

Jaume Salvat. Unitat de transferència Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya

La Ruta del Cister. La Ruta de turisme cultural



Concert de música barroca, a càrrec del grup de cambra Psàllite, a la sala capitular del Monestir de Santes Creus. L'acte va ser organitzat per l'Arxiu Bibliogràfic de Santes Creus

Si d'una boda es tractés, 25 anys ja són un bon motiu de celebració. La Ruta del Cister ha esdevingut la Ruta Cultural per excel·lència de Catalunya i potser la degana com a tal. Paradoxalment la Ruta no és una ruta, no és un itinerari que comença en un lloc i acaba en un altre, en què has realitzat un recorregut prefixat i que et permet seguir un relat, una història amb un final en un punt determinat. La voluntat de La Ruta del Cister sempre ha estat promocionar el territori, els seus recursos històrics, monumentals i paisatgístics i d'aquesta forma impulsar l'economia de les tres comarques implicades: l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell.

L'any 1989, quan es posa en marxa la Ruta, el turisme es restringia a les zones costaneres, des d'aquest punt de vista La Ruta del Cister va ser també pionera a promoure una mirada cap al patrimoni, la gent i el territori de l'interior. Això no és una tasca gens fàcil, els llocs no són turístics per la quantitat i la qualitat dels recursos turístics. Si fos així, el desenvolupament del turisme hauria estat un fet molt abans que la ruta es constituís, o algú dubta del valor històric, patrimonial i fins i tot simbòlic dels tres monestirs cistercencs? El que permet el desenvolupament de l'activitat turística és quan als recursos se'ls dona la possibilitat de convertir-se en una experiència



Tombes reials a l'església del Monestir de Santa Maria de Poblet. Fotografia: Carles Fargas



Setmana Medieval de Montblanc



Enoturisme al Celler Mas Vicenç, de Cabra (nord de l'Alt Camp). Fotografia: Rafel López Munné



Identificació dels pobles de La Ruta del Cister

amb la presència d'uns espais naturals singulars, un patrimoni monumental extraordinari, unes festes, tradicions i artesanies pròpies i uns productes gastronòmics i agraris que són fruit tant de la història, com del paisatge, com de la forma de ser de les persones que poblen aquest territori.

El tercer factor són els senyals. Els elements que evidencien la naturalesa turística del lloc i que acompanyen i acullen el turista. Les guies, la senyalització, els itineraris temàtics, compleixen aquesta funció. De fet la projecció de La Ruta del Cister com a tal és un clar senyal de la naturalesa turística del lloc, ja que no hi ha destinació turística que no presenti una ruta com a proposta obligada, i esdevé el far que intenta atreure l'atenció entre altres propostes i territoris de visita.

La Ruta del Cister, malgrat les dificultats d'estructurar una proposta compartida entre tres comarques i distintes

administracions, és un exemple de cooperació que sovint és objecte d'atenció per altres territoris. La realitat és que ha sobreviscut aquests 25 anys permetent l'estructura d'una oferta variada d'activitats i contribuint a l'impuls d'iniciatives turístiques del conjunt dels municipis de les tres comarques malgrat que no sempre han compartit ni els objectius, ni l'estratègia ni, algunes vegades, les formes. Però probablement aquesta ha estat la seva gran virtut, ha estat altaveu de les iniciatives locals i ha permès el desenvolupament d'altres iniciatives en el marc del turisme cultural.

La Ruta del Cister s'ha construït sobre els pilars del turisme cultural i aquesta és la seva gran força i el seu gran valor. El repte de futur implica integrar els nous projectes turístics de manera que consolidin el territori Cister com un referent de turisme cultural amb capacitat d'atracció per si sol i no únicament com a complement d'altres modalitats turístiques. ■

turística, al seu voltant s'hi desenvolupa una infraestructura turística i es materialitza amb la presència de turistes.

De la conversió del que a partir d'ara anomenarem el territori Cister en una destinació turística hi ha proves materials. L'increment de la infraestructura d'allotjament i de restauració i dels atractius de visita són una prova més que evident. Potser parlar de destinació turística és agosarat, ja que l'activitat turística s'ha desenvolupat de manera polar i no té la mateixa intensitat a tots els municipis de les tres comarques. De fet, un estudi realitzat pel Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics de la Universitat Rovira i Virgili, encarregat per la mateixa ruta sota el patrocini del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i encaminat a definir un nou marc estratègic de desenvolupament de la Ruta l'any 2011, assenyalava un grau d'identificació diferent dels municipis en relació a la Ruta. Si a l'Urgell se senten més allunyats de la ruta i menys afavorits, l'Alt Camp percep la Ruta excessivament vinculada a la Conca de Barberà tot i que els municipis de la qual afirmen que hi ha atractius potents més enllà de la Ruta. Per la seva banda,

els monestirs se senten utilitzats a cops amb propostes turístiques i d'oci banals. En tot cas, i malgrat aquestes dificultats, cap dels agents, ni els públics ni els privats, vol renunciar a la projecció que representa La Ruta del Cister i a hores d'ara l'oferta d'activitats d'oci, visita, esportives, gastronòmiques, d'aventura i un llarg etc. són múltiples i variades. Disposar d'un element de promoció conegut arreu de Catalunya és una oportunitat que sempre suma als esforços individuals de promoció turística que fan tots els municipis sense excepció de les tres comarques.

De fet, els turistes visiten els llocs que valen la pena ser visitats, la qual cosa vol dir que els turistes visiten aquells llocs que tenen valor simbòlic dins l'entorn social al qual pertanyen. El valor simbòlic de les destinacions és, en paraules del Dr. Salvador Anton Clavé, el factor que genera expectatives als turistes i converteix els territoris amb capacitat d'atracció i ús turístic. Aquest valor es construeix a partir de tres factors: els nodes, els significants i els senyals.

Els nodes són les atraccions, els llocs de visita, i sobresurten del paisatge cultural

en funció d'una jerarquia socialment construïda. En el cas de La Ruta del Cister els tres monestirs en són el pal de paller, esdevenen els llocs imperdibles de visita i el seu valor simbòlic és inqüestionable. Evidentment hi ha altres nodes a les tres comarques que, en funció dels interessos dels visitants, poden tenir jerarquies distintes i centrar l'interès de visita.

Els significants són aquells elements que permeten al turista reconèixer la identitat del lloc visitat. De fet els monestirs traspuen uns valors que impregnen el conjunt de la proposta turística i que haurien, en últim terme, d'aportar bona part dels significants vinculats al territori. Els monestirs cistercencs generen un imaginari, encara que no sempre conscient, dels valors turístics del territori. El conreu de la terra i de l'esperit, l'hospitalitat, l'espiritualitat entesa com a valor contemplatiu i no únicament religiós, i l'autenticitat pel fet que són monuments vius, especialment el de Santa Maria de Poblet i Vallbona de les Monges són alguns dels significants que aporten als monestirs i que es traslladen a l'expectativa generada al visitant. Aquests factors es complementen



VINÍCOLA DE SARRAL, SCCL
AGROBOTIGA de SARRAL. Av. de la Conca, 33 · 43424 SARRAL · Tel. + 34 977 890 031
AGROBOTIGA de MONTBLANC. Muralla Sta. Tecla, 54 · 43400 MONTBLANC · Tel. 977 863 206



Portell
Vins i Caves

cavaportell@covisal.es - www.cava-portell.com



PORTELL
BRUT NATURE

PORTELL
ROSAT TREPAL

PORTELL
RESERVA VINTAGE