

## Torrecedad, en el centro de la Ruta Mariana que recibe un impulso

“La emoción de volver” es el lema de las acciones de un convenio público-privado

Ángel HUGUET

**BARBASTRO.**- “La emoción de volver” es el nuevo lema de la Ruta Mariana El Pilar-Torrecedad-Lourdes-Monserrat, en la imagen corporativa presentada en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur). Se enmarca dentro de las acciones previstas tras el convenio firmado, en julio de 2009, entre el Gobierno de Aragón, el Ayuntamiento de Zaragoza y la Asociación para la Promoción de la Ruta Mariana.

El simbolismo del nuevo logotipo sugiere la figura de la Virgen María en cuatro trazos curvilíneos, de colores diferentes que representan a cada uno de los santuarios, azul claro del Pilar, azul oscuro de Torrecedad, rojo de Montserrat y amarillo de Lourdes. En conjunto, transmiten sensación de alegría y de emoción, según los autores del lema, que abundan en la huella emocional de los peregrinos.

Esta nueva imagen se presentará en varios soportes, vídeo promocional, página web, folletos y tarjetones. El vídeo dura 8 minutos, está grabado en alta definición y ofrece las imágenes del recorrido por los cuatro santuarios de la Ruta Mariana, además de una selección de lugares de importancia turística de Zaragoza y de Aragón. Se distribuirá entre ferias, agencias de viaje, asociaciones y grupos de peregrinos. Además estará disponible en la página web y en Youtube.

En la página [www.rutamariana.com](http://www.rutamariana.com) se informa del contenido turístico de la Ruta con servicios complementarios, visitas recomendadas, alojamientos, restaurantes y centros de interés. Incluye sección de contenido religioso, orientada a los peregrinos con informaciones de los santuarios, devoción mariana, servicios, contactos y actividades. Además, del espacio para opiniones, sugerencias, consultas y fotografías.

La edición de 40.000 ejemplares del folleto turístico de 32 páginas es otra de las herramientas de promoción previstas en la campaña. Se distribuirá entre las oficinas de Turismo de Zaragoza, Turismo de Aragón, ferias, santuarios, asociaciones religiosas, agencias de viaje especializadas en turismo religioso, otras agencias, touroperadores nacionales y extranjeros.



El turismo internacional acude a Torrecedad y a la Ruta Mariana. S.E.



Promoción de la Ruta Mariana. S.E.

Las acciones se completan con 200.000 tarjetones de presentación con el objetivo de que los peregrinos identifiquen la marca y concepto de la Ruta Mariana. Se ha diseñado de manera que se transmitan los conceptos básicos para posicionar donde está cada uno de los cuatro santuarios e incentivar el movimiento de personas entre ellos.

### MILLONES DE PEREGRINOS

La Ruta Mariana entre Lourdes-Torrecedad-El Pilar surgió a comienzos de los años ochenta y es un itinerario atractivo para

millones de peregrinos, en consonancia con el auge del turismo religioso. A partir de ahora una cuatro santuarios mediante un trazado de gran riqueza patrimonial, histórica, natural y gastronómica. La ruta es plural y multicultural con atractivos importantes y variada oferta complementaria. La unión de cuatro santuarios hace de ella el primer destino de peregrinación mariana del mundo con más de 12 millones de visitantes.

Torrecedad está entre los enclaves importantes del Alto Aragón y baluarte de identidad ineludible para miles de perso-

nas porque el turismo religioso se caracteriza por la fidelidad a los destinos. Desde que abrió sus puertas el 7 de julio de 1975, la influencia del santuario mariano ubicado cerca de El Grado, en el municipio ribagorzano de Secastilla, es evidente y no pasa desapercibida.

De nuevo, en Barbastro se plantea el proyecto de construcción del Centro de Interpretación de San Josemaría para aprovechar la presencia de miles de personas que visitan Torrecedad cada año. En el bloque de “proyectos emblemáticos” del programa piloto de desarrollo rural en la comarca del Somontano -a desarrollar entre 2010-2011- figura una partida de 60.000 euros para el proyecto.

Las asociaciones de Empresarios de Barbastro y de la Sierra de Guara lo auspiciaron en su momento con apoyo de la Consejería de Turismo del Gobierno de Aragón y estuvo entre las primeras propuestas presentadas al Plan de Dinamización del Somontano, sin efectos prácticos por falta de interés institucional. En la ciudad está el primer templo dedicado a San Josemaría, en España, y en la Plaza del Mercado se construyó el Centro Cultural Entrecarros, en el solar de la casa natal. Dos motivos para convertir Barbastro en paso “casi obligado” para visitar la cuna del santo barbastrense de mayor proyección universal.

Recibió más de 5.700 grupos

Á. H.

En el año 2009 se atendieron 5.712 grupos en Torrecedad, según el avance del Informe Anual de Actividades. La cifra refleja una disminución del 3'09% que se atribuye a los visitantes que organizan su viaje por agencia frente a los 4.457 “grupos familiares”. Referencia muy superior a los 457 grupos formados por asociaciones juveniles y a los 222 grupos organizados por agencias. El resto se reparte entre parroquias (120), asociaciones ciudadanas (167), colegios (164) y asociaciones religiosas (125).

La mayor parte de los grupos son españoles (4.906) con preponderancia de Cataluña (1.704) y Aragón (1.359) que son las comunidades autónomas que aportan mayor número de turistas. De los 806 grupos extranjeros, la mayoría son de Francia (344), Italia (49), Holanda (47), Alemania (30), Bélgica (30), Argentina (27), Gran Bretaña (27), México (20), Portugal (816), Perú (15), Polonia (15) y Brasil (3). Europa con 610 grupos, sin contar España, es el mayoritario, seguido por América (155), Asia (21), Oceanía (11) y África (9).

## El segundo destino turístico

Á. H.

Luis Rabal y Joaquín Paricio, alcaldes de Secastilla y de El Grado, destacan la importancia y los efectos de la Ruta Mariana en ambos municipios y su zona de influencia. “Las repercusiones son grandes para toda la provincia porque Torrecedad es el segundo destino turístico. El santuario recibe cada vez más afluencia de peregrinos y la incorporación de Montserrat se notará mucho”.

José Joaquín Sancho Drona, presidente del Patronato, señala “la referencia de Torrecedad se ha extendido por el mundo como lugar de peregrinación mariana. El turismo religioso que origina la Ruta es beneficioso para la zona”. Javier de Mora, Rector de Torrecedad, “es un santuario abierto a todo el mundo, no es del Opus Dei ni para el Opus Dei. Es absurdo pensar que los miles de peregrinos que llegan cada año son simpatizantes de la Obra. Hay gente que ni siquiera sabe nada y encuentran aquí un aire de acogida que agradecen mucho”.