

GIACOMO CAVUTA, DANTE DI MATTEO¹

IL CAMMINO DI SANTIAGO DE COMPOSTELA. UN VIAGGIO TRA ELICITAZIONE E RETROSPETTIVA

1. *Il ruolo del pellegrinaggio nella dicotomia sacro-profano: una review*

Il dibattito scientifico che ruota attorno all'alternanza o complementarità del sacro e del profano ha posto in primo piano il ruolo del pellegrinaggio verso i luoghi di culto di matrice religiosa, quale elemento di convergenza di entrambi i concetti in un'epoca post-secolarizzata. Nel miscelaneo spazio di discipline occupatesi trasversalmente di questi aspetti, molti autori hanno tentato di tracciare i contorni del pellegrino (Turner, Turner, 1978; Nolan, Nolan, 1989; Smith, 1992; Cohen, 1992; Santos, 1999; Louis-González, Santos, 2011; 2015) e ciò che appare condiviso concerne la stretta correlazione tra questo e le motivazioni religiose alla base del pellegrinaggio. Ad ogni modo, specialmente nei tempi più recenti, la sacralità tipicamente appartenente al pellegrino appare esser stata mitigata dall'aspetto profano e post-laico del turismo (Lois-González, Santos, 2011; 2015). Secondo Nilsson e Tesfahuney (2016), il pellegrinaggio costituisce, infatti, una delle forme più remote di turismo, oltre ad essere uno dei più antichi fenomeni culturali e religiosi nel mondo. Studi recenti hanno evidenziato l'aumento sia del numero di visitatori turistici sia dei pellegrini nei luoghi religiosi (Reader, 2007; Cohen, 2008), lasciando intravedere una tendenza crescente d'interesse nei confronti del culto dei pellegrinaggi (Shinde, 2007).

Molteplici studi hanno dimostrato come il turismo religioso stia subendo delle trasformazioni, identificando nella società contemporanea la causa della 'mercificazione' della religione attraverso il turismo (Gorski, Torpey, Kyuman, 2012; Nilsson, Tesfahuney, 2016). A tal proposito, Collins-Kreiner (2010) afferma che le differenze tra il turista tradizionale e il pellegrino di matrice religiosa stanno progressivamente svanendo, dal momento che iniziano a mescolarsi le loro caratteristiche, e sostiene che entrambi i profili possono avere in comune una motivazione che li spinga ad aggiungere 'qualcosa ad essi stessi'. La dicotomia sacro-profano viene contestualizzata anche negli studi di Kim, Kim e King (2016), i quali reintroducono il concetto di pellegrinaggio come una forma di mobilità religiosa che comporta l'*inserimento* di un santuario in un luogo sacro o di culto, mediante l'attivazione di aspetti motivazionali di natura religiosa o spirituale, sottolineandone l'impatto positivo sulla collettività e la capacità di contribuire allo sviluppo di forme di turismo sostenibile. Nell'ambito dei dibattiti e nelle teorizzazioni concernenti la post-secolarizzazione, malgrado alcuni non riconoscano alcuna centralità della mobilità religiosa nell'epoca del profano (Bader, 2012), appare evidente come i fenomeni di mobilità turistica siano stati agenti e propulsori della modernità in chiave di rinascita della religione e della spiritualità nelle società occidentali contemporanee, soprattutto per ciò che concerne i pellegrinaggi, i viaggi spirituali e le visite in luoghi sacri e/o di culto (Nilsson, Tesfahuney, 2016). A tal uopo, l'*intrinseca religiosità* presente all'interno dei viaggi turistici (MacCannell, 1976) è stata riconosciuta sotto una molteplicità di punti di vista, sottolineandone talvolta l'aspetto esperienziale (Cohen, 1979), talaltra l'aspetto emozionale (Ahmed, 2004) e dinamico (Olsen, 2010).

La condizione di post-laicità intesa come fusione tra sacro e profano, pertanto, è da intendersi co-

¹ Università degli Studi di Chieti-Pescara "G. D'Annunzio".



me l'ultimo stadio di un processo di reazione concatenata alla scissione tra sacralità, prima, e laicità, dopo (Sigurdson, 2010). In tal senso, il ravvivato interesse per la religione può essere visto come una sorta di rivincita rispetto al progresso tecnologico, alla scienza, trovando una motivazione più generale nell'erosione della spiritualità indotta dal contesto moderno, laddove piuttosto che sulla religione istituzionalizzata o indotta, l'accento viene posto sull'individuo (Ziebretz, Riegel, 2009). Più in generale, il turismo ha contribuito alla conservazione degli spazi sacri: se il turista incarna l'emblema della modernità intesa come mobilità, autonomia, libertà, il pellegrinaggio configura una delle pratiche che hanno permesso la contestualizzazione di tale mobilità e – alla stessa stregua – i luoghi sacri rappresentano importanti attrattive turistiche (Nilsson, Tesfahuney, 2016). Alla luce di ciò, ne deriva che se da un lato il fenomeno turistico è stato propulsore per la secolarizzazione della quotidianità, dall'altro il turismo religioso – con particolare riferimento ai pellegrinaggi – ha avuto un ruolo cruciale nella riscoperta della spiritualità post-secolarizzata.

2. Il Cammino di Santiago de Compostela. Pratiche, aspetti motivazionali, flussi turistici

Nella *Dichiarazione di Santiago de Compostela* del 1987 il Consiglio d'Europa tracciava le linee guida del primo itinerario culturale europeo, volto al rafforzamento dell'identità locale, nazionale e transnazionale di un luogo di culto che oggi è secondo solo ai Musei Vaticani di Roma. Nella Dichiarazione veniva posto l'accento in particolare sull'importanza strategica della segnaletica nei punti di snodo lungo il cammino attraverso l'utilizzo del logo fornito dal Consiglio, sul ripristino e la riabilitazione del patrimonio naturale e architettonico presente nelle vicinanze dei vari percorsi, sulla promozione e comunicazione del patrimonio artistico, culturale, letterale, storico e musicale innescato dai pellegrinaggi a Santiago.

Il culto di San Giacomo ha origine intorno al decimo secolo d. C. (Murray, Graham, 1997), presumibilmente dopo il trasporto delle reliquie del Santo alla Cattedrale di Santiago. Le varie *rutae de naturalitate*, che oggi vengono percorse a partire da varie parti della Spagna e dell'Europa con destinazione Santiago, costituiscono un tentativo di ripercorrere le orme del Santo, mediante la materializzazione spaziale di un Cammino che assume i contorni di un viaggio volto alla (ri)scoperta di se stessi, in cerca di nuove risposte.

Le Vie del pellegrinaggio verso Santiago de Compostela costituivano un network intricato di connessioni terrestri e marittime che collegavano l'Europa alla regione della Galizia, nella parte nord-occidentale della Spagna. I principali luoghi di 'partenza' erano Parigi, *Vazelay*, *Le Puy* e *Arles*, dai quali – transitando lungo i Pirenei – si convergeva verso la Cattedrale, dando forma alla Via principale, il *Camino Francés*. Dall'altra parte, le principali tappe 'intermedie' facevano capo (e fanno tutt'oggi) alle città di Burgos e Leon; le rispettive cattedrali funzionavano da importante attrazione turistica per i pellegrini lungo il Cammino, attivando un'importante infrastrutturazione alberghiera ed extra-alberghiera, sia nella destinazione finale, sia lungo il percorso (Burke, Towner, 1996). I pellegrinaggi vengono poi formalmente riconosciuti come tali nel momento dell'arrivo alla Cattedrale di Santiago: ai pellegrini viene rilasciata una certificazione, denominata *Compostela*, per chi percorre a piedi, in bicicletta o a cavallo uno dei percorsi riconosciuti e identificati (Lois-González, Santos, 2015).

Nel corso dei secoli non sono mancati momenti di *oscuramento*, dovuti in prevalenza alla divisione del Cristianesimo nel XVI secolo e alle varie guerre religiose che ne sono derivate (Santos, Lopez, 2015). Il ripristino del pellegrinaggio è avvenuto in maniera graduale, soprattutto in corrispondenza del periodo di Franco, durante il quale la figura dell'Apostolo Giacomo fu identificata come mito conservatore del cattolicesimo nazionale, favorendo la *monumentalizzazione* di Santiago e delle sue principali *rutae* (Santos, Lopez, 2015). Qualche anno dopo, nel 1985, un'ulteriore spinta verso la promozione della mobilità dei pellegrinaggi – dapprima esclusivamente religiosa, poi anche turistica

(Rodríguez, 2004) – fu rappresentata dall'iscrizione nelle liste del patrimonio mondiale UNESCO della città storica di Santiago. Hanno contribuito altre circostanze, quali l'adesione della Spagna ad uno spazio economico europeo allargato o il coinvolgimento dell'allora Papa Giovanni Paolo II (Santos, Lopez, 2015), che hanno dato vita ad una serie di piani ministeriali e di strumenti finanziari utili alla realizzazione di progetti (tra i principali, si annoverano il *Plan de Excelencia Turística* 2001-2005, il *Plan de Marketing Estratégico del Turismo* 2002-2005 e il *Plan de Turismo de Santiago* 2010-2015).

2.1. I principali aspetti motivazionali alla base del Cammino di Santiago

Molti autori hanno cercato di ricomporre il quadro delle motivazioni che spingono i pellegrini ad effettuare il viaggio verso la *Compostela*. Nel loro studio, Lois-González e Santos (2015) ipotizzano una 'trilogia' di elementi alla base del pellegrinaggio, che fonde in un unico insieme la *destinazione*, la *motivazione* e il *percorso*. Essi trovano che l'elemento centrale debba essere rappresentato dal *percorso*, poiché identificano come nodo cruciale la dimensione tangibile e spaziale del Cammino, mentre tra le *motivazioni* più calzanti – senza tralasciare l'importanza dell'aspetto mondano che assume progressivamente rilievo oggigiorno – essi suggeriscono senza dubbio la spiritualità associata alla religione, ma anche l'aspetto 'naturalistico' del percorso, giacché definiscono il *pellegrinaggio associato al movimento*, inteso come la voglia di spostarsi piacevolmente mentre si gode della gastronomia dei luoghi e delle regioni visitate (Lois-González, Santos, 2015, p. 150). La motivazione religiosa emerge tra quelle fondamentali negli studi di Murray e Graham (1997), i quali trovano che i pellegrini si sentano fortemente spinti da motivazioni di tipo spirituale e religioso, mentre altri lavori (Blackwell, 2014) sostengono che a lato delle motivazioni più tradizionali sussistano altri aspetti più contemporanei, quale la *possibilità di scambiare idee e informazioni o l'opportunità di provare una nuova avventura*.

La convinzione che la consolidata e tradizionale spiritualità non rappresenti più l'unico aspetto motivazionale alla base del Cammino di Santiago trova conferma anche in alcuni lavori che si soffermano sulla provenienza dei pellegrini: per ciò che concerne il 'mercato' portoghese, Fernandes *et al.* (2012) trovano che le motivazioni principali alla base del viaggio ricadano nella voglia di fruire di tempo libero e ricreazione, solo in seconda istanza subentrano aspetti legati alla religione mentre Lopez e Otón (2009), in un'indagine campionaria sulla percezione di Santiago de Compostela nel mercato turistico italiano, trovano che circa i due terzi dei rispondenti identificano il viaggio come un momento di vacanza e ricreazione o per visite ai familiari (soprattutto nei confronti di chi svolge un periodo di studio Erasmus in Galizia). La motivazione di tipo culturale invece coinvolge il 18% degli intervistati, mentre solo l'8,5% si ritrova in motivazioni di tipo religioso e/o spirituale. Lo stesso Santos (2006), evidenzia come, nonostante il numero crescente di visitatori interessati al 'prodotto turistico' di Santiago de Compostela non abbia generato un calo proporzionale nel numero di pellegrini di matrice religiosa, la regione della Galizia – per mantenere una certa competitività – non ha potuto prescindere da una pianificazione turistica che passasse attraverso varie strategie di differenziazione, portando inevitabilmente alla ribalta tra le motivazioni viaggio anche quelle di ordine non meramente spirituale.

Un'ulteriore conferma di ciò emerge dal lavoro di Kim *et al.* (2016) dove, mediante un approccio teorico di tipo *means-end chain* (MEC), si è costruita una mappa gerarchica dei valori relativi alle motivazioni di viaggio dei pellegrini diretti a Santiago de Compostela. In particolare, molto alta è la numerosità dei pellegrini (n=56) che sottolineano tra gli altri motivi il raggiungimento della felicità personale (*personal happiness*) e sono gli stessi che partecipano al pellegrinaggio per avere l'opportunità di *godere di un paesaggio naturale* o *ricercare l'opportunità di avere una lunga contemplazione durante la camminata*. I pellegrini che invece sentono l'esigenza di stimolare e *rinforzare il loro livello di coesione sociale* (n=40) sono quelli che 'vedono' il Cammino come uno *strumento di socializzazione con persone provenienti da tutto il mondo*. Ben più bassa è invece la numerosità dei pellegrini che affermano di trarre come beneficio il raggiungimento di una *maturità personale derivante da motivazioni religiose* (n=17), ovvero gli stessi che *vanno in cerca di tempo da spendere in pellegrinaggio e spiritualità* (Lois-González, San-

tos, 2006, p. 149).

2.2. Ri-orientamento delle politiche, flussi turistici e capacità ricettiva in Galizia

Il presupposto che il turismo in Galizia non proceda in senso parallelo al culto del pellegrinaggio a Santiago ma che, al contrario, abbia rappresentato un espediente per il ri-orientamento delle politiche per il turismo nella ricerca di un'immagine di marca differenziata, è affermato con certezza da Santos (2006), il quale pone in evidenza l'incremento sostanziale di arrivi e presenze turistiche, oltre che l'aumento nella qualità dell'offerta ricettiva e l'esplosione del fenomeno delle seconde case lungo la costa *gallega* nel periodo dal 1995 al 2005. Con esclusivo riferimento ai pellegrini, invece, alcuni studi più recenti (Gusmán *et al.*, 2017) rilevano l'importantissimo aumento verificatosi nell'arco temporale che interessa soprattutto l'ultimo ventennio, individuando come punto di rottura l'Anno Santo Giacomo del 1993, dopo il quale il costante tasso di crescita ha portato ad oltre 260 mila pellegrini in possesso della *Compostela* nel 2016. Il Cammino Francese risulta essere il più frequentato, seguito dal Cammino Portoghese.

Un elemento di conferma che il turismo post-secolarizzato rientri tra i programmi di sviluppo e di ri-calibrazione dell'offerta di Santiago e – più in generale – della Galizia risiede nel forte aumento delle strutture ricettive a quattro e cinque stelle, al contrario di quanto accadeva fino alla metà degli anni '90, in cui la ricettività prevedeva per lo più ostelli e pensioni, normalmente adibiti all'alloggio dei 'soli' pellegrini. Come evidenziato da alcuni autori (Rodríguez, 2015; Santos, Lopez, 2015), la 'turistizzazione' dei centri storici della regione *gallega* passa attraverso l'innalzamento della qualità dell'offerta ricettiva, l'ampliamento dei servizi ai turisti, l'allargamento ad altri turismi di tipo business/congressuale/ricreativo/naturalistico, l'estensione degli spazi verdi nelle aree urbane, il rafforzamento dei trasporti. Gli stessi Santos e Lopez (2015, p. 5) affermano che *a lato di una costante crescita dei flussi turistici segue una crescita speculare della capacità ricettiva* e ciò trova conferma nel grafico che segue.

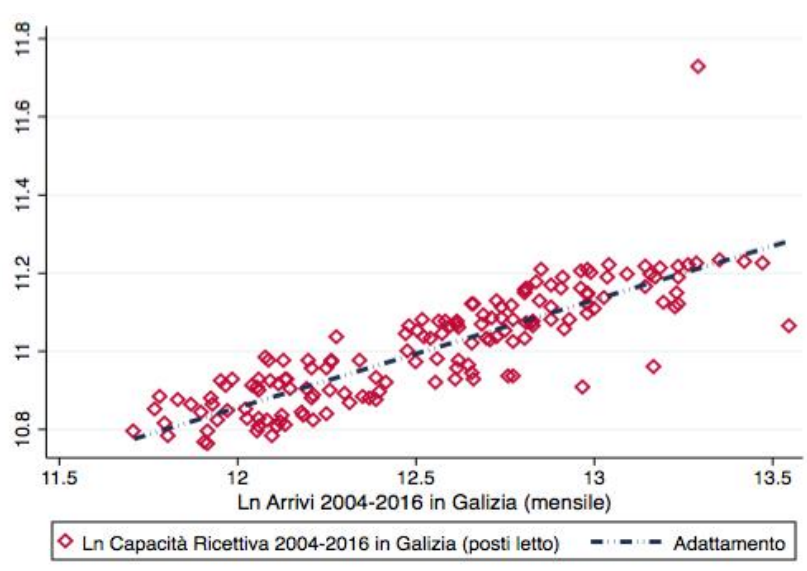


Figura 1. Correlazione tra capacità ricettiva (posti letto) e arrivi turistici (mensili) in Galizia. Serie storica 2004-2016. Fonte: elaborazione su dati INE (Instituto Nacional de Estadística).

Dalla figura 1 si evince in maniera piuttosto chiara come esista una relazione positiva tra il numero di arrivi in Galizia e l'aumento della capacità ricettiva globale. In altri termini, all'aumentare dei flussi turistici, continuerà presumibilmente a crescere il numero di strutture per l'alloggio e ciò rappresenta un elemento di successo per i responsabili politici della regione, i quali – nei vari piani strategici e di marketing (vedasi *infra* §2) – avevano individuato tra i principali obiettivi per la differenziazione del turismo proprio un innalzamento della soglia ricettiva. Tuttavia, se è chiaro che l'obiettivo preliminare dell'incremento di domanda e offerta stia procedendo nel verso auspicato, un aspetto ancora problematico e di non facile gestione risulta essere quello della 'stagionalità' del turismo in Galizia, sottolineato in vari lavori (Murray, Graham, 1997; Santos, 2006; Lopez, Otón, 2009; Santos, Lopez, 2015). In particolare, il *Plan de Desestacionalización* inserito all'interno del *Plan de Marketing Estratégico del Turismo 2002-2005* introduceva il concetto di incremento del valore culturale urbano attraverso la promozione e lo sviluppo delle risorse culturali presenti, al fine di prolungare i soggiorni medi dei visitatori/pellegrini, successivamente riaffermato nel *Plan Integral de Turismo de Galicia 2014-2016*, elaborato dalla Xunta de Galicia. Ad ogni modo, come si evince nella tabella successiva, l'obiettivo di 'destagionalizzazione' appare essere ancora di difficile realizzazione, per lo meno nel breve termine.

	Capacità Ricettiva	Arrivi Turistici
<i>ar</i>	(2,1)	(2,1)
L1.	1.508***(0,1619)	1.600***(0,0608)
L2.	-0,728***(0,1218)	-0,833***(0,0578)
<i>ma</i>		
L1.	-0,700***(0,1499)	-0,715*** (0,0647)
sigma	0,093***(0,0032)	0,232***(0,0099)
costante	11,00***(0,0176)	12,54***(0,0293)
Wald chi ²	261,20 (0,000)	1273,20 (0,000)
Log likelihood	148,40	4,97
AIC	-286,80	0,04
BIC	-271,55	15,29
Osservazioni	156	156

Tabella 1. Modello di regressione ARMA per capacità ricettiva (posti letto) e arrivi (mensile). Serie storica 2004-2016. Fonte: elaborazione su dati INE (Instituto Nacional de Estadística).

Nota: OPG errore standard in parentesi; entrambe le variabili sono state trasformate in logaritmo naturale; livelli di significatività '***' 0.01%.

Senza entrare nel merito della specificazione dei modelli di cui alla Tabella 1, dopo alcuni controlli di significatività di entrambe le serie storiche, di tipo grafico (plot e correlogramma) e numerico (test *Dicky-Fuller*), i risultati evidenziano una stazionarietà piuttosto marcata dei trend. In altri termini, osservando i risultati dei modelli ARMA relativi alle serie storiche mensili della capacità ricettiva e del turismo in entrata si evince una forte stagionalità in entrambi i casi (in particolar modo per ciò che concerne gli arrivi); sulla base del trend considerato dal 2004 al 2016 ciò appare destinato a perdurare in futuro. In definitiva, il programma di destagionalizzazione ipotizzato dalle autorità locali necessita di ulteriori tempi di implementazione per un'armonizzazione dei flussi lungo tutto l'arco dell'anno, dal momento che i picchi di massima concentrazione si riscontrano in maniera del tutto stazionaria nei mesi estivi dell'anno.

Conclusioni

Il presente lavoro è da intendersi come un tentativo di ricostruzione dei principali aspetti materiali e immateriali che sottendono al pellegrinaggio verso Santiago de Compostela. Partendo da una revisione della letteratura inerente alle caratteristiche del pellegrinaggio, si è cercato di contestualizzare l'evoluzione della figura del pellegrino nel transito da un'epoca del sacro a quella del post-secolare in una logica dualistica di sacro-profano, identificando – in un secondo momento – quali sono stati i cambiamenti principali tra le motivazioni alla base del viaggio. Infine, sulla base delle scelte strategiche emerse dai piani di sviluppo del turismo in Galizia, ci si è soffermati su due punti focali, la differenziazione dell'offerta e la destagionalizzazione della domanda, evidenziando che, se da un lato i risultati appaiono significativi in termini di raggiungimento degli obiettivi, dall'altro il gap ancora risulta piuttosto ampio. Malgrado la post-secolarizzazione appaia indurre, in maniera condivisa, una convergenza tra sacro e profano, è ancora presto per poter parlare di turismo integrato in Galizia.

Riferimenti bibliografici

- Ahmed, S., (2004), *The cultural. Politics of Emotion*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Bader, V., (2012), "Post-secularism or liberal democratic constitutionalism?", *Erasmus Law Review*, 5, 1, pp. 5-26.
- Barke, M., Towner, J., (1996), *The tourist-historic city in Spain*. In: Barke M., Towner J., Newton T. (eds), *Tourism in Spain: Critical Issues*, CAB International, Wallingford UK.
- Blackwell, R., (2014), "Motivation for pilgrimage: using theory to explore motivations", *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, 22, pp. 24-37.
- Cohen, E., (1979), "A phenomenology of tourism experiences", *Sociology*, 13, pp. 171-201.
- Cohen, E., (1992), *Pilgrimage and tourism: Convergence and divergence*. In: Morinis A. (ed), *Sacred journeys. The anthropology of pilgrimage*, Greenwood Press, Westport, pp. 47-61.
- Cohen, E., (2008), "The changing faces of contemporary tourism", *Society*, 45, pp. 330-333.
- Collins-Kreiner, N., (2010), "Researching pilgrimage – continuity and transformations", *Annals of Tourism Research*, 37, pp. 440-456.
- Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçalves, F., Rachão, S., (2012), "A new research approach for religious tourism: the case study of the Portuguese route to Santiago", *International Journal of Tourism Policy*, 4, 2, pp. 83-94.
- Gorski, P., Torpey, J., Kyuman, D., (2012), *The post-secular in question, religion in contemporary society*, New York University Press, New York.
- Gusmán, I., Lopez, L., Lois-González, R. C., Santos, X.M., (2017), "The Challenges of the First European Cultural Itinerary: the Way of St. James", *Almatourism – Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6, pp. 1-19.
- Kim B., Kim, S.S., King, B., (2016), "The sacred and the profane: Identifying pilgrim traveler value orientations using means-end theory", *Tourism Management*, 56, pp. 142-155.
- Lois-González, R.C., Santos, X.M., (2015), "Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13, 2, pp. 149-164.
- Lopez, L., Otón, M.P., (2009), "La imagen de Santiago de Compostela en el mercado turístico Italiano", *Cuadernos de Turismo*, 24, pp. 65-89.
- MacCannell, D., (1976), *The tourist: A new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York.
- Nilsson, M., Tesfahuney, M., (2016), "Performing the 'post-secular' in Santiago de Compostela", *Annals of Tourism Research*, 57, pp. 18-30.
- Murray, M., Graham, B., (1997), "Exploring the dialectics of route-based tourism: The Camino de San-

- tiago", *Tourism Management*, 18, 8, pp. 513-524.
- Nolan, M., Nolan, S., (1989), *Christian pilgrimage in Modern Western Europe*, The University of North Caroline Press, Chapel Hill.
- Olsen, D., (2010), "Pilgrims, tourists and max Weber's 'ideal types'", *Annals of Tourism Research*, 37, pp. 848-851.
- Reader, I., (2007), "Pilgrimage growth in the modern world: Meanings and implications", *Religion*, 37, pp. 210-229.
- Rodríguez, M., (2004), *Los Años Santos compostelanos del siglo XX*, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Rodríguez, M., (2015), "The cultural spectacle and its effects: arts and cultural policies in Santiago de Compostela", *Espacio, Tiempo y Forma*, 3, pp. 377-402.
- Santos, X.M., (1999), "Mitos y realidades del Xacobeo", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28, pp. 103-119.
- Santos, X.M., (2006), "El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela", *Cuadernos de Turismo*, 18, pp. 135-150.
- Santos, X.M., Lois-González, R.C., (2011), "El Camino de Santiago en el contexto de las nuevas ofertas turísticas: una aproximación teórica", *Estudios Turísticos*, 189, pp. 95-116.
- Santos, X.M., Lopez, L., (2015), "Tourism Policies in A WHC: Santiago de Compostela (Spain)", *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 1, 2, pp. 1-8.
- Shinde, K., (2007), "Pilgrimage and the environment: Challenge in a pilgrimage centre", *Current Issues in Tourism*, 10, 4, pp. 343-365.
- Sigurdson, O., (2010), "Beyond secularism? Towards a post-secular political theology", *Modern Theology*, 26, 2, pp. 177-196.
- Smith, V.L., (1992), "Introduction. The quest in guest", *Annals of Tourism Research*, 19, 1, pp. 1-17.
- Turner, V., Turner, E., (1978), *Image and pilgrimage in Christian culture. Anthropological Perspectives*, Blackwell, Oxford.
- Ziebertz, H.G., Riegel, U., (2009), "Europe: A post-secular society?", *International Journal of Practical Theology*, 13, 2, pp. 293-308.