

Recuperant camins, apostant pel senderisme. Alguns exemples a l'Alt Urgell

*Carlos Guàrdia Carbonell
Institut d'Estudis Comarcals de l'Alt Urgell*

Introducció

Les noves tendències de l'oferta i la demanda que operen en el sector turístic català i espanyol des de final del segle XX i degudes en bona part, als símptomes d'esgotament del model turístic convencional i a una creixent sensibilitat ambiental, han propiciat la cerca de noves formes de lleure més qualitatives i singulars¹. En aquest context, la valorització turística del patrimoni (entès en el sentit més ampli del terme) és, actualment, una realitat en expansió a casa nostra i respon a la necessitat de diversificació del producte turístic tradicional.

En el cas dels territoris rurals i de muntanya de Catalunya, la consideració de valor turístic del patrimoni rural inclou tant elements tangibles com intangibles, és a dir, des d'esglésies, camins, ponts i castells, a festes, música o gastronomia, entre d'altres. Tot i aquest ampli ventall, el present treball s'ha centrat en el paper que poden jugar els camins rurals tradicionals en el marc del desenvolupament econòmic local a partir de la pràctica del senderisme, ja que es tracta d'una de les activitats turístiques que millor s'adapten a aquests espais: afavoreix un con-

1. VERA, Fernando, J. (coord.). 1997; *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Geografía, 1997.

tacte respectuós amb la natura, pot contribuir a la rehabilitació del viari tradicional, té un impacte ambiental reduït i pot contribuir a la dinamització econòmica d'aquests territoris².

Aquesta comunicació pretén posar de manifest com en els darrers anys, a l'Alt Urgell, de la mateixa manera que en d'altres territoris de Catalunya, s'estan desenvolupant un seguit de projectes senderístics a partir de la recuperació del viari tradicional amb l'objectiu d'incorporar-los al catàleg d'ofertes turístiques, i d'aquesta manera, diversificar i desestacionalitzar l'oferta turística local i comarcal enfront les noves demandes del sector turístic. Iniciatives, però, que en el cas d'aquesta comarca pirinenca no han anat més enllà de la senyalització d'itineraris i de la posterior promoció i difusió, sense arribar a participar en la comercialització de productes turístics de senderisme, ja sigui a escala municipal, comarcal o supracomarcal. En aquest sentit, el present treball analitza dues experiències creades recentment a la comarca i que responen a dos models de gestió ben diferenciats. Per fer-ho, s'estableix, en primer lloc, un marc conceptual amb la finalitat de clarificar el paper que pot jugar el senderisme en el marc del desenvolupament econòmic local, les diverses tipologies d'iniciatives senderístiques, així com els models de senyalització existents actualment. Posteriorment, es duu a terme l'anàlisi de les dues propostes a partir de tres paràmetres considerats, *claus*, per a l'èxit de les iniciatives: la senyalització, el manteniment i la promoció.

2. LÓPEZ-MONNÉ, Rafael: "Patrimonio rural, turismo y senderos", a *X Coloquio de Geografía Rural. Los espacios rurales en el cambio de siglo: incertidumbres ante los procesos de globalización y desarrollo*, 2001.

Metodologia

El procés metodològic emprat per a la realització d'aquest treball ha combinat la recerca bibliogràfica (buidatge de documentació i publicacions de diversa tipologia: de caire divulgatiu, publicacions acadèmiques, documents normatius o legislatius, recursos en xarxa, etc.) amb el treball de camp, fonamentat en dos tipus de tasques: realització d'entrevistes a determinats agents locals i observació de camp (realització d'alguns trams dels itineraris que conformen els dos casos d'estudi considerats en aquest treball).

El senderisme en el marc del desenvolupament econòmic local

El senderisme, tal i com ha estat denominada aquesta activitat en el context espanyol, no presenta una definició clara i unívoca, ja que els límits del concepte i les activitats que poden incloure varien considerablement en funció del país i la zona geogràfica considerada³. L'origen del terme és relativament recent, ja que neix a la dècada dels vuitanta del segle passat vinculat a les primeres experiències de senyalització de senders de gran recorregut (GR) a Espanya⁴. Aquesta activitat, emmarcada en les estructures excursionistes i muntanyenques des dels seus inicis, va experimentar una mutació entre finals dels anys vuitanta i principis dels anys noranta del segle passat arran dels canvis experimentats en el sector turístic espanyol (tan des del punt de vista de l'oferta com de la demanda) a la vegada que posaven en dubte la sostenibilitat del model turístic tradicional. Aquests canvis, tal com assenyala López-Monné,

3. LÓPEZ-MONNÉ, Rafael: *Senderisme. Camins i senyals*. Tarragona: Arola Editors, 1999, pàg 33.

4. La primera marca de GR que es va pintar a Espanya, va ser l'any 1975, a l'ermita de Sant Blai de Tivissa (Ribera d'Ebre) i corresponia al GR7.

van contribuir a dibuixar un nou escenari senderístic, caracteritzat per: una multiplicitat d'agents, un augment espectacular de quilòmetres de senders així com d'usuaris i la generació d'activitat econòmica directament relacionada amb l'oferta d'activitats turístiques i de lleure basades en els senders⁵.

Per tant, és en aquest marc, quan hom pot començar a parlar del senderisme, però des d'un punt de vista turístic, és a dir, a partir de la valorització d'unes determinades infraestructures rurals que han caigut en desús i ja no satisfan les funcions socials i econòmiques per les quals van ser creades, com són els antics camins tradicionals⁶.

Al nostre país, l'aprofitament turístic del viari tradicional a través del senderisme ha estat una estratègia de diversificació econòmica adoptada recentment, tant a les zones del litoral –com a complement del turisme de sol i platja– com en zones rurals i de muntanya, degut en bona mesura al paper que pot jugar en el desenvolupament econòmic local d'aquests territoris⁷. En altres països europeus, per altra banda, el senderisme cons-

5. LÓPEZ-Monné, Rafael: “Evolució i canvi del model del senderisme a Catalunya”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 1998, pàgs 203-214.

6. IDAPA (Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran): *Pla Estratègic de Senderisme de l'Alt Pirineu i Aran*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2006, pàg 308. Recurs en xarxa: www.idapa.cat/documentació

7. BLASCO, F.: “Recuperación de antiguos caminos de montaña en la Sierra de Tramuntana a través del programa LEADER”, a Fundació Caja Rioja (ed.): *Jornadas de senderismo y desarrollo turístico*, 1996, pàgs 59-61. GONZÁLEZ, J.G.: “Los caminos de Sierra de Gata, una experiencia en armonía con el territorio”, a Fundació Caja Rioja (ed.): *Jornadas de senderismo y desarrollo turístico*, 1996, pàgs 63-66. LÓPEZ-Monné, Rafael: “Concertación, planificación y promoción de una red comarcal de senderos: la Comisión de Senderisme del Baix Empordà (Cataluña)”... MORENO, C. *et al.*: “La red de senderos turísticos de Gran Canaria: una nueva opción turística”, a VALENZUELA, Manuel (coord.): *Los turismos de interior: el retorno a la tradición viajera*, 1997.

titueix un fenomen àmpliament estès entre la població i s'ha convertit en una activitat econòmica destacable, amb capacitat per generar riquesa i llocs de treball, a escala local⁸.

Al territori de l'Alt Pirineu i Aran, aquesta activitat està en plena expansió, tal com ho demostra la proliferació d'iniciatives desenvolupades en els darrers anys: GR 11, Camí dels Bons Homes, Carros de Foc, Camins de l'Alta Ribagorça, Cavalls del Vent, Camins de La Seu, Camins del Jussà, La Ruta del Pastor i la Transhumància, així com un llarg etcètera. Aquestes propostes, promogudes tant des de l'Administració com des del sector privat, presenten en molts casos un denominador comú, la falta de coordinació entre elles. En aquest context, l'IDAPA (Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran)⁹ conscient de les oportunitats que pot tenir el senderisme en el desenvolupament econòmic local d'aquests territoris, va impulsar el Pla Estratègic de Senderisme de l'Alt Pirineu i Aran (ara endavant Pla) amb l'objectiu de definir una política estructurada i planificar l'activitat senderística d'aquest territori¹⁰.

8. KOUCHNER, F. *et al*: *La valorización del turismo de senderismo en los territorios rurales. Guía pedagógica sobre la elaboración y la aplicación de un proyecto de senderismo*. Observatorio Europeo LEADER, Cuaderno de Innovación nº12, 2001. CAMPILLO, Xavier; LÓPEZ-MONNÉ, Rafael: "Camino tradicionales: su papel en el desarrollo rural", a CEIP y CAJA RIOJA (ed.): *Transhumancia, Cañadas y Desarrollo Rural. Actas de las Jornadas*, 2001, pàgs 129-143. BRYAN, Jane. *et al*: *The economic impact of walking and hill walking in Wales*. Cardiff: Welsh Economy Research Unit, 2011, pàgs 1-49.

9. L'Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran és un organisme autònom de caràcter administratiu de la Generalitat de Catalunya, creat mitjançant la Llei 28/2002, de 30 de desembre, de creació de l'Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran. La seva missió és impulsar el desenvolupament socioeconòmic integral de l'Alta Ribagorça, l'Alt Urgell, la Cerdanya, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà i la Val d'Aran i la de contribuir al desplegament de les polítiques de planificació territorial de la Generalitat de Catalunya, i especialment al Pla Territorial de l'Alt Pirineu i Aran.

10. IDAPA (Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran): "*Pla Estratègic de Senderisme de l'Alt Pirineu i Aran*" *op.cit.*

Tipologies d'iniciatives desenvolupades

Segons el Pla, els projectes senderístics desenvolupats tant a l'Alt Pirineu i Aran com a la resta de Catalunya, es caracteritzen per la seva desigualtat i heterogeneïtat. En aquest sentit, el Pla aglutina en tres grans grups les diverses iniciatives que hom pot trobar en el territori, segons la manera de procedir¹¹:

Camins senyalitzats per grups excursionistes al catàleg d'ofertes turístiques: en aquest cas no s'ha tingut en compte si hi havia serveis i equipaments associats, la qualitat de la infraestructura, si les característiques d'aquesta oferta s'adaptaven o no a les necessitats dels clients, etc. Paràmetres, tots ells, eminentment turístics.

Des del punt de vista d'oferta, es pot afirmar que aquest grup ha prescindit de transformar l'oferta excursionista en oferta turística, limitant-se solament a canviar el nom d'excursionisme pel de senderisme, incorporant-lo a la diversitat d'ofertes.

Nous itineraris específics per a turistes: aquest segon grup ha manifestat un interès específicament turístic i s'hi poden trobar dos sub-apartats:

- a) Un subgrup en què els itineraris s'han creat des de diverses àrees de govern (turisme, medi ambient, cultura, etc.) però en què l'oferta, en tots els casos, va destinada a turistes.

Els territoris o les entitats que han optat per aquesta manera d'actuar coincideixen, en la major part dels casos, en el tipus d'oferta.

11. *Íbidem*, pàgs 314-318.

És a dir, seguint el model excursionista, es marca sobre el territori les propostes concretes d'excursions, (generalment corresponen a itineraris de curta durada i baixa dificultat i en molts casos, utilitzen marques pròpies com banderoles, icones, etc. per senyalitzar el camí).

- b) En aquest subgrup, la creació d'itineraris s'ha encarregat a grups excursionistes. Aquests itineraris acostumen a seguir el model excursionista, tant pel que fa a les marques utilitzades com pel tipus de recorregut, tot i que acostumen a ser més curtes (això explica la gran proliferació de senders de petit recorregut, de menys de 50 km).

Creació de productes turístics de senderisme: el tercer grup sovint és una evolució del primer o del segon, és a dir, a partir d'una anàlisi de l'oferta i la demanda, s'ha iniciat un procés de planificació per a la implantació d'un producte turístic. A diferència dels grups anteriors, a més a més dels recursos (naturals, culturals, paisatgístics, etc.) aquest grup té en compte els serveis turístics (allotjament, restauració, comerç, empreses de guiatge, etc.) i l'oferiment d'una excursió es fa tenint en compte les necessitats de la demanda però també la generació de beneficis econòmics per als negocis turístics.

Models de gestió de senderisme

Segons López-Monné, a casa nostra conviuen actualment dos models de gestió del senderisme: *la senyalització d'itineraris* i *la senyalització de camins*¹². El primer parteix de l'opció de marcar físicament sobre el

12. LÓPEZ-MONNÉ, Rafael: "Senyalització de camins i d'itineraris de senderisme"..., pàgs 129-132.

terreny propostes concretes d'excursió que compten amb els corresponents punts d'inici i d'arribada; és a dir, cada itinerari senyalitzat suposa una opció de recorregut entre les moltes que són possibles i que necessàriament ha estat triada a partir d'uns criteris i amb propòsits i motivacions que poden ser més o menys generals o específics segons els casos.

Tant a Catalunya com a la resta de l'Estat, aquest ha estat el model més estès, ja que es tracta de l'impulsat per món excursionista, en el cas català, a través de la FEEC (Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya). Aquesta entitat distingeix tres tipologies de senders en funció d'unes determinades distàncies i on a cadascuna d'elles li correspon unes marques de colors diferents. D'aquesta manera, els GR (Gran Recorregut) tenen una longitud superior als 50 km i es pinten de blanc i vermell; els PR (Petit Recorregut) no han de superar els 50 km i les marques són blanques i grogues, mentre que els SL (Senders Locals) arriben fins als 10 i les marques són blanques i verdes. Cal recordar que aquestes marques així com els suports on es plasma la informació del sender, estan registrats a *l'Oficina Española de Marcas y Patentes del Ministerio de Ciencia y Tecnología*, a favor de la FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada), per tant, és l'entitat responsable de la seva homologació, o bé, la federació autonòmica i/o territorial corresponent¹³.

L'altre model, la senyalització de camins, parteix del concepte de xarxa. Això implica que no es marquen propostes concretes, sinó la infraestructura –els camins– que permet que usuaris diversos hi circulin

13. FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada): *Manual de Senderos*. Zaragoza: Prames, S.A, 2007, pàgs 9-11.

a partir de propostes també diverses. El plantejament és el mateix que el de qualsevol xarxa viària (carreteres) on no s'identifiquen itineraris concrets sinó que s'indiquen els indrets i les poblacions a les quals es pot arribar seguint les vies incloses dins la xarxa, d'aquesta manera, cada usuari tria i segueix l'itinerari que li resulta més convenient¹⁴. El mateix autor apunta que per a la senyalització de xarxa de camins, resulta fonamental la senyalització vertical i direccional, en base a topònims, col·locada en les cruïlles i principals nodes de la xarxa. Tanmateix, atesa la complexitat del medi, molt sovint és recomanable comptar també amb senyalització horitzontal de continuïtat (com poden ser les franges de pintura) que indiquen a l'usuari que es troba dins la xarxa abalisada de camins.

Finalment, val a dir que el fet de comptar amb una xarxa de camins abalisats, especialment pensada per a l'ús pedestre, permet fàcilment dissenyar multitud de propostes d'excursió, sense la necessitat que hagin d'estar expressament senyalitzades sobre el terreny. En tot cas, aquest model també permet identificar determinats itineraris quan la importància del recorregut o altres estratègies així ho recomanen.

A continuació s'analitzen –breument– dos projectes de senderisme desenvolupats recentment a l'Alt Urgell i que responen als dos models de gestió anteriorment descrits, ja que es volia recopilar informació de propostes que participessin d'aquests dos models. Per una banda, el projecte *Camí de Sant Jaume*, basat en el model d'itineraris, i per l'altra, el projecte *Camins de Cava*, basat en el model en xarxa.

14. LÓPEZ-MONNÉ, Rafael *op.cit.*: “Senyalització de camins i d'itineraris de senderisme”...pàgs 129-132.

El Camí de Sant Jaume

El Camí de Sant Jaume de Galícia és un itinerari d'abast europeu de gran transcendència històrica que va ser recorregut durant molts segles per milers de peregrins que volien accedir a la tomba de l'apòstol Sant Jaume el Major, ubicada als confins de Galícia, segons una antiga tradició que remunta al segle VIII. No es tractava d'un únic itinerari, ans al contrari, des de diferents punts del Pirineu fins a les valls del Segre i de l'Ebre, un gran nombre de camins permetien dirigir-se cap a Compostela. En el cas de Catalunya, s'han documentat quatre grans rutes que s'utilitzaven per arribar a la tomba de l'apòstol, essent una d'elles la que transcorria per la vall del Segre i que conduïa els peregrins en trànsit, des del Rosselló i el comtat de Cerdanya, fins a Lleida, després de travessar l'antic comtat d'Urgell¹⁵.

En el marc dels processos de valorització dels camins rurals tradicionals per a usos turístics, i més concretament, senderístics, el Consell Comarcal de l'Alt Urgell, amb el suport dels fons europeus FEDER i LEADER, el Consorci Alt Urgell-Cerdanya i la Generalitat de Catalunya, van dur a terme el condicionament de 48 quilòmetres del Camí de Sant Jaume al seu pas per l'Alt Urgell, itinerari que transcorre entre els Arenys (límit comarcal amb la Cerdanya) i els Pontarrons, al congost dels Trespunts.

La senyalització

Referent a la senyalització, el Camí de Sant Jaume, de la mateixa manera que les altres rutes jacobines existents a Catalunya, utilitza la

15. GASCÓN, Carles: *El Camí de Sant Jaume a l'Alt Urgell: una aproximació històrica*. [2010]. Recurs en xarxa: www.laseu.org/geoportat-turistic/pdf/trek/trek012.pdf

senyalística pròpia de la Direcció General de Turisme. En aquest cas, s'utilitza únicament la senyalització vertical, que consisteix en un pal de 3 metres d'alçada amb una banderola on s'especifiquen els topònims i la direcció que cal seguir. Aquestes, però, tenen la particularitat de ser de color blau, acompanyada pel símbol de la petxina, l'estàndard de la senyalització jacobina arreu d'Europa.

El manteniment

Pel que fa al manteniment de la ruta, aquest va a càrrec de les empreses que han executat les obres de desbrossament, condicionament i senyalització, durant un període de dos anys. A partir d'aquest moment, l'administració, i més concretament, el Consell Comarcal de l'Alt Urgell, s'ha de fer càrrec d'aquesta tasca.

Promoció i difusió

L'estratègia de promoció d'aquesta iniciativa s'ha realitzat a través de dos vies: per una banda, a partir d'un fulletó informatiu editat pel Consell Comarcal de l'Alt Urgell sobre la ruta al seu pas per la comarca (veure figura 1). Aquesta publicació es pot trobar tant a les oficines de turisme com als diferents establiments turístics de la comarca.

El fulletó estructura la ruta en cinc trams: els Arenys-el Pont d'Arsèguel; el Pont d'Arsèguel-Alàs; Alàs-La Seu d'Urgell; La Seu d'Urgell-el Pla de Sant Tirs; el Pla de Sant Tirs-els Pontarrons. Per cadascun d'aquests trams s'indiquen aspectes tècnics, com la distància, el temps (estimat), els principals punts d'interès del recorregut, així com si existeix la possibilitat de fer l'itinerari en BTT o a cavall.

L'altra via que s'ha emprat per dur a terme la tasca de difusió de

l'itinerari ha estat a través del portal web *Geomapa La Seu-Alt Urgell*¹⁶, una nova eina de promoció turística de la comarca, creada l'any 2011 i que utilitza la cartografia i tecnologia del *Google maps*. El seu principal avantatge és que es tracta d'una eina dinàmica i permet realitzar actualitzacions de forma periòdica. Actualment, el Geomapa concentra més de 900 recursos turístics, tots ells georeferenciats, entre allotjaments, museus, artesanía, rutes o patrimoni romànic, entre d'altres. L'usuari, tant sols fent un cop de click en cadascun dels recursos, pot disposar d'informació gràfica i textual.

En el cas del senderisme, el Geomapa incorpora un seguit de propostes per diferents punts de la comarca, totes elles georeferenciades, indicant-ne, per cadascuna, la informació bàsica: distància, temps (estimat), desnivell, així com dades d'interès. A més a més, el Geomapa ofereix la possibilitat, a l'usuari, de descarregar-se els tracks per al GPS.

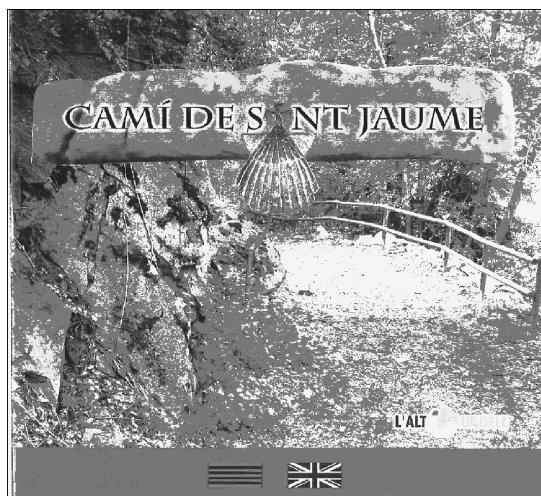


Figura 1. Fulletó informatiu del Camí de Sant Jaume al seu pas per l'Alt Urgell. Font: Consell Comarcal de l'Alt Urgell (2011).

16. Geomapa La Seu-Alt Urgell. Recurs en xarxa: www.geomapa.cat

Els Camins de Cava

L'origen d'aquesta iniciativa cal situar-lo entre els anys 2008 i 2009, arran dels camps de treball organitzats per l'Ajuntament de Cava en col·laboració amb l'Àrea de Joventut del Consell Comarcal de l'Alt Urgell i l'Agrupació Escolta Josep Carol, amb l'objectiu de recuperar un camí històric del municipi. Malgrat la bona predisposició dels participants, les tasques de desbrossament van ser força laborioses, de manera que només es va poder dur a terme la recuperació d'un tram del camí (aproximadament 1 km). Tot i això, aquelles primeres iniciatives varen servir d'estímul perquè l'Ajuntament decidís continuar amb la tasca de recuperació de camins del municipi amb un doble objectiu: recuperar la xarxa històrica de camins, és a dir, una part del patrimoni cultural de Cava que s'estava perdent i posar-lo en valor a partir de noves funcions lúdiques de contacte amb l'entorn, com per exemple, a través del foment del senderisme.

A través de diverses línies d'ajuts, l'Ajuntament de Cava va obtenir finançament per tal de condicionar i estructurar una xarxa de camins de ferradura i que, a més, podien integrar-se en una xarxa d'àmbit supramunicipal. Cal assenyalar, però, que el projecte encara no ha finalitzat, ja que el desenvolupament de la xarxa de camins de Cava està subjecta a les ajudes que puguin promoure les diverses administracions, i l'actual situació de crisi econòmica dificulta cercar finançament per continuar amb la tasca de condicionament.

Fins al moment, s'han recuperat un total de 8 camins del municipi que representen un total de 28 km. Cal tenir en compte que aquests itineraris finalitzen en municipis veïns, ja que els camins trascendeixen els límits administratius, i per tant, el quilometratge total inclou alguns trams que queden fora de l'àmbit del municipi de Cava, en el que l'ajuntament no ha intervingut.

La senyalització

En el cas de Cava, tal com s'ha esmentat anteriorment, es va optar pel model de *senyalització de camins*, puix que un dels objectius del projecte era vertebrar una xarxa de camins de ferradura que abracés tot el municipi. Això implica que la senyalística és la mateixa per a tot el municipi, tant la vertical com l'horitzontal o de continuïtat, pensat per satisfer les necessitats i expectatives del major nombre d'usuaris¹⁷.

Pel que fa a la senyalització vertical, es va optar per la tipologia utilitzada en els espais inclosos en el PEIN (Pla d'Espais d'Interès Natural)¹⁸. Aquesta consisteix en unes banderoles de color verd, les quals incorporen el nom dels principals nodes als quals es pot arribar seguint el camí i el temps (estimat) mentre que per a la senyalització horitzontal, s'han utilitzat marques rectangles de color groc, ja que es tracta d'un color que es distingeix força bé a la muntanya.

El manteniment

El projecte es desenvolupa sobre la xarxa de camins públics del municipi de Cava, per tant, d'acord amb el que especifica la Llei municipal i de règim local de Catalunya¹⁹, li correspon a l'Ajuntament de Cava el manteniment d'aquests camins, ja sigui a través de subvencions o intervencions voluntàries, entre altres. A més a més, el Parc Natural del Cadí-Moixeró també hi té competència en els trams que coincideixen amb el traçat del GR-150 (sender de Gran Recorregut circular al Parc Natural del Cadí-Moixeró).

17. CAMPILLO, Xavier; LÓPEZ-MONNÉ, Rafael: *El llibre dels camins, manual per a esvair dubtes, desfer mites i reivindicar drets*. Barcelona: Arola Editors, 2010, pàgs 102-105.

18. Llei 12/1985, de 13 de juny, d'espais naturals.

19. Llei 8/1987, de 15 d'abril, Municipal i de Règim Local de Catalunya.

La difusió i la promoció

De la mateixa manera que el Camí de Sant Jaume, l'estratègia de promoció dels Camins de Cava s'ha realitzat a partir de dos vies: per una banda, en la col·locació d'un seguit de cartelleres informatives en diversos punts del municipi (Cava, el Querforadat, Ansovell i el Santuari de la Mare de Déu de Boscalt) en les que, juntament amb les dades dels 8 camins abalissats fins al moment, hi ha un mapa de la xarxa actual (veure figura 2). Per altra banda, a través d'eines digitals, és a dir, tota la informació dels camins del municipi, així com els tracks per a GPS, s'han facilitat a diverses entitats perquè en facin promoció, entre elles, el Centre Excursionista de Catalunya i el Centre BTT de la Seu d'Urgell. Així mateix, aquesta informació ha estat incorporada al *Geomapa la Seu-Alt Urgell*, on de la mateixa manera que en el cas del Camí de Sant Jaume, l'usuari pot consultar tota la informació referent als diversos itineraris proposats de la xarxa de camins de Cava, i descarregar-se els tracks per a GPS.



Figura 2. Cartellera informativa de la xarxa de camins de Cava
Autor: Carlos Guàrdia Carbonell, 2011.

Consideracions finals

Els canvis experimentats en el sector turístic català i espanyol en les darreres dècades han comportat la necessitat de cercar noves fórmules recreatives més qualitatives. En aquest context, la posada en valor dels recursos patrimonials dels territoris rurals i de muntanya, constitueix un dels pilars fonamentals a l'hora de dissenyar estratègies de diversificació econòmica, i és, actualment, un fenomen creixent al nostre país. És en aquest marc, que les infraestructures rurals, tals com els camins rurals tradicionals, representen un recurs turístic de primera magnitud vinculat a les activitats lúdiques motivades pel desig de contacte i coneixement del patrimoni rural.

L'aprofitament turístic del viari tradicional a partir de la promoció del senderisme pot arribar a constituir un important instrument en el marc de les polítiques de desenvolupament econòmic local, tal i com succeeix en alguns països europeus amb una llarga tradició senderista. En el cas de l'Alt Urgell, s'han desenvolupat en els darrers anys un seguit d'iniciatives senderístiques en aquesta línia, amb l'objectiu de diversificar i desestacionalitzar l'oferta turística local i comarcal, i promogudes per part de diversos agents del territori. En aquest sentit, cal destacar dues propostes creades recentment i que responen als dos models de senyalització existents actualment: el *Camí de Sant Jaume* (basat en el model de senyalització d'itineraris) i els *Camins de Cava* (basat en la senyalització de camins).

El primer, és un itinerari lineal que segueix com a narrativa específica, la possibilitat de recórrer una de les grans rutes catalanes que seguien els antics peregrins per arribar a Compostela, el denominat *Camí de Sant Jaume*, destacant l'espectacular tram dels Pontarrons, al congost dels Trespunts. Ara bé, l'aplicació d'aquest model implica que cada entitat

marca el seu propi itinerari, i això comporta problemes de gestió de la ruta –sobretot de manteniment– ja que en alguns trams coincideix amb altres itineraris marcats per altres entitats; aquesta situació afavoreix la profusió de senyals i marques, afectant negativament al paisatge i en alguns casos, desorientant a l'usuari. Així mateix, el seu caràcter lineal presenta l'inconvenient de la tornada al punt d'inici corresponent, i això, des d'un punt de vista turístic, fa perdre atractiu a la iniciativa i consegüentment, capacitat per atreure visitants. La segona proposta, en canvi, parteix del principi de connectivitat total²⁰, és a dir, tots els nodes connecten amb tots els nodes veïns, de manera que s'estructura una xarxa viària –més o menys densa– on no hi ha un itinerari fix, sinó que hom pot estructurar l'itinerari en funció dels seus interessos. En aquest cas, la senyalització sempre és la mateixa, tant la vertical com la de continuïtat situada a les cruïlles o nodes, de manera que l'usuari pot saber que l'itinerari que està seguint forma part de la xarxa abalisada. Així doncs, des del punt de vista de la senyalística, el model de xarxa ofereix més possibilitats per atreure demanda de turisme de senderisme, ja que aquesta és molt àmplia i engloba des de persones que fan passejades a persones que el fet de caminar és la motivació principal de les seves vacances, o bé persones que poden caminar una hora i altres que en poden caminar cinc o sis, durant un, dos o set dies.

Ara bé, independentment del model emprat, cal tenir en compte que per tal d'aconseguir l'èxit i atreure la demanda, és imprescindible garantir el bon estat dels camins, així com la senyalització. En aquest sentit, cal assenyalar que les dues iniciatives alturgellenques són impulsades des de diferents nivells de l'administració, i per tant, és responsabilitat seva ges-

20. CAMPILLO, Xavier; LÓPEZ-MONNÉ, Rafael. *op. cit.* Pàg 104.

tionar-les. Si aquestes competències no queden ben acotades, difícilment es podrà aconseguir la complicitat dels agents turístics del territori a l'hora de crear sinèrgies i estructurar propostes senderistes més específiques, que vagin més enllà de la pròpia senyalització, i puguin contribuir al desenvolupament econòmic local. Tal com assenyala el Pla Estratègic de Senderisme de l'Alt Pirineu i Aran, emmarcar el senderisme en el sector turístic vol dir, primer de tot, fer-ho en una activitat econòmica amb capacitat per generar negoci; això requereix integrar i coordinar una infraestructura (els camins) amb uns determinats serveis (allotjament, restauració, guiatge, etc.) i no aleatòriament, sinó d'una manera intencionada i amb voluntat de gestió²¹. En aquest context, és evident pensar que no li correspon únicament a l'administració realitzar tot el procés (entès des del disseny conceptual de la proposta fins a la seva comercialització) sinó que el teixit empresarial ha de participar-hi activament per tal que, les diferents propostes que es puguin desenvolupar, incorporin determinats serveis amb l'objectiu de crear productes turístics.

Les dues propostes considerades en aquest treball no constitueixen un producte turístic per sí soles. Tant el *Camí de Sant Jaume* com els *Camins de Cava* representen una petita part de l'àmplia oferta senderista de l'Alt Urgell, però no es poden entendre com a producte, d'acord amb el que s'ha exposat en el punt 4 d'aquest treball. Tot i això, cal destacar que es tracta de dues iniciatives que neixen amb una clara vocació turística, participant de les noves eines de promoció –impulsades des del sector públic– com el *Geomapa La Seu-Alt Urgell*, que incorpora les tecnologies de la georeferenciació en el seu disseny, amb l'objectiu de donar resposta als nous hàbits de consum de la demanda.

21. *Ibidem*, pàgs 311-312.

Aquest context podria servir d'estímul al teixit empresarial de l'Alt Urgell, de manera que si s'assolís un posicionament actiu del sector respecte la creació de productes, es podria contribuir a generar llocs de treball entorn del senderisme, rendibilitzar el condicionament del viari tradicional (realitzat amb recursos públics) i sobretot, generar beneficis pel territori.

Agraïments

L'autor vol agrair la col·laboració d'Iban Coll (tècnic del Consell Comarcal de l'Alt Urgell) i d'en Joan Gispert (alcalde de Cava) ja que sense la seva ajuda no hagués estat possible la realització d'aquest treball.

