o un lugar en una excursión.

En este marco, las nuevas tecnologías facilitan la difusión del turismo cultural entendido como los desplazamientos con el fin de conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Siguiendo el concepto de turismo cultural, la UNESCO a través de la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972) menciona que se lo debe identificar (carga simbólica más la visión interdisciplinaria), catalogar (interpretación de los técnicos), proteger, vigilar y restaurar (es la operación física que se realiza sobre un bien patrimonial para su recuperación, salvaguardia y permanencia en el campo), el patrimonio cultural, para el disfrute en el presente y futuras generaciones.<sup>3</sup>

Por último, se toma la definición extraída de la Carta Internacional de Turismo Cultural ICOMOS (Bélgica, 1976:1) que define al Turismo Cultural:

*“(...) que tiene objetivo, el desplazamiento de los sitios y de los monumentos. Ejerce sobre estos un efecto positivo considerando en la medida en que, persiguiendo sus propios fines, contribuye a mantenerlos con vida y a protegerlos. En efecto esta forma de turismo justifica los esfuerzos a los beneficios socio-cultural y económicos que resultan para el conjunto de las poblaciones implicadas”.*

En cuanto a la importancia para la revalorización y preservación del patrimonio cultural, se utiliza la definición de la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972) que considera:

---

<sup>3</sup> Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Fuente: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

*“(...) grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje le dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia (...) Cada persona percibe el espacio de modo diferente influido por las emociones y las experiencias personales que son un factor básico en la organización de las percepciones”.*

### **3.2 Turismo Religioso: Peregrinos y Peregrinación**

El turismo religioso es una de las modalidades que asume el turismo cultural. Javier Robles Salgado (2001: s/n) sostiene que:

*“Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presente en la humanidad, sin importar el sexo, credo o estado social. Actualmente millones de peregrinos realizan anualmente este tipo de viajes a diversos y muy variados santuarios. (...) El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor, y por lo tanto, resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita”.*

Chapuol y Lunven (Citado por Montaner Montejano, 1996:68) formulan una vinculación entre este tipo de turismo con el turismo cultural diciendo que *“(...) el turismo religioso se vincula al turismo cultural en su dimensión socioespacial. Existen tres tipos de enfoques sobre el turismo religioso: el enfoque espiritual, sociológico y cultural”.*

En cuanto a la motivación del peregrino, se cree en *“(...) el turismo religioso como dinamizador del territorio atrae no solo a visitantes con motivaciones espirituales sino también a visitantes con otras motivaciones vinculadas a sus aspectos culturales”* (Guerrero y Gallucci, 2010:13). Las motivaciones religiosas son la mayoría de las acciones por las cual se desplazan los visitantes, estas motivaciones son por devoción a una figura emblemática pero además la representatividad mística del lugar. Otro motivo es el voto de fe que coloca el católico practicante y no practicante, realizando el camino para culminar en un destino religioso y así concluir su unión con la fe. Otras motivaciones que no coinciden con lo religioso se relacionan con motivaciones culturales, aquellos caminantes que realizan

el viaje por el único deseo de aventurarse en un recorrido para vivir una experiencia diferente y, a la vez, realizar otro modo de practicar turismo.

Uno de los puntos quizás más importantes de esta modalidad de turismo, es la sacralización del territorio, el límite de lo divino y de la realidad humana, para ello Mouga Poças (2009:197) explica bien que:

*“(…) el espacio sagrado no resulta de una elección deliberada del hombre sino de un descubrimiento de ese espacio considerado especial. Se define espacio sagrado como aquel punto de la superficie terrestre donde se tocan lo divino y lo humano pasando a considerar lo especial y único resultando así en su sacralización”.*

En sus orígenes, siglo VII, los peregrinos viajaban por los caminos gracias a los *itinerarii*,<sup>4</sup> elementales guías del camino que evolucionarían hasta conformar la *Mirabilia Urbis Romae*,<sup>5</sup> obra manuscrita en latín y que servía como guía para los peregrinos y visitantes que llegaban a Roma, describiendo las maravillas de la ciudad. Respecto al testimonio escrito en relación con el peregrino, la primera fuente parece ser el Liber Sancti Jacobi, escrito a mediados del siglo XII, en Santiago de Compostela, donde se informó en detalle el ritual real de vestidor de la peregrinación. De hecho, fue reconocido, permitiéndose obtener la hospitalidad en diversos hospedajes y recibir los servicios. Se considera una ofensa a Dios no servir o negar los servicios de hospedaje a los peregrinos.

Los peregrinos más devotos caminaban descalzos, ayunaban y rezaban constantemente. Pero cuando la institución del peregrinaje se popularizó y comenzó a resultar más agradable, empezó a considerarse menos como una penitencia y más como un viaje de placer. La nueva formación ética del peregrino lo hacía realizar viajes para descubrir lugares exóticos, comprar recuerdos y luego escribir sus diarios.

El termino peregrinación hace alusión a aquellas personas que viajan por tierras extrañas y que por devoción, voto, van a visitar un santuario, con importantes connotaciones religiosas (Real Academia Española, 2001). Asimismo, la peregrinación y el turismo religioso se encuentran estrechamente relacionados. Grunewald (1999) sintetiza en

---

<sup>4</sup> El itinerario era un mapa de rutas de la Antigua Roma. El término también se aplica a las guías medievales escritas para viajeros, de las que la mayoría son descripciones de peregrinaciones, que describen el camino recorrido, orienta como evitar o reducir costos, entre otros datos. Fuente: <http://www.revistas.um.es/turismo/article/download/139921/125801>

<sup>5</sup> El original, que fue escrito por un canónigo de San Pedro, data de los años 1140. Describe como se ve Roma desde distintos puntos de vista, desde las fortalezas, desde el mercado, etc. Fuente: <http://www.thelatinlibrary.com/mirabilia.html>

tres categorías a los visitantes, sean creyentes o no, pero que acceden a los lugares de culto y santuarios:

*“En la primera categoría están quienes acceden motivados sólo por una experiencia religiosa y luego retornan a su lugar de origen. En segundo lugar, los motivados por una experiencia religiosa, complementan esta práctica con otras diferentes en la zona de destino, y por último, la tercer categoría son los que acceden a sitios atraídos por los componentes culturales con relación a la religión, como pueden ser obra de arte, arquitectura, ritos, etc.”.*

Estos viajes se realizaban como ya se mencionó, por devoción y voto, pero además por penitencia impuesta,<sup>6</sup> negocios y prostitución.<sup>7</sup>

Para entender lo que significa peregrinar se toma la definición de José Aldazábal Larrañaga (2003: 178-179) quien se propone a explicar cuál es el concepto actual de la peregrinación, diciendo:

*“(…) el peregrinar es algo más que viajar. Es trasladarse a una meta religiosa – un santuario o un lugar “santo”- con una intención religiosa y simbólica. La peregrinación es un fenómeno religioso, pero también, cultural, social y psicológico”* Y continua escribiendo *“El peregrinar no es huida sin búsqueda, con ida y vuelta, un tiempo hasta psicológicamente enriquecedor y liberador, que permite tantas veces reorientar la propia vida”.*

En síntesis, el concepto de peregrino y peregrinaciones en el contexto de la *Via Francigena* en el siglo XXI, integra tanto aspectos religiosos como culturales.

---

<sup>6</sup> Para que la penitencia sirviera como castigo, el peregrino tenía que sufrir.

<sup>7</sup> La prostitución está relacionado con los negocios. Además de los negocios habituales, dentro de las ciudades y sobre los caminos de Italia, las mujeres acompañaban a los peregrinos en sus viajes ofreciéndoles sus servicios.

# Capítulo 4

## Via Francigena: Proceso socioespacial

## 4. Via Francigena: Proceso Socioespacial

### 4.1. Localización Geográfica

La *Via Francigena* es un camino de peregrinación que se extiende por cuatro países, comenzando por el sur de Inglaterra, cruzando el este Francés, luego Suiza y concluyendo su recorrido en Italia. El mismo constituye uno de los itinerarios de peregrinación más antiguo de Europa junto con el Camino de Santiago de Compostela.

En particular, la investigación se focaliza en la etapa La Storta–Roma, que pertenece a la última semana de peregrinación (Viterbo – Roma). Esta etapa tiene una extensión de 21 kilómetros, con una orientación suroeste. Desde el punto de vista del entorno geográfico, se caracteriza por una variedad de paisajes, desde los Alpes, continuando por colinas, valles, llanuras. El clima en Italia si bien es de carácter mediterráneo, presenta notables variables regionales. Respecto a los aspectos culturales, se resalta la presencia de ciudades como Aosta, Parma, Siena, Fidenza, Viterbo y Roma con una gran variedad de festivales y eventos culturales que se desarrollaran con detalles más adelante y que aportan diversidad y amplían la oferta de atracciones de carácter religiosa.

Figura 1

#### Camino de la Vía Francigena. Año 2014



Fuente: Movimiento Líquido. Sitio web: <http://movimientoliquido.wordpress.com>

Figura 2

### Mapa La Storta- Roma, última etapa de peregrinación



Fuente: Weather Forecast, Servicio meteorológico.

## 4.2. La Via Francigena: Descripción del itinerario en Italia

El camino en su trayecto por Italia comprende 44 etapas<sup>8</sup> de las cuales se concluyen en 8 semanas. La primera semana se recorre desde el Gran Paso de San Bernardo hasta Valle de Aosta. Comprende el área de mayor altura del recorrido con vistas panorámicas que le otorgan el mayor atractivo. Además desde el punto de vista cultural, se encuentran restos históricos y arqueológicos del imperio romano con la presencia de castillos y torres tales como el Castillo de Verrès o de Fènis; asimismo, se observa la presencia de actividad humana a través de plantaciones de viñedos.

Durante la segunda semana que se recorre desde Valle de Aosta hasta Ivrea, abarcando las regiones de Piamonte y Lombardía. El itinerario se extiende desde los Alpes a la llanura de Pavese. Desde el punto de vista cultural, se observa ciudades históricas conectadas con la *Via Francigena*, antiguas torres medievales, basílicas y edificios renacentistas. Finalmente, el Santuario de la Madonna della Bozzola un lugar de destino para peregrinos.

Durante la tercera semana se recorre un área rural, que comprende desde Ivrea a Parma, donde los colores cambian según la estación del año: el verde de las orquídeas en la primavera, el amarillo del grano en verano, el rojo de los viñedos en otoño y el blanco del

---

<sup>8</sup> El siguiente sitio web comprende todas las etapas del camino en el territorio italiano. Fuente: <http://www.viefrancigene.org/es/resource/tour/a-piedi-gran-san-bernardo-roma/>

hielo en invierno. Es una región plena de abadías y monasterios de la época medieval. En algún tramo hay que desviarse de la *Via Francigena* ya que actualmente corresponden a carreteras principales con mucho flujo de tráfico y donde existen rutas sin banquetas e incluso túneles sin senderos para caminar por dentro, en los alrededores hay numerosas señales del paso de los antiguos peregrinos.

En la cuarta semana se recorre desde Parma al Paso de Cisa. Comienza la zona rural con campos de cereales y viñedos, el paisaje montañoso de las cimas, desde donde se puede ver el mar si el día lo permite. Se inicia en Parma a 80 metros de altura, interesante ciudad en cuanto a monumentos históricos, se asciende hasta pequeños pueblos de montaña, algunos de ellos deben su existencia a la *Via Francigena*, como es el poblado de Cassio a 813 metros de altura, el Paso de Cisa a 1045 metros marca los límites regionales: a partir de aquí, se desciende hacia la región Toscana.

En la quinta semana se recorre desde Paso de Cisa hasta San Miniato. Hoy en día, este tramo cuenta con una de las rutas con más tráfico de Italia por lo tanto, tras cruzar la última parte de los Apeninos y ver el mar, se opta por abandonar la ruta oficial y desde Sarzana, se va por senderos del este y rutas secundarias de las colinas. La etapa finaliza en la localidad de San Miniato, el punto más cercano a Florencia.

En la sexta semana se recorre desde San Miniato hasta Radicofani. Probablemente el área más artística e histórica de toda la *Via Francigena*. Atraviesa algunos de los más célebres lugares de la Toscana: San Gimignano, Siena o Monteriggioni. Este tramo, no comprende grandes escenarios naturales como los tramos anteriores pero si contempla una gran variedad cultural e histórica.

En la séptima semana se recorre desde Radicofani a Viterbo. Se regresa a la *Via Francigena* oficial en Radicofani y se continúa por ella hasta llegar a Acquapendente, para finalizar en Viterbo.

El último tramo de la *Via Francigena* en la octava semana, se recorre desde Viterbo hasta Roma, se pueden observar diversas vistas panorámicas de los lagos volcánicos de Vico y Bracciano, donde se permite bañarse en las piscinas de aguas termales cercanas a Viterbo, se pasa por la pequeña localidad de Nepi y se sigue por una ruta de montaña hasta alcanzar las cercanías de Roma. La llegada a Roma no es demasiado interesante ya que

atraviesa los suburbios de la capital italiana con un gran tráfico de vehículos. El punto final de este viaje es la llegada a la plaza de San Pedro.

La investigación se focaliza dentro de este último tramo, en la etapa que se extiende desde La Storta hasta Roma, específicamente hasta la Ciudad del Vaticano. Estas son las últimas dos paradas obligadas para cualquier peregrino que circule por el camino y su meta final sea Roma.

### **4.3. La Via Francigena: Sus Orígenes**

El espacio sagrado no resulta de una elección deliberada por el hombre sino de un descubrimiento de ese espacio considerado especial. Se le agrega valor religioso a un camino trazado como itinerario de peregrinación marcando una tendencia de viaje en los siglos venideros. En este sentido, Zapata Torres (2007: 02) señala que el espacio sagrado:

*“(...) tiene por efecto destacar un territorio del medio cósmico circundante y de hacerlo diferente, estos espacios se revisten de signos, códigos y lenguajes que indican la sacralidad del lugar, la orientación, las formas, las posiciones, las conductas, revelando las dinámicas y los procesos de comunicación que mantienen con otros espacios sagrados, los cuales proveen el equilibrio necesario para la subsistencia de los individuos o grupos, esta perspectiva de espacio sagrado corresponde a la realidad terrenal, desde donde se vinculan con otros mundos, el mundo de la forma se alimenta de las deidades y del inframundo para mantener el equilibrio natural”.*

El camino de la *Via Francigena* como espacio sagrado data del 990d.C. cuando Sigerico “el serio”, arzobispo de la catedral de Canterbury, emprendió su viaje desde Canterbury hasta Roma, para recibir de manos del Papa Juan XV el “pallium”<sup>9</sup>. A su regreso hacia Canterbury fue anotando todos los lugares donde paraba a pernoctar y describiendo lo que veía, realizando así el primer itinerario religioso escrito sobre un manuscrito y también lo que podría considerarse, unos de los primeros diarios de viajeros. Tomando como base este itinerario, que se conserva dentro de la colección de algodón de la Biblioteca Británica de Londres, Sigerico describió las 80 etapas de su viaje, en 20km por

---

<sup>9</sup> El Pallio es una investidura que reciben los obispos, banda ancha de tela. En la actualidad sólo el Papa y los arzobispos metropolitanos llevan el pallio. Fuente: <http://www.arquidiocesismy.org/pwdemo8/Detalledeinteres.asp?id=1>

día. Tanto los peregrinos como los autores que citan las distintas etapas del camino, lo realizan respetando el camino trazado por Sigerico.

Una breve síntesis de la historia del camino, se inicia en la Edad Media momento en el cual la influencia ejercida por la iglesia católica sobre Europa era muy fuerte. Esta creciente religiosidad favoreció el desarrollo de caminos de peregrinaje. Balderas Vega (2007:383) cita una de las muchas creencias de los peregrinos medievales de la época, diciendo que *“El peregrino medieval creía realmente que contemplando un relicario que contenía la cabeza o incluso los dedos de un santo, persuadiría a este santo a interceder por él a Dios”*.

Es de destacar que la hospitalidad y la solidaridad se practicaba con mucha frecuencia en el medioevo, ya que en aquellos tiempos de teocentrismo dominante la caridad estaba muy difundida y además, corría la leyenda de que el propio hijo de Dios podía encontrarse en el camino, oculto tras la humilde vestimenta de un peregrino, para poner a prueba la fe de los creyentes.

La Orden de Cluny<sup>10</sup> fue una importante abadía que agrupó una gran cantidad de conventos a lo largo de las rutas principales de peregrinación, convirtiéndose en la orden religiosa más importante de la Edad Media y manteniendo una treintena de conventos muy dinámicos. Roma era la ciudad santa de la cristiandad en Occidente y el destino designado a los peregrinos, y sin olvidar de mencionar a la escuela de los peregrinos (*Scholae peregrinorum*) (Le Goff, 2003: 701) que fue el nombre con que se denominó a la primera de las congregaciones destinada a la recepción y alojamiento a los romeros<sup>11</sup> en camino. Éstas se multiplicaron rápidamente por Europa, fundándose algunas en Roma. Muchas de estas escuelas recibieron el nombre de hospitales u hospicios y no sólo ofrecían alimento y cama a los viajeros sino también asistencia ante los frecuentes casos de enfermedad. Las comodidades eran mínimas, aunque muy valoradas por los hombres del camino. Inicialmente, estos centros contaban con apenas tres camas, que luego pasaron a ser doce en

---

<sup>10</sup> SANCHEZ, Josefina. Arte Medieval. Fuente: [http://www.mirada.educa.aragon.es/TEXTOS\\_JSP/02\\_Medieval.pdf](http://www.mirada.educa.aragon.es/TEXTOS_JSP/02_Medieval.pdf)

<sup>11</sup> Peregrinación que hace una persona o grupo para visitar un lugar donde hay un santo o una virgen. En principio se llamaba Romeros a los peregrinos que viajaban a Roma, como Palmeros los que iban a Jerusalén, ya que llevaban una hoja de palma. En la actualidad la palabra romero se generalizó para todos los peregrinos. Fuente: <http://www.religionenlibertad.com/articulo.asp?idarticulo=15360>

homenaje al número de los apóstoles de Cristo, y finalmente, fueron aumentando en cantidad.<sup>12</sup>

Los caminos medievales solían ser de tierra y los baches se rellenaban con ramas, arena o maleza, en gran parte del itinerario se utilizaban las calzadas romanas de piedra que tenían la ventaja de que resultaban menos vulnerables a las heladas y eran menos resbaladizos para las herraduras de las caballerías. Sin embargo, las lluvias convertían estos caminos en lodazales, y el paso de los carros hendía surcos tan profundos que, una vez secos, se dificultaban circular.

#### **4.4. Etapas del camino según diferentes autores**

El camino se divide en diferentes etapas según distintos autores. Los autores principales que analizan la *Via Francigena* o camino de peregrinación son: Giovanni Caselli y Alfredo Conti. Vale recordar que la investigación no selecciona toda la *Via Francigena* en su extensión la cual comprende 4 países, sino que se limita a estudiar y analizar el camino dentro del territorio italiano, que se inicia en el Paso del Gran San Bernardo finalizando en Roma. A la vez, la última etapa es la que se estudia en profundidad a los fines de este trabajo de investigación, la cual se extiende desde La Storta a Roma y es parte del tramo de peregrinación que se desarrolla desde Viterbo a Roma.

Giovanni Caselli es arquitecto especialista en arqueología y caminos. Realizó el rediseño del camino de Sigerico, respetando el camino original pero diseñando algunos tramos alternativos donde el camino original presenta un peligro latente para el peregrino, ya que mucho de los trayectos del camino en la actualidad son autopistas muy transitadas. Algunos tramos están señalizados, y muchas partes de la ruta original siguen las antiguas carreteras Romanas (Vía Aurelia y Vía Cassia).

De acuerdo a Caselli, el camino se inicia en el Paso de San Bernardo (Alpes, suizos) cerca del Monte Blanco. Divide a la *Via Francigena* en 8 semanas<sup>13</sup>. Se llega a Roma luego de caminar 22 kilómetros por día a un ritmo de 5-6 horas.

---

<sup>12</sup> Hospicio deriva de la palabra Ospite que significa Habitación y este es el servicio que brinda, los hospicios eran casas que ofrecían albergue a peregrinos y pobres. Fuente: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/646/POSADAS%20ALBERGUES%20Y%20OTROS%20LUGARES%20DE%20HOSPEDAJE%20MEDIEVAL.htm>

<sup>13</sup> Semanas 1: de Bourg St. Pierre a Pont St. Martin; 2: de Pont St. Martin a Garlasco; 3: de Garlasco a Parma; 4: de Parma a Aulla; 5: de Aulla a San Miniato; 6: de San Miniato a S. Quirico d'Orcia; 7: de S. Quirico d'Orcia a Montefiascone; 8: llegada a Roma. Fuente: <http://www.guiarte.com/blog/pagina-429-la-via-francigena-por-italia.html>

El segundo autor seleccionado es Alfredo Conti, creador de la “Asociación el Camino Lento”<sup>14</sup>. Esta asociación posee un sitio web donde se puede encontrar variedad de información sobre las 44 etapas<sup>15</sup> del camino Francigeno.

Un equipo de trabajo a cargo de Conti, recorrió todo el camino dentro del territorio italiano, describiendo tanto datos cuantitativos como cualitativos, entre los primeros datos se describe; los kilómetros entre tramos, tiempo estimado en recorrer el tramo en las modalidades a pie o en bicicleta; altura del terreno en que comienza el tramo y altura en la que recorre; además información en cuanto a la infraestructura vial. Con respecto a porcentajes del camino asfaltado, caminos de ripio bien consolidados y huellas, que en Europa se conoce como camino muletero o senda.

Para esta tarea, el equipo de trabajo ha utilizado herramientas tecnológicas para obtener mayor precisión, como ser el uso de GPS con sistema GARMIN para marcar el camino. Luego se cargan estos datos a un sistema WEB donde el visitante puede descargar el programa del camino. Este sistema innovador potencia la oportunidad de incluir a otros sectores de la actividad turística como ser el turismo accesible, que por alguna discapacidad motora, física o visual se sientan excluidos del camino.

La investigación toma como base el diseño del camino por Conti, en particular el tramo comprendido entre La Storta a Roma. El motivo que lleva a seleccionar este tramo se fundamente en ser el último trayecto que recorre todo peregrino antes de llegar a Roma y las connotaciones emocionales y espirituales que conllevan para el peregrino. En este sentido, el lugar concentra diferentes significados para los peregrinos, reflejados en los diarios digitales de viajeros: “fin del recorrido”, recordar “experiencias vividas a lo largo

---

<sup>14</sup> La información se detalla en función del relevamiento de datos que realizaron peregrinos y luego lo han subido a la página web de la Asociación el camino lento. Fuente: <http://www.movimentolento.it/it/>

<sup>15</sup> 01 - Del Gran Paso de San Bernardo a Echevennoz.; 02 - De Echevennoz a Aosta; 03 - Da Aosta a Chatillon; 04 - Da Chatillon a Verrès; 05 - Da Verrès a Pont St. Martin; 06 - De Pont St. Martin a Ivrea; 07 - De Ivrea a Viverone; 08 - De Viverone a Santhià; 09 - De Santhià a Vercelli; 10 - De Vercelli a Robbio; 11 - De Robbio a Mortara; 12 - Da Mortara a Garlasco; 13 - De Garlasco a Pavia; 14 - Da Pavia a Santa Cristina; 15 - De Santa Cristina a Orio Litta; 16 - Da Orio Litta a Piacenza; 17 - Da Piacenza a Fiorenzuola; 18 - De Fiorenzuola a Fidenza; 19 - Da Fidenza a Fornovo; 20 - Da Fornovo a Cassio; 21 - De Cassio al Paso del Cisa; 22 - Del Paso del Cisa a Pontremoli; 23 - De Pontremoli a Aulla; 24 - De Aulla a Avenza; 25 - De Avenza a Pietrasanta; 26 - De Pietrasanta a Lucca; 27 - De Lucca a Altopascio; 28 - De Altopascio a San Miniado; 29 - De San Miniado a Gambassi Terme; 30 - De Gambassi Terme a San Gimignano; 31 - De San Gimignano a Monteriggioni; 32 - De Monteriggioni a Siena; 33 - De Siena a Puente de Arbia; 34 - De Puente de Arbia a San Quirico; 35 - De San Quirico a Radicofani; 36 - De Radicofani a Acquapendente; 37 - De Acquapendente a Bolsena; 38 - De Bolsena a Montefiascone; 39 - De Montefiascone a Viterbo; 40 - De Viterbo a Vetralla; 41 - De Vetralla a Sutri; 42 - De Sutri a Campagnano; 43 - De Campagnano a La Storta; 44 - De La Storta a Roma.

de la peregrinación”, “satisfacción de llegar a la plaza de San Pedro”, “regreso a la vida cotidiana”.

# Capítulo 5

## Via Francigena: Proceso de Valorización Turística

## 5. Via Francigena: Proceso de Valorización Turística

### 5.1. Análisis de la oferta turística

Para analizar las características y perfil de la oferta turística, se toma la información suministrada por Francisca Magnani (2011) a partir de 140 cuestionarios realizados a peregrinos alojados en diferentes establecimientos a lo largo del camino de peregrinación. De los resultados obtenidos por la autora, se seleccionan algunos parámetros que permiten caracterizar el perfil de la oferta turística.

Magnani ha tomado como referencia la lista de alojamientos publicada en el portal web de la Asociación Europea de la *Vía Francígena*. Luego, envió los cuestionarios por correo electrónico a los establecimientos seleccionados, para que respondan los peregrinos alojados.

Las regiones que más respondieron el cuestionario corresponden a Emilia Romagna, Toscana y Lazio, mientras que las menos participativas en responder fueron Liguria, Lombardia y Piemonte. Las repuestas de peregrinos alojados en la Toscana fueron los más participativos en la encuesta, debido al masivo flujo turístico que visita sobre la *Vía Francígena* y por la extensión de ese tramo dentro de la *Vía Francígena*. Asimismo, el Valle de Aosta tuvo una importante participación en la encuesta, a pesar del corto tramo que representa dentro de la *Vía Francígena*. La participación de peregrinos alojados en la región de Liguria es nula, debido al corto tramo francigeno en la región.

En cuanto a los alojamientos seleccionados por los peregrinos la mayoría se alojó en estructuras religiosas (iglesia, monasterio o abadía) mientras que otros grupos se alojaron en hoteles y una minoría eligió pernoctar en establecimientos *Bed and Breakfast*, albergues, forestaría<sup>16</sup>. Solamente dos casos se alojaron en la llamada estructura comunal, que es un edificio de alojamiento público donde con turno previo se pueden alojar gratuitamente. El resto de los alojamientos con solo una encuesta corresponde a habitaciones privadas o casas rurales.

Respecto a los servicios ofrecidos en estos establecimientos, se resalta que el 50% se ofrecen sin ropa de cama (sábanas, toallas, artículos de aseo, etc.). El 30% ofrecen estos

---

<sup>16</sup> Forestaría: un hospicio exclusivo para el peregrino, a cargo de los voluntarios a las asociaciones sin ánimo de lucro o las autoridades locales. Fuente: <http://francigenavia.files.wordpress.com/2014/05/alojamiento-peregrinos-via-francigena.pdf>

servicios y sólo un 20% provee los mismos en forma adicional al servicio de base. Asimismo, la mayoría de los establecimientos incluye el desayuno mientras que la cena se ofrece sólo en un reducido porcentaje de los establecimientos encuestados. Por último, en relación con los servicios auxiliares (internet, lavandería) son poco frecuentes. Sin embargo, cabe señalar que para el peregrino del siglo XXI es importante el acceso a internet vía Wi-Fi. Finalmente, respecto al precio de los servicios de alojamiento varían entre una oferta gratuita y servicios de hasta 57 €. El mínimo se encuentra entre 5 y 10 € existiendo una categoría intermedia entre 10 y 20 €.

### **5.1.2. Principales Recursos Turísticos de la Via Francigena**

La *Via Francigena* cuenta con numerosos recursos turísticos naturales y culturales. Respecto a los recursos naturales, cabe resaltar el entorno geográfico con paisajes como los Alpes, colinas, valles, llanuras, bosques, ríos, mar, que contribuyen a la valorización turística del camino.

En relación con los recursos culturales, se resalta la importancia de los eventos culturales organizados tanto por el sector público como privado, desde hace varios años en diferentes regiones que atraviesa la *Via Francigena*, como museos y manifestaciones culturales históricas, lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos, entre otros.

A continuación, se describen algunos de los recursos turísticos naturales y culturales que se encuentran específicamente en el tramo de peregrinación que inicia en La Storta y finaliza en Roma. En cuanto a recursos naturales, dentro de este tramo podemos mencionar el Parque Suburbano del Pineto, Parque Nacional dell'Insugheratta, las villas Ada y Borghese, el Monumento Natural di Mazzalupetto y el Monte Mario desde donde se ve toda la ciudad de Roma con importantes vistas panorámicas. (Dubois, 1998: 43)

En cuanto a los recursos culturales Roma y sus alrededores, posee gran importancia cultural tanto del pasado como de la actualidad. Sin lugar a duda, la Basílica de San Pedro<sup>17</sup> es una de las reliquias de la ciudad junto con otras arquitecturas que son testigos de una historia muy antigua. El arte, es otro punto importante de la ciudad, los comercios en especial los de moda, los espectáculos culturales, tanto deportivos como musicales.

---

<sup>17</sup> Tierras sin Límites. Fuente: [http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma\\_guia\\_pdf.pdf](http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma_guia_pdf.pdf)

En relación con los eventos culturales turísticos en la actualidad, se señala que la "Asociación Europea de la *Via Francigena*" (AEVF) es una asociación civil que tiene como objetivo, promover anualmente la edición del Festival "Proyecto Colectivo *Via Francigena*"<sup>18</sup>, con más de 230 eventos organizados, prevista desde junio a septiembre, en Italia, Suiza, Francia, hasta en Canterbury (Inglaterra), dirigida a la mejora y la promoción de los territorios atravesados por la antigua *Via Francigena* y el camino de peregrinación.

En el año 2013, el festival estuvo dedicado al tema "Peregrinos. Ciudadanos de Europa". Se realizó con la colaboración y la contribución del Proyecto Interregional "*Via Francigena*" donde asistieron Regiones del Valle d'Aosta, Piamonte, Lombardía, Emilia-Romagna, Liguria, Toscana, Lazio, Fundación Roma, Región Puglia y la Secretaría de Cultura y Turismo. Participó la Asociación Toscana de la *Via Francigena*, el Guided Tour Europeo y turístico y rutas de acceso de red Federación.

La promoción de la *Via Francigena* se ha llevado adelante principalmente por medio de la Asociación Europea de la *Via Francigena*, desarrollando conferencias, exposiciones, festivales, eventos, ferias, celebraciones, seminarios, reuniones técnicas y políticas. Algunos de los eventos que ha fomentado la Asociación Europea de la *Via Francigena* en forma sistemática son los siguientes:

- **Cammina-Cammina:** Iniciativa que se lleva a cabo entre las ciudades de Fidenza y Lucca, cuyo objetivo es dar a conocer el Camino y los principales monumentos que se encuentran a lo largo del camino entre las regiones de Emilia-Romagna, Liguria y Toscana.
- **Festival PassoParola:** Colaboración entre la provincia de Parma y el Departamento de Filosofía de la Universidad de Parma, este evento se celebra en las ciudades de Berceto y Terence y está dedicado a la práctica del senderismo. (Figura 3)
- **Día Nacional de la Caminata Francigena:** Evento anual, que se inicia impulsado por la colaboración de la Red de Caminos, asociación sin fines de lucro, y CIVITA, asociación para la promoción del patrimonio cultural y ambiental italiano. Tiene el objetivo de fomentar la *Via Francigena* a través de jornadas, exposiciones, conferencias. (Figura 4)

---

<sup>18</sup> Festival. Fuente: <http://francigenavia.wordpress.com/2013/06/12/festival-proyecto-colectivo-de-la-via-francigena-2013-peregrinos-ciudadanos-de-europa/>

- **Vigilias Francigena:** Co-promovido por la Región Toscana y Apet (Toscana promoción oficial) y patrocinado por Asociación Europea de la *Via Francigena*. Son eventos culturales a lo largo del tramo de la región Toscana.
- **Viajes imaginarios festival mundial:** Festival de viajes, lugares y culturas, promovido por Les Cultures Onlus - laboratorio cultura internacional. Fundada en Lecco, Lombardia en 1993. Opera en Italia, África y el resto de Europa del Este.
- **A lo largo de la Vía Francigena en Toscana:** Concentración nacional de senderismo, organizado por la Federación Italiana de Senderismo (FIE).
- **Francigena Internacional Arts Festival:** Academia Musical que surge en Altopascio. A partir del 2011 se amplió al proyecto a lo largo de la Via Francigena en combinación con la Asociación Europea de la *Via Francigena* promoviendo la difusión musical por el camino. (Figura 5)

A continuación se presentan ejemplos de publicaciones digitales de los eventos culturales mencionados:

Figura 3

**Festival del Camino. PassoParola. Año: 2011**



Fuente: Tafter. Cultura e Sviluppo.

Figura 4  
Festival Via Francigena del Sud. Año: 2013



Fuente: Ventoamico.

Figura 5  
Francigena Internacional Arts Festival. Año: 2013



Fuente: La Kinzica, la guía del tiempo libre y los eventos de la provincia de Pisa.

### 5.1.3. Comercialización turística de la Via Francigena a través del uso de nuevas tecnologías

La aplicación de nuevas tecnologías como herramienta de marketing moderno, junto a otros medios de comunicación tradicional, permiten modernizar y flexibilizar las formas de comercialización de la *Via Francigena* como producto turístico. En este sentido, la existencia de publicidad en los sitios web constituye una herramienta de información sobre los atributos y beneficios de la *Via Francigena* como producto turístico. La publicidad online se realiza de diferentes formas, impulsada tanto desde el sector público como privado.

Entre ellas se menciona:

- Páginas gubernamentales que contienen información específica sobre el camino (características paisajísticas, eventos culturales, servicios). Tal es el caso de portales turísticos de las provincias como así también de las grandes ciudades, algunos de estos portales lo implementaron la provincia de Parma, la región Toscana, la provincia de Torino, provincia de Viterbo, entre otras.

- Páginas de intermediarios de comercialización: agencias de viajes, asociaciones interesadas en la difusión de actividades culturales. Respecto a las agencias de viajes existen algunas especializadas en la comercialización del camino tales como: RSI travel, ofrece al cliente varios paquetes turísticos sobre la *Via Francigena*. Trekking Italia, ofrece solamente recorridos en las regiones de Emilia Romana y Toscana. *Outdoor Travel*, agencia australiana. *Ergo Travel*, agencia de origen Británico ofrece varios paquetes turísticos relacionados con la *Via Francigena*. Con respecto a las asociaciones interesadas en difundir las actividades culturales se mencionan: Mundo Camino, *Via Francigena*, Asociación amigos de la *Via Francigena*, Movimiento Líquido, Asociación Internacional de la *Via Francigena* (AIVF), Caminando sobre la *Via Francigena*. Además del uso del soporte digital como instrumento de promoción de la *Via Francigena*, también se utiliza la folletería emitida por organizaciones públicas, privadas y mixtas. Se busca difundir información, como eventos y espectáculos del camino.

- Páginas de viajeros (blogs digitales) que relatan y comparten las experiencias vividas a lo largo del camino (difusión y evaluación de servicios, entre otras). Ejemplos: El camino lento, la cultura del viaje a pie o en bicicleta. Anna y Yaver de

aventura en Italia. Blogs: *Canterbury to Rome. Via Francigena: Der Pilgerweg nach Rom. Paso a Paso. Veni, Vedi, Vici.*

- Medios de difusión tradicionales: Radios en las cuales existen uno o varios programas exclusivos dedicados al camino de peregrinación, ejemplo: radio Rai 3 o Sky (Mt-Italia). Además, cuenta con participación en programa radial La Vía Maestra y La Noche de Radio 1, en donde existen programas generales y dentro de estos, segmentos para el turismo religioso e información de los mismos.

Ejemplo de la publicidad que se genera en Inglaterra:

Figura 6  
Ruta de Sigerico

www.viafrancigena.eu

Fuente: Pagina Oficial de la *Via Francigena* de la Comunidad Europea.

## 5.2. Análisis de la competencia

La *Via Francigena* como camino de peregrinación tiene características singulares que lo diferencian de otros caminos de peregrinación. Los caminos que motivan desplazamientos de carácter religioso, considerados competidores de la *Via Francigena*, son principalmente Santiago de Compostela en Europa y Tierra Santa en Asia.

El Camino de Santiago de Compostela se localiza en España, en la comunidad autónoma de Galicia, en la provincia de La Coruña y dentro de la comarca de Santiago y es aquí donde reposan los restos del apóstol Santiago. Si bien la iglesia católica realizó excavaciones y localizó restos de cuerpos humanos bajo tierra, jamás se encontró el cuerpo del apóstol Santiago, pero aun se sigue creyendo que están ahí. El recorrido del camino de Santiago transcurre por todo el norte de España, desde St. James (Francia) entrando a España por la ciudad de Navarra, hasta la ciudad de Compostela, algunos pueden continuar el camino hasta Finisterre, donde se encuentra la capilla Nuestra Señora de la Barca.

Respecto a la característica de la demanda<sup>19</sup>, se resalta que al año 2012 acudieron a la oficina del Peregrino de Santiago de Compostela un total de 192.488 peregrinos. El 56,5% fueron hombres. La gran mayoría lo hicieron a pie (al menos, 100 kilómetros). En bicicleta fueron el 14%, a caballo el 0,15% y en silla de ruedas 22 personas. En cuanto a edades, la franja de mayor número de peregrinos es entre 30 y 60 años. Con respecto a la motivación, la gran mayoría declaró hacerlo por razones religiosas. Hubo más peregrinos extranjeros (50,5%) que españoles. El país de procedencia con mayor número de peregrinos fue Alemania. En 2010, el último Año Santo Compostelano, hubo 272.135 peregrinos, y en 2011, 183.366.

En relación con la oferta turística, se mencionan los servicios básicos que ofrece el camino como guías especializados y acompañantes del camino, alquileres de automóviles, excursiones organizadas, oficinas de turismo, organismos de hotelería, turismo idiomático, organismos de la Xunta de Galicia, ayuntamientos, iglesias compostelanas, y universidades entre otros tantos.

Sin lugar a dudas, tanto el flujo turístico como los servicios ofrecidos por el camino a Santiago de Compostela, muestran la consolidación alcanzado por el camino como producto turístico gracias a la publicidad y promoción de distintos organismos españoles que posicionaron la marca “Camino de Santiago” a nivel nacional e internacional.

---

<sup>19</sup> Revista Ecclesia. Fuente: <http://www.revistaecclesia.com/192-488-peregrinos-a-santiago-de-compostela-en-2012/>

Figura 7

**Recorrido Camino de Santiago**



Fuente: Camino de Santiago. Pedaladas contra el Cáncer.

Figura 8

**Fachada de la Catedral de Santiago de Compostela**



Fuente: El camino de Santiago en 21 días.

El camino a Tierra Santa<sup>20</sup> se ubica en Israel y Palestina, es un territorio que comprende varios sitios en los cuales se desarrollaron escenas bíblicas tanto en el Antiguo como en el Nuevo Testamento y de ahí nace su importancia como lugar histórico, simbólico y espiritual para todo el cristianismo y judaísmo. Tierra Santa es tanto la tierra prometida del judaísmo, como el espacio religioso para el islam dado que se encuentra el Domo de la Roca y el lugar hasta donde cabalgó Mahoma.

Tierra Santa despierta emociones que prometen experiencias espirituales y religiosas, intensidad y placer, e interesantes recorridos. Además de las ciudades históricas y arqueológicas como por ejemplo Jerusalén, Belén, Nazaret, Galilea, entre otras, también existen numerosas atracciones turísticas modernas para los que les gusta la cultura, el arte, el teatro y la música, la arquitectura y delicias gastronómicas.

En el centro de Jerusalén se encuentra la Ciudad Vieja, rodeada por una muralla y dividida por cuatro barrios: el judío, el armenio, el cristiano y el musulmán. Estas murallas rodean los importantes lugares sagrados de las tres religiones principales: el Muro Occidental (venerado a los judíos), la Iglesia del Santo Sepulcro y el Domo de la Roca en el Monte del Templo. La plaza donde se sitúa el Muro Occidental recibe la visita de millones de fieles. Sobre las grietas de la base de este muro los fieles introducen oraciones y notas con ruegos. Es el último vestigio del Templo Sagrado. En los alrededores del Muro Occidental existen también otros lugares de importancia para los judíos: los túneles del Muro Occidental, el exclusivo Centro Davidson, el barrio judío con su magnífico Cardo, y la Ciudadela de David.

---

<sup>20</sup> Enciclopedia Católica Online. Fuente: [http://ec.aciprensa.com/wiki/Tierra\\_Santa#.U8SRVfl5OSo](http://ec.aciprensa.com/wiki/Tierra_Santa#.U8SRVfl5OSo)

Figura 9

### Mapa de la ruta de peregrinación en Tierra Santa



Fuente: Peregrinación a la Tierra Santa del padre Juan Gómez

Figura 10

### Tierra Santa



Fuente: Travelit. Circuito Tierra Santa 8 Días

Desde el punto de vista turístico y en particular del turismo religioso, se resalta que la *Via Francigena* posee características diferenciales respecto a destinos competidores. Ello se fundamenta por un lado en su extensión a lo largo de cuatro países europeos; por otro lado, el significado que tiene Roma para los peregrinos, más allá de constituirse en el tramo final de la *Via Francigena*, es la presencia y efecto movilizador de multitudes que posee la influencia del Papa. En la actualidad, la influencia del Papa Francisco, ha generado a partir

del significado de sus acciones, una mayor atracción para católicos y feligreses de otros credos.

### 5.3. Análisis de la demanda turística

De acuerdo a lo expresado por Grunewald (1999) en el marco conceptual, los visitantes en espacios sagrados poseen tanto motivaciones espirituales como motivaciones vinculadas a aspectos culturales.

En la investigación, si bien la principal motivación de los entrevistados se vincula a aspectos espirituales, también es importante destacar un fuerte compromiso con respecto a los recursos naturales y culturales existentes a lo largo de la *Vía Francigena*.

Para analizar las características y perfil de la demanda turística, se toman los datos procesados por Francesca Magnani y que fueron obtenidos a partir de 140 cuestionarios realizados a peregrinos durante el año 2011 a lo largo del camino de peregrinación. Del procesamiento de los cuestionarios realizados se obtienen los siguientes resultados:

Una **Caracterización del perfil general y de comportamiento del peregrino** lleva a mencionar datos referentes al: *sexo, ocupación laboral, procedencia, religión, cantidad de personas y características de grupos*.

En cuanto a *sexo*, en la mayoría de los casos, la figura de un peregrino coincide con un varón, lo que confirma la tendencia histórica de la presencia masculina en el camino. La mayoría de las personas que deciden recorrer el camino se compone de hombres (70%), una edad promedio de 47,2 años. Estos datos se pueden leer, no como una menor inclinación de las mujeres a la trayectoria, sino como un hecho relacionado con la seguridad personal: las mujeres, cuando se mueven, lo hacen preferentemente en grupos o en parejas, a veces con su pareja, rara vez lo realizan solas, mientras que los hombres, a veces, son viajeros solitarios. De hecho, las mujeres más "aventureras" son maduras con poco entrenamiento, con la experiencia previa de las peregrinaciones y con un promedio de edad de 45 a 50 años.

En cuanto a la *ocupación laboral*, la mayoría de los encuestados son trabajadores, luego le siguen en menor proporción los jubilados y solo una escasa cantidad de encuestados son jóvenes estudiantes. Respecto a los trabajadores la ocupación principal es variada; operarios, trabajadores de almacén, empleados, funcionarios, personal de

enfermería, guías turísticos, músicos y artistas, en menor proporción, los comerciantes, inspectores, y, por último, maestros, profesores, contadores, abogados, arquitectos, asesores financieros, gestores de proyectos, empresarios, médicos, ingenieros y comerciantes. Por último, los jubilados y estudiantes son los que tienen a su disposición la mayor cantidad de tiempo y por lo tanto pueden, si quieren, ejecutar tramos más extensos, conquistando el título de peregrinos de largo plazo, lo cual significa que pueden estar caminando por más de 15 días e incluso hasta varios meses.

Respecto a la *procedencia* de los peregrinos, hay que distinguir entre los italianos y extranjeros. En cuanto a los peregrinos nacionales, el 80% proceden del norte de Italia: más de 50% provienen de Lombardía y Emilia Romagna, las regiones más industriales y geográficamente próximas al camino. Además, se puede decir que la sensibilidad italiana de experimentar la *Via Francigena* es mayor en el norte de Italia, donde los usuarios viven en centros altamente industrializados, como Lombardía, Véneto y Emilia, a pesar de que estos centros no necesariamente están atravesadas por el camino: ejemplos son las provincias de Milán, Lecco, Bergamo, Brescia, Varese, Sondrio, Reggio-Emilia, Rimini, Módena, Bolonia, Venecia, Verona y Vicenza. Asimismo, la mayor renta disponible de los habitantes que pertenezcan a dichas zonas industrializadas, estas áreas son también las que más buscan un retorno a la naturaleza, la sencillez y la autenticidad que sólo la experiencia de peregrinación le ofrece.

El resto de los peregrinos europeos entrevistados se divide entre: franceses, españoles, británicos, belgas, holandeses, irlandeses, lituanos. Finalmente se destacan entre los peregrinos no europeos, australianos y americanos. Dado que el 80% de los encuestados esta compuesto por italianos, es fácil entender cómo los meses de viaje de los peregrinos coinciden con las vacaciones de verano en julio y agosto, sin embargo, si tenemos en cuenta la alta disponibilidad de tiempo de muchos jubilados y jóvenes estudiantes se observa en los meses de mayo y junio son igualmente favoritos junto con julio y agosto para ponerse en el camino.

Hay que tener en cuenta que durante los meses de junio, julio y agosto, predominan peregrinos italianos, mientras que los europeos del norte (inglés, alemán, suizo, escandinavo), como también los peregrinos del Mediterráneo (francés, español) están muy presentes en el resto del año y son los más tolerantes en cuanto a climas fríos o tienen más

tiempo disponible durante la primavera y el otoño. No es sorprendente que también el mes de septiembre, se pueda ver a numerosos caminantes, mientras que durante los meses como abril, octubre y noviembre, pueden ser elegido por los peregrinos, a pesar de los inconvenientes que se puedan encontrar, como por ejemplo: albergues con calefacción suave, agua tibia, estructuras religiosas que se mantienen con calentadores, caminar con lluvia. Obstáculos a mitad de temporada se convierten en impedimentos reales durante el tiempo de la temporada, en los meses de enero, febrero y marzo, se ve a algunos pocos peregrinos y algún extranjero. El único mes que parece no ser tomado en cuenta por el peregrino es el mes de enero. Cabe también resaltar la procedencia de aquellos visitantes que se alojan en distintos establecimientos a lo largo de la *Via Francigena* y que no necesariamente son peregrinos. En relación con el país de origen de los peregrinos registrado en los distintos alojamientos encuestados, se afirma tener entre sus clientes numerosos peregrinos europeos: la mayoría de ellos son de nacionalidad italiana (presente en el 70,0% de cuestionarios), luego francés y alemán. Notable son los españoles, frecuentemente los peregrinos de Santiago, suizos, austríacos y británicos, estos últimos que vienen del campo, donde la *Vía Francigena* tiene su tradicional punto de partida. No hay que olvidar, los países de Benelux, Escandinavia y las regiones de Europa del Este, que registraron un menor número.

En cuanto a los peregrinos provenientes de otros países no europeos, la mayor parte de los establecimientos encuestados mencionan que tienen un mayor porcentaje de sus clientes son australianos y neozelandeses. En segundo lugar están los estadounidenses, mal registrado en muchos casos como peregrinos, ya que, en la mayoría de los casos, son turistas interesados en descubrir Italia, y que se alojan de vez en cuando en un alojamiento Francigeno. Otros peregrinos registrados no europeos proceden de Centroamérica y América Latina, Canadá y Rusia, e incluso de Islandia algún peregrino aislado y distante.

En relación con la *religión*, el peregrino cristiano especialmente católico, es quien con el tiempo dio un paso adelante, y sigue haciéndolo, sobre el suelo de la *Via Francigena*. Con la ramificación del cristianismo, es probable que se encuentre en los caminos protestantes, anglicanos y ortodoxos, siempre unidos por la misma matriz cristiana. Sin embargo, hay una buena cantidad de los encuestados que dicen ser ateos y agnósticos. En el 78% de los encuestados son católicos, de hecho, también incluye los que

se declaran católicos no practicante que son un cuarto de los encuestados, ya que han recibido todos los sacramentos, pero no practican el culto: en este caso, se puede seguir hablando de personas en "búsqueda" o específicamente "en busca de confirmación" de una fe que no se encuentra totalmente.

En cuanto a la *cantidad de peregrinos y las características del grupo*, tomando como referencia los datos suministrados por la Prefectura de la Casa Pontificial, desde la elección del Papa Francisco el 13 de marzo de 2013, 6,6 millones de peregrinos han asistido a alguno de sus encuentros en el Vaticano, casi tres veces más que los 2,3 millones que asistieron a eventos papales en el año 2012. El evento que atrae a más peregrinos es el rezo del Ángelus los domingos, con 2.706.000 personas. En las misas y ceremonias litúrgicas han participado 2.282.000 personas, mientras que las 30 audiencias generales han reunido a 1.548.500 personas, y las audiencias especiales, 87.400 peregrinos. Desde el año 2000 que no se registran números tan elevados de participación y recibida de peregrinos en la Santa Sede. Además, los datos antes mencionados, son los peregrinos que han obtenido su ticket otorgado por el Vaticano para estar dentro del perímetro permitido y que fuera de este perímetro otros millones han presenciado los distintos eventos y no están reflejados en esta encuesta. (ABC.es. Diario digital español: 2014)

Asimismo, además del perfil general y de comportamiento del peregrino cabe destacar algunas **características de la actividad de peregrinación** tales como: *estadía o duración de la peregrinación, afluencia, servicio de información y comunicación requerida por la demanda para realizar el recorrido y problemáticas detectadas por los peregrinos para la práctica de la actividad.*

En cuanto a la *duración* del recorrido se identifican cuatro tipos de peregrinos en función de esta variable, los peregrinos del fin de semana, los peregrinos de corto alcance (3-7 días), el rango medio de peregrinos (de 8 a 15 días), los peregrinos de largo alcance (más de 15 días hasta varios meses). El 50% del total de peregrinos encuestados prefiere caminar durante un promedio de entre 8 a 15 días. Un 25% caminan más de 15 días, incluso algunos llegando a 4 meses, y se puede decir que, en este caso, realmente complementa la experiencia de peregrinación a lo largo del camino, no sólo desde el punto de vista del camino, aunque también a causa de la fatiga y la contemplación de la naturaleza y de sí mismos como sujetos. También hay un 12% de peregrinos dispuestos, por voluntad o por

necesidad, a tomar sólo una corta distancia de 3 a 7 días. Un 13%, finalmente, pueden encontrar el momento de alejarse demasiado de su ciudad de residencia, dedicando a pequeñas "apuestas" en el camino, a menudo viajando con los amigos y la familia, oportunidad de quedarse juntos en medio de la naturaleza, entrenando el cuerpo.

Con respecto al periodo de mayor *afluencia*, julio es el mes más destacado, aunque también es muy concurrida la peregrinación en los meses de junio y agosto, así como, un porcentaje ligeramente menor en mayo y septiembre. Aún así, se sitúa un flujo de 40% en los meses de abril y octubre, y hay muchos peregrinos durante los meses más fríos como enero y noviembre. Como menor cantidad, hay peregrinos en febrero, mientras que están casi ausentes en enero y cero en diciembre.

En relación con los *servicios de información y comunicación* requeridos por el peregrino, el camino principalmente se ha conocido a través de la experiencia previa de otros peregrinos, del camino hacia Santiago de Compostela.

Otra herramienta para la adquisición de conocimientos y de información del camino se encuentran los sitios web, el sitio más útil y elegido por los peregrinos. Entre los sitios populares según las encuestas aparecen la Asociación Europea de la *Via Francigena*, seguido por el Ministerio de Bienes y Actividades Culturales, la Asociación Internacional de *Via Francigena*, entre otros. Entre los sitios web mencionados, el más exitoso es el sitio suizo de la Asociación Internacional de la *Via Francigena*, que se traduce, en comparación a los demás sitios, en inglés, francés, español, italiano y alemán. A continuación existen, redes sociales y blogs creados por los peregrinos que registran su viaje, son otras fuentes de información, a menudo utilizado por nuevos peregrinos. Asimismo, los peregrinos también utilizan guías o rutas descargadas de diversos sitios de Internet. A veces, a estos instrumentos también se añade la cartografía, que ayuda al peregrino a orientar y guiar en el camino. Otro gran instrumento de alta tecnología es el uso de GPS en el 20% de los casos de los encuestados lo han utilizado.

Luego aparece la información a través de los medios tradicionales, televisión y prensa: Hay muchas revistas que dedican secciones a la *Via Francigena*, tal como la Asociación Europea de la *Via Francigena*, si bien no es una revista especializada en la temática, ciertas veces al año publica artículos relacionados con el camino.

En relación con las *problemáticas detectadas* por el peregrino, se observa la insuficiente cantidad de alojamientos a lo largo de la *Via Francigena* debido al aumento de flujo de demanda en los últimos años. Otro problema se refiere a la falta de disponibilidad de servicio de comida dentro o cerca de los alojamientos.

Otra crítica, es el horario de cierre de algunos alojamientos, cerca de las 17:00 horas, considerando que muchos peregrinos llegan después de ese horario, o algunos albergues cerrados desde octubre a marzo, quedándose sin lugar o pagando más por un hotel; no sólo la reducción de la oferta es un problema sino en algunas zonas no hay muchas alternativas. Asimismo, fueron detectados en la misma medida, temas críticos en materia de acceso a Internet: no es una necesidad urgente de conectarse a la red, pero para algunos peregrinos es esencial conectarse unas horas para poder escribir su blog, o comunicarse con familiares y amigos sin tener que recurrir al teléfono que sería demasiado caro, planear o cambiar el plan de la ruta, teniendo en cuenta las alternativas en la web o incluso actualizar su correo electrónico.

En relación con la **percepción del peregrino respecto a la experiencia global** vivida a lo largo del camino puede conocerse a través de dos instrumentos metodológicos, por una parte los 23 cuestionarios realizados vía mail a los peregrinos y por otro lado, el análisis de los diarios digitales de viajeros publicados entre 2005 y 2012. Para analizar la percepción se recurre a diferentes aspectos que permiten caracterizarla. En este sentido, se definen cuatro aspectos fundamentales a partir de estas estrategias metodológicas: *nivel conocimiento, significado de la peregrinación en la Via Francigena, interés que despierta el camino y nivel de satisfacción de la experiencia global*.

Con respecto al *nivel de conocimiento* la mayoría de los entrevistados manifiesta que, el camino lo ha descubierto cuando peregrinaban hacia Santiago de Compostela y hablando con otros peregrinos descubren el camino italiano. El resto de los peregrinos lo han descubierto por medio de internet y/o a través de publicaciones gubernamentales u otras publicaciones públicas o privadas.

En relación con el *significado de la peregrinación en la Via Francigena*, se interpreta luego de finalizada la experiencia, una vez alcanzada la meta que es la Plaza San Pedro en el Vaticano, la emoción de concluir algo tan especial y personal que traspasa cualquier frontera emocional. El significado de llegar a este sitio no tiene una sola

definición personal, todas las personas interpretan sus emociones de manera diferentes. Mike Metras junto a su mujer Petra Wolf describen en su blog el momento de llegar a la Plaza San Pedro:

*“¿Qué puedo escribir acerca de San Pedro? Es enorme. Está lleno de gigantesca maravilla y escultura de los principales artistas del Renacimiento. Es una fiesta para los ojos, para todos los sentidos. Miles de personas pasean boquiabiertas mirando hacia arriba, abajo y para todos lados. Vemos al frente, más allá de la barrera y en el ala delantera de la iglesia en la que quinientos o seiscientos están esperando. Pronto, un cardenal y tres sacerdotes salen con el acompañamiento de un coro italiano y comienza la misa”.*

En cuando al *interés que despierta el camino* está dividido en dos grandes ejes, por un lado el religioso y por otro el turístico. El primero generado por todo lo espiritualidad que genera el camino, mitos, contemplación de diferentes templos religiosos. El segundo promovido por diferentes atractivos que motivan a las personas a desplazarse para descubrir eso que tanto los cautivó.

El *nivel de satisfacción de la experiencia global* indica un grado muy elevado, todos argumentan que la experiencia es única y no solo piensan en volver a realizarla, sino recomiendan a familiares y amigos a que emprendan la experiencia. En muy pocos casos se han quejado de algún inconveniente durante el camino, sobre todo falta de indicaciones, animales sueltos que a veces atacan, rutas intransitables.

#### **5.4 Análisis de la Percepción del peregrino a través de diarios digitales de viajero. Periodo 2005-2012**

Para completar el análisis de la demanda además de la información brindada por Francisca Magnani (2011) se analizaran los diarios de viajeros digitales<sup>21</sup> o también llamados blogs, donde los peregrinos mientras realizan su experiencia, describen en forma simultánea sus pensamientos, en cuanto al camino y la experiencia del trayecto, los servicios, la gente del lugar o los demás peregrinos.

---

<sup>21</sup> Entre ellos se puede nombrar a: Cammina Francigena 2011; Paso a Paso; Veni, Vedi, Vinci; Canterbury to Rome; Francigena21.com; Peregrinaje desde Fidenza a Roma; autores como Pino Toniolo, Walter Hulsenmann, Claudio Locatelli, otros.

El plan de viaje del peregrino es personal de acuerdo a sus capacidades físicas y económicas, por lo tanto todos llegan a Roma pero no todos inician desde el mismo sitio, el peregrino sale de La Storta con la emoción que en pocas horas llegará a la ciudad de Roma, más precisamente a la Plaza San Pedro, pero también con la nostalgia de que este viaje llega a su fin.

El peregrino describe en detalle su partida desde La Storta:

*“A las 5:30 estamos listos para el gran desayuno que una monja cariñosa y dulce ha preparado para nosotros. A las 6 estamos en el camino y vamos a estar en la Capilla de San Ignacio, donde resumen los hechos históricos relacionados con el lugar”.* (Nacionalidad: Italiano, Año: 2006)

Así describe muy sintéticamente en su blog cómo se siente el peregrino al ingresar dentro de la ciudad de Roma. *“El último día siempre es difícil, sobre todo cuando el destino es una ciudad como Roma, donde el ruido y el tráfico son dueños”* (Nacionalidad: Italiano, Año: 2006). El mismo peregrino acota que la cena de ese mismo día, tiene un saber distinto a las demás, una cena melancólica, donde casi nadie puede hablar por la emoción de haber llegado a la meta y por la tristeza de que esa aventura se acaba y hay que retomar al día siguiente a la vida cotidiana y rutinaria.

Otro de los peregrinos que ha redactado su experiencia sobre el viaje dice: *“No dormí mucho anoche como consecuencia de la campanas que sonaban cada media hora, así como preocupaciones sobre el viaje a Roma”.* El peregrino y unos amigos realizaron el viaje en bicicleta, por lo que describe que

*“El único problema fue que al llegar cerca del Vaticano, el carril de la bici está por encima del nivel del río, el nivel de la calle era muy empinado por lo que tuvimos que deshacernos de la bicicleta y seguir a pie”.* Y continua expresando cual fue el resultado final de su llegada a la ciudad, *“Yo estaba esperando a Roma como un verdadero espectáculo del horror para el paseo y me sorprendió gratamente”.* (Nacionalidad: Ingles, Año: 2012)

Otro testimonio de un peregrino de Dover, Estados Unidos que realizó todo el camino de la *Via Francigena* corriendo junto con un equipo de apoyo, así describe la experiencia:

*“Contra todas las probabilidades y las opiniones de más de un escéptico sabio completamos lo que nos propusimos hacer en 59 días. A partir del 17 de junio de la catedral de Canterbury cubrimos el ancho de Francia, las montañas de Suiza y las llanuras de Italia. Para ser honesto con ustedes, fueron los más duros dos meses de mi vida, pero creo que es una búsqueda que puede ser completado por cualquier persona que tenga el deseo de hacerlo”.* (Nacionalidad: Norteamericano, Año: 2007).

Una peregrina de origen australiano describe:

*“Era una extraña sensación de llegar aquí a la Plaza San Pedro, tantas emociones se corre por nuestras venas, la alegría, la tristeza, alivio, incredulidad, fueron algunos de ellos, sólo para nombrar unos pocos. Nos sentimos como llamar a cualquier persona que le importaría escuchar, ¡Estamos aquí! pero no nos prestaban mucha atención, sólo algunas miradas. Dos mujeres australianas extáticamente vestidas, definitivamente no para impresionar, pero sentir que acababan de conquistar el mundo, otra lagrimita está siendo derramada. Estoy recién empezando a apreciar nuestro logro personal increíble”.*

Así expresa su sentimiento la peregrina que junto a su amiga han caminado toda la *Via Francigena*. Al final del blog se despide de su viaje y lo redacta de esta manera:

*“Bueno mis amigos, es hora de que me vaya. Me siento muy triste en realidad, que este blog está finalmente llegando a su fin. Ha sido este blog una gran parte de mi viaje y estoy agradecida de que he sido capaz de grabar a través del maravilloso uso de la tecnología en mi iPad. Ha sido un consuelo para mí que mis amigos y familiares, en particular, han sido capaces de compartir un poco de ellos conmigo y agradezco a todos por tomarse el tiempo de leer mis divagaciones”.* (Nacionalidad: Australiana, Año: 2012)

En conclusión, se puede percibir que las emociones y sensaciones al momento de arribar al punto final de la peregrinación son profundos, pleno de sentimientos cruzados. Salir del lugar de residencia es siempre conflictivo, dejar la ciudad y casa que brinda la seguridad que se necesita para vivir, el salir de ella implica introducirse en un mundo desconocido donde no se sabe cuáles pueden ser las amenazas ni los peligros que acechan, por lo cual si bien la peregrinación se vive como un paseo, también se debe saber que el

peregrino que se lanza al camino debe enfrentarse a la naturaleza, al clima, y a otros numerosos factores, pero además enfrentar miedos como tomar el camino incorrecto, la oscuridad, la incertidumbre, entre otros. Culminar todos estos obstáculos garantiza la plena independencia y superación humana que no toda persona están dispuestas a enfrentar, son logros personales que hacen elevar a quienes lo recorren y al superarlos y conocerlos inspira a seguir otros caminos o a volver a transitar el mismo camino pero con una perspectiva diferente que la primera vez, con más experiencia y aprendizajes que la vez anterior.

# Capítulo 6

Via Francigena:  
Tendencias detectadas en  
el proceso de  
consolidación como  
destino turístico

## 6. Via Francigena: Tendencias detectadas en el proceso de consolidación como destino turístico

A partir del desarrollo de la investigación se observa determinadas tendencias que favorecen más aun el interés de los peregrinos por la *Via Francigena*. Con el Tratado de Lisboa<sup>22</sup> (2007) se reconoce al turismo no solo como una unidad e identidad de significado económico, sino también social y cultural en el proceso para los ciudadanos de la Unión Europea. El Consejo de Europa ha adoptado oficialmente y reconocido 29 rutas culturales que recorren todo el territorio de la Unión Europea, no sólo se encuentra la *Via Francigena*. El redescubrimiento de este camino fue facilitado por la renovada popularidad que genera otra ruta de peregrinación como el Camino de Santiago.

Se reconoció la peregrinación a lo largo de la *Via Francigena*, debido a su trayectoria de alrededor de 1750 kilómetros de longitud a lo largo de Europa. El camino ha obtenido del Consejo de Europa, la denominación de "Itinerario Cultural" en 1994 y más adelante "Gran Itinerario Cultural Europeo" en 2004. Elección importante para ubicar a la *Via Francigena* en la misma importancia que el Camino de Santiago. El reconocimiento oficial atestigua: "*La Via Francigena es un símbolo de las herencias culturales, religiosas y humanistas de Europa, cuyos valores, aún presentes en su patrimonio, han hecho arraigar en la vida de la sociedad el papel central de la persona humana*".

El Consejo de Europa reconoce la promoción de la *Via Francigena* como una herramienta para la difusión y la reafirmación de los valores religiosos y culturales, la espiritualidad y la naturaleza, uno de los historiadores y medievalistas más importantes de Francia, Jacques Le Goff sostiene que la *Via Francigena* "*puede considerarse esencialmente un camino para las culturas: comprometerse con la Vía Francigena, significa comprometerse con el logro de la Europa de las Culturas*".

El camino de Santiago de Compostela y la *Via Francigena* son parte de la misma Europa pero al mismo tiempo caminos distintos. Sin embargo, existen evidencias que el Camino de Santiago y la *Via Francigena* ya estaban unidos desde tiempos remotos. En ese marco, cabe nombrar los proyectos puestos ya en marcha por la Asociación de la *Via*

---

<sup>22</sup> Firmado por los representantes de todos los estados miembros de la Unión Europea (UE) en Lisboa el 13 de diciembre de 2007 es el que sustituye a la Constitución para Europa tras el fracasado tratado constitucional de 2004. Con este tratado, la UE tiene personalidad jurídica propia para firmar acuerdos internacionales a nivel comunitario.

*Francigena* en España y la Asociación Europea de las Vías Francigenas. Entre ellos se destaca la promoción de la *Via Francigena* ante los medios de comunicación españoles y latinoamericanos y la creación de una vía regular de peregrinación entre Santiago y Roma.

Otro tema a resaltar, es la carta que le han hecho llegar al Papa Francisco distintos representantes italianos de la *Via Francigena*. En ella se invita al Pontífice a un encuentro para discutir sobre el relanzamiento de la peregrinación como estilo de vida, cristiano, sobrio y sostenible.

El Papa Francisco ha adoptado un cambio de rumbo a la tendencia tradicional de la iglesia, pudiendo darse más libertad que los demás pontífices que lo presidieron, para estar cerca de los peregrinos que recorren miles de kilómetros para su encuentro.

Figura 11

**El Papa Francisco sacándose fotos con jóvenes peregrinos**



Fuente: Periódico 24hs Chile. 30/08/13

Esta fotografía fue publicada el 30 de agosto de 2013 por L'Osservatore Romano, el periódico del Vaticano, y luego replicada a través de las redes sociales. Un grupo de 500 jóvenes peregrinos llegó al Vaticano desde la diócesis de Piacenza-Bobbio y tuvo una audiencia privada con el Papa Francisco: "*Construyan el futuro con belleza, con bondad y con verdad*", "*Tengan coraje. Vayan para adelante. Hagan ruido*", fue el mensaje que aquel día les dio el Papa a los fieles peregrinos. Fabio M. Ragona, periodista italiano logró

obtener la imagen y la subió a su cuenta de Twitter, que en pocas horas recorrería el mundo.

El Papa Francisco refleja en sus dichos y actos una actitud diferente a la de otros papados, lo cual impulsa a que los fieles religiosos a iniciar un cambio y ha ser partícipe del mismo, incluirse en la cultura religiosa del catolicismo y acompañar este nuevo camino.

Luego de la multitudinaria concentración de peregrinos que se llevo a cabo en Río de Janeiro, el Papa viajó a San Francisco de Asís el 4 de Octubre de 2013, donde según publicaron los diarios locales, la llegada del Papa generó en la ciudad un record, 100 mil fieles que se concentraron a la espera del Papa Francisco y más de 1000 periodistas, una extraordinaria convocatoria para una ciudad de 5.500 habitantes.

Otra tendencia realmente importante: -si bien las actividades del Papa se pueden seguir minuto a minuto por canales de televisión e incluso por internet- hay otras herramientas que nos brinda las nuevas tecnologías y que el Papa ha incluido en su vida que es el uso personal de cuentas de internet, en este caso el Papa Francisco posee una cuenta en Twitter donde muchos peregrinos pueden seguirlo, leer sus comentarios y expresar sus sentimientos hacia el Papa desde cualquier parte del mundo, llegando a los 5,2 millones de seguidores.

Figura 12

### Portal de Twitter del Papa Francisco



Fuente: Imagen Extraída de Twitter.

Esta tendencia popular que genera el Papa Francisco en el mundo, despierta la movilidad de millones de fieles que todos los años se congregan en la Plaza San Pedro para venerar la presencia del Papa y participar de la misa.

En 2014, la *Via Francigena* cumple 20 años como Ruta de Interés Cultural del Consejo Europeo. El Papa Francisco es consciente de estos movimientos de peregrinos y de la importancia de la ruta de peregrinación a Roma. Por eso, en la última noche buena ha nombrado a un antiguo ministro de Cultura de Italia y ex alcalde de Roma como delegado personal para fomentar la *Via Francigena*.

El movimiento de peregrinos y romeros latinos para conocer al Papa Francisco es sorprendente, sobre todo mexicanos, brasileños y especialmente argentinos. Los iberoamericanos mantienen el espíritu católico más que los europeos y eso los impulsa a cruzar el océano para ir peregrinando hacia Santiago o Roma.

La gente cree que el Papa Francisco atrae a los fieles por su estilo sencillo, descontracturado, amistoso y con un mensaje claro, entendible para cualquier persona.

# Capítulo 7

## Reflexiones Finales

## 7. Reflexiones Finales

La presente investigación describe las principales características de la *Via Francigena* como camino de peregrinación, introduciendo como novedad el uso de las nuevas tecnologías y el análisis de la percepción de los peregrinos usando como estrategia metodológica los diarios de viajeros digitales.

En la actualidad el Turismo Religioso presenta una tendencia en constante crecimiento a nivel mundial. Esto se refleja en un tipo de turismo fiel al destino religioso. Las peregrinaciones a lugares sagrados se presentan como una salida de la vida cotidiana y una experiencia totalmente positiva para el viajero. En este marco, se observa la existencia de diferentes tipos de peregrinos y lugares que visitar. No existe en el mundo cultura que no tenga religión ni un lugar sagrado donde reunirse para celebrar algún acontecimiento importante.

El estudio de caso se aplica dentro del territorio italiano; recordemos que este camino de peregrinación recorre 4 países, y la ciudad es Roma como destino final. Los datos resaltan las principales características del peregrino o viajero actual. En primer lugar, el perfil de los peregrinos corresponde a viajeros adultos, mayores de 35 años y predomina el sexo masculino. En segundo lugar, con respecto a las características de los eventos organizados, se destaca que la mayoría son festivales y eventos que se organizan anualmente con una duración de varios días, con una importante difusión por medios de comunicación, alcanzando a cierto nivel nacional. En cuanto a los espacios por el cual se extiende el camino, la mayoría se ubican en el sector rural y periurbano, en algunos casos urbanos principalmente las ciudades donde cruza el camino. En tercer lugar, en relación con la percepción de los peregrinos, muchos deciden expresar sus sentimientos y experiencias a través de internet por medio de herramientas como blog digitales, donde suben comentarios diarios, fotos, videos, entre otros. La interacción que se realiza entre los peregrinos y sus seguidores que al principio son familiares y amigos, es fluida e instantánea.

Estos resultados, permiten afirmar que el uso de nuevas tecnologías contribuye al proceso de la valorización de la *Via Francigena*. Si bien existen sitios donde es escasa la

tecnología, el trabajo pendiente a mejorar la calidad de los servicios es cada vez mayor gracias a políticas de gobierno y asociaciones que fomentan su uso.

A modo de cierre, se resalta la importancia del uso de los diarios de viajeros digitales por parte de los peregrinos para difundir en forma instantánea sus experiencias y compartir su percepción de la peregrinación. Finalmente, se destaca que las tendencias detectadas favorecen el posicionamiento turístico de la *Via Francigena* en la escala internacional.

# BIBLIOGRAFÍA

## 8. Bibliografía

- ALADAZABAL LARRAÑAGA, José. Gestos y Símbolos. [en línea] Barcelona: Centre de Pastoral Litúrgica, 7ma ed. 2003, Disponible en: <http://books.google.com.ar/> [fecha de consulta: 07/04/20012]. ISBN: 84-7467-884-6.
- BALDERAS VEGA, Gonzalo. *Jesús, Cristianismo y cultura en la Antigüedad y en la Edad Media*. México: Ed. Universidad Iberoamericana, Biblioteca Francisco Xavier Clavigero, 1ra ed. 2007. ISBN: 968859668X
- BERTONCELLO, Rodolfo *et al.* (comp.) *Turismo y Geografía: lugares y patrimonio natural - cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ed. Ciccus, 2009, pp. 5-15.
- CABERO, Julio. Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: Reflexiones para comenzar el debate. [en línea] Grupo de Tecnología Educativa, 1998. Disponible en: <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/85.pdf>. [fecha de consulta: 25/03/2013].
- CABRERA, José. Navigators and castaways in cyberspace: psychosocial experience and cultural practices in school children's appropriation of the Internet. [en línea] Estados Unidos: M. Bonilla; G. Cliche (eds.). Southbound / IDRC Books. Internet and Society in Latin America and the Caribbean, 2004, pp. 21-86. Disponible en: [http://web.idrc.ca/en/ev-45776-201-1-DO\\_TOPIC.html](http://web.idrc.ca/en/ev-45776-201-1-DO_TOPIC.html) [fecha de consulta: 30/01/14].
- Carta de Turismo Cultural. ICOMOS. Bélgica. 1976. Disponible en: [http://ipce.mcu.es/pdfs/1976\\_Carta\\_turismo\\_cultural\\_Bruselas.pdf](http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf) [fecha de consulta: 30/01/14].
- CONDE SILVESTRE, Juan Camilo. De la peregrinación medieval al viaje imaginario: La evolución literaria y estética de un género como prefiguración del

hecho turístico. [en línea]. Murcia: Universidad de Murcia, Ed. Cuadernos de Turismo, no. 27, 2011, pp. 227-245. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/download/139921/125801> [fecha de consulta: 09/04/2014].

ISSN: 1139-7861.

- Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Paris. 1972. Disponible en: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf> [fecha de consulta: 12/03/14].
- COOPER, Chris *et al.* *El turismo, teoría y práctica*. España: Ed. Síntesis, 3ra ed, Madrid, 2007.  
ISBN: 987-84-975651-0-3.
- DUBOIS, Patrick (Comp.). Roma. Gran Turismo. Ed. SALVAT, 1998.  
ISBN: 8434597454
- FLORES, Fabián C. ¿Turistas o Peregrinos? Practicas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de los Arroyos. *Revista de Transporte y Territorio, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras* [en línea]. UBA, no. 5, 2011, pp. 72-78. Disponible en: <http://www.rtt.filo.uba.ar/RTT00505072.pdf> [fecha de consulta: 09/11/13].  
ISSN: 1652-7175.
- GUERRERO, Ana Lía, GALLUCCI, Soledad. La nueva Geografía Cultural, como enfoque para el abordaje del turismo religioso, su efecto dinamizador a partir de la sacralización del territorio y la construcción de atraktividad turística. En: Simposio Internacional y XI Jornadas Nacionales de Investigación acción en turismo CONDET. Buenos Aires: Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, 2010.

- GRUNEWALD, Luis. *Turismo y peregrinaciones religiosas*, Buenos Aires: Instituto de Investigación en Turismo, Facultad de Historia y Letras, Universidad del Salvador, Año IV, no. 8, 1999.
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto *et al.* *Metodología de la Investigación*. México: Tercera ed., Mc Graw Hill, México, 2003.  
ISBN: 968-422-931-3.
- LE GOFF, Jaques, SCHMITT, Jean-Claude. *Diccionario razonado del Occidente medieval*. España: Ed. Akal, 2003.  
ISBN: 84-460-1458-0.
- MAGNANI, Francesca. *La Via Francigena nel terzo millennio: Una preziosa risorsa de turismo sostenibile*. Italia: Universita Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Milán, 2012.
- MAYORAL MUÑOZ, Paula. [en línea] Roma. Disponible en: [http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma\\_guia\\_pdf.pdf](http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma_guia_pdf.pdf) [fecha de consulta: 02/06/2014].
- MONTANER MONTEJANO, Jordi. *Psicosociología del turismo*. España: Ed. Síntesis, Madrid, 1996.  
ISBN: 9788477383956.
- MOUGA POÇAS, María. *Religión y dinámica espacial. Del espacio y de los lugares sagrados al territorio religioso*. CARBALLO, Cristina T. (Coord.): Cultura, territorios y prácticas religiosas. Buenos Aires: Ed. Prometeo Libros, Buenos Aires, 2009, pp. 195-212.  
ISBN: 978-972-36-1110-6.
- ORTENBERG, Veronica. Archibishop Sigeri`s pilgrimage to Rome in 990. [en línea] Italia: Impresión de Anglo-Saxon England, Universidad di Verona, 1990, pp. 197-246. Disponible en:

[http://rm.univr.it/biblioteca/scaffale/Download/Autori\\_W/RM-WestHarling-Sigeric.pdf](http://rm.univr.it/biblioteca/scaffale/Download/Autori_W/RM-WestHarling-Sigeric.pdf) [fecha de consulta: 02/12/2013].

- OURSEL, Raymond. *Pellegrini del Medioevo. Gli uomini, le strade, i santuari*. Ed. Jaca Book, Milano, 1997.
- Revista Ecclesia [en línea]: 192.488 peregrinos a Santiago de Compostela en 2012. España, 2013. Disponible en: <http://www.revistaecclesia.com/192-488-peregrinos-a-santiago-de-compostela-en-2012/> [fecha de consulta: 15/02/2014]
- ROBLES SALGADO, Javier. Turismo Religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. [en línea] España: Biblio 3W, Revista Bibliografía de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, no. 316, Barcelona, 2001. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm> [fecha de consulta: 10/04/2013].
- SANCHEZ, Josefina. El arte románico y la sociedad feudal. [en línea] Arte Medieval. Disponible en: [http://www.mirada.educa.aragon.es/TEXTOS\\_JSP/02\\_Medieval.pdf](http://www.mirada.educa.aragon.es/TEXTOS_JSP/02_Medieval.pdf) [fecha de consulta: 11/01/2014].
- SANCHEZ, María. Nuevas tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social. [en línea] España: Jornadas Solidaridad en red, San Sebastián, Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2004. Disponible en: <http://www.hegoa.ehu.es/topics/sens/jornadas/materiales> [fecha de consulta: 17/11/2013].
- SCHILLER, Herbert I. *El poder informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia*. México: Ed. Gustavo Gilli, 1981.
- TAYLOR, Edward, *La Cultura escolar en la sociedad neoliberal*. España: Ed. Morata, primera edición. Madrid, 1999.

- TREZZINI, Adelaide. *The Via Francigena European Cultural Route: Origins, development, operation, and involvement of local and regional authorities*. [en línea] Francia: Congress of local and regional authorities of the council of Europe, Strasbourg, Francia, 2005. Disponible en: <http://www.francigena-international.org/newsite/upload/Straseng-8.4.pdf> [fecha de consulta: 05/06/2013].
- UNESCO, *Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural Natural*, Paris, Francia, 1972.
- ZAPATA TORRES, Jair. *Espacio y Territorio Sagrado. Lógica del ordenamiento territorial indígena*. [en línea] Colombia: Universidad Nacional de Colombia, 2007. Disponible en: <http://www.alberdi.de/ESPACIO%20%20Y%20TERRITORIO%20SAGRADO-Jair.actu,02.06.07.pdf> [fecha de consulta: 15/12/2013].

## SITIOS WEB

- Arquidiócesis de Monterrey  
<http://www.arquidiocesismt.org/pwdemo8/Detalledeinteres.asp?id=1>
- Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales.  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/646/POSADAS%20ALBERGUES%20Y%20OTROS%20LUGARES%20DE%20HOSPEDAJE%20MEDIEVAL.htm>
- Camina Francigena <http://www.camminafrancigena.it/it/page/francigena/percorso/>
- Diario ABC.es <http://www.abc.es/sociedad/20140103/abci-papa-records-201401022244.html>
- Enciclopedia Catolica Online.  
[http://ec.aciprensa.com/wiki/Tierra\\_Santa#.U8SRVf15OSo](http://ec.aciprensa.com/wiki/Tierra_Santa#.U8SRVf15OSo)
- Festival. “Proyecto colectivo Via Francigena”.

<http://francigenavia.wordpress.com/2013/06/12/festival-proyecto-colectivo-de-la-via-francigena-2013-peregrinos-ciudadanos-de-europa/>

- Guiarte <http://www.guiarte.com/blog/pagina-429-la-via-francigena-por-italia.html>
- Goisrael  
[http://www.goisrael.es/Tourism\\_Spa/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Paginas/Jerusalem.aspx](http://www.goisrael.es/Tourism_Spa/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Paginas/Jerusalem.aspx)
- Instituto del Patrimonio Cultural de España  
[http://ipce.mcu.es/pdfs/1976\\_Carta\\_turismo\\_cultural\\_Bruselas.pdf](http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf)
- Mirabilia Urbis Romae <http://www.thelatinlibrary.com/mirabilia.html>
- Movimento Lento <http://www.movimentolento.it/it/>
- Pedaladas contra el cáncer. <http://www.pedaladascontraelcancer.es/>
- Peregrinación a la Tierra Santa. <http://www.pilgrimages.com/frida/>
- Religión en libertad.  
<http://www.religionenlibertad.com/articulo.asp?idarticulo=15360>
- Revista Ecclesia <http://www.revistaecclesia.com/192-488-peregrinos-a-santiago-de-compostela-en-2012/>
- Revista La Kinzica <http://www.lakinzica.it/concerti-lucca-pisa-francigena-international-arts-festival-2013>
- Tafter. Cultura e Sviluppo <http://www.tafter.it/2011/06/06/appennino-parmense-passoparola-il-festival-del-cammino-sulla-via-francigena-111-e-12-giugno/>
- Terre di Siene <http://www.francigena.provincia.siena.it/>
- Tierra sin límites [http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma\\_guia\\_pdf.pdf](http://tierrasinlimites.com/wp-content/uploads/roma_guia_pdf.pdf)
- Tiscali: Webspaces <http://web.tiscalinet.it/eneaf/ifranagg/ifra427C.html>
- Tratado de Lisboa. [http://ec.europa.eu/archives/lisbon\\_treaty/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/archives/lisbon_treaty/index_es.htm)
- Travelite. Agencia de Viaje. <http://www.travelite.cl/circuito-tierra-santa-08-dias-07-noches/>
- Vademecum Francigena  
<http://www.confraternitadisanjacopo.it/Info/vademecum.pdf>
- Ventoamico <http://ventoamico.altervista.org/v-concerto-la-assoluta-del-festival-il-requiem-silvano-mastromatteo/>

- Via Francigena. Alojamientos para peregrinos.  
<http://francigenavia.files.wordpress.com/2014/05/alojamiento-peregrinos-via-francigena.pdf>
- Via Francigena España <http://francigenavia.wordpress.com/la-ruta-de-la-via-francigena/>
- Via Francigena [www.viafrancigena.eu](http://www.viafrancigena.eu)
- Via Francigena... [http://www.javier-mazorra.com/Via\\_francigena.htm](http://www.javier-mazorra.com/Via_francigena.htm)
- Vie Francigena <http://www.viefrancigene.org/es/resource/tour/a-piedi-gran-san-bernardo-roma/>

# ANEXOS





Preguntas a completar de acuerdo a la experiencia personal de cada peregrino.

1. ¿Cuál es el motivo principal de peregrinación?

- Motivo religioso
- Motivo cultural
- Motivo turístico

2. ¿Cómo se enteró de la existencia de la Via Francigena?

- Por Internet
- Por televisión
- Por radio
- Por peregrinos
- Otros:

3. ¿Cuántas veces realizó el camino?

- 1                       2                       +2

4. ¿Cuántos kilómetros recorrió?

- 50             entre 50 y 500             entre 500 a 800             + de 800

5. ¿De qué forma recorrió el camino?

- A pie
- Bicicleta
- Caballo
- Otro:

6. ¿Ha utilizado nuevas tecnologías para viajar?

- GPS
- Celular
- Tablet
- Otros (indicar cuál):

7. ¿Cómo calificaría su experiencia en la peregrinación?

- Muy buena
- Buena
- Aceptable
- Regular
- Mala
- Muy Mala

8. ¿Posee blog de viaje personal o sitio web referente al camino?

- Si                       No

## Modelo de Cuestionario realizado por Francisca Magnani

Figura 15

### Datos Generales. Cuestionario

#### Dati generali

Nome			
Cognome			
Indirizzo e-mail			
Sesso	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F	Età:
Professione			
Religione			
Città di provenienza (città/provincia)			Nazionalità

Fuente: Magnani, Francesca

Figura 16

### La Via Francigen. Cuestionario

#### La via Francigena

Tragitto percorso	Partenza (località/città/provincia):		
	Arrivo (località/città/provincia):		
Mezzo utilizzato	<input type="checkbox"/> A piedi <input type="checkbox"/> Bici <input type="checkbox"/> Altro (specificare):		
Periodo di tempo (GG/MM/AAAA)	dal:	al:	
Spesa media giornaliera (euro)			
Hai viaggiato	<input type="checkbox"/> Da solo	<input type="checkbox"/> In coppia	<input type="checkbox"/> In gruppo

Fuente: Magnani, Francesca