



[www.eumed.net/rev/turydes/](http://www.eumed.net/rev/turydes/)

Vol 6, Nº 15 (diciembre/desembro 2013)

## LA REVALORIZACIÓN DE LOS TERRITORIOS DE INTERIOR DESDE LA PSEUDOHISTORIA: EL CASO DE MONTSEGUR Y LOS CÁTAROS

José M<sup>a</sup> Prat Forga<sup>1</sup>

Departamento de Geografía  
Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

[josepmaria.prat@uab.cat](mailto:josepmaria.prat@uab.cat)

### RESUMEN

En este artículo se analiza el caso de las ruinas del castillo de Montségur, en el sur de Francia, presentado por la publicidad turística, tanto oficial como privada, como el último reducto cátaro en aquel territorio, y creándose a su alrededor una serie de rutas turísticas cuyo interés histórico-cultural provoca un aumento constante de la afluencia de visitantes, generalmente de residencia relativamente cercana. Sin embargo, en ocasiones, como en el caso aquí analizado, a falta de los verdaderos, se utilizan elementos patrimoniales tangibles que no se corresponden con el momento histórico ni las características sociales que se pretende dar a conocer.

Por ello, a partir de una encuesta realizada a una muestra de visitantes de las ruinas de dicho castillo, se ha obtenido información de cual era su grado de conocimiento previo sobre los cátaros y su religión, sobre sus costumbres y sobre el castillo que se visitaba; y se han contrastado estos resultados con las motivaciones para realizar la visita, llegándose a la conclusión de que, hoy en día, es más importante disponer de un producto turístico histórico-cultural bien estructurado antes que dar a conocer la realidad del fenómeno allí presentado, ya que entonces dicho producto perdería una parte no menospreciable de su atractivo turístico

**Palabras clave:** turismo histórico-cultural, proximidad, cátaros, religión, herejías, castillos, rutas

**JEL:** L83, R28, R51, R58

### ABSTRACT

---

<sup>1</sup> Doctor y Licenciado en Geografía (UAB) e Ingeniero Industrial (UPC). Investigador post-doctoral FPU en el grupo TUDISTAR

In this article, it is analysed the case of the ruins of the castle of Montségur, in the south of France, presented by the tourist advertising, so much official as private, like the last catar redoubt in that territory, and creating to his around a series of tourist routes whose historical interest-cultural causes a constant increase of the influx of visitors, generally of residence relatively near. However, in occasions, as in the here analysed case, to fault of the true, use tangible heritage elements that do not correspond with the historical moment neither the social characteristics that pretends give to know.

Thus, from a survey realised to a sample of visitors of the ruins of said castle, has obtained information about his degree of previous knowledge on the catars and his religion, on his habits and on the castle visited; and they have contrasted these results with the motivations to realise the visit, arriving to the conclusion that, nowadays, is more important to have of a historical tourist product-cultural very structured before that give to know the reality of the there presented phenomenon, since then said product would lose a very important part of his tourist appeal

**Keyword:** Historical tourism-cultural, proximity, catars, religion, heresy, castles, routes

## 1. INTRODUCCIÓN

En el actual contexto globalizado los turistas son cada vez más experimentados, con nuevas motivaciones y mayor exigencia de calidad en su demanda de productos y servicios, pidiendo un trato cada vez más personalizado (Richards y Palmer, 2010). Todo ello está provocando no sólo cambios en la demanda turística sino también en la oferta, de manera que ya no hay un turista-tipo, sino varios tipos de turistas, y diversas tipologías de turismo (Boltanski y Chiapello, 2002; Prat y Cánovas, 2012). Este fenómeno cobra mayor fuerza con la actual crisis económica presente en nuestro país, ya que el dinero disponible para destinar al turismo se ha reducido, siendo cada vez más importante el tipo de turismo que se desea realizar y la selección del destino más adecuado (Mittal y Kamakura, 2001; Velasco, 2009; Folley et al., 2011).

Un de los productos cuya demanda más está creciendo es el turismo cultural, ya que su consumo proporciona un alto grado de satisfacción a sus consumidores y, además, el gasto turístico realizado suele ser superior a la media (Sirakaya y Woodside, 2005). Se trata de un turismo donde el componente emocional adquiere extraordinaria importancia, ya que las emociones son el elemento central del proceso global de satisfacción del turista (Parker y Matthews, 2001) y, como consecuencia, la gestión de sus expectativas debe completarse con la gestión de las emociones. De esta manera, los destinos han de ser capaces de ofrecer, a través de una serie de actividades más o menos complementarias, una amalgama de emociones que permitan a los turistas experimentar unos estados de distinta intensidad, pero que le satisfagan y le comprometan con el destino turístico (Hankinson, 2005; Richards y Palmer, 2010).

Los territorios de interior no han estado ajenos a esta nueva situación y su apuesta por satisfacer la demanda cultural y de ocio de estos turistas ha ido creciendo en estos últimos años. Por ello, en estos destinos se han desarrollado unos programas turísticos que combinan ambas necesidades, con el objetivo de que los visitantes no sólo conozcan las particularidades histórico-culturales de estos territorios sino también su folklore y sus productos autóctonos (Higginbotham, 2011). Con ello se ayuda a mejorar el desarrollo local, ya que se crean más puestos de trabajo, directos e indirectos, y se consumen los productos y servicios locales.

Para que esta apuesta sea competitiva, es necesario desarrollar un marketing promocional muy focalizado en resaltar el patrimonio histórico-cultural del territorio, teniendo en cuenta cuales son las motivaciones de los turistas que deseen visitar este destino. Sin embargo, en ocasiones, esta apuesta se fundamenta en mantener o incrementar una falsedad histórica, ya que así puede construirse una oferta turística bien estructurada (elementos tangibles e intangibles), que sea coherente con las necesidades de unos turistas ávidos de consumir la cultura y la historia, y satisfacer sus motivaciones previas.

En consecuencia, el objetivo general de este trabajo es confirmar como, a partir de un patrimonio histórico-cultural determinado, puede desarrollarse con éxito una oferta turística basada en falsedades o, al menos, en datos históricamente incorrectos. Por ello, aquí se presenta el caso de las ruinas del castillo de Montségur, que bajo el lema de ser "el último reducto de los cátaros en el sur de Francia", se ha convertido en una atracción turístico-cultural de primera magnitud, apoyada en un marketing que, sin tener en cuenta la realidad histórica, sí

que favorece el desarrollo de este turismo, a costa de seguir manteniendo los estereotipos de toda clase.

El presente artículo describe, después de esta breve introducción, la evolución histórica de los cátaros en el sur de Francia, teniendo muy en cuenta las principales características de su religión. A continuación, se dan unas pinceladas sobre el desarrollo de dicho turismo en este territorio, para centrarse seguidamente en el análisis del caso de Montségur. Para ello, después de presentar sus antecedentes y la metodología que se ha aplicado, se analizan las respuestas dadas a un cuestionario cerrado, mediante una encuesta realizada al azar, en verano del 2013, a los visitantes de este monumento histórico. Una vez efectuado dicho análisis, se hace una discusión del caso y se presentan las conclusiones. Se finaliza este trabajo con la relación bibliográfica de las referencias utilizadas.

## **2. EVOLUCIÓN DE LA HEREJÍA CÁTARA EN EL SUR DE FRANCIA**

Con la finalización del siglo X se produce la desmembración del Imperio Carolingio y la parcelación del poder político en manos de la nobleza y de los grandes funcionarios reales. A nivel religioso, en la Europa cristiana aparecen falsos profetas anunciando el anticristo y el fin del Mundo (Nelli, 1995). Sin embargo, la benignidad del clima y la relativa paz proporcionaron un período de bienestar y expansión demográfica, provocando el crecimiento de los pueblos alrededor de los castillos, monasterios e iglesias, roturándose los bosques, desarrollándose los cultivos y mejorándose las técnicas agrícolas, provocándose un aumento de las cosechas (Berlioz, 1994).

En este contexto de prosperidad económica y cierta paz social, muchos cristianos se orientaron hacia otras preocupaciones al margen de la mera supervivencia a corto plazo. Una de las principales, si no la mayor, era la religiosa, especialmente focalizada en la esperanza de salvación eterna (Brenon, 1975; 1994; Chaunu, 1984; Runcinan, 1989). Esta búsqueda, canalizada por el culto a las imágenes religiosas y a las reliquias de los santos, provocó la aparición de múltiples desviaciones teológicas, que, en ocasiones, se les acusaba de brujería, y en otras de herejía. Sea cual fuese la acusación, se las empezaron a condenar, quemando a los culpables en las hogueras, como ocurrió en Orleáns en 1022 (Roquebert, 1992; Nelli, 1995). En esta situación emergió un fuerte dualismo entre el bien y el mal, tal como se plasmó en múltiples pinturas medievales con las representaciones de arcángeles, demonios y dragones (Lambert, 1976; Runcinan, 1989; Brenon, 1998).

Ya en la segunda mitad del siglo XI, la reforma impulsada por el Papa Gregorio VII liberó a la iglesia provincial de la tutela imperial, y la volvió a situar bajo el control directo de Roma. Se fundaron nuevas órdenes religiosas, como la del Cister, y se reforzó la ideología de la dualidad entre el bien y el mal. Se denunció el Islam y se predicó la guerra santa contra los infieles (Labal et al., 1984; Rouquette, 1991; Rochette, 1994). En esta época también se produjo la separación entre las iglesias cristianas de oriente y occidente, por razones de teología trinitaria, y en el Imperio Bizantino aparecen los "bogomilos" -cuyo nombre procede del Pope Bogomil-, que practicaban la piedad más exagerada y el modo de vida más ascético, negando el culto a las imágenes religiosas, las cruces y las reliquias, así como el valor de los sacramentos (Lambert, 1976; Chaunu, 1984; Berlioz, 1994; Brenon, 1998).

Poco después, a principios del siglo XII, el occidente cristiano redescubre a los herejes, que sistemáticamente son llevados ante los tribunales episcopales de justicia y, en bastantes ocasiones, quemados vivos (Rouquette, 1991). Además, la Iglesia, que hasta este momento había mantenido una posición ambigua, a mediados de este siglo toma la iniciativa de una represión que afectó a todas las clases sociales, desde los campesinos y artesanos hasta los canónigos y nobles (Moore, 1991). Tal como ocurriera en el siglo X con los bogomilos, estos nuevos herejes se organizan también en comunidades mixtas, cuestionan la humanidad de Cristo y utilizan la imposición de las manos como forma de absolver los pecados (Brenon, 1975, 1998; Runcinan, 1989).

Este evangelismo disidente se estableció fuertemente en el sur de Francia, especialmente en las ciudades de Tolosa, Carcasona y Albi, gracias a la protección de la nobleza local, y extendiéndose rápidamente por las pequeñas poblaciones de estos condados. Así, en 1167, en Saint Félix del Lauragais, en los confines del condado de Tolosa, se celebró una asamblea general de las iglesias herejes europeas, bajo la presidencia del obispo Nicetas de Constantinopla, alto dignatario bogomilo, creándose las sedes obispaes y las diaconales de Carbona, Carcasona, Albi, Tolosa, Cahors y Agen (Labal et al., 1984).

Estos cátaros meridionales –también llamados “albigenses”- mantenían una organización tripartita: los que rezaban (monjes y clérigos), llamados Buenos Hombres y Buenas Mujeres; los que luchaban (soldados y nobles); y los que trabajaban (campesinos y artesanos). En la cumbre de las colinas de la cara norte de los Pirineos se construyeron pequeños pueblos amurallados y densamente poblados, con las viviendas formando estrechas callejuelas alrededor del castillo feudal y de la plaza pública (Brenon, 1994; Nelli, 1995). De esta manera proliferaron los “castrum” -palabra que procedente del latín medieval no hacía referencia a un castillo sino a un pueblo fortificado-, donde convivían las viviendas con los diversos oficios, las tiendas, las ferias y los mercados; conformando un conglomerado de frenética actividad.

Todo ello estaba favorecido por la ausencia del derecho de primogenitura en el derecho consuetudinario, de origen romano, que estructuraba la sociedad feudal occitana y permitía un sistema señorial con el reparto de rentas entre los diversos miembros de una familia y el ejercicio conjunto del poder (Moore, 1991; Roquebert, 1992). De este modo, una parte de la amplia familia nobiliaria abandonaba la torre feudal de sus antecesores y se instalaba en las mejores viviendas de estos pueblos (Gascón, 2004). Además, esta pequeña nobleza local había desviado a su favor el cobro de los impuestos y cánones de los campesinos para con la Iglesia –los diezmos eclesiásticos-, lo que les permitía vivir bastante cómodamente, convirtiéndolos en rivales económicos de los abades y de los prelados papales (Roach, 1997; Brenon, 1998; Gascón, 2004).

Esta nueva Iglesia cristiana, independiente de Roma, con su propia jerarquía episcopal, un sacerdocio mixto y sus casa religiosas –ignoraban la clausura, estaban abiertas al pueblo y eran lugares donde, además de rezar y servir de morada, también eran utilizados como talleres, escuelas y hospicios-, era intelectualmente correcta, no exigía impuestos, trabajaba para vivir y no pregonaba otra cosa que el distanciamiento del mundo, sus pompas y sus riquezas (Moore, 1991). La predicación cátara también se celebraba en la intimidad de las casas particulares, donde se reunían las familias, amigos y vecinos, leyéndose y comentando la Biblia, con especial énfasis en la salvación eterna a través de la dualidad entre el bien y el mal (Brenon, 1975; 1998).

Para los cátaros, Cristo era el Hijo de Dios, enviado por éste a la Tierra como mensajero, bajo simple apariencia humana, con la finalidad de recordar el mensaje de salvación del Evangelio, la justicia y la verdad, rechazando la violencia, la mentira y el juramento. No creían en el Pecado Original, bendecían el pan en la mesa –sin aceptar la presencia real de Cristo- y practicaban el Bautismo y la imposición de las manos. No adoraban las imágenes de los santos, ni sus reliquias, ni la cruz. Predicaban que todas las almas eran buenas e iguales, y que todas se salvarían mediante la observación de los preceptos evangélicos y el llamado “consolament” (sacramento que hacía las veces de bautismo, penitencia, ordenación sacerdotal y extremaunción), liberando a la población cristiana medieval de la angustia del Juicio Final y del infierno eterno. Para ellos, el mal solo podía manifestarse en el tiempo, ilusorio y transitorio, de modo que no había más infierno que este mundo y las almas de los seres humanos vivirían eternamente felices en el Cielo (Brenon, 1994; 1998; Nelli, 1995; Gascón, 2004). Se trataba de una teología fundamentalmente igualitaria que era bien vista, y apoyada en muchas ocasiones, tanto por la nobleza rural como por el pueblo llano; lo que aseguraba su rápida expansión por el territorio, sin sufrir las represiones físicas comunes en otros lugares europeos (Berlioz, 1994).

Este fenómeno tuvo su apogeo a partir de 1194, con el conde Raimundo VI de Tolosa, el cual se mostró abierto y tolerante con los cátaros (Roquebert, 1992). Sin embargo, desde la Iglesia oficial romana la principal herejía de los cátaros no era el dualismo de su lectura de la Biblia sino su concepción de la naturaleza puramente divina de Cristo, lo que permitía compararlos a las grandes herejías paleocristianas (monofisismo, adopcionismo, arrianismo). De este modo, el Concilio de Reims de 1157 y el Decreto de Verona de 1184 sirvieron para coordinar las primeras medidas organizadas contra esta herejía, donde el culpable era objeto de exclusión social e infamia, cuando no quemado en la hoguera –ésta era una forma medieval de saneamiento por el fuego-. En 1208, el Papa Inocencio III impulsó una cruzada –guerra santa- contra estos herejes, que se desarrolló desde 1209 hasta 1229, donde la primera fase se saldó con el fracaso de las tropas afines al Papa. Sin embargo, cuando en 1224 Arnau de Monfort, hijo de Simón de Monfort –jefe militar de los cruzados- cedió todos sus derechos sobre el Languedoc al rey Luís VIII de Francia, éste atacó los territorios cátaros. Finalmente, en 1229, el joven conde de Tolosa, Raimundo VII, se sometió al nuevo rey francés, Luís IX, comprometiéndose a perseguir la herejía y dismantelar sus plazas fuertes. Aunque

posteriormente dicho conde intentó sin éxito sacudirse este yugo, aliándose en 1242 con el rey de Inglaterra y el conde de la Marca, murió en 1249 sin haberlo conseguido (Labal et al., 1984; Rouquette, 1991; Moore, 1991; Berlioz, 1994; Brenon, 1994, 1998).

Con la eliminación de la nobleza local -que había sido un importante sostén de los cátaros- y la toma del control directo del territorio por parte de los reyes de Francia, los cátaros pasaron a la clandestinidad, siendo paulatinamente eliminados por la Inquisición y sus tribunales -que se establecieron de forma permanente en las ciudades episcopales de Albi, Tolosa y Carcasona- y confiscados sus bienes.

### **3. EL DESARROLLO EN EL SUR DE FRANCIA DE UN TURISMO DE PROXIMIDAD BASADO EN LOS CÁTAROS**

El turismo de proximidad es una alternativa muy utilizada para el desarrollo de los territorios de interior. Para ello la comunidad local necesita la identificación de sus valores propios, de forma que se puedan establecer unas singularidades que permitan diferenciar este destino del resto (Donaire, 2008; De la Calle y García, 2010). Bajo estas premisas es necesario conocer que aspectos del territorio son lo suficientemente propios, auténticos y específicos (Blanco, 2009). Para que dicha identidad sea lo más real posible es preciso desarrollar una cultura local propia, ya que, en muchos países, la homogeneización cultural y de la información ha supuesto un desprecio de todo aquello que nos es más próximo, y un deseo por todo aquello que nos es lejano (Norberg-Hodge, 2006; Astruc, 2009; Hernández, 2011).

Este tipo de turismo puede ser fundamental en revertir este proceso, puesto que permite un mejor conocimiento del territorio, mediante la identificación de sus valores y su revalorización (Díaz y Llurdés, 2013). De esta manera, el viaje turístico histórico-cultural de proximidad se presenta como una experiencia cuyo consumo ayuda a la satisfacción personal y a la formación cultural y social (Astruc, 2009; De la Calle y García, 2010; Fullagar et al., 2012; Díaz y Llurdés, 2013).

Dentro de esta estrategia, actualmente, en los territorios del interior del sur de Francia se está promocionando el turismo sobre los cátaros, destacando las rutas de los castillos de Carcasona, la Montaña Negra, Los Albigeres, Toulouse, el País de Foix y el Lauragais. Otra ruta cántara de interés, es la transnacional denominada “El camí dels Bons Homes”, que va desde Berga (en Cataluña) hasta Foix (Midi-Pyrénées), cubriendo un recorrido de 220 km a través de los Pirineos.

La mayoría son rutas funcionales y temáticas, basadas en conceptos (“los cátaros”) y recursos comunes (“los castillos”); desarrollándose una serie de productos y de servicios turísticos al respecto. Dichas rutas frecuentemente se confunden entre sí por el nombre (aquí, las “rutas de los cátaros”), aunque la diferencia puede ser significativa, por su esencia, y de ésta para todo su proceso de valorización turística (Hernández, 2011).

Generalmente se han creado estas tematizaciones con un objetivo turístico-cultural, de forma que unos destinos, en este caso la región francesa del Midi-Pyrénées, entren en el mercado turístico diferenciándose a partir de algunos elementos caracterizadores. Las tematizaciones se consideran instrumentos intelectuales e imágenes que sirven para concebir un producto, su organización y su comercialización (Rochette, 1994). El tema asegura la coherencia, y la forma más usual es a través de un itinerario, de una ruta, como red que une distintos puntos y que se imbrica en el movimiento propio del turismo (Torres, 2006; Blanco, 2009). Se trata de unas iniciativas para promocionar un determinado tipo de turismo (rutas, castillos), de forma que éste se puede apreciar fácilmente. Así, con el epígrafe “turismo sobre los cátaros” en el buscador Google de Internet (en fecha 9 de septiembre de 2013) aparecen 54.200 entradas; con “turismo cántaro” aparecen 55.200; con “rutas de los castillo cátaros” 43.100; y con “rutas de los cátaros” 85.000. Con ello se puede obtener una idea de la magnitud de esta expansión temática.

Por ello, las ruinas de los castillos de Peyrepertuse, Puilaurens, Aguilar, Usson, Miglos, Lastours, Termes, Puivert, Quéribus, Saissac, Minerva, Arques, Roquefixade o el propio Montségur, entre otros, bajo la denominación genérica de “castillos cátaros” atraen a miles de turistas a lo largo del año, convencidos de llevar a cabo un peregrinaje a las fuentes del catarismo. Sin embargo, como hemos visto en el apartado anterior, la realidad fue muy distinta. Estos imponentes edificios eran fortalezas mandadas construir por los sucesivos reyes de Francia, desde finales del siglo XIII, con el fin de vigilar y defender la frontera meridional de sus posesiones frente a la Corona de Aragón, manteniendo este valor estratégico durante varios siglos, hasta firmarse la Paz de los Pirineos en 1659.

Los cátaros no construyeron templos ni capillas ni, mucho menos, castillos. Solamente consolidaron los “castrum” o pequeños burgos amurallados. Tampoco difundieron un arte específico, ni una concepción esotérica de sus actividades. Las estelas discoidales que nos han llegado, muy numerosas en esta región, corresponden a monumentos del arte popular, con frecuencia tardío, que solían estar agrupados alrededor de las iglesias y que, posteriormente, sirvieron como estelas funerarias e hitos, aunque erróneamente se las ha querido ver como tumbas cátaras, ya que éstas fueron destruidas en su totalidad por la Inquisición (Brenon, 1998; Gascón, 2004).

Sin embargo, en la actualidad todavía se promociona una historia cátara distorsionada de la realidad. Así, por ejemplo, en la web oficial del Comité Regional de Turismo del Midi-Pyrénées, sobre el castillo de Montségur se indica textualmente lo siguiente: “(...) La tragedia vivida en este lugar, y también los rumores sobre un eventual tesoro y el carácter topográfico tan particular del sitio han otorgado a Montségur una dimensión fantástica. Calificada de templo solar o de castillo del Grial (Rahn, 1986), atrae a un sinnúmero de apasionados por el esoterismo venidos del mundo entero. El fenómeno culmina en el solsticio de verano, cuando el peñasco rocoso se encuentra invadido por una muchedumbre que espera ver el famoso radio rojo. Ese día al alba, el sol entra por las ventanucas orientales y vuelve a salir rápidamente por las occidentales para indicar, según dicen, el lugar del tesoro de los cátaros (...).”.

#### **4. ANÁLISIS DEL CASO DE MONTSÉGUR**

##### **4.1. Antecedentes**

El “castrum” de Montségur, cabeza y sede de la Iglesia hereje desde 1232, por su situación estratégica, era también lugar de acogida para muchos nobles cátaros comprometidos con el conde de Tolosa y contra la Inquisición (Gascón, 2004). De este modo, allí se reunieron muchas de las comunidades expulsadas de los territorios vecinos, convirtiéndose en un polo de resistencia cuya influencia se irradiaba por todo el territorio. Las casas religiosas se multiplicaban en las escarpadas terrazas de Montségur (Brenon, 1975; Roquebert, 1992; Nelli, 1995).

Sus fuerzas, en 1242, participaron en la incursión de Avignonet y, en dicha fecha allí también se ejecutaron a varios inquisidores y a su séquito, destrozando los registros y sublevando el país, aunque, como hemos visto en el capítulo anterior, en los años siguientes los aliados de Tolosa fueron derrotados por el ejército francés, lo que obligó al conde a firmar una nueva capitulación (Nelli, 1995, Brenon, 1998). Mientras, las fuerzas cruzadas iniciaron el sitio al peñón, volviéndose la situación insostenible al cabo de unos meses de asedio, de forma que en marzo de 1244 se produjo la definitiva rendición de Montségur (Brenon, 1975, 1994, 1998; Labal et al., 1984; Moore, 1991; Rouquette, 1991; Roquebert, 1992; Nelly, 1995).

La caída de Montségur, muriendo quemados en la hoguera más de doscientos cátaros, significó el fin de la resistencia del conde de Tolosa (Brenon 1975, 1994; Rouquette, 1991). Entre las llamas de Montségur desapareció también toda la jerarquía episcopal de la Iglesia cátara occitana, marcando dicho acontecimiento el fin de esta herejía en estos territorios, aunque a principios del siglo XIV la doctrina cátara todavía seguía viva en algunos lugares de Occitania –concretamente entre la Gascuña y el Lauragais-, en una nueva sociedad jerarquizada bajo la autoridad real (Labal et al., 1984).

La fortaleza de Montségur, las actuales ruinas del “último castillo cátaro”, no fue un templo, ni siquiera un castillo cátaro, sino que se construyó cincuenta años después del asalto de 1244 para proteger las fronteras meridionales de los territorios del rey de Francia de las acometidas catalana-aragonesas (Brenon, 1998).

##### **4.2. Metodología aplicada**

Para conocer cual era la relación entre los conocimientos previos de los visitantes sobre la cultura e historia de este destino y su motivación para realizar el viaje, se ha seguido parcialmente el modelo de impactos sobre el turismo de proximidad y el desarrollo local propuesto por Díaz y Llurdés (2013). Dicho modelo se basa en el uso de tres indicadores. El primero, denominado Índice de Conocimiento (IC), se refiere al papel del turismo como herramienta de conocimiento del propio entorno. Se calcula a partir de las respuestas de las entrevistas y/o cuestionarios, y mide el grado de reconocimiento del paisaje por su propia

población y la generación de conocimiento sobre este paisaje (Sala, 2009). El segundo, denominado Índice de Interés (IT), mide el grado de interés mostrado por la población local hacia los acontecimientos que tienen lugar en él. El tercero, llamado Índice de implicación (II), evalúa la participación activa de la población en los acontecimientos de su territorio, es decir, su implicación en la vida asociativa, política y cultural local (Díaz y Llurdés, 2013).

Sin embargo, en el caso presente, para adaptar este modelo a los objetivos de este trabajo, a partir de las respuestas al cuestionario, se ha utilizado el Índice de conocimiento (IC) como elemento de medición del conocimiento previo que tenían los visitantes sobre el fenómeno histórico-cultural que iban a visitar; y el Índice de Interés (IT) como medidor del grado de interés de los visitantes por realizar esta visita. En cuanto al tercer indicador, el Índice de implicación (II) aquí ha sido sustituido por lo que llamaremos el Índice de Fabulación (IF), que nos muestra el grado de aceptación de las fábulas más o menos históricas que se han tejido a lo largo de los años alrededor del fenómeno histórico-cultural que se va a visitar, en nuestro caso las costumbres más o menos esotéricas de los cátaros.

Una vez obtenidos los resultados correspondientes a cada índice por separado, el siguiente paso ha sido relacionar estos índices entre ellos. Así, la relación entre el IC y el IT determina si un mejor conocimiento previo de aquello que se va a visitar incita a un mayor interés por dicha visita. La relación entre el IC y el II indica si existe una relación directa entre el conocimiento previo de lo que se va a visitar y la aceptación de las fábulas pseudo-históricas tejidas alrededor del mismo. Finalmente, la relación entre el II y IT dará una idea más precisa de si el interés por la visita está más o menos relacionado con la aceptación de dichas fábulas.

Para analizar este caso se ha realizado una encuesta personal aleatoria a 417 visitantes que iban a subir a las ruinas del castillo de Montségur, desde el parking habilitado al efecto, a lo largo de diferentes días de los meses de julio y agosto de 2013. Para ello se diseñaron veinticinco preguntas cerradas a responder "in situ". De ellas, once eran sobre el grado de conocimiento que los visitantes tenían del fenómeno cávaro, nueve sobre su motivación para realizar esta visita y las cinco restantes sobre el interés previo en la visita. El perfil socio-demográfico de los encuestados se detalla en la tabla siguiente (tabla 1).

**Tabla 1. Perfil socio-demográfico de los encuestados**

		n	%			n	%	
total encuestados		417	100,00%					
género	hombres	192	46,04%	profesión	asalariado	98	23,50%	
	mujeres	225	53,96%		ama de casa	67	16,07%	
edades	<15 años	39	9,35%		autónomo	24	5,76%	
	15-25 años	51	12,23%		funcionario	43	10,31%	
	26-35 años	48	11,51%		jubilado	63	15,11%	
	36-45 años	79	18,94%		estudiante	89	21,34%	
	46-55 años	85	20,38%		parado	21	5,04%	
					liberal	12	2,88%	
					lugar de residencia habitual	Languedoc-Rosellón	53	12,71%
						Midi-Pyrénées	67	16,07%
				resto de Francia		34	8,15%	
				Catalunya		215	51,56%	
				resto de España		37	8,87%	
estudios	primarios	44	10,55%		resto de Europa	8	1,92%	
	secundarios	195	46,76%		resto del mundo	3	0,72%	
	superiores	178	42,69%					
primera visita	si	315	75,54%					
	no	102	24,46%					

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior, algo más de la mitad de los encuestados eran mujeres (el 53,96%). Por edades, predominaban los que se tenían entre 36 y 55 años (el 39,32%), seguidos por los menores de 36 años (el 33,09%) y los mayores de 55 años (el 27,59%). Destacan el 9,35% de menores de 15 años, que generalmente iban acompañados por sus familiares, y el 13,91% de mayores de 65 años. En cuanto al nivel de estudios

realizados por los encuestados, solamente el 10,55% manifestaron poseer solamente estudios primarios, mientras que la gran mayoría tenía estudios medios o superiores (el 89,45%). Tres cuartas partes de los encuestados dijeron que ésta era su primera visita a las ruinas del castillo de Montségur. En cuanto a su profesión, predominaban los asalariados (23,50%) y los estudiantes (21,34%), seguidos por las amas de casa (16,07%), los jubilados (15,11%) y los funcionarios (10,31%).

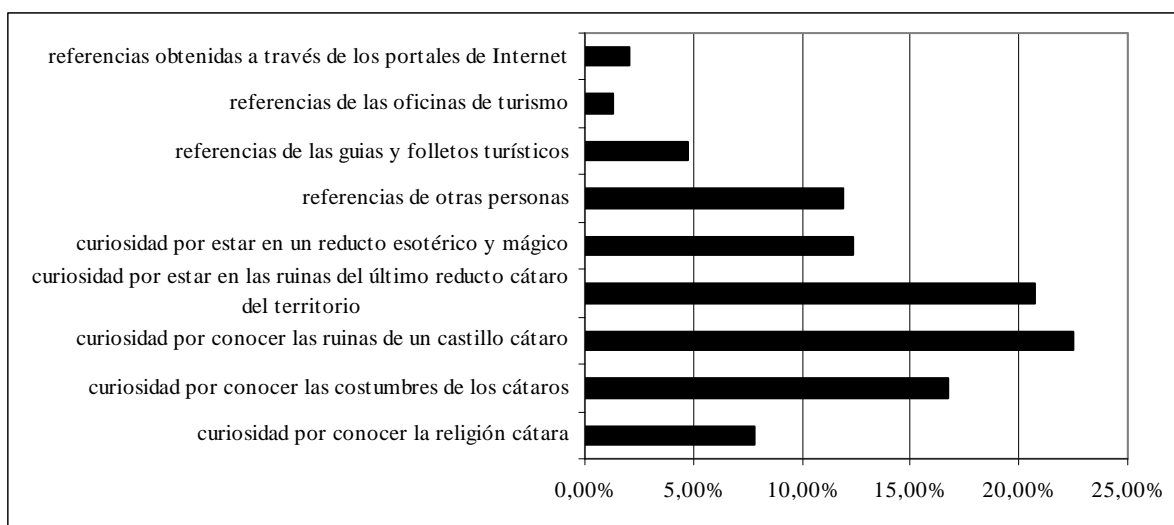
Con relación a su lugar de residencia habitual, el 60,43% vivían en España, fundamentalmente en Catalunya (215 de los 417 encuestados), mientras que el 36,93% eran franceses, especialmente de las dos regiones más cercanas (Midi-Pyrénées y Languedoc). Como se puede apreciar, se trata de un turismo de proximidad, ya que solamente el 10,79% de los encuestados tenían su residencia permanente fuera de las regiones franco-españolas más cercanas.

### 4.3. Análisis del caso

Tal como se detalla en los resultados del perfil socio-demográfico de los encuestados, nos encontramos ante un perfil-patrón formado por hombres y mujeres, indistintamente, mayoritariamente entre 36 y 55 años (el 39,32%), con estudios medios o superiores (el 57,45%), que son asalariados (el 23,50%), residen en Cataluña (el 51,56%) y que era la primera vez que visitaban las ruinas del castillo de Montségur (el 75,54%).

En cuanto a las preguntas de la encuesta, en primer lugar, con relación a la motivación de los encuestados para acudir a visitar las ruinas del castillo de Montségur, en el gráfico siguiente (Figura 1) se detallan las preguntas realizadas y los resultados de las respuestas dadas.

**Figura 1. Motivación de los encuestados para realizar la visita a las ruinas del castillo de Montségur**



*Fuente: elaboración propia*

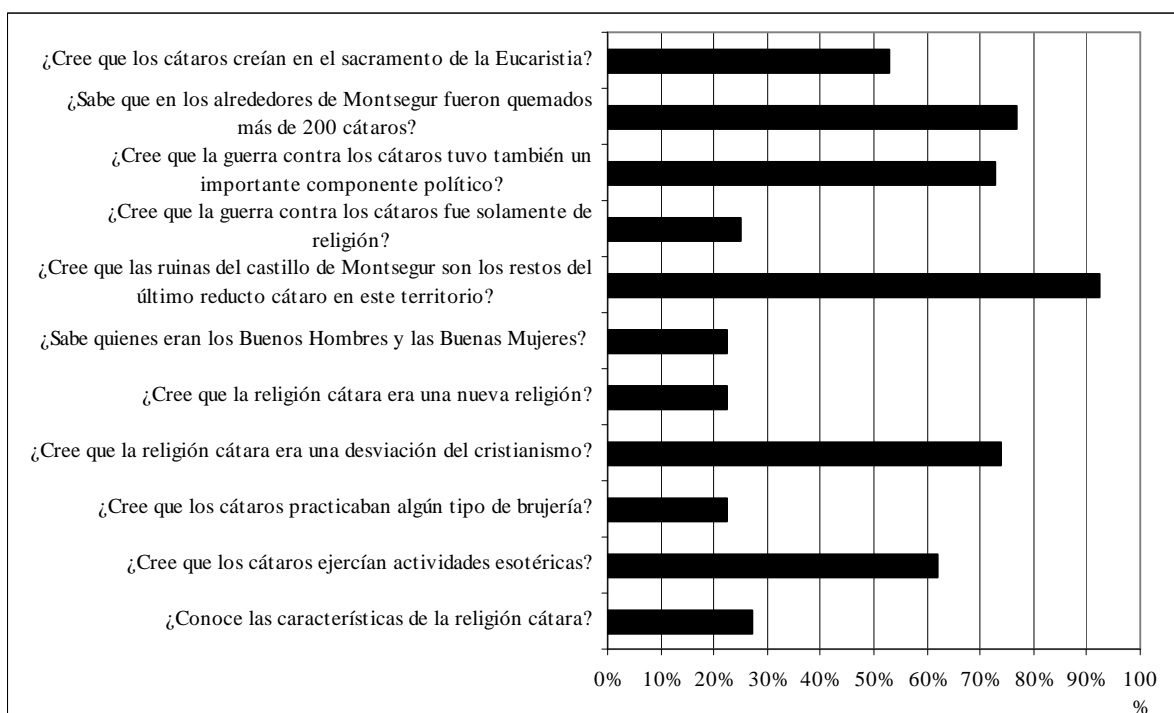
Como se puede observar en el gráfico anterior, los encuestados respondieron mayoritariamente que visitaban dichas ruinas para satisfacer su curiosidad por conocer como eran las ruinas de un castillo cántaro típico (el 22,46%) y por estar "in situ" en las ruinas del último reducto cántaro de este territorio (el 20,76%). En cuanto a las restantes preguntas, tres fueron valoradas por los encuestados de forma muy similar entre ellas (con una valoración entre 11,5 y 17). Éstas eran la necesidad de satisfacer su curiosidad para conocer las costumbres cántaras, estar en un reducto mágico y esotérico y acudir al lugar solamente porque se lo han recomendado otras personas (en este caso un 11,86%). La motivación de ir a este lugar para conocer detalles de la religión cántara fue solamente confirmada por un 7,80% de los encuestados. Finalmente, ir allí por referencias detalladas a través de guías y folletos turísticos, oficinas de turismo o portales de Internet solamente fue indicado por menos del 5% de las respuestas.



Así pues, se confirma una motivación mayoritaria de las visitas (el 67,76%) debida a conocer algún aspecto relacionado con los cátaros (siendo la menor, la motivación religiosa). Solamente un 12,36% acudieron para satisfacer su morbo por lo mágico. Con referencia a los turistas que acudieron al lugar solamente por que se lo habían recomendado directamente o a través de los medios impresos o audiovisuales, sin ninguna otra motivación previa, estos eran el 19,88%.

En cuanto a las respuestas dadas a las preguntas realizadas para conocer el grado de conocimiento real de los encuestados sobre el fenómeno cátaro, tal como puede observarse en el gráfico siguiente (Figura 2), se obtuvieron dos grandes grupos de resultados. Uno, con menos del 30% de respuestas. El otro, superando el 50%.

**Figura 2. Grado de conocimiento de los encuestados sobre el fenómeno cátaro**



*Fuente: elaboración propia*

Así, en el primer grupo (menos del 30% de respuestas) se encuentran su conocimiento de las principales características de la religión cátara (el 27,10% de los encuestados), su creencia de que los cátaros practicaban algún tipo de ritual o brujería (el 22,54%), su creencia de que la religión cátara era una nueva religión (el 22,30%), su conocimiento de quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres (el 22,54%) y su creencia de que la guerra contra los cátaros era solamente una cruzada religiosas (el 25,18%). Por su parte, en el segundo grupo (más del 50% de respuestas) se encuentran su creencia de que los cátaros creían en el sacramento de la Eucaristía (el 53%), practicaban actividades esotéricas (el 62,11%), que eran una desviación del cristianismo (el 73,86%), que se trataba con una guerra re religión donde también había un fuerte componente político (el 72,90%), su conocimiento de que en las laderas de Montségur fueron quemados más de 200 cátaros (el 76,98%) y que se trataba de las ruinas del último reducto cátaro en aquellos territorios (el 92,33%).

Analizando más detalladamente estas respuestas, se puede observar como hay una buena correspondencia entre el grado de conocimiento del tipo de guerra que allí se libró. Así,

el 25,18% de los encuestados que creían que se trataba de un conflicto estrictamente religioso, mientras que el 72,90% asumía que también había un conflicto político, con intereses económicos y de poder. En cuanto al tema religioso, la mayoría dijeron que se trataba de una desviación del cristianismo (el 73,86%), pero solamente el 27,10% conocían las características principales de esta herejía y el 22,54% sabían quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres. Además, el 22,30% creían que era una nueva religión, lo cual no es estrictamente cierto. Con relación a las actividades que ejercían los cátares, aún predomina un cierto halo de misterio, ya que el 62,11% manifestaron que dichas actividades incorporaban rituales esotéricos y el 22,54% algún tipo de brujería. Finalmente, la inmensa mayoría (el 92,33%) creían que se encontraban ante el último gran reducto cártaro, lo cual, a pesar de la propaganda turística al respecto, no es cierto, tal como aquí se ha explicado; y el 76,98% que en sus alrededores, al terminar el asedio, se quemaron más de 200 cátares, lo cual es cierto relativamente, ya que si bien sí que fueron quemados en una hoguera comunitaria estos cátares, ello no fue después del asedio al castillo (entonces éste aún no existía) sino al “castrum” (pueblo fortificado).

Seguidamente se analizan las respuestas dadas por los encuestados sobre el grado de conocimiento previo a la visita, en función de su curiosidad manifiesta. Así, en la Figura 3 se presenta una tabla con los resultados relativos al grado de conocimiento previo de los encuestados que manifestaron curiosidad por conocer la religión cártara.

**Figura 3. Conocimientos previos de los entrevistados que manifestaron curiosidad por conocer la religión cártara**

¿Cree que las ruinas del castillo de Montségur son los restos del último reducto cártaro en este territorio?	365	94,81%
¿Conoce las características de la religión cártara?	91	80,53%
¿Cree que los cátares ejercían actividades esotéricas?	73	28,19%
¿Sabe quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres?	87	92,55%
¿Cree que la guerra contra los cátares fue solamente de religión?	34	32,38%
¿Cree que la guerra contra los cátares tuvo también un importante componente político?	241	79,28%
¿Sabe que en los alrededores de Montségur fueron quemados más de 200 cátares?	318	99,07%

*Fuente: elaboración propia*

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la gran mayoría de este segmento de encuestados (más del 80% en todos los casos), que manifestaron curiosidad por conocer la religión cártara, creía que las ruinas de Montségur era el último reducto cártaro en aquel territorio, conocía las características de la religión cártara, sabía quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres, creía que la guerra contra los cátares tenía componentes políticos y religiosos y sabían que allí se habían quemado en la hoguera a más de 200 cátares como consecuencia del asedio al castillo. Además, rechazaban la idea de que los cátares realizaban actividades esotéricas (solamente lo aceptaba el 28,19%).

Respecto a los resultados relativos al grado de conocimiento previo de los encuestados que manifestaron curiosidad por conocer las costumbres cártaras (Figura 4), el porcentaje obtenido para cada variable es bastante distinto al anterior. Así, se mantenía que una gran mayoría (más del 80%) creía que las ruinas de Montségur era el último reducto cártaro en aquel territorio, sabía quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres, y que allí se habían quemado más de 200 cátares. Sin embargo, menos de la mitad (el 47,79%) conocía las características de la religión cártara y el 37,07% pensaba que estos realizaban actividades esotéricas.

**Figura 4. Conocimientos previos de los entrevistados que manifestaron curiosidad por conocer las costumbres de los cátares**

¿Cree que las ruinas del castillo de Montségur son los restos del último reducto cártaro en este territorio?	357	92,73%
¿Conoce las características de la religión cártara?	54	47,79%
¿Cree que los cátares ejercían actividades esotéricas?	96	37,07%

¿Sabe quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres?	78	82,98%
¿Cree que la guerra contra los cátares fue solamente de religión?	45	42,86%
¿Cree que la guerra contra los cátares tuvo también un importante componente político?	217	71,38%
¿Sabe que en los alrededores de Montségur fueron quemados más de 200 cátares?	315	98,13%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los que tenían curiosidad por conocer las ruinas de un típico “castillo cántaro” (Figura 5), la mayoría de los encuestados (más del 70%) creía que estas ruinas era lo que quedaba del último reducto cántaro en aquel territorio, sabía quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres, creía que la guerra contra los cátares tenía componentes políticos y religiosos y sabía que allí se habían quemado a más de 200 cátares. Sin embargo, desconocían las características de la religión cántara (el 70% de los encuestados) y el 44% creía que estos realizaban algún tipo de actividades esotéricas.

**Figura 5. Conocimientos previos de los entrevistados que curiosidad por conocer las ruinas de un castillo cántaro**

¿Cree que las ruinas del castillo de Montségur son los restos del último reducto cántaro en este territorio?	363	94,29%
¿Conoce las características de la religión cántara?	34	30,09%
¿Cree que los cátares ejercían actividades esotéricas?	114	44,02%
¿Sabe quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres?	67	71,28%
¿Cree que la guerra contra los cátares fue solamente de religión?	34	32,38%
¿Cree que la guerra contra los cátares tuvo también un importante componente político?	265	87,17%
¿Sabe que en los alrededores de Montségur fueron quemados más de 200 cátares?	309	96,26%

Fuente: elaboración propia

Con referencia a los que manifestaban curiosidad por conocer como eran las ruinas de un castillo cántaro (Figura 6), todos los encuestados estaban convencidos que aquellas eran las ruinas del último reducto cántaro en aquel territorio, y una gran mayoría (más del 80%) sabía que allí se habían quemado más de 200 cátares y creía que aquella guerra también había tenido una importante componente política.

**Figura 6. Conocimientos previos de los entrevistados que manifestaron curiosidad por estar en las ruinas del último reducto cántaro del territorio**

¿Cree que las ruinas del castillo de Montségur son los restos del último reducto cántaro en este territorio?	385	100,00%
¿Conoce las características de la religión cántara?	78	69,03%
¿Cree que los cátares ejercían actividades esotéricas?	65	25,10%
¿Sabe quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres?	65	69,15%
¿Cree que la guerra contra los cátares fue solamente de religión?	37	35,24%
¿Cree que la guerra contra los cátares tuvo también un importante componente político?	251	82,57%
¿Sabe que en los alrededores de Montségur fueron quemados más de 200 cátares?	312	97,20%

Fuente: elaboración propia

Finalmente, entre los que manifestaron curiosidad por estar en un reducto mágico y esotérico, el porcentaje de los que creían que los cátares realizaban dichas actividades era total (el 100% de los encuestados así lo afirmó), mientras que solamente el 18,58% conocía las características de aquella religión y el 33% sabía quienes eran los Buenos Hombres y las

Buenas Mujeres. Sin embargo, casi todos (el 98%) sabían que allí habían sido quemados más de 200 cátares.

**Figura 7. Conocimientos previos de los entrevistados que manifestaron curiosidad por estar en un reducto esotérico y mágico**

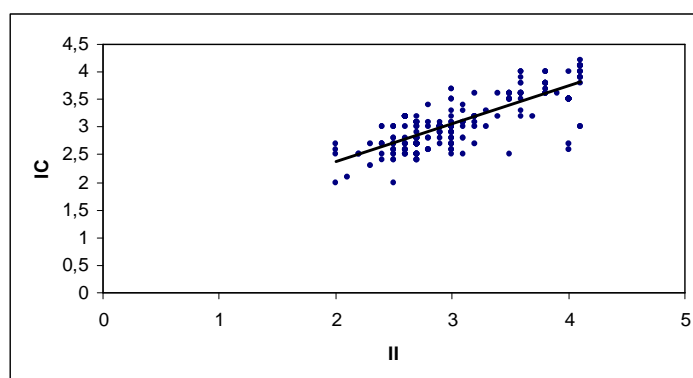
¿Cree que las ruinas del castillo de Montségur son los restos del último reducto cártaro en este territorio?	345	89,61%
¿Conoce las características de la religión cártara?	21	18,58%
¿Cree que los cátares ejercían actividades esotéricas?	259	100,00%
¿Sabe quienes eran los Buenos Hombres y las Buenas Mujeres?	31	32,98%
¿Cree que la guerra contra los cátares fue solamente de religión?	45	42,86%
¿Cree que la guerra contra los cátares tuvo también un importante componente político?	254	83,55%
¿Sabe que en los alrededores de Montségur fueron quemados más de 200 cátares?	317	98,75%

*Fuente: elaboración propia*

Así pues, los visitantes con conocimientos previos sobre los cátares y su religión, conocían las características básicas de estos y desechaban los ritos mágicos y esotéricos, pero creían que aquellas ruinas donde estaban eran las de un reducto cártaro, el último. Por su parte, los que creían en el esoterismo cártaro, no conocían las características de aquella religión pero también estaban convencidos de pisar el último suelo cártaro, y fantaseaban con los pasadizos secretos, los ritos mágicos y el Santo Grial.

Seguidamente se ha analizado el grado de correlación entre los tres índices indicados en la metodología: índice de conocimiento (IC), índice de interés (II) e índice de fabulación (IF). Para ello, para cada encuestado se ha calculado cada uno de dichos índices a partir de las respuestas dadas, eliminándose los resultados más extremos (un 10% por arriba y otro 10% por abajo) con el objetivo de tener una muestra más equilibrada y fiable (Vecchio, 1991). Después, se ha efectuado la correlación dos a dos entre los índices. Así, en primer lugar, se ha analizado la correlación entre los índices de conocimiento (IC) e interés (II), obteniéndose el gráfico siguiente (Figura 8).

**Figura 8. Correlación entre los grados de conocimiento previo e interés con la visita de los encuestados**

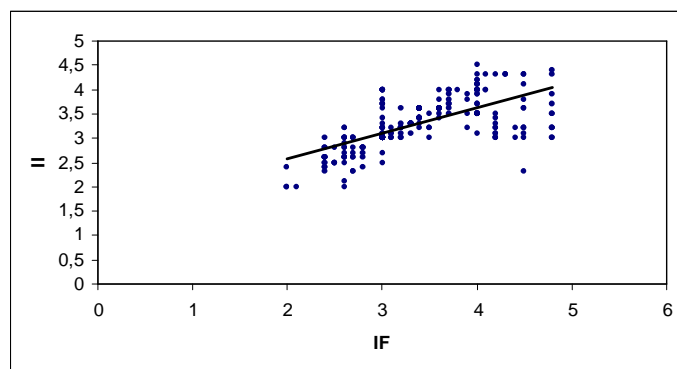


*Fuente: elaboración propia*

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, existe una correlación directa muy clara entre ambos índices; lo que indica que cuanto mayor era el conocimiento previo que los visitantes tenían sobre los cátares, mayor era su grado de interés en la visita.

A continuación, por el mismo procedimiento, se ha calculado la correlación entre los índices de interés (II) y de fabulación (IF), obteniéndose el gráfico siguiente (Figura 9).

**Figura 9. Correlación entre el grado de interés de los encuestados en la visita y su grado de aceptación de las fábulas sobre los cátares**

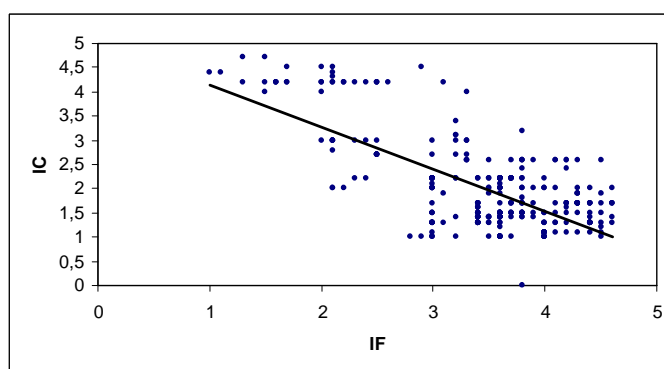


Fuente: elaboración propia

Como se puede ver en el gráfico anterior, en este caso también existe una clara correlación directa entre ambos índices, de modo que una mayor aceptación por las fábulas sobre los cátaros se corresponden con un mayor índice de interés en la visita.

Finalmente, se ha calculado la correlación entre el grado de conocimiento previo de los encuestados sobre los cátaros (IC) y su aceptación de las fábulas sobre los cátaros (IF), obteniéndose el gráfico siguiente (Figura 10).

**Figura 10. Correlación entre el grado de conocimiento sobre los cátaros de los encuestados y su grado de aceptación de las fábulas sobre los cátaros**



Fuente: elaboración propia

Tal como se puede comprobar en el gráfico anterior, la correlación entre ambos factores es inversa, aunque algo dispersa. Así, cuanto mayor es el grado de conocimiento sobre los cátaros por parte de los visitantes, menor es su grado de aceptación de las fábulas existentes al respecto; lo cual es lógico.

En conclusión, se confirma que existe una fuerte correlación directa entre un mejor conocimiento previo de aquello que se va a visitar y el interés por dicha visita, y entre dicho interés y la aceptación de las fábulas sobre el tema a visitar. Además, cuanto mayor es el citado grado de conocimiento, menor es la aceptación de las fábulas al respecto.

#### 4.4. Discusión del caso

En el análisis realizado en el presente trabajo se ha podido comprobar como existe una clara correspondencia entre los visitantes que manifestaban un cierto conocimiento sobre los cátaros y su religión y su rechazo por las actividades esotéricas. Y además, entre dicho grado de conocimiento y el interés en la visita. Sin embargo, la confirmación de que una mayor aceptación de los rituales de esoterismo y magia de los cátaros se correspondían en gran medida con un mayor interés en la visita, demuestra como las pseudo-historias pueden tener su "atractivo turístico".

Independientemente de estas correlaciones, analizando individualmente cada una de las respuestas, había dos variables en las que todos estaban de acuerdo. Una era cierta (la mayoría de los encuestados manifestaba conocer que allí se habían quemado más de 200 cátaros) -lo que se explica fácilmente por la información que hay sobre este tema en el parking de los vehículos y que los visitantes solían leer previamente a la empinada ascensión al castillo-. La segunda era falsa -aquellas ruinas no eran las de un castillo cántaro sino que eran las de un castillo cincuenta años posterior-, ya que, como se ha explicado en este artículo, el castillo de Montségur, cuyas ruinas están bien visibles en la actualidad, nunca fue una fortaleza cántara, a pesar de la propaganda turística que repetidamente así lo afirma.

Que Montségur no haya sido nunca un templo solar donde los cántaros habrían celebrado fiestas maniqueas en honor al solsticio de verano, ni que allí se oculten estancias misteriosas, ni pasadizos secretos ni tumbas de nobles y religiosos cántaros, ni que haya sido nunca el castillo donde se albergaba en Santo Grial -símbolo eucarístico con el que los cántaros no tenían nada que ver, ya que no creían en la presencia real de Cristo en la Eucaristía- no cambia nada sino al contrario. Montségur significa el combate exaltado y doloroso de un puñado de hombres y mujeres contra el poder entonces establecido, religioso y militar, llevándolos hasta la hoguera en defensa de su libertad para creer en la religión por ellos elegida.

Hay que tener en cuenta que el fenómeno cántaro, durante mucho tiempo solamente fue conocido por la interpretación que dieron de él los vencedores. Hasta los años cincuenta del siglo XX se mantuvo una especie de consenso histórico, alimentado por algunos trabajos publicados sobre el tema a lo largo de los siglos, esencialmente por teólogos católicos. Este consenso tendía a relativizar los sucesos de la cruzada y de la Inquisición, presentados como un mal menor, necesario para limpiar Occitania de la contaminación de esta herejía, que amenazaba el orden entonces establecido. Solamente en las últimas décadas, la historia medieval ha multiplicado sus fuentes, aclarando notablemente los orígenes y el desarrollo de esta herejía, despojándola de mitos y presentando una nueva visión de los sucesos entonces ocurridos.

Sin embargo, para los promotores del turismo en estos territorios les es mucho más fácil mantener los estereotipos anteriores, ya que la magia, el esoterismo y la brujería, combinan perfectamente con las guerras de religión, la Inquisición y las hogueras a los herejes, y los asedios a los castillos casi inexpugnables. Por ello, las impresionantes ruinas del castillo de Montségur son el símbolo turístico perfecto -y un elemento patrimonial histórico tangible- que permite aglutinar todas estas variables, aunque ellas no sean estrictamente ciertas, ni dicho castillo entonces existiese. Hacía falta disponer de unas ruinas que permitiesen estructurar todos estos elementos y las del castillo de Montségur, algo más moderno, eran perfectas.

A los promotores turísticos, públicos y privados, les importa mucho más que los turistas acudan a un determinado destino, paguen las entradas a unos recintos, compren los productos de la zona y consuman las comidas más o menos autóctonas, ya que ello revierte directamente en el aumento de los puestos de trabajo (en hostelería y restauración, en las tiendas, en los talleres artesanos, en el mantenimiento y en los servicios existentes alrededor de este turismo), que no dar a conocer la verdad estricta de un fenómeno que tuvo una gran importancia e influencia en aquellos territorios en una determinada época.

Así pues, en este artículo se puede apreciar como en algunos destinos, con un significativo patrimonio histórico-cultural, se presenta el dilema entre dar a conocer toda la verdad sobre algún tema concreto (en este caso, la religión cántara y lo que allí ocurrió realmente) o fomentar un desarrollo turístico basado en errores y estereotipos, pero que atraen a los turistas. Generalmente, casi siempre predomina este segundo aspecto, ya que suele ser más "vendible" y concuerda con las expectativas previas de los visitantes, por lo que desde los estamentos públicos no se hace un esfuerzo profundo y continuado para minimizar este error.

## **5. CONCLUSIONES**

El patrimonio histórico-cultural de un territorio está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico, en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese lugar de cualquier otro. Modernamente, este patrimonio incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos), sino también lo que se llama patrimonio vivo; es decir, las diversas

manifestaciones de la cultura presente en el lugar en aquel momento histórico, su artesanía y arte popular, su indumentaria, sus conocimientos, valores, religión, costumbres y tradiciones. Este último constituye el patrimonio intelectual: es decir, las creaciones de la mente, así como los patrones de comportamiento y la cultura histórica de un determinado estilo de representación o de interpretación. En definitiva los elementos que constituyen el patrimonio histórico-cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relacionan con su ambiente.

Como recurso al servicio del desarrollo duradero, este tipo de turismo tiene valor por sí mismo. Representa al mismo tiempo la memoria colectiva de una comunidad y un recurso potencial para su futuro. Los recursos patrimoniales son frágiles y no renovables, y el desarrollo de la actividad turística depende de ellos, mediante la creación de nuevos productos. Los mutuos beneficios que se derivan de la relación entre el turismo y el patrimonio provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural de un territorio. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de estos nuevos productos, los cuales aumentan el valor de la experiencia turística de forma que les interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo son, pues, altamente compatibles, y la interdependencia entre ambas áreas es inevitable. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer el desarrollo económico de la zona; así como facilitar los intercambios y contactos culturales y favorecer la conservación del entorno patrimonial.

Esta simbiosis entre los elementos histórico-culturales, tangibles e intangibles, de dicho patrimonio crea una estructura muy adecuada para el consumo de un turismo, en general, de proximidad, que demanda consumir esta experiencia sin tener demasiado en cuenta la veracidad de la oferta. En este estudio se ha confirmado como, a partir de un patrimonio histórico-cultural determinado (por una parte, las ruinas del castillo medieval de Montségur y, por la otra, el fenómeno religioso-social de los cátaros) se puede construir y desarrollar con éxito, una oferta turística basada en datos históricamente incorrectos.

Así, se ha podido comprobar como las ruinas de dicho castillo, denominado por toda la publicidad turística como el “último reducto de los cátaros en el sur de Francia”, se ha convertido en una atracción turística histórico-cultural de primera magnitud, apoyada en un marketing promocional que, sin tener en cuenta la realidad histórica, favorece este desarrollo y el mantenimiento de estereotipos de toda clase, en aras de un mayor desarrollo local y sin tener demasiado en cuenta la veracidad histórica.

Sin estas ruinas históricas, la “turistificación” del fenómeno cántaro estaría falta de unos recursos patrimoniales tangibles, que pudiesen corporeizarlo de manera adecuada para los turistas. Todo ello lleva a un nuevo dilema. ¿Debería primar la veracidad histórica o la “tematización teatralizada” de un territorio y de un fenómeno social y religioso?. Ahí queda la pregunta, para que futuros estudios sobre este tema ayuden a resolverla.

Sin embargo, este trabajo también presenta algunas limitaciones, cuya importancia puede variar los porcentajes de las respuestas dadas al cuestionario, pero no cambiar el sentido del objetivo del trabajo. En primer lugar, al ser una encuesta realizada al azar, no se dispone de una distribución totalmente normalizada ni se puede verificar que sea la más habitual. En segundo lugar, al realizarse dicha encuesta en verano, el perfil de los visitantes puede ser algo diferente al de los del resto del año.

Finalmente, este artículo pretende poner de manifiesto como desde un determinado relato histórico-cultural, sea más o menos cierto, se aprovecha un patrimonio histórico distinto para potenciar un turismo de proximidad basado en ambos elementos. Se trata de una temática muy poco estudiada en el campo académico del turismo en estos términos y futuras investigaciones deberían completar los referentes teóricos de este tipo de turismo y completar el análisis del caso aquí presentado, matizando sus resultados. Además, su estudio abriría las puertas a otras investigaciones relacionadas, como son la delimitación del ámbito de la proximidad, la relación entre turismo de proximidad e identidad o la compatibilidad entre ésta con otras formas de turismo preexistentes en un mismo destino.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ASTRUC, L. (2009): *Écotourisme. Voyages écologiques et équitables*. Glénat, Grenoble.  
BERLIOZ, J. (1994) : *Tuez-les tous, Dieu reconnaîtra les siens*. Loubatières, Toulouse.

- BLANCO, F.J. (2009): "Algunas reflexiones sobre identidad y actividad turística en tiempos de incertidumbre". En *Estudios Turísticos*, nº 180, pp. 7-20.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E. (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal, Madrid.
- BRENON, A. (1975): *La verdadera historia de los cátaros: vida y muerte de una iglesia ejemplar*. Ediciones Martínez Roca, Barcelona.
- BRENON, A. (1994): *Montségur (1244-1994), Mémoire d'hérétique*. Loubatières, Toulouse.
- BRENON, A. (1998): *Los cátaros, hacia una pureza absoluta*. Ediciones B, Barcelona.
- CHAUNU, P. (1984): *Le temps des Reformes. La crise de la Chrétienté (1250-1550)*. Editions Complexe, Bruselas.
- DE LA CALLE, M. y GARCÍA, M. (2010): "Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid". En *Anales de Geografía*, nº 30 (2), pp. 31-58.
- DÍAZ, I. y LLURDÉS, J.C. (2013): "Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local". En *Cuadernos de Turismo*, nº 32, pp. 65-88.
- DONAIRE, J.A. (2008): *El turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Edicions Vitel.la, Bellcaire d'Empordà.
- FOLEY, M., MC GUILLIVRAY, J., y MC PHERSON, G. (2011): *Event Policy From Theory to Strategy*. Routledge, London.
- FULLAGAR, S.; MARKWELL, K.W. y WILSON, E. (eds.) (2012): *Slow tourism. Experiences and mobilities*. Channel View Publications, Bristol.
- GASCÓN, C. (2004): *Càtars al Pirineu català*. Pagès Editores, Lleida.
- HANKINSON, G. (2005): "Destination brand image: a business tourism perspective". En *Journal of Services Marketing*, nº 19 (1), pp.24-33.
- HERNÁNDEZ, J. (2011): "Los caminos del Patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". En *Pasos*, nº 9 (2), pp. 225-236.
- HIGGINBOTHAM, G. (2011): "Assisted-Suicide Tourism: Is It Tourism?". En *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, nº 6 (2), pp. 177-185.
- LABAL, P., DUVERNOY, J., ROQUEBERT, M., y LAFFONT, R. (1984): *Les cathares en Occitanie*. Fayard, Paris.
- LAMBERT, M. (1976): *Medieval Heresy. Popular Movements from bogomil to Hus*. Holmes and Meier Publishers, Nueva York.
- MITTAL, V. y KAMAKURA, W.A. (2001): "Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics". En *Journal of Marketing Research*, nº 38, pp.131-142.
- MOORE, R. (1991): *La Persécution. Sa formation en Europe (950-1250)*. Les Belles Lettres, Paris.
- NELLI, P. (1995): *Écritures cathares*. Le Rocher, Paris.
- NORBERG-HODGE, H. (2006): "De la dependencia mundial a la interdependencia local". En: Colectivo revista Silence, *Objetivo decrecimiento ¿Podemos seguir creciendo hasta el infinito en un planeta finito?*. Leqtor, Paris, pp. 79-137.
- PARKER, C. y MATHEWS, B.P. (2001): "Customer Satisfaction: Contrasting Academic and Consumers' Interpretations". En *Marketing Intelligence & Planning*, nº 19 (1), pp.38-44.
- PRAT, J.M. y CÂNOVES, G. (2012): "Costa Brava Culinary Tourism Routes and Relational Dynamics". En *International Journal of Tourism Sciences*, nº 12 (3), pp. 47-68.
- RAHN, O. (1986): *La cruzada contra el grial*. Ediciones Hilperión, Madrid.
- RICHARDS, G. y PALMER, R. (2010): *Eventful cities*. Elsevier, Oxford.
- ROACH, A. (1997): "Occitania Past and Present: Southern Consciousness in Medieval and Modern Frenen Politics". En *History Workshop Journal*, nº 43, pp. 1-22
- ROCHETTE, M. (1994): "Problématique générale des sites et parcs à thèmes à thèmes », Sites et parcs". En: MORERE, N. *Les Cahiers de l'Afit*, pp. 2-8.
- ROQUEBERT, M. (1992): *Montségur, Les cendres de la liberté*. Privat, Toulouse.
- ROUQUETTE, Y. (1991): *Cathares !*. Loubatières, Toulouse.
- RUNCIMAN, S. (1989): *Los maniqueos de la Edad Media. Un estudio de los herejes dualistas cristianos*. Fondo de Cultura Económica, México.
- SALA, P. (2009): "Els indicadors de paisatge de Catalunya". En Nogué, J.; Puigbert, L. y Bretcha, G. (eds.), *Indicadors de paisatge: Reptes i perspectives*. Observatori del Paisatge de Catalunya y Obra Social de Caixa Catalunya, Olot y Barcelona, pp. 110-131.
- SIRAKAYA, E. y WOODSIDE, A.G. (2005): "Building and testing theories of decision making by travellers". En *Tourism Management*, nº 26, pp. 815-832.



TORRES, E. (2006): "Rutas culturales. Recurso, producto y destino turístico". En *IAPH*, pp. 84-97.

VECCHIO, R.P. (1991): *Organizational Behavior*. Dryden Press, Chicago.

VELASCO, M. (2009): "Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural". En *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 237-253.