

TESIS DE GRADO ^ LICENCIATURA EN TURISMO

# PEREGRINACIONES

¿HACIA EL FENÓMENO DE TURISTIFICACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES DE FE CRISTIANAS?

Malena Lay

Director: Fabricio Gliemmo

Leg. 78091/4 - malenalay@gmail.com

02/05/2016



*A mi familia, amigos y compañeros por el amor, el apoyo constante y la paciencia infinita, soportando mi ansiedad y charla monotemática estos últimos meses.*

*A mi director por su paciencia, predisposición, guía y apoyo durante este proceso.*

*A la ciudad de La Plata y la UNLP por todas las oportunidades, momentos y experiencias vividas.*

*Y a todos quienes colaboraron en la realización de este trabajo.*

*¡A todos y cada uno, Muchas Gracias!*

## Resumen

---

El presente trabajo pretende abordar la relación entre las peregrinaciones cristianas y el turismo actual. A través de la definición de conceptos claves, la reconstrucción narrativo-histórica y la recopilación bibliográfica se analiza: la evolución de las peregrinaciones cristianas a lo largo de las distintas épocas históricas; la comparación de las dos corrientes mayoritarias sobre la relación entre el turismo actual y las peregrinaciones, el tiempo sagrado y el tiempo profano; y los procesos de patrimonialización, turistificación, mercantilización y apropiación turística en relación al patrimonio cultural religioso y el territorio que los contiene.

Seguidamente se explican, brevemente, diferentes perspectivas del turismo religioso y se enumeran los principales destinos de dicha tipología a nivel mundial, de la religión cristiana y en Argentina. Finalmente se analizan los impactos socioculturales positivos y negativos del turismo cultural y religioso como tipología turística en la que se enmarcan las peregrinaciones actuales. A través de la realización de entrevistas semi-estructuradas se relevan las opiniones, posiciones y funciones de algunos de los actores sociales involucrados en la gestión del turismo religioso y las peregrinaciones cristianas.

**Palabras claves:** Peregrinaciones, Turismo cultural, Turismo religioso, Turistificación.

## Índice

Agradecimientos .....	1
Resumen .....	2
<b>Capítulo I</b> .....	5
Introducción .....	5
Tema de Investigación .....	6
Fundamentación .....	9
Estado General de la Cuestión .....	11
Alcances .....	13
Objetivos .....	13
Metodología .....	14
<b>Capítulo II</b> .....	16
Marco Teórico: Peregrinaciones y Turismo .....	16
Las Peregrinaciones .....	17
Peregrinaciones Cristianas .....	20
Historia de las Peregrinaciones .....	21
Prehistoria y Antigüedad .....	21
Edad Media .....	24
Edad Moderna .....	26
Edad Contemporánea .....	27
Vínculos entre las Peregrinaciones y el Turismo .....	28
La consolidación del concepto Turismo Religioso .....	37
<b>Capítulo III</b> .....	39
Patrimonio Cultural y Turismo. Alcances y tendencias de las Peregrinaciones en la actualidad. ....	39

Patrimonialización, Patrimonio Cultural y Turismo Cultural.....	40
Turistificación, Mercantilización y Consumo Turístico .....	47
Actualidad del Turismo Religioso .....	53
Turismo Religioso - Perspectiva Mundial.....	55
Turismo Religioso - Perspectiva Cristiana .....	66
Turismo Religioso - Perspectiva Argentina.....	77
<b>Capítulo IV</b> .....	91
<b>Impactos y actores sociales del Turismo Religioso</b> .....	91
Impactos Socioculturales del Turismo.....	92
Impactos Socioculturales del Turismo Cultural y Religioso .....	95
Actores Sociales del Turismo Religioso .....	99
Actores Sociales Entrevistados .....	100
<b>Capítulo V</b> .....	108
<b>Consideraciones finales</b> .....	108
Conclusiones .....	109
Líneas de Investigación.....	112
<b>Bibliografía</b> .....	113
<b>Anexo</b> .....	121
Anexo I: Entrevistas.....	122
<i>Entrevista n°1</i> .....	123
<i>Entrevista n°2</i> .....	129
<i>Entrevista n°3</i> .....	131
<i>Entrevista n°4</i> .....	137
<i>Entrevista n°5</i> .....	141

# Capítulo I

---

## Introducción

## Tema de Investigación

---

Durante el transcurso de la historia, el ser humano ha caminado *hacia algo*. Hemos caminado en acción concreta movidos por el hambre, la curiosidad, la ambición, la fe o la obligación, poniendo un pie tras otro, encima de animales, de ruedas, de alas. Por diversos caminos, con diversas motivaciones y con diversos medios, nos movemos hacia adelante en la búsqueda de algo, material o inmaterial.

Las peregrinaciones son una de las formas de caminar y *moverse hacia* que el hombre ha realizado desde tiempos inmemorables. Son fenómenos tan o más antiguos que las religiones que los practican, sus orígenes no son muy claros y suelen tener relación con movimientos nómades paganos de la antigüedad (García, 1987). Algunas de las rutas peregrinas y destinos de peregrinación se han mantenido a lo largo de los siglos, como la ciudad santa de Jerusalén (Israel) o Roma (Italia); y otros han ido surgiendo por causa de apariciones, milagros o hechos históricos relevantes para la religión. Constituyen una de las manifestaciones de fe más importantes y masivas cuando son practicadas por los creyentes de las grandes religiones institucionalizadas del mundo. Dichas instituciones han hecho de este fenómeno uno de los elementos centrales de la práctica de la religión; por ejemplo para los musulmanes, la peregrinación a la Meca, en Arabia Saudita, es uno de los cinco pilares del Islam, es una obligación moral que debe realizarse una vez en la vida.

Los destinos finales de la peregrinación o las mismas rutas peregrinas son, también, importantes sitios patrimoniales. La importancia histórica, social, cultural e identitaria de, por ejemplo, la Basílica de San Pedro (Ciudad del Vaticano), el Kumbh Mela<sup>1</sup> (India), o La Kaaba<sup>2</sup> (Arabia Saudita), los convierte en referentes patrimoniales de gran atractivo.

Los recursos patrimoniales suelen atravesar distintos procesos en la medida que van siendo valorizados para su consumo cultural y turístico. A través del *proceso de activación patrimonial* (Almirón et al., 2006; Quintana y Stagno, 2009; Prats, 1998) se añaden los servicios y elementos de mediación que permiten la visita, presentación,

---

<sup>1</sup> Peregrinación hindú que se realiza cuatro veces cada doce años hacia diferentes ciudades santas de la India. Es considerada la peregrinación más importante del mundo por la multitudinaria afluencia de peregrinos.

<sup>2</sup> “El cubo”, construcción sagrada para el Islam ubicada en La Meca, su posición es hacia donde los musulmanes orientan su rezo.

decodificación y difusión del patrimonio, transformando así, un recurso patrimonial en un producto patrimonial. En muchos casos, luego de atravesar el proceso de activación patrimonial (aunque a veces ocurre simultáneamente o incluso siendo el turismo participante activo de la puesta en valor y activación (Almirón y Troncoso; 2005), los recursos patrimoniales activados son convertidos en un producto de valor para el mercado turístico mediante el *proceso de turistificación*. Debido a las características que el recurso adquiere para ser comercializado como un producto turístico, se establece un nexo que suele inducir, en algunos casos, al *proceso de mercantilización o apropiación turística* (Zúñiga, 2014). Es importante resaltar la existencia, la importancia y, en algunos casos, el rol de actores sociales en la activación patrimonial, de los organismos internacionales, cuyas misiones consisten en preservar y salvaguardar el patrimonio para futuras generaciones, catalogar y dar a conocer sitios, elementos tangibles o intangibles, ayudar a las sociedades a mantener y proteger su patrimonio, etc. Las organizaciones internacionales más relevantes en este asunto son: la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Al mismo tiempo que la relación patrimonio cultural religioso – turismo religioso plantea la conversión en producto turístico de las peregrinaciones, existe una discusión planteada, en la cual algunos autores consideran que las peregrinaciones son el antecesor del turismo moderno (Romo; 2000, Sharpley y Sundaram; 2005); y otros como, Boyer (2002), que consideran que el turismo y peregrinación tienen poco que ver, y por lo tanto es un “abuso del lenguaje” llamar turistas a los creyentes que peregrinan. En esta disyuntiva, los límites de ambos fenómenos son muy difusos, cuestión que dificulta su conceptualización y estudio.

A través de la confrontación de definiciones y análisis de los conceptos, se establecerán las similitudes y diferencias del turismo y la peregrinación actuales y el papel que ocupan estas manifestaciones de fe dentro del consumo turístico actual. Las peregrinaciones se convierten en recursos patrimoniales con valor para la actividad turística, por lo que podría sugerirse que existen procesos, como la turistificación y la mercantilización, que las transforman en productos turísticos, asunto que se intentará abordar en este trabajo.



Las peregrinaciones, en su función turística, hacen uso de bienes patrimoniales religiosos (materiales o inmateriales) como productos turísticos y su comercialización presenta distintos escenarios en función a los impactos y repercusiones que genera:

- Turismo religioso como un fenómeno creador de tensiones en el encuentro de peregrinos y turistas, banalización de los lugares sagrados, destrucción o deterioro del patrimonio religioso (Cánoves y Blanco, 2011). La mercantilización de los lugares sagrados y rutas peregrinas, puede afectar la relación con las autoridades religiosas que se encargan de la gestión de los lugares sagrados, y también a los visitantes, potenciales o reales, que estén motivados por un componente religioso o espiritual. La consideración de estos fenómenos como productos turísticos y la masificación puede llegar al extremo de vaciarlos de contenido y valor.
- Turismo religioso como herramienta para desarrollar una actividad económica que permita la conservación del patrimonio, genere beneficios para la comunidad receptora, y contribuya al fomento de la paz, el entendimiento, el dialogo entre culturas y religiones (OMT, 2007).

Por las cuestiones enunciadas anteriormente, las preguntas de investigación serán:  
¿Qué relación guardan las peregrinaciones con el turismo religioso? El turismo religioso ¿es una tipología turística que comercializa la cultura y la religión y que puede provocar la desaparición del significado religioso de los lugares sagrados y expresiones de fe? ¿Es una oportunidad para construir y fomentar el entendimiento y la paz entre las personas de distintas procedencias, culturas y religiones? ¿Cuáles serían las consecuencias de los procesos de turistificación y mercantilización del patrimonio religioso? ¿Qué rol toman los distintos actores sociales en la valorización y gestión del patrimonio religioso? ¿Cuáles son los desafíos que representa la gestión de sitios turísticos religiosos?

En función a las preguntas de investigación, la hipótesis planteada afirma que las peregrinaciones y visitas a lugares sagrados son antiguas manifestaciones humanas de fe y espiritualidad, no son un antecedente del turismo sino que tienen relación con este concepto a través de los viajes. Actualmente, atraviesan procesos de activación patrimonial, turistificación y apropiación turística que los convierten en productos turísticos, por lo que, además de ser manifestaciones de fe, son elementos multifuncionales que se definen por las motivaciones de quien las realice, el turista o el peregrino. La turistificación de estos elementos patrimoniales religiosos constituiría un

potencial riesgo de pérdida de significado religioso, pero esto podría reducirse, en parte, a través de la planificación estratégica y uso de herramientas para la toma de decisiones, incluyendo a todos los actores sociales involucrados y comprendiendo la complejidad de la religión y las motivaciones humanas.

El enfoque que será utilizado para la investigación es una combinación entre el enfoque patrimonial para la descripción y estudio de las relaciones que se establecen entre la actividad comercial, el patrimonio religioso (material e inmaterial), el turista y el peregrino. El enfoque histórico será utilizado, para la narración de la historia de la peregrinación y visitas a lugares sagrados y la evolución de los conceptos de turismo religioso, turista y peregrino.

Esta temática se relaciona con la asignatura Patrimonio Turístico en el estudio de las relaciones del patrimonio cultural y el turismo, la puesta en valor, el uso, preservación y cuidado de los referentes patrimoniales, el valor simbólico para las diferentes culturas, para la comunidad receptora y para los visitantes y la pérdida de significación y valor. También se establece una relación con la asignatura Historia y Agenda Geopolítica a través del estudio de las peregrinaciones cristianas y su historia. El análisis de las visiones y formas para la gestión de la actividad turística bajo diferentes situaciones, por el área de Agenda Geopolítica. Finalmente, la temática puede relacionarse con la asignatura Geografía Turística Mundial en cuanto al estudio de las distintas modalidades turísticas, destinos turísticos, su relación con la organización y gestión territorial e implicancias espaciales.

## Fundamentación

---

Etimológicamente, la palabra peregrino, proviene del vocablo latino *peregrinus*, refiriéndose a una persona que viajaba por países extranjeros o a quien no tenía derecho a ciudadanía. A su vez, el término *peregrinus*, surgió de los vocablos *per-agros*, persona que pasa a través del campo, lejos de casa (Neum 1999. Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000). Allí puede establecerse una relación con el turista, a través del traslado o viaje a un lugar distinto a su hábitat cotidiano. Pero autores como Aulet y Hakobyan (2011) establecen una diferencia entre peregrino y turista. Para el peregrino las oraciones, rituales, la penitencia y la meditación son elementos indisolubles de la peregrinación; en cambio un turista está en búsqueda de nuevas experiencias

(espirituales o no), adquisición de conocimientos, divertimento, o movido por la simple curiosidad.

Las peregrinaciones, según García (1987) son viajes individuales o colectivos que poseen tres rasgos principales, un lugar sagrado, el desplazamiento de individuos y la obtención de alguna cosa material, un sentimiento, sanación, perdón, paz, etc. Tienen precedente en los traslados nómadas en la antigüedad, hay indicios que demuestran que en lugares de peregrinación como Jerusalén (Israel), La Meca (Arabia Saudita) o el Camino de Santiago (España) fueron utilizados por grupos nómadas para la celebración de encuentros en momentos de abundancia, antes de ser sitios sagrados para las civilizaciones posteriores (Corbetta, 2004). A su vez, el turismo religioso, englobado dentro del turismo cultural, es aquella tipología en la cual los turistas buscan el contacto con lo sagrado, y está relacionado con las creencias (Esteve; 2009). Sus manifestaciones principales son la peregrinación, visitas a santuarios, tumbas y celebraciones. Se establecen claros puntos en común entre las peregrinaciones y el turismo religioso, definidos por estos autores, que son: el viaje, movimiento, traslado hacia lo sagrado. Actualmente, ambos desplazamientos, tanto turistas como peregrinos, hacen uso de las mismas infraestructuras, cuestión que dificulta, aún más, la demarcación de sus límites conceptuales.

Cánoves y Blanco (2011) plantean que, la cuestión de la comercialización de las peregrinaciones a través del turismo religioso puede superar el umbral de tolerancia de las personas que visitan lugares religiosos o peregrinan con motivaciones exclusivamente espirituales y religiosas. A su vez, sugieren que hay un cierto grado de banalización de los sitios religiosos, que los convierte en espacios de consumo y visita y hace que los límites de estos sitios o las peregrinaciones mismas sean difusos. La OMT (2007), ha desarrollado un informe que, a modo de guía, establece cuales son las consideraciones especiales que deben tenerse en cuenta para desarrollar el turismo religioso. Sugiere que basados en una ética de turistas y peregrinos que defina una actitud de diálogo entre civilizaciones y relaciones de paz entre religiones, puede hacer de esta tipología una de las más beneficiosas tanto para los turistas como para la comunidad receptora. Este trabajo pretende estudiar el panorama de esta tipología, cuyos principales productos son referentes patrimoniales culturales-religiosos, que para algunos es una oportunidad, no solo de desarrollo, sino de fomento de la paz, y para otros, significa una potencial

destrucción paulatina del patrimonio religioso y la pérdida de significado de determinadas manifestaciones de fe.

La necesidad y utilidad de la investigación de este tema radican en su importancia teórica. El turismo religioso es un término reciente, por lo tanto poco estudiado (Aulet y Hakobyan; 2011, Cánoves; 2006, González; 2013), sobre todo en Argentina. A su vez es un término complejo, creado en base a dos grandes conceptos, también complejos en su definición (Aulet y Hakobyan, 2011; Parellada, 2009). Pocos son los autores que analizan el impacto de los procesos de turistificación y mercantilización, en función a la pérdida de significados y creación de tensiones. A través de esta investigación se pretende contribuir a la discusión del turismo religioso y su vinculación con las manifestaciones de fe y peregrinaciones.

## Estado General de la Cuestión

---

Este trabajo pretende abordar la temática de la relación entre las peregrinaciones cristianas y el turismo cultural - religioso a través de los procesos de turistificación, mercantilización y apropiación turística. Entendiendo al turismo actual como un elemento modernizador, fenómeno estrechamente vinculado al proceso de globalización, transformador de territorios y espacios.

El vínculo y la relación entre el turismo y las peregrinaciones como objeto de estudio se remonta a la década de 1970 vinculado casi exclusivamente a la bibliografía anglosajona, siendo más reciente el interés académico de la bibliografía en español. Las posiciones sobre esta relación se dividen entre la consideración del turismo como un forma moderna de peregrinación, un equivalente simbólico moderno (propio de la bibliografía anglosajona); y la consideración de estos conceptos como dos fenómenos diferentes, con desarrollos históricos separados, que actualmente se vinculan con el viaje (propio de la bibliografía en español, más reciente).

Actualmente, los fenómenos religiosos, las creencias, los cultos y la espiritualidad son puntos de interés académico, donde se analizan la relevancia, la distribución, el uso y la significación espacial de territorio, el sentimiento de pertenencia (Cánoves; 2006), la transformación y modernización de la practicas, las nuevas expresiones de fe, los distintos usos del espacio religioso, el crecimiento del fundamentalismo, el diálogo entre religiones, la práctica de múltiples creencias, la paz y la violencia en la religión, etc.

El estudio de la relación del turismo cultural-religioso y la religión a través de los procesos de turistificación, mercantilización y apropiación turística es reciente y tiene escasos antecedentes, sobre todo en la bibliografía en español. Algunos de los autores que han trabajado esta temática son: Bhandari, 2008; Cammarata, 2006; Cánoves y Blanco, 2011; Diniz y Moquete, 2010; Millán et al. 2012; Pérez, 2013; Prats, 2006; Quintana y Stagno, 2009; Romo, 2000; Zúñiga, 2014, entre otros.

La tipología turística que engloba las visitas a santuarios y lugares sagrados, las rutas peregrinas y celebraciones asociadas, es el *turismo religioso*. En este trabajo el turismo religioso, es considerado dentro del turismo cultural actual, como un producto de la globalización y de la posmodernidad, surgido en respuesta a la aparición de un nuevo turista en búsqueda de nuevas experiencias relacionadas a la cultura, a la espiritualidad y el conocimiento de otras culturas.

Al determinar los puntos de contacto entre las peregrinaciones y el turismo religioso, se toma en consideración el vínculo del patrimonio cultural - religioso y el turismo cultural - religioso, el cual se basa en la apropiación y uso del patrimonio como principal atractivo turístico. Numerosos autores han estudiado esta relación (Almirón et al., 2006; Almirón y Troncoso, 2005; Baretto; 2007; Cánoves y Blanco, 2011; Conti et al., 2013; Fernández, 2010; González, 2009; Martín de la Rosa, 2006; Prats, 1998, 2003, 2006; Quintana y Stagno, 2009; Robles, 2001; Santana, 1998, 2003; Santana y Prats, 2011; Waitt, 2000; Zúñiga, 2014, entre otros), de sus investigaciones, podemos inferir que las peregrinaciones, entendidas como referentes patrimoniales culturales activados turísticamente, se convierten en productos de consumo para la actividad turística.

La conceptualización e investigación del turismo religioso es objeto de estudio de diversas disciplinas como etnógrafos, geógrafos, sociólogos, antropólogos, teólogos, etc. Algunos autores (Aulet y Hakobyan; 2011, Cánoves; 2006; Cánoves y Blanco; 2011, Fernández; 2010, Ostrowski; 2002) afirman que el turismo religioso es un fenómeno de reciente creación y poco estudiado, un nicho de mercado en crecimiento que comprende actividades turísticas que se vinculan con determinadas prácticas religiosas en destinos con significación religiosa (Aulet y Hakobyan; 2011).

En función a los destinos relevantes para el turismo religioso mundial, se destacan los sitios sagrados para las religiones institucionalizadas más grandes e influyentes del mundo como el cristianismo, el islam, el hinduismo y el judaísmo. Dentro la órbita

cristiana, los destinos sagrados relacionados a la Virgen son los más importantes, ubicados en su mayoría en Europa y en Latinoamérica. En la perspectiva de nuestro país, el turismo religioso ha cobrado relevancia recientemente, es considerado como un producto turístico útil para el desarrollo sustentable por el Ministerio de Turismo de la Nación en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025. Este tipo de turismo posee gran potencial de desarrollo en Argentina debido a las características de las manifestaciones de la fe, signadas por destinos sagrados importantes de escala nacional, gran afluencia de peregrinos, el sincretismo cristiano con la cultura popular y nativa y la pluralidad de credos.

## Alcances

---

Considerando que en el mundo existen diversas y numerosas religiones, cultos y devociones, insertas en diferentes culturas y cosmovisiones, que interactúan de forma diferente con su entorno y el exterior; y que, a su vez, dentro de las mismas puede encontrarse gran cantidad de manifestaciones de fe de distinta intensidad y significación, la complejidad del estudio de las peregrinaciones en relación al turismo excedería en capacidad y tiempo a este tipo de trabajo. Por lo tanto, esta investigación se circunscribe a las peregrinaciones cristianas en función a la relación con el turismo, sin incluir cuestiones teológicas y/o ideológicas.

## Objetivos

---

### *General*

Analizar desde una crítica reflexiva el proceso de valorización patrimonial de las peregrinaciones cristianas en la actualidad, como posibles procesos de turistificación y mercantilización.

### *Específicos*

- Reconocer las diferentes corrientes de estudio sobre las peregrinaciones y su relación con el turismo.
- Describir los procesos de turistificación y mercantilización.

- Identificar los impactos positivos y negativos socioculturales de la transformación en producto turístico de las peregrinaciones cristianas.
- Indagar sobre los puntos de vista de los actores sociales involucrados en la turistificación de las peregrinaciones.
- Conocer las tendencias actuales del turismo religioso.

## Metodología

---

Para alcanzar los objetivos propuestos se utilizarán los siguientes métodos:

### *Definición de conceptos claves*

El método elegido será la *recopilación documental*. A través de la revisión bibliográfica y búsqueda de referencias permite realizar un acercamiento al objeto de estudio (Ander Egg, 1993). A su vez, se recurre a algunos ejemplos prácticos. Este instrumento metodológico será utilizado para indagar en las distintas corrientes de estudio y posiciones de los autores citados sobre los principales conceptos de la investigación.

### *Reconstrucción narrativo-histórica*

A través de la reconstrucción narrativo-histórica se pueden comprender y estudiar procesos sociales de forma que se establezcan relaciones entre los mismos. Este método responde a una lógica histórica donde unos procesos son antecedentes o activantes de otros procesos vinculados y subsecuentes (Sautu et al., 2005). Dicho método será utilizado para la descripción y análisis de los procesos de activación patrimonial, turistificación, mercantilización y apropiación turística. También será de utilidad para estudiar las peregrinaciones y el turismo religioso con el fin de comprender la relación histórica instituida entre ambos fenómenos.

### *Entrevistas personales semi – estructuradas*

Esta metodología es útil cuando el objetivo es la comprensión de un proceso en el que los individuos opinan en base a sus experiencias (Sancho Pérez, 2001). Para indagar en los impactos de los procesos de turistificación y mercantilización de los referentes patrimoniales religiosos, compararlos con los estudiados en la revisión bibliográfica,

conocer los distintos puntos de vista y la aparición de problemas o tensiones en el encuentro del turista y el peregrino se realizarán entrevistas a los actores sociales involucrados: agencias de viajes especializadas en destinos religiosos, referentes del tema, miembros de pastorales eclesíásticas, Ministerio y secretarías de turismo.



# Capítulo II

---

## Marco Teórico: Peregrinaciones y Turismo

## Las Peregrinaciones

---

El término religión proviene del latín *religare* cuyo significado es unir o vincular dos cosas. Estas dos cosas podrían ser la unión entre diferentes dimensiones del ser humano. Para las religiones proféticas, una de las dimensiones del hombre corresponde a Dios. A partir de esta visión, la religión puede ser entendida como una relación consciente del ser humano con un plano divino, donde se debaten las cuestiones profundas de la existencia. La vivencia de la religión es una experiencia interior que se manifiesta exteriormente en diversas e infinitas formas (Parellada; 2009), una de esas formas de exteriorizar la experiencia religiosa interior, es la peregrinación. Desde la perspectiva espiritual, la peregrinación es, básicamente, el encuentro entre el hombre y Dios (Ambrosio; 2009).

Las peregrinaciones son un fenómeno de carácter universal, que han alimentado el desarrollo cultural de los distintos pueblos, se han amoldado a los cambios, a la evolución de las costumbres y el pensamiento, logrando de esta forma, mantenerse vigentes hasta la actualidad (Porcal; 2006). Son un fenómeno que se encuentra presente en todas las grandes religiones monoteístas y politeístas, aunque no en todas se manifiesta con la misma intensidad ni con la misma obligación moral para sus fieles.

La historia de las peregrinaciones data desde tiempos inmemorables (Ostrowski; 2002, Robles; 2001), son consideradas antiguas manifestaciones humanas de fe y espiritualidad, estrechamente vinculadas al desplazamiento de las personas hacia lugares con una significación espiritual, con motivaciones y objetivos que han variado en función a la transformación de dicha espiritualidad, el momento histórico y la religión que las fundamenta. Durante siglos, los desplazamientos de personas hacia los lugares de significación religiosa han sido constantes. Aunque son una característica de las religiones institucionalizadas y masivas (González, 2013), existieron y existen en la mayoría de las civilizaciones (Ambrosio y Pereira; 2007, Ostrowski; 2002). El concepto de peregrinación ha ido modificándose a través del tiempo. En sus orígenes fue considerado un hecho puramente religioso, actualmente podemos aplicarlo a otras expresiones como puede ser la realizada por los moscovitas a la tumba de Lenin, las visitas de excombatientes a los cementerios de guerra en Estados Unidos y Europa, (Burbridge; 1992) o incluso a algunas tipologías turísticas.

Lagunas (2012) toma la clasificación de Víctor Turner, quien agrupa a las peregrinaciones en función al momento o situación que les dio origen:

1. *Prototípica*, indicada o creada por los fundadores de una religión como podría ser el caso de Mahoma y la Meca.
2. *Arcaica*, que es el resultado de un sincretismo sobre una manifestación ritual anterior, la mayoría de las peregrinaciones de las religiones institucionalizadas ya eran recorridos realizados anteriormente.
3. *Medieval*, surgida por diversos factores socio-geo-políticos, además de los religiosos, como el Camino de Santiago de Compostela.
4. *Moderna*, vinculada a la sociedad industrial y al turismo visto como una forma moderna de peregrinación.

La iglesia católica define a la peregrinación como un viaje emprendido por motivos religiosos, a un lugar que se considera sagrado por actuar allí de una manera especial Dios u otras deidades, para realizar en ese lugar actos de devoción, rezo y penitencia<sup>3</sup>. Según García (1987), las peregrinaciones son viajes individuales o colectivos que poseen tres rasgos principales, un lugar sagrado, el desplazamiento de individuos y la obtención de un bien, ya sea material o espiritual. Tienen precedente en los traslados nómadas de la antigüedad, existen diversas rutas de peregrinación prehistóricas que fueron sustituidas por otras con diferente significación luego del nacimiento y auge de las grandes religiones. Estas rutas peregrinas siguen guardando los valores y sincretismos de las antiguas manifestaciones paganas (Robles; 2001). Existen indicios que demuestran que lugares de peregrinación como Jerusalén, La Meca o el Camino de Santiago fueron utilizados por grupos nómadas para la celebración de encuentros en momentos de abundancia, antes de ser sitios sagrados para las civilizaciones posteriores (Corbetta; 2004).

Etimológicamente, la palabra peregrino, proviene del vocablo latino *peregrinus*, refiriéndose a una persona que viaja por países extranjeros o a quien no tenía derecho a ciudadanía. A su vez, el término *peregrinus*, surgió de los vocablos *per-agros*, persona que pasa a través del campo, lejos de casa (Millán et al.; 2010, Rebic; 1999, Robles; 2001). Los términos peregrinación y peregrino según Parellada (2009) se comprenden

---

<sup>3</sup> Neum 1999. Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000 - Adalbert Rebic

como dinámicos, en contraposición al destino que es visitado, el santuario, que es estático. El autor indica que las peregrinaciones tienen una estructura interna que está compuesta por:

- las motivaciones del peregrino (peticiones de curación, de perdón, cumplimiento de una promesa, participación en un evento, etc.);
- un camino a recorrer, que ya está trazado por la tradición de peregrinar;
- el encuentro con el lugar sagrado, que constituye el contacto con lo divino, el punto álgido de la peregrinación y;
- el retorno al lugar de origen entendido como la segunda etapa de un único camino.

Ambrosio (2007), en consonancia con esta estructura interna, afirma que la peregrinación tiene cuatro estadios: La salida, que puede relacionarse a las motivaciones, elemento que, en el sitio habitual donde el peregrino vive, lo ‘empuja’ a salir al camino. Los otros estadios, se coinciden con la estructura de Parellada: el camino, la visita al santuario y el retorno al lugar de procedencia. Desde una mirada académica, a diferencia de la anterior mirada espiritual, el autor explica que las peregrinaciones no están sujetas a una forma de pensamiento, a una civilización, a una clase social o a un status económico, sino que son un acto o comportamiento latente en cada ser humano y se componen de dos aspectos: el espiritual y el práctico, donde los paisajes naturales y culturales se transforman en un paisaje sagrado.

Los santuarios, iglesias, templos o basílicas que a menudo son la meta principal a alcanzar en el peregrinaje han logrado su estatus de centros de peregrinación porque en ellos se produjo un milagro, curas milagrosas, una aparición sobrenatural como es el caso de Lourdes (Francia), Fátima (Portugal) o Luján (Argentina); o bien porque la historia les ha otorgado a lo largo de los siglos determinada importancia religiosa como Tierra Santa en Palestina e Israel o Roma en Italia (Porcal; 2006).

Las peregrinaciones, desde la Antigüedad griega, tienen además de la función religiosa, una función geopolítica, a veces intencionada y otras veces no. Las rutas peregrinas se configuran en un factor de unificación de los pueblos, que disgregados por diferentes razones, pueden ser cohesionados por una razón religiosa (García; 1987). La ocupación de territorios, la defensa de fronteras o el enfrentamiento con enemigos

también son finalidad de las peregrinaciones (Cortez; 2005), sobre todo en la Edad Media en la Europa cristiana.

## Peregrinaciones Cristianas

---

Para los cristianos las peregrinaciones son una celebración de su fe, un evento cultural para ser cumplido con fidelidad a las tradiciones, con sentimiento religioso y como un reflejo de su existencia terrenal. La idea de caminar al encuentro con la divinidad tiene que ver también con la renovación de las promesas y votos realizados durante la vida a través de los distintos sacramentos. Los lugares hacia donde peregrinan los cristianos están relacionados con aquellos que atestiguan la presencia Dios o aquellos que representan importantes momentos para la historia de la Iglesia (Ambrosio; 2007). Cabe destacar que actualmente, alrededor del 80% de las peregrinaciones del cristianismo están vinculadas al culto a la Virgen. Para el cristianismo los santuarios marianos desempeñan un papel muy importante, sobre todo en América Latina (Millán et al.; 2010, Robles; 2001).

Según Esteve (2009) resulta evidente si se hace una interpretación estricta de las enseñanzas de Jesús y la Iglesia, realizar una peregrinación es innecesario ya que se supone que Dios no se encuentra en un lugar particular, sino que está en todos lados con el mismo grado de presencia. De hecho, una de las cuestiones que marcaron la división de la Iglesia cristiana ocurrida en la Reforma Protestante, fue el carácter innecesario y hasta pecaminoso (compra venta de indulgencias, aprovechamiento de la hospitalidad, etc.) de las peregrinaciones.

Mucho antes del nacimiento de Lutero, las peregrinaciones cristianas dieron lugar al crecimiento del comercio de reliquias. En 787, en el 2do Concilio de Nicea, se acordó que la consagración de los altares cristianos requería la existencia de una reliquia. Por esta razón, fue más frecuente que el objetivo de las peregrinaciones cristianas a Tierra Santa y el Mediterráneo Oriental (en donde se encontraban la mayoría de las reliquias) consistiera en hacerse de alguna reliquia, o por lo menos un objeto que haya estado en contacto con alguna de ellas, las eulogias. Numerosos emperadores, obispos y príncipes enviaban gran cantidad de emisarios a fin de procurarse una reliquia para su lugar de influencia (Esteve; 2009). Hacia principios de siglo V, comienzos de la Edad Media, ya existían en Tierra Santa alrededor de 200 monasterios y hospicios que ofrecían hospitalidad a los

peregrinos. El flujo de peregrinos cristianos continuó aumentando a pesar de las dificultades que ocasionaban las invasiones de los bárbaros y solo fueron interrumpidas tras la conquista del Islam en los Santos Lugares (Esteve; 2009).

La Iglesia católica, a través de la Pastoral del Turismo, refuerza la función evangelizadora de la peregrinación. Afirman que la principal razón para alentar y promover las peregrinaciones, es dar el mensaje de la Iglesia, que los visitantes conozcan de qué se trata el destino o la celebración. Esto resulta suficiente porque ya es muy beneficioso para sus fines.

## Historia de las Peregrinaciones

---

La historia de las peregrinaciones, para la incumbencia de este trabajo se centra primordialmente en el desarrollo de peregrinaciones cristianas del mundo latino. Si bien se nombran otras religiones, es a modo ilustrativo.

### *Prehistoria y Antigüedad*

---

El fenómeno de las peregrinaciones nace junto con las religiones y estas se consideran tan antiguas como la humanidad, considerando a la religión como un conjunto de creencias y prácticas que varían en tiempo y en espacio pero comparten la característica primordial de ser una forma en que el hombre se relaciona con un mundo sobrenatural.

Las sociedades primitivas solían adorar aquellos fenómenos o elementos de la naturaleza, que al desconocer su origen y razón, consideraban milagrosos y sobrenaturales (Burbridge; 1992). Entre los años 3000 y 1200 a.C., fueron construidos los monumentos megalíticos (dólmenes, menhires, cromlechs) que están ubicados en, por ejemplo, Stonehenge (Inglaterra) o Hagar Qim (Malta). Estas construcciones, según numerosos investigadores constituyeron santuarios solares, sitios de culto, de enterramiento y de ofrendas para las civilizaciones prehistóricas (Burbridge; 1992). A estos sitios se acercaban grupos de visitantes en períodos regulares para adorar a los elementos naturales, realizar ofrendas, etc.

García (1987) revisa la historia de las peregrinaciones a través de las grandes civilizaciones de la antigüedad, determinando las aportaciones que cada una de ellas realizó para configurar, a lo largo de los siglos, el fenómeno actual de la peregrinación.

La civilización egipcia aportó dos elementos significativos a los inicios de la peregrinación. Los elementos que generaban la movilización masiva de peregrinos consistían en la atracción a los santuarios por ritos religiosos de iniciación, donde la persona se vinculaba con la deidad; y la atracción por religiosidad de oráculo, con intención de consulta, directa o indirecta, a la divinidad. El templo de Busiris, erigido al dios Osiris, es considerado, en función de las pruebas arqueológicas y los escritos egipcios y griegos, uno de los primeros sitios importantes de peregrinación en la antigüedad. El autor griego del siglo V a.C., Herodoto, atestigua en sus escritos los servicios e instalaciones que eran ofrecidos a los visitantes de Busiris, que dejaban ver la dimensión, importancia y número de viajeros que poseía este templo (García; 1987). Otros importantes centros de atracción de peregrinos en el antiguo Egipto fueron Karnak, Tebas y Luxor, ubicados en el Alto Nilo (Burbridge; 1992, García; 1987). En esta civilización también se daba el proceso inverso a la peregrinación, la efigie del Dios era trasladada por los distintos pueblos para ser adorado (Burbridge; 1992) fenómeno comparable a las actuales procesiones.

La antigua Grecia, es otro referente en las peregrinaciones a santuarios. Los griegos eran atraídos por santuarios oraculares, terapéuticos, de misterio y fiestas religiosas. Este pueblo, muy supersticioso, acudía a los oráculos a obtener respuesta a decisiones vitales para la vida, la política, el amor, la religión, la guerra. Los oráculos eran muy ambiguos y se veían influenciados por la interpretación de las pitonisas (Burbridge; 1992). Uno de los santuarios oraculares más relevantes fue el de Delfos, donde los peregrinos acudían a consultar al dios Apolo. Dentro de los santuarios terapéuticos se encuentra el dedicado a Asclepio, próximo a Epidauros, donde se hallaba una fuente de agua que registraba curaciones sobrenaturales (Esteve; 2009).

Estas celebraciones y santuarios tenían una importancia geopolítica, debido a que las ciudades estado griegas tenían autonomía política, estas manifestaciones religiosas representaban la unión de todos los griegos. Es importante destacar, como elemento novedoso dentro del fenómeno de las peregrinaciones en la antigüedad, que los helenos dieron importancia a otro aspecto diferente de los ámbitos religioso/espiritual y geopolíticos, el factor económico. Conocían la importancia económica de este tipo de viajes, el impacto del movimiento de una masa relevante de personas. Se consideraba que Delfos y su región eran prósperos por la afluencia de los viajeros al oráculo. Tal conciencia tenían de las consecuencias positivas, que el poder público fomentaba la

peregrinación a través de las leyendas del monte Parnaso y las reuniones de los dioses, actuando esto como una forma primitiva de propaganda (García; 1987).

Las aportaciones de los antiguos romanos en materia de peregrinaciones no son muy relevantes (Burbridge; 1992, García; 1987). Esto se debe a la complejidad de la religiosidad romana y por la consideración de que el peregrinar fue traído del Oriente y Grecia. Los romanos conocieron los ritos religiosos de acercamiento a lugares sagrados de tradición griega, como el ejemplo de Sibila de Cumas. Fueron atraídos por la cultura helénica en general y llevaron a cabo prácticas muy asociadas a las griegas e incluso, los santuarios y ciudades griegas eran lugares de peregrinación romana (García; 1987).

El pueblo hebreo fue, en sus inicios, animista, pero desde el momento que adoptó un dios único (Jehová), Jerusalén se convirtió en la ciudad santa más reconocida. Fue y es sitio sagrado y de relevancia para más de una religión, un gran centro de peregrinación. Desde la antigüedad, la ciudad sagrada era un centro de atracción para los fieles judíos que llegaban en forma masiva desde lugares lejanos. Destaca de la atractividad de Jerusalén como sitio de peregrinación, la organización de asistencia y servicios que surgieron para la atender a los viajeros, como, por ejemplo, albergues y alojamiento a lo largo de las rutas y destinos de las caravanas de peregrinos (García; 1987).

Poco a poco el paganismo redujo su influencia en la cuenca del Mediterráneo, en favor de la nueva religión, el cristianismo, la cual se instalaba sobre los vestigios de antiguas creencias, generando sincretismos (Burbridge; 1992). La paulatina conversión tuvo su punto culmine cuando Constantino, emperador de Roma, legalizó la práctica del cristianismo en el imperio romano en el año 313 d.C. (Edicto de Milán) y convocó el Primer Concilio de Nicea en 325 d.C. Sumado a esto, un hecho que generó aún más interés de los peregrinos por los lugares santos en Oriente Próximo, consistió en 326 d.C. la emperatriz Helena, madre de Constantino, descubre en Jerusalén un supuesto fragmento de la cruz donde fue crucificado Jesús. De esta forma el viaje a Palestina se vuelve parte de las costumbres de la época. Se registra que dos veces al año, para Pascua y Navidad, partían desde diversos puertos europeos, servicios regulares de barcos que transportaban peregrinos a Palestina (Burbridge; 1992).

El cristianismo antiguo peregrinaba a los lugares sagrados vinculados a Jesús de Nazaret y a las tumbas de santos y mártires. Destaca en estas peregrinaciones, el



surgimiento de las guías para los peregrinos. Una de las guías más interesantes es la conocida como *Itinerario de Egeria*, escrita por una monja hispánica, que describe el viaje desde Constantinopla a Jerusalén entre los años 383 y 385 DC (García; 1987).

## *Edad Media*

---

La Edad Media (sobre todo la Baja Edad Media), fue el periodo histórico en el cuál se consolidaron las prácticas masivas de peregrinación en la mayoría de las religiones institucionalizadas (Burbridge; 1992, Millán et al; 2010). Ejemplos de esto, son la expansión de las peregrinaciones budistas e hinduistas hacía China y Japón, la consolidación de La Meca como el punto más importante de la peregrinación musulmana en el siglo VII o la concesión de los años jubilaires a Santiago de Compostela por la bula *Regis Aeterni* del Papa Alejandro III en 1179 (Millán et al.; 2010).

Una de las rutas peregrinas más reconocidas de la época fue el Camino de Santiago de Compostela. No solo contenía finalidades religiosas sino que cobró relevancia a partir de ser un camino de conexión e intercambio cultural, artístico, político y económico de Europa Occidental. En esta época también se desarrollaron centros de peregrinación como Assisi, Padua y Loreto en Italia, Mount Saint Michel y Rocamadour en Francia, Czestochowa en Polonia (Millán et al.; 2010) y Canterbury en Inglaterra, considerado cuna del cristianismo anglosajón (Burbridge; 1992).

Para la religión cristiana, los grandes centros de peregrinación medievales fueron: Roma (Italia), Tierra Santa (Palestina) y Santiago de Compostela (España). Los visitantes que se dirigían a cada uno de estos destinos tenían denominaciones particulares, siendo respectivamente romeros, palmeros y peregrinos. En cada uno de estos lugares se celebran en forma periódica los años jubilaires<sup>4</sup>, como los concedidos a Santiago de Compostela en 1179 o a Roma en 1300 (Millán et al; 2010). Durante estos años, la concurrencia de peregrinos aumentaba exponencialmente.

Las peregrinaciones que en principio surgieron como una manifestación popular mayormente espontánea, durante el siglo XII, XIII y XIV, van cambiando su sentido hasta convertirse en una práctica dirigida, promovida y hasta creada por la cúspide eclesiástica.

---

<sup>4</sup> Un año jubilar o año santo es un momento en donde se conceden indulgencias. Existen los años jubilaires ordinarios y los años jubilaires extraordinarios donde se otorgan las indulgencias plenarias.

A través del otorgamiento de indulgencias (de las cuales en esta época se hace uso y abuso) y perdón, la alta jerarquía de la Iglesia católica promueve nuevos destinos de culto o impulsan otros en decadencia. Ya no es tan importante entrar en contacto con las reliquias sino que es primordial el perdón de los pecados (Esteve; 2009). Si tomamos en consideración que el hombre medieval poseía un esquema mental atormentado por el pecado y sufrimiento eterno, suena lógico que hiciera lo posible para obtener indulgencias que lo salvaran en el purgatorio (Esteve; 2009).

Las peregrinaciones fueron también utilizadas, en la Edad Media, como castigos o penas a cumplir por haber cometido un delito grave. Los acusados eran enviados por las autoridades, eclesiásticas o civiles, a santuarios lejanos para purgar sus pecados, alejándolos, a veces para siempre, del lugar donde fue cometido el delito. Otra forma que tomaron las peregrinaciones en ese momento fue el peregrinaje póstumo. Cuando una persona por diversas razones no podía emprender una peregrinación, podía financiar el desplazamiento de otro para representarlo frente al santuario. Incluso podían dejarse fondos, una vez fallecida la persona, para que un emisario lograra alcanzar el destino y así otorgarle ventajas en el purgatorio. Actualmente, es una forma olvidada para los cristianos pero aún se practica en la religión musulmana (Burbridge; 1992).

Burbridge (1992) señala que los árabes que habitaron la región donde se encontraban los Santos Lugares, en Oriente Próximo, se veían beneficiados por la afluencia de peregrinos, pero en el momento en que la cantidad de personas fue muy numerosa, comenzaron a temer una invasión cristiana. Cuando el califa Al Hakim llegó al poder, hizo destruir el Santo Sepulcro en 1010 y los peregrinos ya no eran bien recibidos. Esto fue la causa principal de las Cruzadas, consideradas por Burbridge (1992) como verdaderas peregrinaciones armadas impulsadas por la Iglesia y los imperios reinantes, cuya finalidad era recuperar el tránsito de peregrinos y el dominio de la zona. Al finalizar la tercera cruzada (1189-1192), cristianos y musulmanes establecieron un acuerdo que permitía el libre acceso de los peregrinos a Jerusalén, Nazaret y Belén. A partir de ese momento hasta la actualidad los flujos de peregrinos fueron irregulares, debido en parte a la inestabilidad política de la zona, se suceden periodos de tolerancia y de persecución. (Millán et al.; 2010). Las Cruzadas se extendieron durante casi dos siglos, desde 1099 a 1297, cuando se firmó la paz entre las partes y la zona en disputa quedó en manos turcas y árabes hasta 1917 (Burbridge; 1992).

Sumado a las Cruzadas y al extendido uso de las indulgencias, que modificó el sentido de las peregrinaciones, otros factores determinaron el proceso de decadencia en el que entrarían las peregrinaciones. El fin de la Edad Media lo es también de las peregrinaciones masivas. Para Esteve (2009), se suceden algunas situaciones que propician el descenso del flujo de peregrinos en Europa y Oriente Próximo. Las epidemias como la peste negra, que no solo diezmaron la población sino que también, obligaron a reducir los movimientos masivos para evitar contagios; la Península Ibérica fue finalmente reconquistada por los Reyes Católicos, el Islam se retrajo y con esto las peregrinaciones como la del Camino de Santiago (comprendido como una frontera con el Estado Islámico) comenzaron a tener menor afluencia de peregrinos; los estados europeos occidentales comenzaron a perfilarse con el auge de los nacionalismos y lenguas diferenciadas; la mentalidad filosófica fue cambiando en pos del surgimiento de la época renacentista donde la religión ya no estaba en el centro de las preocupaciones colectivas; la reforma protestante en el siglo XVI y las guerras de religión terminaron de afianzar el desgaste de las peregrinaciones (Esteve; 2009, Millán et al.; 2010). Estas razones también propiciaron el desarrollo del procesionismo, fenómeno religioso que se circunscribe a un espacio determinado y permite mayor control por las autoridades civiles y religiosas (Esteve; 2009).

### *Edad Moderna*

---

El Renacimiento y la Ilustración no fueron un momento propicio para las peregrinaciones. Al mejorar la situación en Europa, la vida era menos trágica y más tranquila que los siglos precedentes, la ayuda divina parecía menos necesaria. El hombre es más confiado de su vida terrenal, comprende que con su inteligencia y recursos podrá obtener lo que desea sin la necesidad de peregrinar pidiendo por ello. El logro de bienes materiales comienza a ser una meta preponderante antes que la salvación divina, la felicidad es vista como algo alcanzable 'en la tierra' y las actitudes religiosas resultan en acusación de comportamiento supersticioso (Burbridge; 1992).

Los peregrinos ya no podían distinguirse de ladrones o personas que se aprovechaban de la hospitalidad sin tener ningún objetivo religioso en su camino. Esto generó rechazo hacia los peregrinos. Las autoridades civiles tomaron partida en contra de los mismos poniendo trabas burocráticas. Para evitar las confusiones, Felipe II, rey de España, prohibió a todas las personas de sus reinos '*traer el hábito de romero y*

*peregrino*' aunque su verdadera intención fuera peregrinar. Quedaban exceptuados quienes tenían el salvoconducto firmado y sellado por el correspondiente obispo que acreditaba su condición (Lagunas: 2012). En Francia sucedió algo similar, Luis XIV prohibió a los peregrinos ir hacia Santiago de Compostela o a cualquier destino sin el permiso expreso del rey y el obispo de su diócesis. Otros motivos, por lo cuales las autoridades tomaron partido, fueron algunas cuestiones económicas, como la conciencia de la salida de dinero cuando los peregrinajes se destinaban fuera de los reinos. Ejemplo de esto es, la ordenanza de José II, emperador del Sacro Imperio Romano Germánico, quien impidió toda peregrinación que saliera del territorio del reino (Burbridge; 1992).

### ***Edad Contemporánea***

---

En 1846, se produce en el pueblo pirenaico de Lourdes, Francia, la aparición de la Virgen María en 18 ocasiones, a Bernadette Soubirous, una niña del pueblo. Es uno de los acontecimientos más relevantes de la historia contemporánea de las peregrinaciones cristianas (Burbridge; 1992). Este hecho fue el que consolidó uno de los destinos más importantes para la religión católica, siendo Lourdes uno de los santuarios que mayor número de peregrinos recibe actualmente.

Cuando comenzaron los enfrentamientos bélicos de la I Guerra Mundial, el período entre guerras y la II Guerra Mundial, si bien el flujo de peregrinos se vio disminuido, interrumpido y perturbado, cabe aclarar que no desapareció, como en tiempos anteriores en similares situaciones. A pesar de los problemas de circulación en Europa, el santuario de Lourdes, por ejemplo, recibió 580.000 peregrinos en 1943 (Burbridge; 1992).

Las situaciones que afectaron fuertemente a las peregrinaciones fueron las persecuciones, como las que sucedieron en Portugal. Las apariciones de la Virgen en Fátima, en 1917, no fueron bien recibidas por el gobierno de turno, fuertemente anticlerical. Situaciones similares ocurrieron en la U.R.S.S y la Alemania Nazi (Burbridge; 1992). Durante la posguerra de la II Guerra Mundial, se suceden cambios tecnológicos, de transporte que facilitan los desplazamientos. Aumentan los flujos turísticos y los destinos religiosos están cada vez mejor preparados para recibir a los peregrinos y turistas (Burbridge; 1992).

A partir de 1960, la organización de las pastorales relacionadas a las peregrinaciones comienza a mejorar su organización, se realizan encuentros, reuniones,

congresos sobre la temática en los principales destinos peregrinos católicos. Comienzan a cobrar relevancia otros destinos, como los latinoamericanos, se diversifica la adoración de las figuras sagradas y los elementos de la naturaleza, empieza a cobrar relevancia la realización espiritual fuera de los dogmas eclesiásticos y los flujos turísticos masivos confluyen con los peregrinos (Burbridge; 1992).

## Vínculos entre las Peregrinaciones y el Turismo

---

Tanto el término turismo como el término religión el cual moldea principalmente a las peregrinaciones, son conceptos complejos y multisignificantes en sí mismos. Poseen muy diversas definiciones, todas válidas desde su punto de vista ya que son términos que se ven fuertemente influenciados por el tiempo y en el espacio en donde se desarrollan. Por estas razones, es también tarea ardua delimitar y definir como se relacionan ambos términos.

Para Aulet y Hakobyan (2011) la diferenciación actual entre ambos conceptos es muy difusa y resulta cada vez más difícil hallar los puntos de diferenciación donde los conceptos se pueden distinguir uno de otro. El turismo alcanza rápidamente las áreas religiosas y tanto turistas como peregrinos comparten no solo los espacios e infraestructuras, sino que al estar insertos en la misma época comparten también el uso del tiempo libre, la disponibilidad de recursos, y todo aquello que se requiere para emprender un viaje.

Definir el turismo es tan difícil como determinar en qué momento surgió. En cuanto a su surgimiento, Boyer (2002) afirma que es turismo no siempre ha existido y que es una invención de las clases sociales de estrato superior, difundido por imitación. Si analizamos al turismo como un sistema, notamos que es considerado una actividad eminentemente económica, ya que para que exista debe haber un flujo real y un flujo monetario desde el centro emisor al centro receptor (García; 2012). Esta definición, se concentra en los intercambios de divisas y el traslado de las personas, dando poco lugar a otras variables que no sean económicas.

La Organización Mundial del Turismo afirma que:

*“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno*

*habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.* (Sancho et al., 2008, pp. 46).

A fines prácticos y con la intención de evitar las contradicciones, para este trabajo, el turismo será el fenómeno descrito por la Organización Mundial del Turismo, ya que es una definición ampliamente aceptada, que aunque deja algunas zonas grises, resulta funcional. Cabe destacar que entre las motivaciones que generan el desplazamiento turístico definidas por la OMT, quedan incluidas peregrinaciones/motivos religiosos al mismo nivel que ocio, visitas a familiares y amigos, etc.

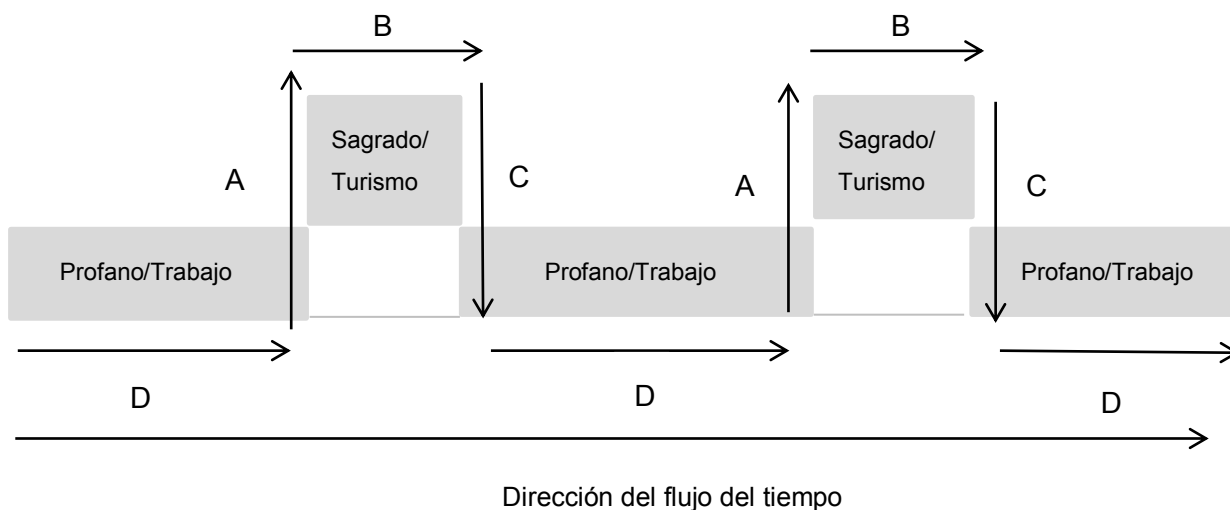
Tanto los autores laicos como los eclesiásticos hacen uso de los términos turismo y peregrinaciones. A partir de 1970, junto con el incremento del turismo de masas, se volvió necesario para algunos autores, reforzar las diferencias que ambos fenómenos poseen a fin de evitar la confusión entre ambas formas de viajar (Ambrosio; 2007). Podemos decir entonces, que existen diferentes posiciones respecto a la vinculación de estos conceptos, pero se pueden distinguir entre ellas dos líneas de pensamiento (Aulet y Hakobyan; 2011). Si bien estas corrientes de estudio tienen límites difusos, podemos decir que una de ellas consiste en considerar al turismo religioso como la versión moderna de las peregrinaciones, un equivalente simbólico moderno, posición más predominante en la bibliografía anglosajona. La otra corriente afirma que turismo y peregrinaciones son fenómenos diferentes, con un desarrollo histórico muy diverso, con otras motivaciones y objetivos, y aunque compartan características como el viaje o la utilización de la misma infraestructura, no son conceptos equiparables.

Dentro de la línea de pensamiento que considera el turismo actual una forma moderna de peregrinación podemos incluir a Graburn (1977) quien afirma que el turismo es un equivalente funcional y simbólico de otras actividades humanas que el hombre utiliza para darle significación a la vida y hacer que esta valga la pena. Siguiendo esta línea de pensamiento, el autor afirma que el turismo no es trabajo, es un momento de recreación, que cuando finaliza renueva el tiempo de trabajo diario. Para ilustrar esta división de tiempo en relación a las actividades, mayormente en las culturas occidentales, que puede realizar un ser humano, Graburn creó el siguiente esquema:

<b>Actividad voluntaria</b>	<b>'Quedarse'</b>	<b>Viajar</b>
	'hacer nada' en el hogar	Turismo y actividades de recreación
<b>Actividad obligatoria/seria</b>	Trabajo (estudio, trabajo en casa)	Ocupaciones u obligaciones que requiere el viaje

Fuente: Elaboración propia, traducida de Graburn; 1977

El autor continúa su pensamiento vinculando su división del tiempo con la propuesta de Leach (1971) quien afirma que los calendarios, en todo el mundo, están marcados por las celebraciones o festividades, que determinan comportamientos (vestimenta especial, un tipo de comida, comportamiento solemne o festivo, etc.) y el uso del tiempo. Cada uno de estos acontecimientos marca el orden de la existencia en una sucesión de cambios temporarios entre normal-profano y anormal-sagrado. Para esquematizar el flujo de tiempo donde se inserta el turismo como momento no ordinario de la vida, Graburn utiliza las ideas de Leach aplicando el espacio que ocupa el turismo y el trabajo.



Fuente: elaboración propia, basada en Leach (1971) y Graburn (1977)

Las fases, determinadas por Leach son: A: Rito de separación o sacralización, la persona se traslada a un tiempo sagrado; B: Estado marginal, la persona se encuentra en

un estado sagrado donde el tiempo social ordinario se detiene; C: Rito de separación o desacralización; D: Fase de tiempo normal, se ubica entre los tiempos sagrados.

Graburn le otorga al turismo entonces, la cualidad de tiempo sagrado, tiempo donde el hombre escapa del tiempo normal del trabajo. También afirma que a pesar de que el turismo es una actividad voluntaria, un viaje realizado por *motus* propio, este debe ser moralmente justificado por la comunidad en la que la persona está inserta, ya que el turismo se desarrolla en el tiempo no ordinario, en el tiempo sagrado. Según el autor, las sociedades de siglos pasados peregrinaban en busca de gracia, equilibrio espiritual y fuerza moral que les determinara un status superior en su comunidad, actualmente el turista moderno busca el equilibrio físico, mental, obtener determinado status social y diversas experiencias. Se establece entonces, la similitud entre turismo y peregrinación, ya que se realizan en el mismo tiempo sagrado/no laborable y poseen objetivos similares por los cuales se emprenden.

Siguiendo una línea de pensamiento muy similar, Esteve (2009) explica que una de las formas que el ser humano ha utilizado durante siglos para recuperar su equilibrio ha sido caminar. Cuando el caminar se dirige a un espacio con significación religiosa se convierte en un viaje turístico religioso desde el punto de vista que la persona se desplaza de su entorno habitual con una motivación que no tiene que ver con la subsistencia. Para poder realizar estos viajes religiosos, debe existir un tiempo sagrado que difiere del tiempo profano del trabajo. La viabilidad del turismo moderno también requiere la existencia de un tiempo dedicado al ocio y un tiempo de *neg-ocio*, es decir, de trabajo, que se opone al anterior. En la peregrinación las personas buscan encontrar el equilibrio entre el cuerpo y el espíritu, perdido en el tiempo profano, ordinario, buscan la regeneración espiritual. En el turismo las personas buscan la recuperación del equilibrio psicofísico que perdieron en el tiempo del trabajo, el tiempo ordinario, profano. Las vacaciones son el tiempo sagrado de la sociedad moderna (Esteve; 2009).

Utilizando un ejemplo que puede resultar polémico, el autor señala que en los sitios en donde se toma sol (playas, piscinas, etc.) adquieren un carácter de sacralidad y se admiten cosas que en otro espacio serían inaceptables, en un tiempo de trabajo profano. De igual forma que en un rito religioso, se requiere de determinados pasos como extender la toalla (similitud con las alfombras utilizadas por los musulmanes durante los cinco rezos diarios orientados a la Meca), tenderse en una posición determinada que tal vez implica sacrificar comodidad en pos no obtener marcas indeseadas del sol, etc. Como argumento



para dar este ejemplo, el autor explica que el carácter sagrado o religioso de una actividad o situación es una experiencia personal que cada uno vive en forma diferente. Estas razones son las que enumera Esteve para afirmar que el turismo es:

“(…) *la peregrinación moderna de la religión racionalista y materialista del nuevo paganismo de las sociedades desarrolladas (…)*” (Esteve, 2009, pp.3)

El turismo es una de las ‘mil formas’ en que la sociedad laica expresa su condición religiosa, comprendiendo al turismo como ocio y tiempo libre que deriva de nuestra posición frente al espacio y tiempo, los factores económicos, psicológicos, sociales, culturales, etc. (Lagunas; 2012).

Lagunas (2012) toma esta metáfora del turismo como una peregrinación de los autores Turner, quienes afirman que el turista es ‘*medio peregrino*’ y el peregrino ‘*medio turista*’. La idea principal es que el turismo y la peregrinación son actividades que poseen un carácter ritual, donde existe una ruptura y alejamiento del tiempo cotidiano y el tiempo del trabajo para insertarse en un tiempo extra-ordinario. El turismo muestra componentes relacionados con los rituales, con los estados alterados de la normalidad. Sin ir más lejos, el término *holidays*, que significa vacaciones en inglés, se compone de los términos *holy* –sagrado- y *days* –días-, días sagrados.

Víctor Turner (1995) es reconocido por desarrollar en el campo de la antropología los términos *liminoide* y *communitas*. El primer concepto se define como un estado de transición entre dos ritos de paso, situación de ambigüedad en la cual un individuo está al límite, al margen del orden social, no es ni lo uno ni lo otro (Lagunas; 2012). Los ritos de paso se suceden en tres fases:

- Separación: comportamiento simbólico que representa el desapego personal o grupal de una estructura social o de unas condiciones sociales.
- *Limen*<sup>5</sup>: fase de cambio donde el individuo se encuentra en transición hacia una estructura social diferente de la habitual, sus características son ambiguas.
- Reincorporación: el rito de paso ha concluido, el individuo vuelve a su estado habitual, a su estructura social cotidiana.

---

<sup>5</sup> Límite en latín

El concepto de liminalidad de los ritos de paso, se puede comparar con el espacio marginal de Leach, donde la persona está en un tiempo sagrado fuera de la cotidianeidad, tiempo donde se ubica el turismo y las peregrinaciones según Graburn.

Turner sugiere que las situaciones de liminalidad tienen componentes mágico-religiosos y que las expresiones más resonadas de *communitas* son los movimientos religiosos milenarios. Estas afirmaciones van sujetas al fenómeno peregrinatorio. Las peregrinaciones contemporáneas pueden ser entendidas como un fenómeno liminal en el sentido que una persona atraviesa un proceso transformador de su espiritualidad, donde necesariamente debe separarse de su entorno social habitual para convertirse en un caminante más. De igual forma sucede con un turista.

El segundo concepto, *communitas*, se refiere a un fenómeno liminoide, que ocurre espontáneamente en todo tipo de grupos sociales y situaciones donde los participantes se encuentran liberados de las normas sociales generales, aunque no en forma permanente. Para Turner, la peregrinación crea *communitas*, una sensación de unidad y solidaridad que va más allá de las diferencias cotidianas de las estructuras sociales donde quedan unidos a la contemplación de símbolos condensadores de ideas, normas y sentimientos. En línea con este pensamiento, podemos decir que el turista se percibe como un peregrino moderno (Aulet y Hakobyan; 2011). Este pensamiento de Turner han sido criticados ampliamente por quienes defienden que lo contrario sucede, las diferencias y distinciones sociales se intensifican se refuerzan en una peregrinación en vez de atenuarse o reducirse, de igual forma que en el turismo (Lagunas; 2012).

Sharpley y Sundaram (2005) afirman que las instituciones religiosas y el turismo han tenido una relación a lo largo de la historia, las peregrinaciones son una de las formas más antiguas del turismo y por lo tanto, el turismo es la versión moderna de las peregrinaciones, un equivalente simbólico y funcional. Cabe destacar que la mayoría de los autores que sostienen que la peregrinación y el turismo son fenómenos equivalentes, también muestran algunos elementos diferenciadores, sobre todo en las motivaciones. Aun así, hay que tener en cuenta que las motivaciones coexisten perfectamente, por ejemplo pueden suceder al mismo tiempo el interés por observar la cultura a través del patrimonio cultural, el interés religioso o la curiosidad (Aulet y Hakobyan; 2011, Parellada; 2009).

Respecto al segundo grupo de autores que consideran que turismo y peregrinaciones son dos fenómenos diferentes, con desarrollos históricos e inicios diversos, Parellada (2009) afirma que el turismo religioso no es peregrinación, distinto es que la peregrinación haga uso de los medios e infraestructuras turísticas. La mayoría de los autores que marcan la diferencia entre ambos fenómenos, coinciden en que la mayor distinción está relacionada a las motivaciones que llevan a la persona a iniciar el viaje y la intensidad de los elementos religiosos (Aulet y Hakobyan; 2011, Ostrowski; 2002).

Cánoves (2006) explica que para entender el resurgimiento actual y el uso turístico de las manifestaciones religiosas hay que tener en cuenta los siguientes puntos: los espacios sagrados siempre han existido en las más diversas culturas y épocas y las peregrinaciones son tan antiguas como estos espacios. La significación religiosa y el simbolismo otorgado se puede dar por reconocimiento popular o porque las propias Iglesias reconocen estos espacios como sitios de culto. Actualmente, muchos de estos lugares de peregrinación, son también espacios de atracción turística por configurarse en una nueva experiencia dentro de las tipologías turísticas (Aulet y Hakobyan; 2011, Cánoves; 2006).

A pesar de este posicionamiento, Cánoves (2006) sugiere que este tipo de turismo ha existido desde hace mucho tiempo, caminantes con diversos motivos peregrinaban en pos de saciar su curiosidad, conocer el mundo u obtener alguna cosa material. La diferencia con el fenómeno actual del turismo religioso, es la gran afluencia de turistas que visitan los sitios religiosos, la masividad (Cánoves; 2006, Ostrowski; 2002). Uno de los factores que hacen difícil la separación del turismo y las peregrinaciones es el hecho de que la sociedad actual está mucho más laicizada. Se consumen espacios de ocio multisignificantes y multifuncionales que abarca un gran segmento de tipologías turísticas (Cánoves; 2006).

Interpretando a García (1987), aunque que la dimensión religiosa fundamenta las peregrinaciones, analizarla solo bajo esa mirada, es una forma simplista de abordar este fenómeno. El peregrino es esencialmente un viajero movido por la fe, y la mayoría de las peregrinaciones suelen manifestarse en masa, en un momento determinado. Una masa de viajeros requiere servicios e infraestructura que intercambia por dinero que trae desde su lugar de residencia; este proceso transforma la región receptora. El autor afirma que una ruta peregrina tiene un gran parecido a una ruta turística. Cabe destacar que cuando un centro de peregrinación está localizado en la periferia social y geográfica, el

peregrinaje posee más características que lo relacionan con el turismo. Cuando mayor es la distancia del santuario de la población, más fuertes son los componentes turísticos que requiere el viaje, debido a la necesidad mayor de utilizar infraestructuras y servicios (Ambrosio; 2007).

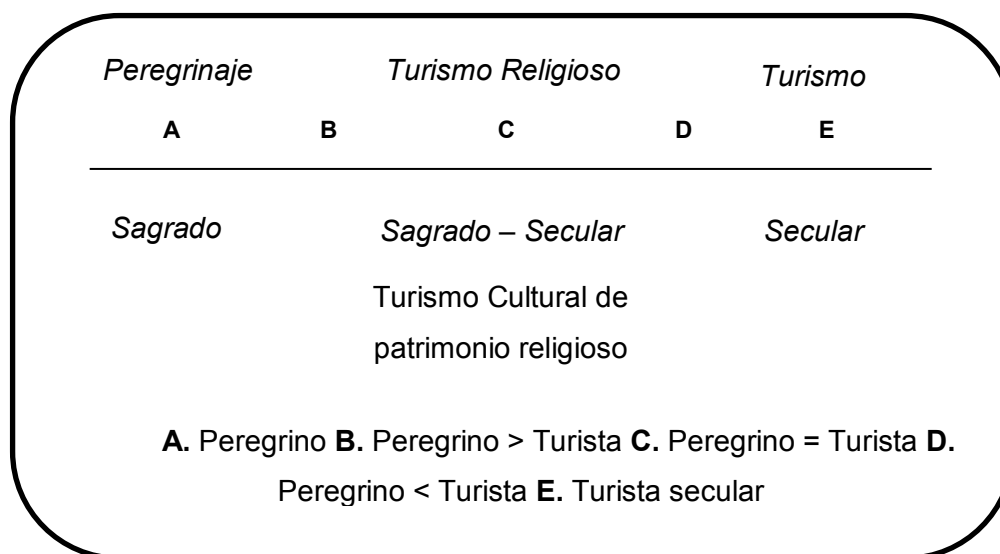
Para Romo (2000) el turismo es un fenómeno moderno, que tiene precedentes en las peregrinaciones históricas, pero estas carecen del carácter hedonístico del turismo, allí radica su principal diferencia, es decir que no tienen como motivo central el placer, sino motivos religiosos o morales. En una posición más determinante, Boyer (2002) afirma que no hay que confundir épocas y civilizaciones, las peregrinaciones son inmemorables y tienen otros significados y sentidos, por lo tanto considera un “abuso del lenguaje” llamar turistas a los creyentes que peregrinan. La peregrinación es un tipo de viaje muy antiguo que es emprendido para llegar a un sitio sagrado con motivos religiosos, está estrechamente vinculada con el culto, la penitencia y la oración. En cambio el turismo religioso es un viaje donde la religiosidad es uno de los elementos principales, pero el destino sagrado se visita como parte de un recorrido, no es el destino final y en general, es una propuesta que requiere menos esfuerzo que la peregrinación (Cánoves; 2006, Ostrowski; 2002). Algunos autores creen que para que un viaje sea considerado una verdadera peregrinación, debe tener un carácter colectivo, ser realizada por un número de personas que posean el tiempo libre y las condiciones para realizarla (Porcal; 2006).

González (2013) citando a Mircea Eliade y su interpretación entre las características del tiempo profano y del tiempo sagrado, considera que las sociedades arcaicas, estructuraban su realidad en torno a lo sagrado, que era lo real. En cambio, en las sociedades modernas, postindustriales y secularizadas, la realidad no posee casi ningún contenido sagrado, de la misma forma el tiempo no se estructura en base a lo sagrado, sino que la experiencia temporal está completamente secularizada. Aun así la autora considera que la división entre el tiempo sagrado y profano continúa existiendo en nuestra cultura solo que como un ‘*río subterráneo*’, y considera, a diferencia de otros autores como Leach y Graburn, que el turismo es parte del ámbito de lo profano y la peregrinación es parte del ámbito sagrado.

Siguiendo en esta línea, González (2013), quien si bien considera que el turista y el peregrino son distintos, ya que el primero está en búsqueda de entretenimiento en su tiempo libre y el segundo se ocupa de cuestiones más elevadas y espirituales, los roles se combinan, es decir que no se es turista o peregrino, sino que, actualmente, se es las

dos cosas a la vez. Esta combinación de roles es producto de la naturaleza de los movimientos actuales, ya que el peregrino igualmente que el turista requiere traslado, alojamiento y alimentación, gastos que son cubiertos con dinero que proviene del lugar de origen. Además, aunque la motivación de un peregrino tenga un fuerte cariz religioso, es probable que desee realizar actividades turísticas durante su estancia, sobre todo si es un destino lejano o con mucho interés patrimonial (Millán et al.; 2010; Porcal; 2006).

Aulet y Hakobyan (2011) y Flores (2011) marcan la diferencia entre turismo y peregrinación describiendo a los peregrinos y a los turistas. El primer grupo se caracteriza por tener por destino final el lugar sagrado, el final de la peregrinación donde realiza el culto a la divinidad y expresa su identidad religiosa. Las prácticas religiosas son la parte más relevante del peregrinaje, las oraciones, la penitencias, la meditación son indisociables de esta práctica. En cambio, para el turista, siendo religioso o no, el santuario es una parte de su recorrido, no el destino final. Su visita se entiende como de carácter profano, donde interesa más la oportunidad de tener nuevas experiencias, saciar la curiosidad o simple divertimento. Esto no excluye que los turistas puedan tener interés religioso o espiritual y participen de las prácticas religiosas. Las autoras Aulet y Hakobyan (2011) citan a Valene Smith, para describir gráficamente la distancia entre el peregrino y el turista, en función de las motivaciones. Este esquema representa dos extremos de un mismo elemento, que va de lo sagrado (cuya expresión es el peregrinaje y el peregrino) a lo secular (cuya expresión es el turismo y el turista). En medio de estos extremos podemos encontrar al turista/peregrino quien realiza turismo religioso.



Fuente: elaboración propia basada en Aulet y Hakobyan (2011)

## La consolidación del concepto Turismo Religioso

---

El turismo, actualmente se divide en numerosas tipologías, algunas más recientes son producto de estrategias de marketing de segmentación por nichos cada vez más pequeños. En función a la definición de turismo elegida, los límites entre las diferentes tipologías se vuelven difusos.

El turismo religioso forma parte de estas nuevas tipologías, forma parte del turismo cultural actual, y surge en respuesta a la búsqueda de nuevas experiencias por parte de los turistas. Comprende actividades turísticas que se vinculan con determinadas prácticas religiosas en destinos con significación religiosa. Ostrowski (2002), señala que el término turismo religioso fue también adoptado en la esfera eclesiástica, no solo en la laica. La Iglesia Católica utilizó para su principal documento para la Pastoral del Turismo, el término en latín *turismus religiosus*. También la Iglesia ha denominado a esta tipología como 'turismo cultural con orientación religiosa' comprendiendo viajes que tienen como objetivo un acercamiento a la divinidad y la comprensión de la vida de los hombre a través de manifestaciones culturales. Entendido de esta forma, esta tipología apunta al patrimonio cultural religioso, que no solo cumple una función estética y simbólica sino también identitaria. Para el autor, el término turismo religioso no es un producto de indagaciones e investigaciones científicas sino el resultado de la observación directa de una realidad existente.

Muchos autores, entre ellos González (2013) y Porcal (2006), consideran que el turismo religioso es una forma de turismo cultural, donde las motivaciones no solo tienen un componente espiritual. Entendido como una tipología turística cultural, el turismo religioso concentra su interés en los recursos materiales e inmateriales vinculados a un espacio y actividades vinculadas a la religiosidad. Comprende visitas al patrimonio material e inmaterial con valor social, histórico, arquitectónico y la participación y asistencia en las prácticas religiosas (González; 2013). Una de las características relevantes del turismo religioso consiste en que el turista que lo realiza tiene tendencia a ser un consumidor más fiel que otro a los destinos que visita, lo que lo convierte en una oportunidad considerable para el desarrollo sustentable de destinos (Robles; 2001). Esto sucede debido a las motivaciones que impulsan al turista religioso y la inexistencia de sustitutos. El turismo religioso es aquella tipología en la cual los turistas buscan el contacto con lo sagrado, y está relacionado con las creencias. Sus manifestaciones

principales son la peregrinación y visitas a santuarios, tumbas, celebraciones, etc. Algunos autores señalan que, aunque el turista experimente una profunda conmoción espiritual, para quedar comprendido en esta definición de turismo religioso debe estar ligado a las creencias religiosas, lo cual es sumamente difícil de determinar, por su carácter subjetivo (Esteve; 2009). Son varios los autores que llegan a la conclusión que en la realidad, los distintos tipos de turismo se superponen y se confunden, cuestión que dificulta enormemente su teorización.

Parellada (2009) explica que la complejidad del término proviene, también, de su composición, los conceptos que lo integran ya son complejos en sí mismos. El autor considera que para algunas personas o instituciones, el término turismo religioso es un concepto 'poco feliz' porque interfiere u otorga otro significado a la sacralidad de las peregrinaciones y porque al inscribirse en la actividad turística se vincula al carácter hedonístico y estético del viaje. Aunque esta posición puede ser radical, se desprende de la consideración de la peregrinación como un fenómeno muy diferente al turismo, cuya creación no es caprichosa ni interesada sino que es resultado de una coyuntura social, económica, política, etc.

# Capítulo III

---

**Patrimonio Cultural y Turismo.  
Alcances y tendencias de las  
Peregrinaciones en la actualidad.**



## Patrimonialización, Patrimonio Cultural y Turismo Cultural

---

La Organización Mundial del Turismo define al turismo cultural como:

*“el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones”* (Romo, 2000, pp. 45).

En esta definición quedan incluidas las peregrinaciones, principal manifestación del turismo religioso, el cual, a su vez, forma parte del turismo cultural, los cuales se relacionan con el patrimonio cultural y religioso principalmente. El patrimonio cultural religioso está compuesto por imágenes, templos, ciudades, creencias, celebraciones, devociones, valores y pensamientos (Fernández; 2010).

El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) en referencia al turismo cultural realiza la siguiente afirmación:

*“El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye (...) a su mantenimiento y protección. (...)”*

*Sin embargo, cualquiera que sea su motivación y los beneficios que entraña, el turismo cultural no puede considerarse desligado de los efectos negativos, nocivos y destructivos que acarrea el uso masivo e incontrolado de los monumentos y los sitios.”* (ICOMOS; 1976, pp. 1).

En esta conceptualización, ICOMOS integra los efectos que genera el turismo cultural y en consecuencia, el religioso. En las Cartas sobre turismo cultural redactadas por este organismo (1976 y 1999), se plantea que para garantizar la protección, preservación y promoción del patrimonio en su uso turístico, es necesario: integrar los valores culturales dentro de los objetivos sociales y económicos, comunicar su significado y la necesidad de su conservación, la cooperación entre los actores sociales involucrados, formar a los especialistas, educar e informar a los turistas, exponer las problemáticas desencadenadas por el turismo masivo para contribuir a la toma de conciencia, etc.

A su vez, en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural de 1999, ICOMOS señala que:

*“El concepto de Patrimonio es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas y es parte integrante de la vida moderna. Es un punto de referencia dinámico y un instrumento positivo de crecimiento e intercambio.”* (ICOMOS; 1999, pp. 1).

Estas definiciones y consideraciones son la base sobre la cual este trabajo aborda al turismo cultural, las tipologías relacionadas, como el turismo religioso, y el patrimonio.

Actualmente, el patrimonio y el turismo se complementan y según Prats, se necesitan. Los destinos más importantes de turismo cultural poseen como atractivos turísticos gran cantidad de patrimonio cultural e histórico. Se presenta de esta forma una dicotomía en los bienes patrimoniales de la sociedad, su uso como reflejo de la identidad, el pasado y el presente y su uso turístico y comercial.

Los sitios con acervo patrimonial, se caracterizan por tener una “*vocación turística*”, es decir una potencial oportunidad de convertirse en un destino turístico. El patrimonio es entendido como un recurso turístico disponible para ser activado. A su vez, el turismo se consolida como una herramienta para la difusión, el acceso y el conocimiento del patrimonio, así como también es una fuente de recursos económicos que permiten protegerlo y conservarlo (Almirón et al.; 2005).

El paso del tiempo, la naturaleza, el genio, la excepcionalidad conforman un pool de patrimonio que contiene todos los elementos potencialmente patrimonializables, a través de la activación (Prats; 1998). El patrimonio cultural no es natural, ni eterno, ni neutro, sino que es una construcción social que sacraliza discursos sobre la identidad de una comunidad a través de referentes patrimoniales, que mediante una relación metonímica se vinculan con una forma cultural percibida. Esta construcción social, existe en todas las

culturas y se fundamenta en cierto pensamiento mágico o religioso que tiende a concebir al patrimonio como sagrado o sobrenatural. Para que estos referentes patrimoniales, ya avalados por la ciencia y el consenso de la comunidad, tengan un efecto social convertidos en patrimonio, deben ser activados o puestos en valor a través de un proceso de selección, ordenamiento e interpretación. Estas activaciones son discursos en sí mismos, son interpretaciones de una realidad (Prats; 2003; 2006). El potencial patrimonial de distintos lugares y objetos son valorizados por la demanda turística actual, resultan atractivos y pueden ser puesto en valor por el turismo mismo (Almirón y Troncoso; 2005).

El patrimonio cultural es, muchas veces, entendido como una herencia, que nos conecta con el pasado, con la historia; pero no es historia, sino un tipo de “*historia procesada*” que se convierte en un producto (Martín de La Rosa; 2003). Siguiendo este pensamiento, Santana (1998) explica que el patrimonio activado está conformado por representaciones de la realidad, pero no es la realidad; es un elemento que junto con otros, construyen identidad de una comunidad, pero no son la identidad misma. Al identificarse con la herencia, la historia, el reconocimiento, asumidos por determinado grupo social, se convierten en una forma de presentación de la comunidad a los *otros* (Santana; 1998). Sin embargo, Almirón y Troncoso (2005) señalan que esta visión del patrimonio como herencia, historia, identidad, legado, pasado, etc., lo conciben como un elemento inmodificable, estático que es recibido y transmitido. Sugieren entonces una visión que no solo relaciona al patrimonio con los conceptos mencionados sino también con el presente, donde el patrimonio se modifica, se interpreta, se recrea.

El proceso de activación del patrimonio ha cobrado importancia a la vez que el turismo transforma a la cultura en un objeto de consumo turístico. No sólo ha cobrado importancia sino que aparece un nuevo tipo de activación cuya motivación es netamente turística y comercial, que se relaciona directamente con los nuevos turistas. Estos procesos de puesta en valor son llevados a cabo por individuos determinados, ya sea el poder político o el turismo, al servicio de ideas, valores e intereses concretos, aunque se pretenda que proyecte la imagen del sujeto colectivo (Prats; 2003). Esta cuestión permite inferir que existen otras versiones de la cultura y la identidad que son silenciadas o quedan de lado en favor a las versiones activadas patrimonialmente (Almirón y Troncoso; 2005).

La patrimonialización de un recurso ya es un proceso de selección en sí mismo, cuando este proceso se lleva a cabo por el turismo, se realiza una segunda selección. Por

esta razón, el turismo puede ser pensado como una actividad que resignifica el patrimonio, construyendo atractividad turística. Cabe destacar que dicho proceso de patrimonialización también es, un proceso social conflictivo, por los actores que participan y sus relaciones, por valorizar una parte del acervo identitario en detrimento de otras, etc. La articulación de este proceso con el turismo podría desencadenar entonces una segunda instancia de conflicto (Almirón et al.; 2005).

Las activaciones patrimoniales pueden dividirse en tres figuras distintas según el referente patrimonial que sea afectado:

- Los *objetos* se activan principalmente a través de museos y colecciones que adquieren significado en relación a otros elementos.
- Los *lugares* (monumentos, espacios naturales, yacimientos, etc.) adquieren su carga simbólica, presentados en la unidad, reafirmando su unicidad.
- Las *manifestaciones* (música, fiestas, celebraciones, gastronomía, etc.) solo existen y se significan en la medida que son representados o reproducidos. Estas manifestaciones son consideradas patrimonio intangible (Prats; 2006).

En función a sus características, su atractividad, localización, etc., el patrimonio es percibido con una mirada integral con dos perspectivas:

- Con el valor sociocultural donde se integran componentes históricos, simbólicos, religiosos, espirituales, estéticos.
- Con el valor económico donde se integran bienes y servicios, los valores de uso y cambio (y los que no lo poseen por su contenido) (Cammarata; 2006).

El patrimonio tiene distintos usos, uno de los más extendidos, es el político, seguido por el uso turístico, mediante el cual el patrimonio ingresa al mercado. En zonas no turísticas, el patrimonio cumple funciones identitarias y de mejora de la calidad de vida (Prats; 2003). Si bien el objetivo principal del uso del patrimonio debería ser la conservación, muchas veces es desplazado por otros objetivos, como el consumo. Sin embargo, esto no necesariamente es malo, numerosos ejemplos muestran que la utilización comercial del patrimonio es uno de los usos que mejor permite conservarlo y rehabilitarlo. El precio a pagar, a veces es alto, puede suponer desde la desvinculación con la comunidad con la cual conserva valores identitarios hasta la prohibición de visita (Santana; 1998).

Prats (2006) también afirma que el patrimonio se vincula con el turismo directamente a través de la introducción del primero en el mercado mediante el consumo turístico. Esta relación no solo cambia los objetivos, sino que introduce cambios en las activaciones: el éxito de las mismas se basa en la aceptación que tenga el público que la consume, en el número de visitantes que atrae, y los discursos de las activaciones se ajustan a los estereotipos dominantes que traen los visitantes y no al contexto social de la comunidad. Los lugares solo cobran valor como atractivos turísticos en función a la coincidencia y la respuesta a las demandas de los turistas, no importa cuán únicos, excepcionales o destacados sean los recursos de un lugar, la valorización turística no se producirá si no se condice con las exigencias de la demanda (Almirón et al.; 2005; Bertonecello; 2002). Si bien el uso turístico del patrimonio conserva un componente simbólico, esto no es igual a las características identitarias que le dieron origen. Esto sucede porque quien “vende” el patrimonio al turismo selecciona la interpretación más rentable, la más comprensible en función de la imagen estereotípica y preconfigurada que poseen los consumidores. Por esta razón, el patrimonio debe ser recreado para el turismo, adecuado, acompañado de una “escenografía” que le dé contexto y en casos extremos y contados, es espectacularizado (Santana; 1998).

Algunas definiciones de patrimonio son muy abarcativas, dan la sensación de que todo es susceptible a convertirse en patrimonio cultural y por lo tanto, convertido en un producto turístico más para turistas en búsqueda de nuevas ofertas. Este consumo turístico se centra en cuestiones de orden estético y no tanto en el conocimiento, es lo que Urry llamó “*romantic tourist gaze*”, actitud frecuente en los turistas culturales (Martín de La Rosa; 2003).

Existen algunos problemas que Prats (2003) señala en relación al turismo y el patrimonio. Uno de ellos, tiene que ver con la debilidad teórica y metodológica en la gestión y elaboración de proyectos turísticos-patrimoniales. Otra cuestión a remarcar es el desconocimiento y tensión entre el sector turístico y el sector patrimonial, lo cual dificulta el trabajo conjunto.

El patrimonio de cualquier tipo, sirve al turismo a efectos de enriquecer la oferta, crear imágenes, posicionar el destino, contribuir a la desestacionalidad, etc. pero para que esto suceda el patrimonio debe conjugar la dimensión lúdica del turismo con su dignidad (Prats; 2003). Haciendo esta reflexión en sentido contrario, Almirón y Troncoso (2005) explican los aspectos positivos que brinda el turismo al patrimonio:

- El turismo posibilita la difusión, la visibilidad, promoción el acceso y el conocimiento de los atractivos valorizados patrimonialmente.
- El turismo es una vía que genera ciertos recursos económicos utilizados para la protección, conservación y gestión del patrimonio.
- El turismo es una actividad que activa patrimonio y logra el desarrollo del contexto en el cual está inserto.

No se puede negar que el turismo significa para el patrimonio ingresos que permiten conservarlo, vitalidad e importancia política, pero no por estas razones el patrimonio debe ser objeto de una mercantilización intensiva que genere una trivialización de los discursos patrimoniales, que sería perjudicial incluso para el turismo. La posición natural del turismo en relación al patrimonio debería centrarse en el marketing (Prats; 2003).

El turismo y las actividades de los turistas pueden ser una oportunidad para los bienes patrimoniales, pero también pueden verse afectados por amenazas como la masificación, la pérdida de autenticidad, las resistencias a la reinversión de los beneficios obtenidos por el turismo, etc. Al referirse a la gestión turística del patrimonio cultural, se ponen en contacto dos sectores muy diferentes como es el turismo y el patrimonio, sus referencias, valores y principios difieren. Esta situación se complica aún más si tenemos en cuenta que ambos atraviesan rápidas transformaciones, tiene prioridades distintas y existe poco trabajo conjunto. Basándose en las divergencias y complicidades de McKercher y Du Cros, Velasco (2009) muestra la comparación entre el patrimonio cultural y el turismo:

### *Divergencias*

	<b>Patrimonio Cultural</b>	<b>Turismo</b>
<i>Fines</i>	Búsqueda de beneficios sociales	Búsqueda de beneficios económicos
<i>Actores principales</i>	Sector público	Sector privado
<i>Destinatarios</i>	Consumidor cultural	Turista consumidor

<i>Bienes de patrimonio</i>	Valioso para la comunidad, representación del patrimonio tangible e intangible	Valioso para los turistas como producto o actividad que completa el interés de un destino
<i>Gestión de dichos bienes</i>	Valor de existencia, se conserva por sus valores	Valor de consumo, se consume por su apariencia

Fuente: Velasco González; 2009

## Complicidades

	<b>Patrimonio Cultural</b>	<b>Turismo</b>
<i>Fines</i>	Incorporar criterios económicos para garantizar supervivencia	Necesidad de diversificar productos para garantizar la competitividad
<i>Actores principales</i>	Comienza a articularse un subsector privado	Comienzan a valorarse las políticas públicas que buscan sostenibilidad
<i>Destinatarios</i>	Se busca ampliar los públicos	El perfil del turista se diversifica
<i>Bienes de patrimonio</i>	Otros valores entran en disputa: eficacia de la acción pública	Otros valores entran en disputa: conciencia de escasez
<i>Gestión de dichos bienes</i>	Comienzan a implementarse otros usos: educación, ocio. Se requieren nuevas formas de gestión.	Crece el interés por la cultura. Se buscan nuevas formas de cooperación

Fuente: Velasco González; 2009

## Turistificación, Mercantilización y Consumo Turístico

---

Las religiones desde sus inicios, dejan huellas en la sociedad, en la cultura, en la naturaleza, a través de creencias, pensamientos, sentimientos y también de imágenes, santuarios, fiestas, peregrinaciones. Estas huellas pasan a formar parte del patrimonio cultural, por esta razón, la religión se convierte en una encrucijada entre el patrimonio, las creencias y el turismo donde se entrecruzan a su vez intereses, conflictos, tensiones pero también oportunidades.

El patrimonio religioso no solo se relaciona con la identidad, la fe, la herencia y la cultura sino también con el turismo y el consumo, la lógica de mercado y los productos turísticos. Se presupone que el patrimonio como identidad no es ni lo auténtico, ni lo ideal o lo positivo, y el patrimonio como producto turístico no es ni lo inventado, ni lo banalizado o lo negativo, son situaciones relativas (Fernández; 2010).

Siguiendo este pensamiento, Cánoves y Blanco (2011) señalan que las peregrinaciones y las visitas a los lugares sagrados se han convertido en atractivos turísticos, los cuáles son elementos patrimoniales que han sido valorados por la actividad turística. Los turistas religiosos y los peregrinos tienen contacto con bienes patrimoniales, tangibles e intangibles que se relacionan con la fe, pero también con el consumo. Las autoras enfatizan que el turismo religioso es una expresión de comercialización de la cultura, de la religión y la devoción popular, pero esto no necesariamente significa la pérdida de su sentido y significado.

La combinación turismo y patrimonio suele ser productiva y beneficiosa para todos los actores involucrados, sin embargo, muchas veces esta relación entra en conflicto. Es importante comprender que no son conceptos totalitarios y estáticos, dependen de su contexto y de la gestión. El patrimonio es identidad y es también turismo, la religiosidad es fe pero también es consumo, los peregrinos son consumidores y el turista es creyente y respetuoso, el turismo es teatralización, espectacularización y recreación pero también es fuente de empleo y supervivencia del patrimonio (Fernández; 2010).

El turismo cultural y por extensión el turismo religioso han generado mayor interés en el último tiempo producto de un nuevo turista que busca nuevos espacios y experiencias (Almirón y Troncoso; 2005, Cánoves, 2006, Martín de La Rosa; 2003, Romo; 2001) y de la expansión de la oferta hacia nuevos productos (Almirón y Troncoso;



2005). Los sitios sagrados se han convertido en un punto de encuentro de curiosos turistas y devotos peregrinos, cuestión a la que ha contribuido la comercialización de la religión y la marketinización de manifestaciones de fe, como podría ser el ejemplo de los souvenirs (Cánoves y Blanco, 2011). El turismo religioso es un producto más dentro del consumo turístico en torno a la búsqueda de cultura y significados espirituales convertidos en atracción turística, que se vincula con los procesos de laicización de las manifestaciones religiosas (Aulet y Hakobyan; 2011). A su vez Fernández (2010), considera que este mayor interés en la cultura por parte de los turistas, se relaciona con el fenómeno de la globalización, que tiende a la universalización de la cultura (Martín de la Rosa; 2003). Este proceso conlleva a que la protección, la conservación, la interpretación y la presentación del patrimonio y la diversidad cultural se vuelva un desafío para las comunidades receptoras (ICOMOS; 1999).

Los actores más importantes de la globalización son: la información, el turismo y el consumo (Dachary y Arnaiz; 2003) que definen los rasgos más representativos de este proceso y se manifiestan en torno al desarrollo de tecnologías en general y de las tecnologías de la comunicación en particular, la consolidación de una cultura internacional popular, los movimientos migratorios masivos y aumento de la dependencia entre los países. También surgen algunas consecuencias graves de este proceso como el aumento de la pobreza, el daño al medioambiente y conflictos transculturales. Dentro de la cultura globalizada, además de darse procesos como la unificación, estandarización y mercantilización, se resignifica la tensión entre cultura de elite y cultura popular, a favor de la tensión entre informados y entretenidos (García Canclini; 2006).

El turismo se consolidó como una de las actividades más representativas del proceso de globalización. Frente a este proceso las diferentes sociedades ven la necesidad de redescubrir y fortalecer su identidad. En esto, el turismo cultural puede cumplir el papel de estimulante para la valorización y recuperación de la cultura en función a la identidad, actuando como un inhibidor de los efectos que homogeneizan la cultura. También, esta tipología turística contribuye a la concientización sobre la preservación del patrimonio, manteniendo su valor identitario que lo individualiza (Toselli; 2006).

La globalización tiene un doble efecto que puede resultar paradójico. Por un lado, es un fenómeno que produce cambios territoriales, genera homogeneización, estandarización y occidentalización. Por otro lado, aproxima sociedades, culturas y grupos promoviendo y fortaleciendo el valor individual, conjugando valores globales y valores

locales a través de la integración. El turismo, siendo un componente de la globalización contribuye a la interacción entre culturas; pero también, en este contexto, el turismo genera mecanismos de artificialidad y espectacularización de los recursos patrimoniales para el consumo masivo (Diniz y Mosquete; 2010).

La complejidad que muestra el mundo globalizado hace que el rol de los organismos internacionales tengan un papel vital en relación a la protección y conservación del patrimonio a través de su accionar y de normas, límites, recomendaciones producto convenciones, congresos y reuniones con sus correspondientes cartas y declaraciones, por ejemplo: ICOMOS 1976-1999 sobre el turismo cultural, ICOMOS 2008 sobre itinerarios culturales, etc. (Toselli; 2006).

Algunos autores consideran que el turismo actual, en consonancia con la globalización y siguiendo la lógica del capital, es una actividad expansiva que modifica, revalora, transforma, resignifica los espacios en los cuales se inserta, con una finalidad clara de consumo. Las formas culturales no están exentas del impacto transformador del turismo, por ello, las expresiones culturales que antes formaban parte de la formulación identitaria de determinada comunidad ahora se ven sujetas a funciones que poseen carácter consumista y mercantil. De esta forma, a través de la acción del turismo, el patrimonio cultural adquiere nuevos significados (Zúñiga; 2014).

Muchos de los espacios turísticos actuales, cumplieron o cumplen otras funciones que conviven con la turística, como puede ser el caso de las peregrinaciones y los santuarios. Estos lugares se ven transformados por el uso turístico y no solo aumenta el número de personas que lo utilizan sino que también hay cambios en los significados, el espacio y en la presión sobre el patrimonio. El turismo muchas veces significa una ocupación del espacio, que puede resultar perjudicial, ante esta situación, es desafío es mantener las funciones anteriores, a la vez que se acondiciona el entorno para el turismo (Romo; 2001). Muchos destinos de peregrinación, sobre todo grandes destinos turísticos como Roma o Jerusalén, son espacios donde las funciones religiosas, turísticas y civiles conviven (Porcal; 2006). Cada vez más espacios considerados sagrados se transforman en lugares polivalentes y multifuncionales donde se desarrollan y conviven visitantes que realizan diversas actividades de ocio, fe, naturaleza o cultura.

Continuando con este pensamiento, Zúñiga considera que el patrimonio cultural entendido como un atractivo turístico se ve afectado por mecanismos que lo

“espectacularizan, teatralizan o simplemente lo convierten en souvenir”. Esto contribuye a la descontextualización y resignificación del patrimonio, y se acelera la tendencia a la artificialización. Para comprender este proceso, el autor desarrolla los conceptos de:

- Turistificación del patrimonio, entendido como un proceso mediante el cual se transforma un bien (histórico, cultural, natural, etc.) en un producto de valor para el mercado turístico.
- Mercantilización, proceso unido y consecuencia de la turistificación, donde el bien adquiere características para ser comercializado, se transforma en una mercancía al ser comprado y vendido en el mercado.

Hay que tener en cuenta que estos procesos donde los espacios y bienes de la cultura son objetivados para ser consumidos en el mercado, no consisten un simple intercambio de productos y servicios a cambio de dinero, sino que las personas involucradas no son pasivas sino que son agentes activos (Zúñiga; 2006). En los destinos y lugares donde se impulsan iniciativas de turismo religioso, los impulsores (sea la Iglesia o cualquier otro actor) deben ser conscientes de que deben garantizar que los sitios sagrados estén disponibles y preparados para formar parte de un producto turístico (Millán et al.; 2012).

Para que un recurso se convierta en un producto turístico no solo debe atravesar un proceso de activación patrimonial y apropiación turística, sino que se debe ofrecer al turista que lo consume un conjunto de utilidades funcionales, que satisfacen necesidades básicas, y utilidades psicológicas, que se relacionan al valor simbólico. Al recurso original, entendido como la base sobre la cual se desarrolla el turismo, debe dotárselo de una serie de servicios y equipamientos que permitan al turista cubrir sus necesidades y disfrutar de los atractivos. Esta sumatoria da como resultado un producto turístico, que puede ser definido entonces, como:

*“una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones”* (Altés; 1995, pp.34).

El turismo es un fenómeno socioeconómico, entendido como una mercantilización del tiempo libre que se encuentra en constante transformación por causa de las

exigencias de la demanda y la competitividad, tiene implicancias territoriales, económicas, sociales y revaloriza el territorio. A su vez, requiere ciertas condiciones para utilizar y apropiarse del territorio. A este acondicionamiento se lo denomina *turistificación*, una cadena de procesos que donde se produce, se transforma, se apropia y se consolida el territorio (Cammarata; 2006) transformándolo en un territorio turístico, que tiende a ser cada vez menos nacional y más mundial. Podemos comprender al territorio turístico como:

*“como la yuxtaposición de elementos materiales y relaciones simbólicas que se proyectan en un espacio geográfico y condicionan los flujos de visitantes”* (Diniz y Mosquete, 2010, pp. 5).

Se producen nuevas territorialidades cuando el turismo se apropia, interviene en las relaciones sociales, provoca cambios en las dinámicas de la población local y proporciona la redefinición de los usos de los territorios. Por esta razón el turismo se consolida como un factor de cambio cultural a través de la readaptación de los contenidos simbólicos para responder a las necesidades de la demanda (Diniz y Mosquete; 2010). Para apropiarse de los territorios la producción turística depende de la acción conjunta de un sistema de actores, un sistema de imágenes (preconceptos y percepciones previas del turista) y un sistema de espacios, entendido como un territorio con ciertos bienes patrimoniales y servicios. El territorio turístico se arma, se adorna, se recrea para el mercado, en función a las intenciones y las tipologías turísticas transformándose en *“símbolos de consumo y focos de atracción social”*, donde aparece la mercantilización junto con otros procesos de intercambio cultural y social. (Cammarata; 2006).

Al tiempo que los lugares se transforman en mercadería de consumo turístico y son modificados por este proceso, se reducen los lazos de afectividad y relación con los residentes cambiando sus actitudes hacia las cuestiones cotidianas y a las tradiciones culturales. Cuando el consumo turístico provoca una especialización del territorio, que algunas veces se traduce en artificialidad y espectacularización de los elementos constituyentes del territorio, se establece una nueva relación entre comunidad y territorio híbrido. Esta situación puede conducir a conflictos dentro de la red de actores sociales que interactúan (Diniz y Mosquete; 2010).

El patrimonio cultural entendido como un producto turístico, susceptible a ser vendido y comprado, ingresa en el ámbito del consumo. Prats (2006) sugiere que el

patrimonio, dentro los motivos de compra turísticos, tiene un lugar privilegiado, por esta razón, el autor señala dos tipos de consumo turístico del patrimonio:

- El *patrimonio es el motivo de compra turística principal*, entendido como turismo cultural, donde los resultados turísticos se estructuran en función de la capacidad de atracción del patrimonio, la facilidad de acceso y cercanía con los centros emisores de turistas. El destino deberá contar con infraestructura turística, oferta complementaria, comercialización y promoción.
- El *patrimonio es secundario en el motivo de compra* y dependen de la posición que tengan en los flujos turísticos en los que están inmersos, los cuales están interesados en otro atractivo distinto y el atractivo cultural es complementario. En esta modalidad los resultados turísticos dependen del tiempo y dinero de los turistas, la cercanía con el atractivo de compra principal, los intereses particulares, etc.

Aunque las diferencias entre ambas modalidades son significativas y radican en la percepción del patrimonio y las dinámicas sociales, son fácilmente combinables por los turistas, como podría ser el caso de visitar París y Euro Disney en un mismo viaje (Prats; 2006).

En línea con este pensamiento Prats (2006) señala una serie de tres supuestas situaciones donde la turistificación y mercantilización turística puede acarrear problemas para la comunidad en relación al patrimonio, sobre todo vinculados a la identidad:

- Cuando el retorno económico y los flujos turísticos se ubican por debajo de los números esperados por la comunidad.
- Cuando la capacidad de carga es superada y las incomodidades percibidas son mayores que los beneficios del turismo.
- Cuando se produce una banalización excesiva del patrimonio. Si bien, el patrimonio no es identidad, contiene un componente de sacralidad para la comunidad, se prestan al uso turístico pero no a la profanación.

## Actualidad del Turismo Religioso

---

La unión conceptual que provoca el término turismo religioso, está compuesta por dos conceptos, turismo y religión, que ya poseen gran complejidad y polivalencia en sí mismos. El encuentro de dos sectores, que en principio parecerían antagónicos, genera tensiones entre sus principales exponentes. En general, esto se debe a un desconocimiento recíproco de las opiniones y valores, los preconceptos y prejuicios y la falta de trabajo conjunto.

Los sitios y lugares sagrados, las religiones y las creencias son un rasgo de la humanidad, todos los países y culturas del mundo poseen un sistema de creencias, fuentes de sacralidad o rituales. No necesariamente esto está sujeto a una religión institucionalizada, a un ser superior o a una fuerza sobrenatural, hoy más que nunca las personas viven su espiritualidad de las más diversas formas. Esta condición hace que *lo sagrado* se encuentre en los más diversos espacios según la persona y su contexto.

A pesar de la tendencia mundial a la secularización y laicización, hay un renacimiento de lo místico, de lo esotérico y lo religioso en todas las culturas. En este contexto, el turismo religioso se convierte en un producto de interés cultural e importante para el desarrollo económico de las regiones, sobre todo de países no desarrollados. Una de las características más relevantes de esta tipología es que suele fortalecerse en periodos de crisis económicas y el turista religioso es más fiel al destino que cualquier otro tipo de turista (Millán et al.; 2011).

Todas las culturas tienen elementos representativos de su espiritualidad, que por ser reflejo de su identidad, su pasado y su presente, son elementos potenciales para ser valorizados. Muchas veces, el valor estético, histórico, cultural, representativo, la unicidad o la genialidad hace de las manifestaciones de espiritualidad y fe de las distintas creencias sean un foco de interés por la actividad turística. Esto suele suceder mayormente con las religiones institucionalizadas, no solo porque pueden ser la representación directa de la fe del turista, sino porque suelen tener mayor organización en la recepción de visitantes, poseen discursos fuertemente consolidados a lo largo de los siglos y gran cantidad de patrimonio tangible e intangible. Cuando el turismo se apropia de los sitios religiosos, se desencadenan procesos que modifican el patrimonio y el

territorio en el cual están insertos, cuestión que tiene aspectos positivos y aspectos negativos.

La peregrinación, actualmente, al igual que el turismo, tiene un carácter polivalente y multifuncional, se convierte en una de las principales expresiones del turismo religioso. Los peregrinos se mezclan con los turistas, utilizando la misma infraestructura y los mismos servicios, compartiendo el viaje. Si bien la mayoría de los posicionamientos coinciden en que las motivaciones son la fuente de diferenciación entre el turista y el peregrino, estas, y sobre todo las relacionadas con la espiritualidad, son muy difíciles de definir y detectar, lo que determinaría una cierta obsolescencia como elemento diferenciador.

Actualmente, el turismo religioso entendido como una forma de turismo cultural ha demostrado ser una tipología que genera gran interés en el nuevo turista en búsqueda de nuevos productos y experiencias. A su vez, en los últimos años también ha suscitado interés para la comunidad académica y los organismos internacionales, donde los temas principales suelen estar relacionados con la implicancia del turismo en la religión y el patrimonio cultural religioso, los impactos, las actitudes de los turistas y las definiciones conceptuales (turista-peregrino, turismo-peregrinación). Señal de esto son la creación de comisiones, grupos, eventos, congresos, convenciones, reuniones como:

- Conferencia Internacional de la OMT sobre Turismo, Religiones y Diálogo entre Culturas, Octubre 2007, en Córdoba, España.
- Congreso Internacional de Turismo Cultural Religioso en Abril del 2008 en Pova de Varzim, Portugal.
- VII Congreso Mundial de la Pastoral del Turismo en Abril del 2012, en Cancún, México (y sus anteriores ediciones).
- I Conferencia Internacional de la OMT sobre Turismo Espiritual para el Desarrollo Sustentable, Noviembre 2013 en Ninh Binh, Vietnam, donde se adoptó la *Declaración de Ninh Binh sobre Turismo Espiritual*.
- I Congreso Internacional de la OMT sobre Turismo y Peregrinaciones en Septiembre del 2014, en Santiago de Compostela. España, donde se adoptó la *Declaración de Santiago de Compostela sobre Turismo y Peregrinaciones*.

- Conferencia Internacional de la OMT sobre Patrimonio Religioso y Turismo: tipos, tendencias y desafíos, realizado en Noviembre del 2014 en Elche, España, donde se adoptó la *Declaración de Elche sobre Patrimonio Religioso y Turismo*.
- Conferencia Internacional de Turismo Religioso en Junio de 2015 en Belén, Palestina, donde se adoptó la *Declaración de Belén sobre el Turismo Religioso como un medio para fomentar el desarrollo socioeconómico de las comunidades anfitrionas*.

En Argentina:

- Jornadas Internacionales de Santuarios y Turismo Religioso en Luján en Diciembre de 2012, en Luján, Argentina.
- VIII Encuentro Argentina de Turismo Religioso en Junio de 2015, en San Luis, Argentina (y sus anteriores ediciones).
- XI Congreso Internacional de Turismo Religioso y Sustentable: La huella de los jesuitas en la actividad turística de América en Septiembre de 2015 en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina (y sus anteriores ediciones).
- Creación de la Comisión Federal de Turismo Religioso en Enero de 2016

## Turismo Religioso - Perspectiva Mundial

---

Los destinos de turismo religioso en el mundo son muy heterogéneos entre sí. Las variables que los diferencian son muchas, algunas son características de esta tipología como: el tipo de religión profesada, el rol del sitio para dicha religión, el sincretismo, la afluencia de creyentes de otras religiones, el tipo de fenómeno o momento histórico que le otorga sacralidad, etc.; y otras variantes que son generales de todas las tipologías turísticas como: el flujo de visitantes, la ubicación geográfica, la economía del país al que pertenece, la cercanía con otros destinos, la oferta complementaria, la cercanía con los centros emisores de turistas, etc.

Las estadísticas generales de esta tipología no existen, sin embargo, se pueden obtener datos de los destinos puntuales para tener una idea general de la afluencia de visitantes. La tendencia de la afluencia de visitantes a los destinos religiosos se muestra siempre en constante crecimiento. La OMT calcula que el 20% de los turistas mundiales, entre 300 y 330 millones, se desplazan anualmente a lugares santos en todo el mundo, de



los cuales el 40% ocurren en Europa. Hosteltur, calcula que este movimiento genera un impacto económico de unos 13 millones de euros anuales (alrededor de 15 millones de dólares) (Melgar; 2011). Los destinos mundialmente más representativos de esta tipología turística, por cantidad de llegadas, influencia religiosa e importancia histórica son los siguientes:



Mapa de los destinos más representativos del Turismo Religioso a nivel mundial. Elaboración propia.

### - **Jerusalén**

Capital actual de Israel, fuente de grandes disputas con Palestina, una de las ciudades más antiguas, declarada Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1981. Es sitio sagrado para las tres grandes religiones monoteístas (Cristianismo, Judaísmo e Islam) cuestión que históricamente ha generado conflictos y tensiones.

Actualmente la Ciudad Vieja de Jerusalén se divide en cuatro barrios: Judío, Cristiano, Musulmán y Armenio. Esta ciudad es la tercera ciudad sagrada para los musulmanes, después de Meca y Medina, se presupone que es el lugar donde Mahoma ascendió al cielo, por esta razón fue el lugar hacia donde oraban los primeros musulmanes. Allí se encuentra la explanada de las mezquitas, donde está la cúpula de la Roca. Para la comunidad judía, Jerusalén es la ciudad más sagrada, es donde el Rey

David estableció la capital del Reino de Israel y donde se encuentra el Muro de las Lamentaciones, parte de las ruinas del templo de Salomón. Para la religión cristiana, este fue el lugar donde vivió, predicó, fue crucificado y resucitó Jesús. Los lugares más importantes para los cristianos son la Iglesia del Santo Sepulcro, el Cenáculo, donde fue celebrada la última cena, la vía dolorosa, la Iglesia de Santa Ana, donde se presume nació la Virgen María y la iglesia de la Natividad y ruta de peregrinaje a Belén, declarados patrimonio de la humanidad en 2012.

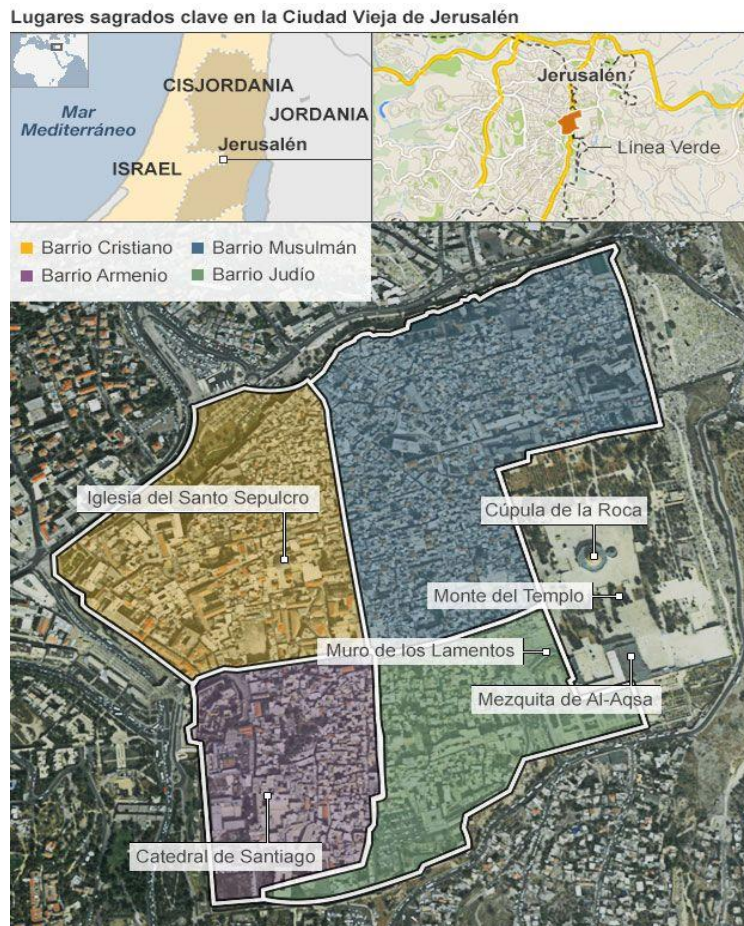
Todas estas condiciones hacen que Jerusalén sea llamada Tierra Santa y considerada por antonomasia el destino principal del turismo religioso mundial. Al ser una encrucijada de religiones y zona de conflictos geopolíticos, los flujos turísticos de Jerusalén se ven alterados periódicamente. Un ejemplo de esto es lo sucedido en 2014, la Operación Margen Protector, llevada a cabo por el Gobierno de Israel en Gaza, redujo fuertemente el flujo de turistas, debido principalmente a que muchos países cancelaron los vuelos a la zona por peligro de ataques con cohetes. Sin embargo en 2015 mostró una recuperación del 40% y según la Oficina Central de Estadísticas de Israel se registraron llegadas por 3.1 millones de turistas.<sup>6</sup>



Muro de las Lamentaciones y Cúpula de la Roca, sitios sagrados para el judaísmo y el Islam respectivamente. Fuente: [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com)

---

<sup>6</sup><http://www.telam.com.ar/notas/201602/137858-expectativas-de-israelies-y-palestinos-para-recuperar-turismo-pascuas.html>



Ubicación geográfica. División religiosa por barrios de la Ciudad Vieja de Jerusalén. Fuente: [www.bbc.com](http://www.bbc.com)



Iglesia del Santo Sepulcro, sitio sagrado para los cristianos. Fuente: [www.elnuevoherald.com](http://www.elnuevoherald.com)

## - Roma y Ciudad del Vaticano

Roma es la capital actual de Italia, conocida como la “Ciudad Eterna”, con una gran importancia histórica, artística, política, cultural, cuyo Centro Histórico fue declarado en 1980, Patrimonio de la Humanidad, junto con los bienes de extraterritorialidad del Vaticano, y fue ampliado en 1990. Es la antigua capital de uno de los imperios más importantes e influyentes del mundo. En Roma se encuentra la Ciudad del Vaticano, el país más pequeño del mundo, declarado en 1984 Patrimonio Mundial de la Humanidad. Esta ciudad estado contiene a la Santa Sede, la institución más importante de la religión católica.

La ciudad de Roma y del Vaticano no solo son uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, sino que generan una gran atracción para los turistas religiosos, particularmente de los que profesan la religión católica. Allí se encuentran las basílicas e iglesias más importantes para la fe católica, y lugares sagrados como la Tumba de San Pedro en el Vaticano. Italia se ubica en el quinto puesto de llegadas internacionales turísticas con 48,6 millones en 2014 (OMT; 2015), y la región del Lazio, donde Roma está ubicada recibió en 2014, 6.758.348 millones de turistas (Agenzia Nazionale Del Turismo; 2015)<sup>7</sup>.



Piazza San Pietro, Ciudad del Vaticano. Fuente: [www.abc.es](http://www.abc.es)

<sup>7</sup> <http://www.enit.it/it/studi.html>



Vistas de Roma. Fuente: [www.hayaperegrinaciones.com](http://www.hayaperegrinaciones.com)



Castel Sant'Angelo. Fuente: [www.angelidemoniroma.wordpress.com](http://www.angelidemoniroma.wordpress.com)

## - Kumbh Mela

Es conocido como la peregrinación y festival religioso más grande del mundo, se calcula que atrae alrededor de 24 millones de peregrinos (Denis y Frachon; 2009), dura alrededor de 50 días y ocurre cada cuatro años en las ciudades inmortales: Allahabad, Nasik, Ujjain y Haridwar ubicadas en la India. Pero el más relevante ocurre cada 12 años en la ciudad de Allahabad (donde los hindúes creen que fue creado el universo) en Uttar Pradesh (estado donde también se encuentra la ciudad sagrada de Benarés y Agra, donde está ubicado el Taj Mahal), en la confluencia y sobre los bancos de los ríos sagrados Ganges, Yamuna y Saraswati. Consiste en una peregrinación antigua (600 a.C), y es el evento más sagrado para los hindúes con origen en la mitología hindú. Consiste en sumergirse al agua de los ríos sagrados, que en ese momento se han transformado para contener el néctar de la inmortalidad obtenido por los dioses, cuya finalidad es garantizar la salvación. También se realizan procesiones encabezadas por los sadhus (hombre santos hindúes), elefantes, caballos, camellos, carrozas y música.



Ritos del día del baño Makar Sankranti en el río Ganges en Allahabad, 2013. Fuente: [www.theatlantic.com](http://www.theatlantic.com)



Naga Sadhus (hombres sagrados hindúes) durante el rito del baño en el río Ganges, 2015. Fuente: [www.euronews.com](http://www.euronews.com)



Mujeres hindúes realizando el rito del baño en el río Ganges. Fuente: [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com)



Kumbh Mela 2016. Fuente: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

#### - Hajj

Hajj significa en árabe peregrinación, puntualmente la que realizan los musulmanes a la Meca en Arabia Saudita, ciudad donde nació Mahoma. Es el sitio donde se encuentra la Kaaba, hacia donde todos los musulmanes actuales orientan sus rezos. Esta peregrinación es el quinto de los cinco pilares del Islam, esto quiere decir que es una obligación moral que cada musulmán debe realizar en su vida, si su salud y economía lo permiten. Se realiza por cinco días, durante el último mes del calendario lunar musulmán, el “mes de la peregrinación”. Los rituales que se realizan son distintos desplazamientos hacia lugares santos de la ciudad, rezos grupales, rodear siete veces la Kaaba (rito conocido como el Tawaf), sacrificios de animales, lanzamiento de piedras hacia un muro que representa al diablo e intercambio de regalos. Quienes han realizado el Hajj, son llamados Hajjis, título honorífico que suele llevarse delante del nombre de pila a modo de demostrar el cumplimiento del ritual.

En el último tiempo debido a la masividad de la afluencia de peregrinos y el exponencial crecimiento de la comunidad musulmana global, el gobierno Saudí limita el número de peregrinos admitidos por país. La infraestructura resulta cada vez más insuficiente, cuestión que obliga al gobierno no solo a aplicar límites sino a reformar



continuamente las zonas rituales. Cada país tiene derecho a enviar 1000 peregrinos por cada millón de musulmanes que posea, es una medida fuertemente regulada por los países de origen y Arabia Saudita. Los países que mayor cuota de peregrinos posee son Pakistán, India, Indonesia y Bangladesh. Se calcula que en 2013, 3.1 millones de personas realizaron el Hajj<sup>8</sup>.

En los últimos años, se han producido estampidas mortales en las zonas rituales, la cantidad de peregrinos (de distintas nacionalidades e idiomas) forman una masa en movimiento sobre una infraestructura deficiente. En 2015 se produjo una de las más grandes estampidas, dejando un saldo de 700 muertos<sup>9</sup>.

La Meca es una ciudad que vive de la afluencia de peregrinos para el Hajj y del turismo el resto del año. Se calcula que anualmente recibe 14 millones de visitantes. El gobierno saudí calcula que en 5 años, la cifra de peregrinos se disparara hacia los 30 millones.



Peregrinos musulmanes rezando conjuntamente en la Mezquita Haram, en La Meca. Fuente: [www.britannica.com](http://www.britannica.com)

<sup>8</sup><http://www.ibtimes.com/what-hajj-2015-11-facts-you-should-know-about-annual-muslim-pilgrimage-2102497>

<sup>9</sup>[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150925\\_meca\\_tragedia\\_estampida\\_que\\_sabemos\\_ac](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150925_meca_tragedia_estampida_que_sabemos_ac)



Peregrinos musulmanes realizando el Tawaf, rito de rodear la Kaaba, en la Mezquita Haram, La Meca.  
Fuente [www.britannica.com](http://www.britannica.com)



Peregrinos musulmanes reunidos en el Monte Arafat, Arabia Saudita, rito que forma parte del Hajj.  
Fuente: [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)

## Turismo Religioso - Perspectiva Cristiana

Las estadísticas de los centros religiosos más importantes para la religión cristiana muestran una gran afluencia de visitantes, cabe destacar que no son estadísticas oficiales y pueden diferir según las fuentes. Se calcula que Roma y la Ciudad del Vaticano reciben alrededor de 7 millones de visitantes anuales, Lourdes (Francia) 6 millones, Fátima (Portugal) 7 millones, Częstochowa (Polonia) entre 4 y 5 millones (Millán et al.; 2012) y Guadalupe (México) 15 millones de visitantes (Denis y Frachon; 2009). Los santuarios marianos son una gran fuente de atracción de turistas y peregrinos. Es importante destacar que a pesar de la predominancia de destinos de turismo religioso en Europa, Latinoamérica se configura como un espacio profundamente religioso, donde viven más de la mitad de los cristianos del mundo. La práctica de la religión católica en Latinoamérica posee fuertes rasgos populares y sincretismos. También es una región donde prosperan los movimientos carismáticos, las Iglesias evangélicas y pentecostales (Denis y Frachon; 2009).

Los destinos más destacados, en relación a la religión católica son:



Mapa de los destinos cristianos más relevantes. Elaboración propia.

- **Camino a Santiago de Compostela**, España y Francia

Es considerado una de las rutas peregrinas más importantes del mundo, recorriendo varios países de Europa Occidental (siendo los más reconocidos los de España y Francia) se alcanza la Ciudad de Santiago de Compostela en Galicia, donde se encuentran las reliquias del apóstol Santiago. Tuvo su época de esplendor en la Edad Media, momento en cual se consolidó como una ruta de intercambio cultural, artístico, político y económico en Europa. En 1987 fue declarado Itinerario Cultural Europeo, en 1993 el Camino Francés fue declarado Patrimonio de la Humanidad, en 1998 se anexaron a la lista la rutas francesas del Camino, y además posee el título honorífico de *Calle Mayor de Europa*.



Camino francés (en España) y Caminos franceses a Santiago de Compostela. Fuente:

[www.goodwalkingbooks.com](http://www.goodwalkingbooks.com)



Peregrino en Galicia, Camino Francés a Santiago de Compostela. Fuente: [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com)



Catedral de Santiago de Compostela, Galicia. Fuente: [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com)

- **Lourdes**, Francia

El flujo de peregrinos hacia este pequeño pueblo pirenaico comienza a partir 1846 cuando la Virgen María se aparece a una niña del pueblo en varias ocasiones. Recibe gran cantidad de peregrinos, que en general buscan la cura de enfermedades. Es considerado un destino religioso “modelo” por el desarrollo de infraestructuras, planificación, llegadas de turistas y peregrinos. Junto con el Santuario del Pilar, el Santuario de Torreciudad, el Santuario de Montserrat en España y el Santuario de Meritxell en Andorra, Lourdes forma parte de la Ruta Mariana Europea. Bernadette Soubirous, quien presencié las apariciones fue canonizada.



Santuario de Lourdes. Fuente: <http://www.diocesiventimiglia.it/>



Grua de Lourdes. Fuente: [www.santuariodelourdes.com](http://www.santuariodelourdes.com)



Vista de la ciudad de Lourdes desde el castillo sobre el Rio Gave. Fuente: [www.forsdelavirgen.org](http://www.forsdelavirgen.org)

- **Fátima, Portugal**

Lugar donde se venera a Nuestra Señora de Fátima. En 1917, un grupo de niños reconocieron haber visto apariciones de la Virgen en distintas ocasiones. Los mensajes transmitidos tenían carácter profético. Actualmente recibe alrededor de 7 millones de visitantes anuales. Dos de los testigos de las apariciones fueron beatificados.



El Santuario de Fátima, localizado en la Cova da Iria, en Fátima. Fuente: [www.forsdelavirgen.org](http://www.forsdelavirgen.org)



Vista del Santuario de Cova de Iria (situado enfrente al Santuario de Fátima) durante la misa que el Papa Benedicto XVI ofició en 2010 con motivo de la festividad del 13 de mayo, fecha de la primera de las seis apariciones de la Virgen. Fuente: [www.abc.es](http://www.abc.es)



- **Częstochowa, Polonia**

La Virgen Negra de Częstochowa es uno de los símbolos nacionales de Polonia, también es conocida como Nuestra Señora de Jasna Gora, nombre del monasterio en el cual se encuentra. Se considera que la imagen de la Virgen fue pintada por Lucas el Evangelista, sobre una parte de la mesa de la casa de la Sagrada Familia, llevada a Europa por Santa Helena. La imagen recorrió distintos países y sufrió varios daños que la caracterizan. La apariencia de esta imagen es del estilo de las imágenes icónicas de la Iglesia Cristiana Ortodoxa. La peregrinación a Częstochowa es una de las más importantes para la religión católica y atrae anualmente entre 4 y 5 millones de peregrinos.



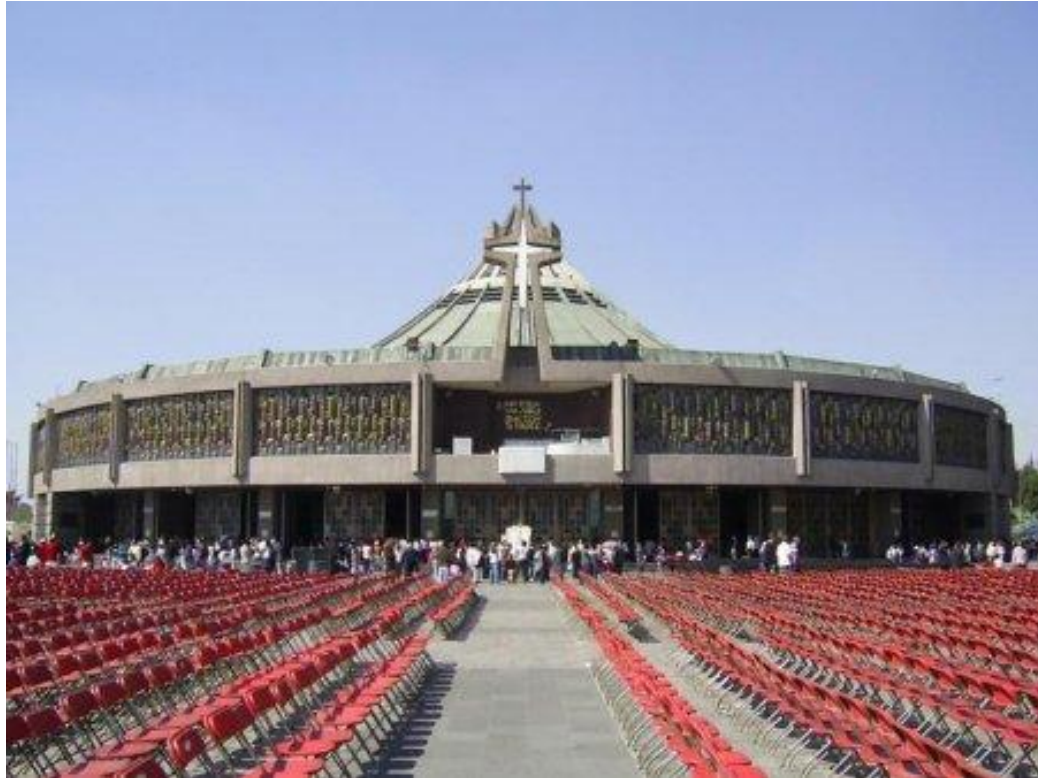
Peregrinos rindiendo homenaje a la virgen de Częstochowa durante la misa en el Monasterio Jasna Gora, Polonia. Fuente: [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com)



Monasterio Jasna Gora, Częstochowa. Fuente: [www.forosdelavirgen.org](http://www.forosdelavirgen.org)

- **Guadalupe, México**

El culto a Nuestra Señora de Guadalupe, la virgen morena, es una marca identitaria de la sociedad mexicana desde el siglo XVI. Dicho culto comenzó a desarrollarse a partir de las apariciones de la Virgen a Juan Diego Cuauhtlatoatzin, un habitante nativo, en 1531, en el cerro Tepeyac (antiguo centro de devoción para los habitantes nativos), al norte de la Ciudad de México. Algunos autores consideran que este culto es el producto de un proceso de sincretismo. Juan Diego fue canonizado en 2002. El sitio de culto más importante es la Basílica de Santa María de Guadalupe.



Nueva Basílica de Guadalupe, DF. México. Fuente: [www.sobreturismo.es](http://www.sobreturismo.es)



Parque Nacional del Tepeyac ubicado junto a la basílica de la Virgen de Guadalupe en el Cerro de Tepeyac, Se dice que ese es el sitio exacto en donde apareció la virgen a Juan Diego. Fuente: <http://www.loquehayqueverenmexico.es/>

- **Aparecida, Brasil**

Nuestra Señora Aparecida es la patrona de Brasil, cuyo santuario se ubica en Aparecida, en São Paulo. El culto comienza en 1716 cuando un grupo de pescadores atrapo con sus redes una imagen de la Virgen en terracota sin cabeza, luego atraparon la parte faltante. Más tarde, en esa zona se construyó una capilla que en poco tiempo resultó pequeña y fue suplantada por una capilla mayor y en torno a ella surgió el pueblo de Aparecida. Actualmente la capilla se convirtió en una enorme Basílica, la segunda más grande del mundo, después de San Pedro en el Vaticano.



Basílica de Nuestra Señora Aparecida, en Aparecida, Sao Paulo. Fuente:  
[www.forosdelavirgen.com](http://www.forosdelavirgen.com)



Interior de la Basílica, considerado el santuario mariano más grande del mundo y la segunda basílica más grande, detrás de San Pedro. Fuente: [www.nbcnews.com/](http://www.nbcnews.com/)

Existen otros destinos, peregrinaciones y celebraciones que han cobrado relevancia en las últimas décadas, que no poseen el mismo desarrollo que los anteriores, reciben menos turistas o tienen menor relación con atractivos relacionados, pero aun así son muy importantes y representativos para la religión cristiana. Algunos de ellos son:

- **Medjugorje**, Bosnia Herzegovina
- **Assisi**, Italia
- **Loreto**, Italia
- **Canterbury**, Inglaterra
- **Banneux**, Bélgica
- **Knock**, Irlanda
- **Beauraing**, Bélgica
- **El Rocío**, España
- **Caravaca de la Cruz**, España
- **Gietrzwald**, Polonia
- **Pontmain**, Francia

- **Torino**, Italia
- **Colonia**, Alemania
- **Santo Toribio de Liébana**, España
- **Philippsdorf**, República Checa
- **Sveta Gora**, Eslovenia
- **Mariazell**, Austria
- **Esquipulas**, Guatemala
- **Schoenstatt**, Alemania
- **Siluva**, Lituania
- **Lezajsk**, Polonia
- **Luján**, Argentina
- **Itatí**, Argentina
- **Quito**, Ecuador
- **San Giovanni Rotondo**, Italia
- **Kibeho**, Ruanda, etc.

## Turismo Religioso - Perspectiva Argentina

---

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) 2025, realiza una regionalización de Argentina, dividiéndola en seis regiones turísticas: Norte (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero, La Rioja), Cuyo (San Juan, San Luis, Mendoza), Córdoba, Buenos Aires (Ciudad y Provincia) y Patagonia (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur). A su vez, la planificación turística llevada a cabo por el PFETS ordena el territorio nacional para la gestión y las inversiones públicas y lo plasma en el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT). El MFOT clasifica los componentes del espacio turístico en:

- Corredores Turísticos (potenciales y actuales)
- Áreas de uso turístico (potenciales y actuales)
- Circuitos Turísticos marítimos fluviales (potenciales y actuales)
- Travesías
- Travesías con vocación turística (potenciales y actuales)
- Circuitos Transfronterizos o integrados (potenciales y actuales)
- Puertas (potenciales y actuales)

Uno de los lineamientos estratégicos desarrollados en el PFETS gira en torno a los destinos y productos turísticos que promuevan el desarrollo inclusivo y sustentable para mejorar la calidad de vida de las comunidades con vocación turística y generando experiencias significativas para los visitantes.

Estos productos turísticos se articulan en tres categorías:

- Cultural: Turismo de la fe, educativo e idiomático, gastronómico y del vino, fiestas populares.
- Naturales: Observación de aves y senderismo de largo recorrido.
- Combinados (Naturaleza y Cultura): Ruta 40, turismo rural, turismo náutico, cruceros de ultramar, fluviales y lacustres, turismo de bienestar y de sitios de patrimonio mundial.





En el desarrollo de productos del PFETS, se encuentra en turismo de la fe. Al igual que con otros productos, se planifican, coordinan y facilitan acciones que contribuyan al desarrollo de esta tipología en Argentina, aportando a la consolidación de una oferta vinculada al producto. A su vez, se crearon marcos metodológicos y conceptuales y se profundizó el acompañamiento técnico para fortalecer las redes de actores y agentes involucrados.

El INPROTUR, posiciona al Turismo de la Fe dentro de desarrollo de productos y considera que nuestro país ofrece un gran escenario para el desarrollo de esta tipología por las características históricas, como la presencia y legado jesuítico y por sus características socioculturales, como la gran cantidad de credos producto de las creencias de los antiguos habitantes, la oleadas migratorias, el sincretismo y la pluralidad.

Dentro de los productos, experiencias y circuitos que ofrece el INPROTUR a través de la web [www.argentina.travel](http://www.argentina.travel) podemos encontrar varios destinos relacionados al turismo de la fe, la mayoría clasificados como paisajes culturales. Algunos de ellos son:

- Experiencia judaica argentina: *“Propuestas culturales, religiosas y gastronómicas en un itinerario que invita a conocer el día a día de la comunidad judía más grande de Latinoamérica.”* Ciudad de Buenos Aires y Colonias judías en Entre Ríos.
- Viaje al tiempo de las misiones: *“Patrimonio Cultural de la Humanidad, las Misiones Jesuíticas Guaraníes son testigos del encuentro entre las culturas hispana y guaraní.”* Provincia de Misiones.
- Fiestas y Celebraciones de la quebrada de Humahuaca: *“Encuentros signados por el sincretismo y la singularidad. Términos que definen la atractiva cultura religiosa de los pueblos de la Quebrada”* Provincia de Jujuy.
- Celebración de la fe en Catamarca: *“Misachicos, peregrinajes y una cabalgata que congrega a una multitud de gauchos. Una experiencia cultural única junto a un pueblo de profunda religiosidad.”* Provincia de Catamarca.
- Tras las huellas de los Jesuitas: *“En Córdoba, todos los caminos conducen a las sierras y hasta allí llegaron también los Jesuitas. Tras sus pasos se descubren senderos plenos de historia, cultura y fe.”* Provincia de Córdoba.

- Cruz de Santa Ana, Ojo de la Selva: “*En el monte nativo misionero, entre saltos de agua, especies arbóreas y aves autóctonas, un parque temático que regala las más intensas panorámicas*”. Provincia de Misiones.

Nuestro país posee una gran diversidad de cultos religiosos, con predominancia de la religión católica y la cultura cristiana. Al igual que la región, Argentina se encuentra frente a procesos complejos de desinstitucionalización religiosa, de secularización y de la individualización de las creencias. La secularización no es considerada como el fin de una creencia religiosa sino como su recomposición, un proceso de la modernidad que no suplanta la religión, sino que crea sus propias “modernidades religiosas” (Mallimaci et al.; 2008).

En Argentina, las diferentes confesiones no poseen el mismo rasgo institucional. La religión católica tiene un status diferenciado de carácter público, que establece que el estado debe sostener el culto católico apostólico romano. El resto de los cultos son considerados privados y deben registrarse en la Secretaría de Culto de la Nación para legalizar su práctica (Mallimaci et al.; 2008).

La primera encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina demuestra que la sociedad argentina es creyente, 9 de cada 10 personas creen en Dios, al cual recurren en momentos de dolor. Los argentinos se definen católicos en un 77%, evangélicos<sup>10</sup> en un 10%, 10% se manifiesta indiferente<sup>11</sup> y un 2% profesa otra religión<sup>12</sup>. En cuanto a las regiones del país, el Noroeste es la región más católica, la Patagonia la más evangélica y la región metropolitana de la ciudad de Buenos Aires la más indiferente. (Mallimaci et al.; 2008).

Es interesante destacar que de todas las fiestas populares celebradas en Argentina, la mayoría de ellas tiene inspiración religiosa, el 32% del total. En el Noreste, el Noroeste y en Cuyo se encuentra la mayor proporción de fiestas religiosas. A su vez, de los monumentos y lugares históricos del país, el 24% está relacionado con la Iglesia Católica, en la región Centro. Noreste y Noroeste se encuentran la mayoría de ellos (Bercovich y Villarino; 2014).

---

<sup>10</sup> Pentecostales, baptistas, luteranos, metodistas, adventistas e Iglesia universal del reino de Dios.

<sup>11</sup> Agnósticos, Ateos y Ninguna Religión de Pertenencia.

<sup>12</sup> entre las que podemos mencionar la judía, la musulmana, la umbanda o africanista, la budista, la Espiritista.

La religiosidad argentina posee fuertes tradiciones regionales, los centros de peregrinaje de culto a la Virgen tienen su origen varios siglos atrás. El caso más reconocido es Luján, santuario de carácter nacional y principal destino de peregrinaciones del país. A mediados de la década de 1980, comienza a consolidarse la advocación de Nuestra Señora del Rosario de San Nicolás, que se convirtió en el segundo sitio de peregrinaje más visitado luego de Luján, desplazando a otros lugares (Flores; 2011).

Las peregrinaciones son el fenómeno que más turistas y peregrinos movilizan en Argentina, siendo la más destacada Luján. Son realizadas a lo largo de todo el país a pie, caballo, sulky, bicicleta, embarcaciones, etc. Algunas características que distinguen a las peregrinaciones argentinas son: la dimensión gauchesca, representado sobre todo por los medios de transporte utilizados y la vestimenta, un ejemplo de este tipo de peregrinaciones es la Cabalgata de la Fe, que se realiza en Chaco y en 2010 tuvo una afluencia de 7000 jinetes y 50.000 asistentes; y el sincretismo con las creencias populares como el caso del culto al Gauchito Gil, La Difunta Correa y Pancho Sierra. (González; 2013). También existe sincretismo con las culturas de los pueblos originarios como el culto a la Pachamama.

Los destinos de peregrinación y centros religiosos se desarrollaron por la fe de la población y las necesidades de los peregrinos. El aumento de la afluencia de visitantes no fue ni es planificado, el manejo es espontáneo. Los esfuerzos para la planificación turística fueron y son escasos e inconsistentes. Hay mucho poco equipamiento e infraestructura turística que pueda cubrir las necesidades de los turistas y peregrinos, y en algunos casos ni siquiera garantiza el acceso, por lo que no es muy común permanecer en el lugar por más tiempo del necesario para la obligación religiosa. El trabajo coordinado entre el sector turístico es prácticamente nulo, cuestión que no hace más que impedir el desarrollo de los sitios religiosos. (González; 2013).

La Iglesia Católica en Argentina cuenta con valioso patrimonio inmaterial: peregrinaciones, fiestas, encuentros, etc. y material: 8742 iglesias y capillas, 2676 parroquias, 45 basílicas, 98 santuarios, entre otros. Muchos de estos bienes tienen gran valor histórico y artístico, teniendo su máxima expresión en las Misiones Jesuíticas en Misiones y la Manzana y Estancias Jesuíticas en Córdoba, declaradas patrimonio mundial de la humanidad (González; 2013).

Los destinos más reconocidos y visitados de Argentina son:

Referencias		
 Luján	 Manzana y Estancias Jesuíticas	 Chimpay - Ceferino Namuncurá
 Itatí	 Semana Santa Jujefía	 Villa Cura Brochero
 San Nicolás de los Arroyos	 Santuario Gauchito Gil	 Parque Temático de la Cruz de Sta. Ana
 Ntra. Sra. del Cerro	 Tandil	 Santuario Beata Laura Vicuña
 Ntra. Sra. del Valle	 Oratorio de la Difunta Correa	
 Misiones Jesuíticas Guaraníes	 Peregrinación de la Virgen Misionera	



Mapa de los destinos religiosos en Argentina. Elaboración propia

- **Luján, Buenos Aires**

Nuestra Señora de Luján es la patrona de Argentina, Paraguay y Uruguay desde el siglo XVII. Es el destino religioso más importante de Argentina y un sitio de peregrinaciones por excelencia, las cuales comenzaron en 1871, siendo las más destacadas la peregrinación juvenil y la gaucha. El culto a la Virgen en Luján proviene de un milagro sucedido cuando la carreta que llevaba una imagen de la Virgen hacia Córdoba en 1630, no logro continuar camino a partir de Luján a menos que dejara la imagen, desde ese momento los habitantes de la región comenzaron a adorar esta imagen. El templo actual, luego de pasar por diversos lugares y estadios finalmente se convirtió en Basílica Menor (título otorgado por el Papa Pío XI), que terminó de construirse en 1935. En 1998 fue declarada Monumento Histórico Nacional.



Peregrinación a Luján. Fuente: [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)



Peregrinación gaucha. Fuente: [www.veronicapalazzo.com](http://www.veronicapalazzo.com)



Basílica de Luján. Fuente: [www.veronicapalazzo.com](http://www.veronicapalazzo.com)

- **Itatí, Corrientes**

El culto a la Virgen de Itatí, conocida como la Reina de la Civilización en la cuenca del Plata, Patrona de Corrientes, comenzó en una reducción jesuítica, alrededor de 1616, cuando un grupo de guaraníes buscando la imagen de la Virgen que había sido robada, la encuentran sobre una piedra en el río Paraná. El traslado se ordenó de inmediato, pero la imagen volvió a aparecer sobre la roca del río. Luego de este acontecimiento considerado milagroso, el pueblo se trasladó al lugar de las apariciones, que comenzó a denominarse Itatí (en guaraní, ita: roca, ti: blanca, “roca blanca”). En 1900, la imagen de la Virgen fue coronada por el Papa León XIII.

La Basílica de Itatí es uno de los santuarios más importantes de América y uno de los principales centros de peregrinación de Argentina, fue inaugurada en 1950 y tiene una capacidad para 10.000 personas. En 1999 fue declarada Monumento Histórico Nacional.



Basílica de Itatí, Corrientes. Fuente: [www.forosdelavirgen.com](http://www.forosdelavirgen.com)





Procesión marítima a Itatí. Fuente: [www.forosdelavirgen.com](http://www.forosdelavirgen.com)

#### - **San Nicolás, Buenos Aires**

El culto a la Virgen del Rosario de San Nicolás es una de las manifestaciones religiosas más actuales. En la ciudad de San Nicolás, en 1983, comenzaron a manifestarse en distintas casas fenómenos que consistían en rosarios iluminados. Mientras esto se repetía, una habitante de la ciudad comienza a tener apariciones de la Virgen, que le comunica que existía una imagen, bendecida por un Papa, olvidada en el Campanario de la Iglesia. La imagen fue encontrada, restaurada y puesta en exhibición para su veneración. Es uno de los destinos de peregrinación más importante del país, la ciudad recibe a miles de peregrinos que llegan desde distintas provincias, se calcula que en 2013, arribaron 500.000 visitantes.



Santuario de la Virgen del Rosario de San Nicolás, en la celebración de los 30 años de la aparición de la Virgen, 2013. Fuente: [www.infobae.com](http://www.infobae.com)



Interior del Santuario de la Virgen del Rosario de San Nicolás. Fuente: [www.diariodelnorte.com.ar](http://www.diariodelnorte.com.ar)

Otros destinos, peregrinaciones y celebraciones importantes, que aunque no tienen afluencia masiva, el reconocimiento de los anteriores destinos o la relación directa con el fenómeno religioso, también son relevantes. Algunos de ellos son:

- **Misiones Jesuíticas**, Misiones
- **Manzana y estancias jesuíticas**, Córdoba
- **Nuestra Señora del Cerro**, Salta
- **Nuestra Señora del Valle**, Catamarca
- **Semana Santa**, Jujuy
- **Peregrinación a la Virgen Misionera**, Río Negro
- **Santuario del Gauchito Gil**, Corrientes
- **Parque Temático de la Cruz de Santa Ana**, Misiones
- **Vía Crucis de Tandil**, Buenos Aires
- **Oratorio de la Difunta Correa**, San Juan
- **Peregrinación Beato Ceferino Namuncurá**, Río Negro y Neuquén
- **Villa Cura Brochero**, Córdoba
- **Santuario Beata Laura Vicuña**, etc.

# Capítulo IV

---

## Impactos y actores sociales del Turismo Religioso

## Impactos Socioculturales del Turismo

---

El turismo es considerado como un medio para el intercambio cultural, como una actividad que permite conservar la Naturaleza y la Cultura, como un generador de ingresos para la conservación del patrimonio, como un factor de desarrollo económico, siempre que sea bien gestionado. La interacción entre los deseos y expectativas de los visitantes y los deseos y aspiraciones de los anfitriones es muy valiosa, así como potencialmente conflictiva. A su vez, la actividad turística mal gestionada o excesiva puede suponer: el deterioro, físico o de sus componentes identitarios, del patrimonio natural y cultural; degradar la experiencia de los visitantes, afectar el entorno de las comunidades anfitrionas, etc. (ICOMOS; 1999).

El turismo no genera los mismos impactos en todos los destinos, el efecto de la actividad turística es asimétrico. La mayoría de los impactos se desprenden de los problemas, fallas o limitaciones del sistema, y no tanto por la actividad turística en sí misma. El turismo suele generar impactos muy significativos que pueden clasificarse en cuatro tipos: los económicos, que suelen ser los esperados y vistos como positivos y los culturales, sociales y ambientales, que muchas veces son los no deseados y vistos como negativos (Dachary y Arnaiz; 2003).

La influencia de la actividad turística en países desarrollados y países con bajo nivel de desarrollo es muy distinta. En el primer caso, el turismo se inserta a una estructura económica en expansión, en un espacio que posee servicios e infraestructuras consolidadas, sin grandes carencias sociales. En cambio, en el caso de países con bajo nivel de desarrollo, el turismo se transforma en un modelo de desarrollo integral de alto impacto, que implica transformaciones y cumple las funciones de modernización, integración a la economía de mercado y posibles mecanismos de recolonización (Dachary y Arnaiz; 2003).

La Organización Mundial del Turismo, en el libro *Introducción al turismo* (Sancho et al; 2008), desarrolla brevemente los impactos generales de la actividad turística. Dentro de los distintos tipos de impactos se encuentran los socioculturales, que vienen definidos, principalmente por el contacto entre el turista y el residente, la relación social que mantienen durante la estadía del primero. Los autores citan a De Kadt para marcar los contextos en los que tiene lugar el encuentro de los turistas y los residentes:

- El turista compra un bien o servicio al residente.
- Ambos comparten el mismo espacio físico.
- Ambos intercambian información e ideas.

Sin embargo, muchas veces no es necesario que el contacto directo o profundo, solo con observar a los turistas, los residentes pueden tener cambios en sus comportamientos, actitudes y valores, esto es denominado por Pearce como *efecto demostración* (Sancho et al.; 2008).

Las causas principales de la dificultad de entendimiento entre turistas y residentes no proviene solo de las barreras idiomáticas o ideológicas, también surgen de las diferencias en las costumbres de consumo y nivel de vida.

Los tipos y magnitudes de los impactos están sujetos al tipo de turista que visite el destino y su motivación de viaje (Harcombe; 1999). En general los impactos negativos, las tensiones y el resentimiento hacia el turismo se acentúan cuando mayores son las diferencias económicas entre turistas y residentes (Sancho et al.; 2008)

El índice de irritación de los residentes de Doxey, *Irridex*, es utilizado por muchos investigadores que analizan las relaciones turistas-residentes como una herramienta útil para medir el nivel de los impactos socioculturales. Doxey desarrolló este índice basado en sus investigaciones en Barbados, Nicaragua y las cataratas del Niágara, donde estudio las reacciones cambiantes de la comunidad de acogida frente a la presencia de turistas. Este índice se divide en cinco etapas, que varían en duración según el destino y el tiempo pasado desde que reciben turistas (Dachary y Arnaiz; 2003, Harcombe; 1999).

- Etapa de euforia: aparición del turismo, se los percibe como una buena opción de desarrollo, los residentes demuestran exaltación y entusiasmo.
- Etapa de apatía: la expansión del turismo ya se produjo, se percibe como un negocio redituable, el contacto entre turistas y residentes se profundiza.
- Etapa de irritación: se alcanzan niveles de saturación en el destino, los residentes necesitan facilidades adicionales para adaptarse al turismo.
- Etapa de antagonismo: el turismo es visto como el causante de la mayoría de los problemas en el destino.

- Etapa final: Los residentes aceptan el destino ha cambiado en forma permanente y se han perdido parte de los atractivos que originalmente atrajeron a los turistas. (Sancho et al.; 2008)

Si bien es cierto que los impactos socioculturales generados por el turismo son asimétricos, podemos generalizarlos en función de los factores que se relacionan a la actividad y los impactos positivos o negativos que se desprende de cada uno, mostrando de esta forma las dos caras de la moneda:

	<b>Impactos socioculturales positivos</b>	<b>Impactos socioculturales negativos</b>
<i>El uso de la cultura como atracción turística</i>	Revitalización de las tradiciones, costumbres y patrimonio. Incremento de las culturas tradicionales.	Cambios en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
<i>Contactos directos entre turistas y residentes</i>	Ruptura de estereotipos negativos. Intercambio cultural. Aumento de las oportunidades sociales	Aumento de la comercialización, efectos de demostración. Desculturización, mercantilización extrema.
<i>Cambios en la estructura económica y roles sociales</i>	Mayores oportunidades socioeconómicas. Disminución de desigualdades sociales	Conflictos y tensión en la comunidad.
<i>Desarrollo de infraestructuras</i>	Aumento de las oportunidades de ocio	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio
<i>Aumento de la población de turistas</i>	Mejora de las condiciones sanitarias, educación, mejora de la calidad de vida	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad y la prostitución.

Fuente: Elaboración propia basada en Sancho et al.; 2008

Para que un factor pase de tener impactos positivos a impactos negativos, se debe traspasar el *umbral de tolerancia*, relacionado directamente a la capacidad de carga social y psicológica del destino y los residentes. Una vez superado este umbral aparece el

descontento, la reducción de la calidad de la experiencia turística, las tensiones, etc. (Sancho et al.; 2008).

## Impactos Socioculturales del Turismo Cultural y Religioso

---

Es importante destacar que los impactos socioculturales y las tensiones que puede provocar el turismo religioso no ocurren en todos los destinos por igual, ni en la misma magnitud. Esto no solo depende del desarrollo del país o de la gestión turística del destino, sino que el tipo de turista, la religión que se practica, el desarrollo del destino y su relación con otros destinos, etc. tienen gran incidencia en el tipo y magnitud de los impactos. Está claro que no poseen la misma naturaleza los impactos producidos en un destino masivo multiconfesional como Jerusalén, en Israel, con los impactos que pueden darse en la peregrinación católica a Luján en Argentina.

Los autores Dachary y Arnaiz (2003) afirman que el turismo masivo genera mayores impactos ambientales y el turismo alternativo, donde quedan incluidos el turismo cultural y religioso, tiene tendencia a generar mayores impactos socioculturales. Estos impactos pueden ser positivos o negativos:

### *Impactos Positivos del Turismo Cultural*

- Los habitantes muestran mayor interés por su cultura, su patrimonio y la conservación del mismo.
- Genera recursos económicos para el mantenimiento, protección y mejora de sitios patrimoniales.
- Promueve el entendimiento, intercambio y diálogo entre los pueblos y una comprensión más profunda de la comunidad.
- Consolida la relación entre el sector cultural y el sector turístico a través de programas y acciones conjuntas.
- Ofrece posibilidades de desarrollo para pequeñas comunidades.
- Contribuye a reducir la estacionalidad.



- Puede contribuir a la diferenciación de los destinos turísticos masivos maduros.

Fuente: Elaboración propia basado en Toselli (2006)

### *Impactos Negativos del Turismo Cultural*

- Puede provocar la banalización de manifestaciones culturales autóctonas a través de la desculturización del destino y aculturación de la comunidad receptora quienes adoptan patrones culturales de los turistas.
- Genera rechazo a los turistas por parte de los residentes cuando no se respetan sitios sagrados y costumbres locales.
- Genera inhibición en la comunidad local causada por sentimiento de invasión y permanente observación.
- Impulsa la mercantilización de las tradicionales convirtiendo a la cultura en un objeto de consumo.
- Origina decepción y frustración en los turistas cuando el destino real no se corresponde con el destino vendido o las expectativas estereotipadas.

Fuente: Elaboración propia basado en Toselli (2006)

Para determinar con mayor precisión los impactos del turismo religioso en los distintos destinos, podemos hacer una distinción en función a dos tipos de destinos (Robles; 2001), donde se suceden distintos tipos y magnitudes de impactos:

- Sitios religiosos con atracción turística planificados (Por ejemplo, Lourdes en Francia, uno de los modelos exitosos de desarrollo de destinos turísticos, con gran afluencia de visitantes y servicios turísticos).
- Sitios religiosos con atracción turística no planificados (Por ejemplo, Guadalupe en México, donde a pesar de existir una gran afluencia de visitantes no hay servicios consolidados).

La mayoría de los sitios planificados están ubicados en países europeos, y poseen gran oferta de servicios y oferta complementaria como museos, recorridos y actividades alternativas con la finalidad de conseguir una estancia más prolongada de los turistas y

peregrinos. En los sitios no planificados, la implementación de servicios se ha dado de una forma desordenada, atendiendo a las necesidades inmediatas. El turismo religioso y las peregrinaciones requieren de una dotación de infraestructura de soporte y servicios, sobre todo cuando se trata de fenómenos con gran afluencia de turistas (Millán et al.; 2012).

La OMT considera que además de las oportunidades económicas que puede significar el turismo religioso, al igual que otras tipologías, existen otras oportunidades relativas a la integración y diálogo entre culturas y religiones. En cuanto a los riesgos de esta tipología, el organismo advierte sobre el daño sobre el patrimonio material e inmaterial cultural religioso.

En 2007 se realizó en Córdoba, España, la primera Conferencia Internacional de Turismo, Religiones y Diálogo entre Culturas organizado por la OMT que contó con la asistencia de participantes y organizaciones de 80 países. Esta Conferencia dio como resultado una serie de reflexiones que son consideradas el posicionamiento del organismo en cuanto al turismo religioso.

Considerándolo como una tipología en constante crecimiento, que en general no disminuye en momentos de dificultades económicas, que se internacionaliza y reúne distintas religiones y culturas, la OMT afirma que es una herramienta, y debe ser reconocido como tal, importante para fomentar y desarrollar el diálogo entre culturas, religiones y civilizaciones, para fomentar la paz y el entendimiento. Al margen de esta visión romántica, el organismo explica que el turismo religioso será beneficioso en cuanto sea llevado a cabo con una ética al servicio del diálogo, tanto por turistas o peregrinos. Es una tipología que no está exenta de algunos obstáculos como la insuficiente información y la falta de cuantificación sobre los movimientos de las personas en sitios de turismo religioso, la falta de libertad de circulación en algunos países, la falta de libertad de asistencia a ciertos eventos religiosos y lugares de peregrinación o la expedición de visas para encuentros religiosos o peregrinaciones.

A su vez, estas reflexiones sostienen que el turismo religioso ha revitalizado la práctica peregrina, ha generado que los encuentros religiosos tengan gran afluencia de visitantes y que los itinerarios religiosos recuperen su rol de unión entre pueblos. Sin embargo, la forma de estas manifestaciones de fe se ha modernizado, junto con sus motivaciones, que actualmente incluyen la motivación turística y al estar insertas en un

contexto de globalización transcurren un proceso de comercialización que las transforma en un producto comercial. Por estas razones, las peregrinaciones secularizadas ahora deben comprender las nuevas expectativas de los turistas insertos en un “*mundo moderno más festivo, abierto y libre*”. Las peregrinaciones actuales entendidas como un producto, se masifican en forma constante e incluyen otros elementos educativos y recreacionales que se ajustan a las expectativas de los visitantes.

A modo de advertencia, la OMT considera que para el aprovechamiento del turismo religioso como una herramienta para el entendimiento y el diálogo intercultural e interreligioso, es necesario:

- Precisar los límites de la actividad turística religiosa, ya sean económicos, culturales o ecológicos.
- Garantizar el respeto de los derechos humanos, la libertad de viaje, movimiento y asistencia.
- Reducir los obstáculos para la creación de estrategias turísticas conjuntas, como por ejemplo la insuficiente información de datos fiables relativos al volumen, dinámica y características del turismo religioso.

Es interesante destacar de estas reflexiones, que la mayoría de las religiones y cultos apoyan al turismo religioso porque se traduce en una vía para la expresión de su mensaje a sus fieles y al público en general, ingresos para mantener a sus miembros y para conservar, revitalizar y mantener su patrimonio, santuarios y monumentos.

Las religiones y cultos comprenden que el turismo religioso ofrece oportunidades de evangelización, ya que lleva a que el visitante fije su atención en la dimensión sagrada de una peregrinación, una festividad, un monumento o un edificio. Se trata de que los visitantes comprendan la dimensión sagrada de lo que visita, lo reconozca como un lugar que no solo posee valor histórico, estético o cultural sino un valor basado en la sacralidad por una comunidad religiosa (Ostrowsky; 2002).

La generación de atractividad turística sobre el patrimonio religioso no solo permite la difusión, acceso y puesta a disposición para la sociedad de los elementos patrimoniales, sino que también, es una fuente de recursos económicos que hace viable la preservación y protección de los mismos. Los ingresos para los sitios sagrados aumentan sustancialmente con la llegada de los turistas y peregrinos, por ejemplo

Lourdes recibe actualmente 18 millones de euros en concepto de ofrendas, donativos y herencias, que corresponden al 90% de sus recursos financieros (Millán et al; 2012). Un ejemplo de la revitalización del patrimonio religioso causada por el turismo, es el caso de la Basílica de la Sagrada Familia en Barcelona, donde el valor sagrado y religioso está unido al valor arquitectónico e identitario, convirtiéndose a su vez en espacio multifuncional de visita (Cánoves y Blanco; 2011).

En relación a otros posibles impactos negativos, es necesario comprender que el turismo religioso no siempre es permitido, aceptado o tolerado por los creyentes cuyo viaje tiene valores sustancialmente religiosos. Este encuentro entre turistas y peregrinos es donde pueden generarse tensiones, sobre todo en espacios masificados. El consumo de cultura y religión provocado por el turismo puede significar una fuente de banalización de los lugares sagrados, donde los límites de lo permitido y no permitido son difusos. Los lugares de culto no son espacios exclusivos sino que ahora son espacios multifuncionales de visita que conviven con el consumo turístico (Cánoves y Blanco; 2011).

## Actores Sociales del Turismo Religioso

---

Los procesos sociales comprendidos en la turistificación de los territorios y de los elementos patrimoniales tienen como protagonistas a determinados sujetos del Estado, del mercado y de la ciudadanía. Estos sujetos entablan relaciones de diversas formas que implican diversos resultados como la cooperación, la complementariedad, el conflicto o la contradicción (Bozzano, 2005).

Los actores sociales, son sujetos que representan a un colectivo social, una agrupación u organización y poseen, al menos, cuatro capacidades: desarrollar intereses, acumular recursos cognitivos y materiales, satisfacer necesidades y traccionar hechos (Bozzano; 2009). Los actores sociales son definidos entonces, como:

*“una agrupación humana o una organización que, en forma transitoria o estable, tiene la capacidad de acumular recursos de distinta índole, desarrollar intereses propios y compartidos, definir y satisfacer necesidades e intervenir en una situación determinada produciendo hechos.”* Bozzano (2009) citando a Karol (2004).

Cuando se desarrollan actividades turísticas relacionadas a la religión la red de actores sociales, debe ser idealmente conformada por: la comunidad local, los turistas y peregrinos, los organismos de turismo, las empresas turísticas y prestadores de servicios, la Iglesia, asociaciones laicas y/o religiosas y otras organizaciones relacionadas al patrimonio, la cultura, la seguridad, etc. Cabe destacar que el escenario mencionado anteriormente es el ideal, pero este no es siempre el escenario real (González; 2013).



Fuente: Elaboración propia basada en González; 2013

## Actores Sociales Entrevistados

---

Las entrevistas fueron realizadas a fin de conocer a los actores sociales involucrados, sus opiniones, posiciones y visiones sobre el actual fenómeno de las peregrinaciones y el turismo religioso, las tendencias y desafíos actuales del turismo religioso, etc. Los criterios para la selección de los entrevistados fueron: la incidencia en la actividad, el rol como instituciones encargadas de regulación de la actividad, la

investigación sobre la temática, la oferta de servicios en relación al turismo religioso y otros criterios.

### **1. Pastoral del Turismo Argentina**

La Pastoral del Turismo de la Iglesia Católica tiene funciones de evangelización a través del turismo. La forma de llevar este objetivo a cabo es, a través del trabajo conjunto con actores públicos y privados relacionados al turismo, formando equipos diocesanos, confeccionando programas regionales y material relativo, promoviendo el turismo responsable, etc. La pastoral depende de la Comisión Episcopal para las Migraciones y el Turismo, la cual está conformada por 4 obispos y 1 sacerdote como secretario general, un secretario adjunto y los delegados diocesanos.

La entrevistada Claudia Villares es Licenciada en Ciencias de la Educación en la Universidad Nacional de Quilmes y es secretaria adjunta de la Pastoral del Turismo Argentina desde 2009.

### **2. Agencia de Viajes Viditerra 1915**

La agencia de viajes Viditerra 1915 se especializa en viajes culturales y religiosos, está ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se estableció en 1915 como una agencia de viajes. A partir del 2008, se estableció como agencia de viajes especializada en turismo cultural y religioso. Es reconocida por otros actores sociales relacionados al Turismo Religioso como una de las empresas que mejor llevan a cabo la comercialización de este tipo de viajes.

### **3. Dra. María del Carmen González Viaña**

Licenciada en Turismo de la Universidad del Comahue, Neuquén; Máster en Turismo Internacional S.I.S.T. – OMT, Roma; Doctora en Geografía Humana en la Universidad Complutense de Madrid. La entrevistada es una referente académica del Turismo Religioso actual, escribió en 2013 uno de los primeros libros sobre esta temática en Argentina, *“Turismo Religioso en Argentina. Un modelo para su desarrollo”*.

### **4. Ministerio de Turismo de la Nación - Subsecretaría de Desarrollo Turístico**

Los objetivos y funciones de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico son: desarrollar el diseño y formulación de estrategias para la planificación del desarrollo

turístico nacional, proponer políticas para el ordenamiento y desarrollo de la oferta turística existente, asistir en la definición de las estrategias para el desarrollo de productos turísticos, asistir en el diseño de acciones de obtención de información estadística, ejecución de estudios y análisis de mercado en materia turística.

La entrevistada Claudia Boente es Licenciada en Derecho Canónico en la Universidad Pontificia de Comillas, Madrid, España. Es referentes técnico de Turismo Religioso del Ministerio de Turismo de la Nación desde 2003.

## **5. Comisión Argentina de Turismo Religioso (CATR)**

La Comisión fue creada por la Asociación de Agencias de Viajes de Buenos Aires (AVIABUE) en 2010 y a partir de 2012 pasó a la jurisdicción de la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVT) debido a su carácter federal. Está conformada por organismos gubernamentales (Ministerio de Turismo de la Nación Argentina, Ministerios y Secretarías provinciales) y sector privado para apoyar la investigación desarrollada por los organismos y entidades académicas sumado a los circuitos organizados por las empresas de viajes y turismo especializadas en el turismo religioso.

Sus funciones principales son: contribuir a generar nuevas unidades de negocio en las economías regionales donde se desarrollan los circuitos religiosos-culturales, reunirse periódicamente con destinos de Argentina, Brasil y Uruguay para actualizar atractivos y servicios, fomentar el intercambio profesional y la formación de recursos humanos, participar de eventos del sector para difundir las oferta organizada.

La entrevistada Mónica Carolina Núñez es miembro de la Comisión Argentina de Turismo Religioso (CATR), Licenciada en Turismo y Docente de la carrera de Técnico Superior en Turismo y Guía con Orientación en Patrimonio Cultural. Responsable de Turismo religioso, desde 2005, en el Ministerio de Turismo de Misiones.

A fin de ordenar la información obtenida en las entrevistas se enumeran los puntos trabajados en todas las entrevistas y algunos puntos específicos de cada una, exponiendo las respuestas brindadas.

### **1. Relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones**

Los entrevistados fueron consultados sobre la relación que guardan el turismo religioso y las peregrinaciones, en función a las dos posiciones más preponderantes de la bibliografía sobre el tema: como dos fenómenos similares o como dos fenómenos diversos que comparten algunas características.

La mayoría de los actores coincide en que es difícil de determinar la diferencia entre turismo y peregrinaciones, que muchas veces se combinan los roles del turista y del peregrino, pero las motivaciones al realizar el viaje suelen ser un elemento que determina y diferencia al turista y al peregrino. Todos los actores entrevistados sugieren que el turismo y las peregrinaciones son fenómenos similares, que pueden diferir en las motivaciones del sujeto pero que comparten el viaje, las infraestructuras, los servicios, etc. Sin embargo, dos de los actores remarcan dos cuestiones. Uno de ellos afirma que no debemos confundir el rol del peregrino y el turista, ya que el peregrino se relaciona cuestiones “*más elevadas*” de la vida que el turista; y el otro sugiere que la dimensión y trabajo espiritual que caracteriza la peregrinación puede marcar una diferencia con el turismo.

## **2. Relación entre actores**

Los entrevistados fueron consultados sobre cuáles son los actores relevantes, la relación y el contacto que poseen entre sí, en sus funciones como organismo, comisión, organización o prestador de servicios.

Algunos respondieron que el contacto y la interacción entre los actores sociales involucrados en el turismo religioso son constantes. En cuanto a los actores sociales más relevantes en esta actividad, uno de los entrevistados enumeró: la Iglesia, la comunidad local, el sector público y el sector privado.

## **3. Turistificación, mercantilización, producto turístico.**

Los entrevistados fueron consultados sobre la turistificación, mercantilización de las manifestaciones de fe, la conversión en un producto turístico de las peregrinaciones y en función a estos fenómenos, la banalización, pérdida de significado, deterioro del patrimonio, etc.

Cuatro de los actores afirman que existe la turistificación de las manifestaciones de fe, la conversión en producto turístico de las mismas, pero que no es necesariamente un



proceso que acarrea problemas, al contrario, si es bien gestionado, de forma respetuosa, es una oportunidad valiosa para el intercambio y la generación de trabajo. El actor que representa a la Iglesia Católica, sugiere que la apertura al consumo turístico es igual que la apertura hacia otras actividades humanas que generen intercambio, siempre y cuando, sea sobre las bases de la honestidad y debidamente regulada, sea una fuente generadora de empleo honesto.

La entrevistada referente académica de la temática, sugiere que la turistificación en este tipo de destinos no existe, ya que relaciona al término con la masividad y sugiere que actualmente son muy pocos los destinos religiosos de Argentina que muestren gran afluencia de visitantes.

Otro de los actores entrevistados sugiere que los impactos negativos de la turistificación dependen de la forma en que se comercialice el producto. Teniendo al respeto como el valor fundamental para la comercialización de los destinos de fe, el turismo religioso es una actividad muy beneficiosa para todos los actores involucrados.

#### **4. Impactos, Beneficios, Problemas, Tensiones**

Los entrevistados fueron consultados sobre los impactos, problemas, tensiones, beneficios, provocados por el turismo religioso sobre el patrimonio material e inmaterial, la relación entre turistas y peregrinos, etc.

En función a lo expuesto por los entrevistados, se resumen los impactos negativos y problemas que puede generar el turismo religioso: deterioro del espacio religioso, la masificación de algunos destinos, deterioro del patrimonio material e inmaterial, comportamiento inadecuado por parte de los visitantes, etc. La mayoría están relacionados con el desconocimiento del visitante por escasez de información, la falta de planificación e infraestructura del destino.

En cuanto a los impactos positivos y beneficios, la mayoría sugiere que son: la puesta en valor turístico y conservación del patrimonio religioso, el contacto con lo religioso de los visitantes, la oportunidad para el diálogo y el intercambio, la oportunidad de vivir una experiencia espiritual, la oportunidad de desarrollo económico y social para las comunidades receptoras, etc.

La entrevistada representante de la Pastoral del Turismo aclara que el impacto más negativo que puede acarrear el turismo religioso, desde su perspectiva, es que no se pueda comunicar el mensaje de la Iglesia hacia sus fieles y visitantes, ya que la parte positiva de esta actividad para la Iglesia, radica precisamente en la predicación de su mensaje, el contacto del visitante con lo sagrado, las oportunidades de evangelización, etc.

La entrevistada referente académica de la temática, señala que esta tipología turística no genera impactos, sino algunos efectos, los cuales afirma que son mínimos y suelen ser los mismos que cualquier otra actividad turística. Respecto a la potencial pérdida de significado religioso de las peregrinaciones o eventos religiosos, la entrevistada sugiere que no ocurre en general, si bien los eventos suelen tener más promoción y estar abiertos a los turistas, no pierden su función religiosa.

## **5. El viaje, el turista religioso y los visitantes**

Algunos de los entrevistados fueron consultados sobre las características del turista religioso y los viajes religiosos. La conclusión general de esta pregunta puede resumirse en la respuesta de la entrevistada representante de la Agencia de viajes especializada, quien recalca que estos viajes poseen una dimensión espiritual profunda, que son vividos a nivel personal y comunitario. La presencia de una persona de la Iglesia, la misa y las celebraciones religiosas son elementos característicos de los mismos.

## **6. Desafíos del turismo religioso**

Los entrevistados fueron consultados sobre los desafíos actuales del turismo religioso.

La mayoría coincide en que uno de los desafíos actuales es lograr una interpretación más respetuosa y ética del turismo religioso, no solo comprenderlo como una oportunidad comercial. Un punto en que varios de los entrevistados coincidieron fue la necesidad de mejorar, a nivel país, la infraestructura y el equipamiento turístico, los servicios y la información, así como la formación y la capacitación de los miembros de la Iglesia, los guías y profesionales idóneos. El trabajo conjunto y articulado entre todos los actores involucrados es la base fundamental para que el turismo religioso se desarrolle de manera sustentable.

## **7. Diferencias en la promoción y venta en referencia a otras tipologías turísticas**

Dos de los entrevistados fueron consultados sobre la existencia de una diferenciación en la promoción y la venta de turismo religioso.

Ambos actores sostienen que el turismo religioso es un producto que requiere un proceso de venta más extenso, más respetuoso, con mayor acompañamiento ya que se trabaja con una cuestión que puede resultar sensible como son las creencias religiosas.

## **8. Actualidad del Turismo Religioso en Argentina - Destinos más representativos**

Los entrevistados fueron consultados sobre la actualidad del turismo religioso en Argentina y los destinos más representativos de esta tipología.

Varios de los entrevistados coinciden en que el turismo religioso es en una actividad que crece constantemente, que cobra interés para los distintos sectores. Una de las entrevistadas explica que, últimamente, el turismo religioso es una cuestión de interés para los académicos, lo cual se ve reflejado en trabajos, congresos, exposiciones y otras actividades relacionadas.

La entrevistada representante del MINTUR sugiere que nuestro país tiene grandes oportunidades en esta tipología ya que las características sociales como la multiplicidad de credos, el sincretismo con la cultura popular e indígena y los numerosos destinos religiosos, conforman una situación ideal para desarrollar el turismo religioso.

Dentro de los destinos mundiales, los más representativos son Roma y Tierra Santa (Israel y Palestina). En relación a los destinos argentinos fueron resaltados: San Nicolás, Luján y Azul en Buenos Aires, zona jesuítica en Córdoba, las visitas a la Virgen del Cerro, la fiesta del Señor y la Virgen del Milagro en Salta, la Semana Santa jujeña, la Virgen del Valle de Catamarca, las misiones jesuíticas en el litoral, la Virgen de Itatí y el Gauchito Gil en Corrientes, la Difunta Correa en la provincia de San Juan, Neuquén y Junín de los Andes en la Patagonia, entre otros.

## **9. El fenómeno de las peregrinaciones en 20 años**

A modo de cierre de las entrevistas y como una forma de apelar a la imaginación sobre este tema, los entrevistados fueron consultados sobre como imaginan el fenómeno de las peregrinaciones dentro de 20 años.

La entrevistada representante de la Pastoral del Turismo explica que los eventos recientes como la elección del Papa Francisco, la apertura de la Iglesia, la canonización de Cura Brochero y el renovado interés en la fe son elementos muy importantes a tener en cuenta para el desarrollo de esta tipología y la apertura de la Iglesia.

La expectativas de los entrevistados para las peregrinaciones dentro de 20 años giran en torno a: la formación y capacitación de todos los actores involucrados, mayor trabajo conjunto y oportunidades de intercambio, mayor respeto entre los actores, entre turistas y peregrinos y entre religiones, fortalecimiento de la promoción y difusión, mejoras en la infraestructura y equipamiento turístico, etc.

# Capítulo V

---

## Consideraciones finales

## Conclusiones

---

A lo largo de este trabajo se pudo constatar que las peregrinaciones son antiguas manifestaciones de fe, con un desarrollo histórico separado del turismo religioso, pero hoy en día, sus versiones actuales, son fenómenos cada vez más difíciles de diferenciar. La relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones actuales es un tema complejo de abordar, las posiciones de los autores y los entrevistados son diferentes, ambiguas y en algunos casos difíciles de sostener argumentalmente. Muchos autores consideran que actualmente estos fenómenos son similares, que es difícil o imposible diferenciar a un turista religioso de un peregrino (o que ambos roles están en una misma persona), los espacios, los servicios e infraestructuras que utilizan son los mismos, al igual que el tiempo de ocio y la disponibilidad de recursos financieros. Otras posiciones sostienen que estos conceptos no “*deben*” ser confundidos. La diferencia principal entre estos dos fenómenos puede hallarse en las motivaciones, las cuáles no sólo son personales, difíciles de determinar y ambiguas, sino que perfectamente pueden convivir, la religiosidad y deseo del contacto con lo sagrado, con la curiosidad o el interés artístico.

El turismo actual es quizás uno de los elementos más representativos y de mayor transformación en el contexto de la globalización, resignifica territorios, prácticas sociales, relaciones, etc. También se constituye como una forma posmoderna de expresar la condición religiosa. La espiritualidad y la religiosidad actual sufren procesos de desinstitucionalización, fenómenos de multiconfesionalidad, de secularización y de la individualización de las creencias que las flexibilizan y las resignifican, sin que esto se traduzca en la laicización total de la sociedad, sino una recomposición de las creencias.

Las peregrinaciones actuales muestran una tendencia a convertirse en elementos patrimoniales que poseen atractividad turística, cuestión que puede desencadenar los procesos de turistificación o apropiación turística y mercantilización, tanto de los bienes patrimoniales como del territorio en donde están insertos. Estos procesos convierten a las peregrinaciones en productos turísticos, en elementos multifuncionales y polivalentes. Esta situación puede generar tanto, beneficios e impactos positivos, para el turismo, la religión y el patrimonio, pero también riesgos, costos e impactos negativos como la potencial pérdida de significación religiosa. Lo importante a destacar es que estos procesos se desencadenan en cuanto: el espacio y el bien patrimonial religioso de interés tenga las condiciones para convertirse en un destino y en un producto y que exista una

voluntad para hacerlo por parte de todos los actores. Estos procesos no son ni buenos ni malos en sí mismos, sino que dependen de la planificación y la gestión turística, aun así, los efectos e impactos que puedan generar varían de destino en destino.

El turismo religioso y las peregrinaciones en su función turística, son definidos como una herramienta útil para el desarrollo de actividades que fortalezcan el diálogo, el entendimiento y la paz entre culturas y religiones y a su vez contribuyen a la preservación y mantenimiento del patrimonio cultural religioso. Pero también son considerados una fuente generadora de tensiones entre turistas y peregrinos. En esta distinción también cobra importancia el tipo de destino turístico religioso, sus condiciones, la fe profesada, etc. La gestión conjunta es primordial para inclinar la balanza hacia los beneficios para todos los actores.

El análisis general de las entrevistas realizadas arroja algunas conclusiones relativas a puntos específicos. En cuanto a la relación del turismo y las peregrinaciones, la opinión general es que son fenómenos similares. El elemento diferenciador que puede identificar a un turista o a un peregrino son las motivaciones del sujeto, pero aun así comparten el viaje, las infraestructuras, los servicios turísticos. En cuanto a los procesos de turistificación y mercantilización de las manifestaciones de fe, la mayoría de los entrevistados coincide en que son procesos que suceden actualmente o pueden suceder y que tienen la capacidad de acarrear beneficios o dificultades, en función al tipo de destino donde se desarrolle la actividad, la planificación, formación, gestión y la forma de comercialización. Los desafíos del turismo religioso y su perspectiva dentro de algunos años están determinados según los entrevistados por: la práctica respetuosa de la actividad, la apertura y formación de la Iglesia y los actores involucrados, el desarrollo de infraestructura y equipamiento y el trabajo conjunto entre los sectores involucrados.

Las manifestaciones de fe de todas las religiones y creencias captan cada vez flujos más grandes de visitantes, ya sean turistas o peregrinos. Frente a esta situación surgen los desafíos para la gestión en cuanto a infraestructura, seguridad, servicios, protección del patrimonio, etc. El turismo religioso ha demostrado ser una tipología que genera gran interés en el nuevo turista en búsqueda de nuevos productos y experiencias. En los últimos años también ha generado interés para la comunidad académica y los organismos internacionales. En Argentina, el turismo religioso tiene un desarrollo incipiente pero existe una gran tradición peregrina, una gran diversidad de cultos y sitios sagrados, cuestiones

que hacen que el interés crezca sostenidamente y que sea viable el desarrollo sustentable de los productos turísticos religiosos.



## Líneas de Investigación

---

El desarrollo de este trabajo se ha concentrado en las peregrinaciones cristianas y su relación con el turismo religioso. Siendo un tema con muchas aristas, numerosas dimensiones fueron simplemente enumeradas sin profundizar en su análisis, debido en parte a los alcances de este trabajo y la complejidad de la temática. Algunas de ellas son:

- Las peregrinaciones de otras religiones, cultos o creencias.
- Otros tipos de peregrinaciones modernas no relacionadas con la religión.
- El turismo religioso en Argentina en comparación con otros casos de la región.
- La aplicación de un estudio de caso que arroje conclusiones más puntuales.
- El estudio en profundidad de los destinos religiosos a través del ciclo de vida de los destinos turísticos.
- Las motivaciones del turista religioso.
- El estudio de las características del peregrino y del turista religioso, entre otros.

A su vez, esta investigación pretende incentivar futuros trabajos que se relacionen con las peregrinaciones y el turismo, las relaciones entre el patrimonio cultural y religioso con el turismo, los procesos de turistificación, mercantilización, apropiación turística sobre el patrimonio cultural y/o los territorios, los impactos de la actividad turística religiosa sobre el patrimonio cultural, etc.

# Bibliografía

---

**Almirón, A., Bertoncello, R., y Troncoso, C. A.** (2006). *Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina*. Estudios y perspectivas en turismo, vol. 15, pp. 101-124.

**Almirón, A. y Troncoso, C.A.** (2005). *Turismo y patrimonio: Hacia una relectura de sus relaciones*. Aportes y Transferencias, año 9, vol.1, pp. 56-74.

**Altés Machín, C.** (1995). *Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos*. Síntesis. Madrid, España.

**Ambrosio, V.** (2007) *Sacred Pilgrimage and Tourism as Secular Pilgrimage*. En **Raj, R., Morpeth, N. D (eds)** (2007). *Religious tourism and pilgrimage festivals management: an international perspective*. Wallingford, CABI.

**Ambrosio, V. y Pereira, M.** (2007) *Case Study 2: Christian/Catholic Pilgrimage - Studies and Analyses*. En **Raj, R., Morpeth, N. D (eds)** (2007). *Religious tourism and pilgrimage festivals management: an international perspective*. Wallingford, CABI.

**Ander Egg, E.** (1993). *Técnicas de investigación social*. Magisterio del Río de la plata. Argentina.

**Aulet Serrallonga, S. y Hakobyan, K.** (2011). *Turismo religioso y espacios sagrados: Una Propuesta para los santuarios de Catalunya*. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, vol. 1, pp. 63-82.

**Barretto, M.** (2007) *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Asociación Canaria de Antropología y Revista PASOS. Tenerife, España.

**Bertoncello, R.** (2002) *Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas*. Aportes y Transferencias, nº 6(2), pp. 29-50. Mar del Plata, Argentina.

**Bhandari, K.** (2008). *Touristification of cultural resources: A case study of Robert Burns*. Preliminary Communication, vol. 56, nº 3, pp. 283-293.

**Boyer, M.** (2002). *El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo XX*. Historia Contemporánea vol. 25, pp. 13-31.

**Bozzano, H.** (2005) *Territorio y gestión: desarrollo endógeno y desarrollo institucional. Análisis de casos*. Seminario de Investigación Experiencias de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Local. Universidad Nacional de La Plata – Universidad Nacional de La Pampa. 4 y 5 de agosto de 2005.

**Bozzano, H.** (2009) *Territorios posibles. Procesos, lugares y actores*. Editorial Lumiere, Buenos Aires.

**Burbridge, H.A.** (1992) *Turismo Religioso y Santuarios. Una propuesta para la Argentina*. Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo. Secretariado Nacional para la Pastoral del Turismo. Buenos Aires.

**Cammarata, E.** (2006) *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. En América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira (Eds.). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo.

**Cánoves Valiente, G.** (2006). *Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo*. Cuadernos de turismo vol. 18, pp. 63-76. Universidad de Murcia. España.

**Cánoves Valiente, G y Blanco Romero, A.** (2011). *Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición versus un turismo emergente*. Cuadernos de Turismo, vol. 27, pp. 115-131. Universidad de Murcia, España.

**César Dachary A. y Arnaiz S.M.** (2003) *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Capítulo I y II. Eds Universidad de Guadalajara, México.

**Cohen, E.** (1972) *Toward a Sociology of International Tourism*. Social Research, vol. 39, nº 1, pp. 164-182. New School, New York, USA.

**Cohen, E.** (2005) *Principales tendencias en el Turismo contemporáneo*. Política y Sociedad, 2005, vol. 42, nº 1, pp. 11-24. Traducción: Blanco, R. Madrid, España.

**Conti, A., Charne, U., Moscoso, F., Comparato, G.** (2013) *El papel del patrimonio en la diversificación de la oferta turística*. En X Jornadas de Sociología UBA, 1-6 de Julio 2013. Buenos Aires, Argentina.

**Corbetta, S.** (2004). *Il viaggio a piedi: dal pellegrinaggio al turismo contemporáneo*. Tesi di Laurea. Università degli Studio di Bergamo, Italia.

**Denis y Frachon** (2009) *El Atlas de las religiones*. Le Monde Diplomatique – El dipló. Buenos Aires, Argentina.

**Diniz Carvalho, K. y Moquete Guzmán, S.** (2010) *El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local?* Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, nº 2, Buenos Aires, Argentina.

**Esteve Secall, R.** (2009). *Turismo y religión. Aproximación histórica y evaluación del impacto económico del turismo religioso*. En Jornadas de delegados de la Pastoral del Turismo. Conferencia llevada a cabo en Ávila, España.

**Fernández Poncela, A. M.** (2010) *El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, nº 2, pp. 375-387. Tenerife, España.

**Flores, Fabián Claudio** (2011). *¿Turistas o peregrinos? Prácticas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de Los Arroyos*. Revista Transporte y Territorio, nº5, pp.72-88. Universidad de Buenos Aires.

**García, A.** (2012) *Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo*. Notas en Turismo y Economía. Año III. Vol. 4, pp. 18.

**García Canclini, N.** (1999). *Los usos sociales del patrimonio cultural*. Patrimonio etnológico - Nuevas Perspectivas de estudio. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía, pp. 16-33.

**García Canclini, N.** (2000) *La Globalización: ¿Productora de Culturas Híbridas?*. En Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el estudio de la Música Popular. 23-27 de Agosto, Bogotá, Colombia.

**García Iglesias, L.** (1987) *Las peregrinaciones en la Antigüedad*. Cuadernos de prehistoria y arqueología. Vol. 13-14, 1986-87, pp. 301-312.

**Gliemmo, F.** (2014). *Reflexiones sobre la práctica turística: abordaje territorial para definir lugares sustentables. Iniciativas en Minas, Lavalleja (Uruguay)*. Anuario Turismo y Sociedad. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia vol. 15, pp. 115-134.

**González, M.V.** (2009) *Gestión Turística del Patrimonio Cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del Turismo Cultural*. Cuadernos de Turismo nº 23, pp. 237-253 Universidad de Murcia, España.

**González Viaña, M.** (2013). *Turismo religioso en Argentina. Un modelo para su desarrollo*. Ed. La colmena. Buenos Aires.

**Graburn, N. H.** (1977). *Tourism: The sacred journey*. Recuperado en: <http://files.umwblogs.org/blogs.dir/8190/files/sacredjourney.pdf>

**ICOMOS** (1976) Carta de Turismo Cultural.

**ICOMOS** (1999) Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo.

**Lagunas Arias, D.** (2012) *De la peregrinación al turismo: modelos en disputa*. En Fournier, P., Mondragón, C. y Walburga, W. (eds.) *Peregrinaciones ayer y hoy: Arqueología y Antropología de las religiones*. México, D.F.: El Colegio de México, Centro de Estudios de Asia y África.

**Leach, E. R.** (1971 ). *Time and False Noses*. En *Rethinking Anthropology*, pp.132-136. London School of Economics. New York: Humanities Press Inc.

**López, E.** (2011). *Una interpretación del turismo religioso a partir de la conceptualización del Turista-peregrino. Caso la peregrinación Juvenil a Luján*. Tesis de Grado. FCE-UNLP.

**MacCannell, D.** (1973). *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*. The American Journal of Sociology, vol. 79, nº3, pp. 589-603.

**Martín de la Rosa, B.** (2003). *Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural*. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 1, nº2, pp. 155-160.

**Mateos Rusillo, S.** (2012). *Difusión cultural. La Magdalena de los productos patrimoniales*. E-RPH. Revista Electrónica de Patrimonio Histórico, nº 10.

**Millán Vázquez de la Torre, Mª G.; Morales Fernández, E.; Pérez Naranjo, L.Mª.** (2010) *Turismo religioso. Estudio del Camino de Santiago*. Gestión turística, vol.13. pp. 9-37.

**Millán Vázquez de la Torre, Mª G.; Pérez Naranjo, L.; Martínez Cárdenas** (2012). *Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: una comparación de estudios de caso*. Cuadernos de Turismo nº30, pp. 241-266. España.

**Mallinaci, F.** (2008) Primera Encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina. FONCYT – CONICET. Recuperado en <http://www.ceil>

[conicet.gov.ar/investigacion/sociedad-cultura-y-religion/linea-1-religion-y-estructura-social/primera-encuesta-sobre-creencias-y-actitudes-religiosas-en-argentina/](http://conicet.gov.ar/investigacion/sociedad-cultura-y-religion/linea-1-religion-y-estructura-social/primera-encuesta-sobre-creencias-y-actitudes-religiosas-en-argentina/)

**Mariscal Galeano, A.** (2007) *A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la Romería del Rocío (Almonte-Huelva)*. En II Jornadas de Sociología: El fenómeno religioso. Presencia de la religión y de la religiosidad de las sociedades avanzadas. Sevilla, España.

**Ministerio de Turismo de La Nación** (2015) *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) 2025*. Buenos Aires, Argentina.

**Organización Mundial del Turismo** (2007) *Turismo y religiones: Una contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones*. Resumen del Informe en el contexto de la Conferencia de Córdoba, España. 29-31 de Octubre.

**Organización Mundial del Turismo** (2015) *Bethlehem Declaration on Religious Tourism as a Means of Fostering Socio-Economic Development of Host Communities*. Belén, Palestina.

**Orth, M.** (2015) *María*. National Geographic. Vol. 376 pp. 2- 31.

**Ostrowski, M.** (2002). *Peregrinación o Turismo religioso*. Exposición presentada en el III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes, 4-7 de marzo. Santuario de Montserrat. Catalunya, España. Recuperado de: [http://www.mercaba.org/FICHAS/Evangelizacion/peregrinacion\\_o\\_turismo\\_religios.htm](http://www.mercaba.org/FICHAS/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religios.htm)

**Parellada, J.** (2009). *El turismo religioso. Sus perfiles*. Jornadas de delegados de Pastoral de Turismo. 11-13 de noviembre, Ávila. España. Recuperado de: <http://www.conferenciaepiscopal.nom.es/pastoral/turismo/encuentro/2008/JosepEnricParellada.pdf>

**Pérez Winter, C.** (2013). *Patrimonialización, turistificación y autenticidad en Exaltación de la Cruz, Argentina*. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 22, pp.785-804.

**Porcal Gonzalo, M° Cruz** (2006). *Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio*. Cuadernos de Turismo, vol. 18, pp. 103-134.

**Prats, LI.** (1998). *El concepto de patrimonio cultural*. Política y Sociedad, n°27, pp. 63-76.

**Prats, LI.** (2003). *Patrimonio + Turismo = ¿Desarrollo?* PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 1, n° 2, pp. 127-136.

**Prats, LI.** (2006). *La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias*. PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, n°78, pp. 72-80.

**Quintana, C. y Stagno, R.** (2009). *Patrimonio y turismo: la activación turística patrimonial de Purificación. (Paysandú, Uruguay)*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 7, n°2, pp. 307-319.

**Revainera, R. G.** (2014) *Turismo Religioso y Turismo Espiritual. Caso: La Virgen de los Tres Cerritos de Salta*. Tesis de grado. FCE-UNLP.

**Richards, G. (ed)** (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford, UK. Publicado en formato electrónico por ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education).

**Robles Salgado, J.** (2001). Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, nº 316. Universidad de Barcelona.

**Romo Guijarro, J. Á.** (2000). *El uso turístico del espacio religioso: El santuario de Loiola en la ruta de Los Tres Templos*. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto. País Vasco. España.

**Sancho, A. et al.** (2008). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo.

**Sancho Pérez, A., et al.** (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid.

**Santana Talavera, A.** (1998). *Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión*. Revista Ciencia y Mar, vol. 6, pp. 37-41.

**Santana Talavera, A.** (2003). *Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que los otros miran*. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 1, nº1, pp. 1-12.

**Santana Talavera, A. y Prats, L. (Coords.)** (2011). *Turismo y Patrimonio: entramados narrativos*. Colección PASOS, Tenerife, España.

**Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R.** (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Clacso.

**Sharpley, R. y Sundaram P.** (2005). *Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India*. International Journal of Tourism Research, num.7, pp. 161-171.

**Toselli, C.** (2006) *Algunas reflexiones sobre el Turismo Cultural*. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 3, nº 2, pp. 175-182

**Turner, V.** (1995) *Liminality and Communitas* en The ritual process: Structure and anti-structure. Pp. 94-113, 125-130. Abridged. Chigago.

**Urry, J.** (2002). *Consuming places*. Routledge - Taylor & Francis e-Library. London and New York.

**Villarino, J. y Bercovich, F.** (2014). *Atlas Cultural de la Argentina*. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Buenos Aires.

**Waitt, G.** (2000). *Consuming Heritage: Perceived Historical Authenticity*. Annals of Tourism Research, vol. 27, nº4, pp. 835-862.

**Zúñiga Bravo, F.** (2014). *Nuevos usos del patrimonio arqueológico de El Tajín, a través de los procesos de turistificación, mercantilización y espectacularización*. Anales de Antropología, vol. 48, nº II, pp.152-183.

## Fuentes

---

<http://www.desarrolloturistico.gob.ar/>  
<http://www.argentina.travel/>  
<http://www.turismolapampa.gov.ar/>  
<http://neuquentur.gob.ar/>  
<http://www.cordobaturismo.gov.ar/>  
<http://www.corrientesintensa.com/>  
<http://www.misiones.tur.ar/>  
<http://portal.unesco.org/>  
<http://www.enit.it/it/studi.html>  
<http://www.nationalgeographic.com.es/>  
<http://kumbhmelaallahabad.gov.in/>  
<http://www.kumbhmelatour.com/>  
<http://www.kumbhamela.net/>  
<http://video.nationalgeographic.com/>  
<https://www.saudiembassy.net/>  
<http://www.performhajj.com/>  
<http://www.ibtimes.com/>  
<http://la-meca.org/>  
<http://www.bbc.com/>  
<http://www.santiagoturismo.com/>  
<http://rutamariana.com/>  
<http://www.fatima.pt/>  
<https://www.aciprensa.com/>  
<http://basilica.mxv.mx/>  
<http://es.catholic.net/>  
<http://campus.udayton.edu/>  
<http://www.sacred-destinations.com/>



<http://www.basilicadelujan.org.ar/>

<http://peregrinacionlujan.org.ar/>

<http://www.agenciaelvigia.com.ar/>

<http://www.reinadelcielo.org/>

<http://www.catecismo.com.ar/>

<http://www.virgen-de-san-nicolas.org/>

<http://www.santisimavirgen.com.ar/>

<http://www.miraclehunter.com/>

# Anexo

---

## Anexo I: Entrevistas

---

### *Objetivos de la indagación*

- Reconocer a los actores sociales involucrados en el turismo religioso.
- Conocer sus posiciones, opiniones y percepciones sobre el tema.
- Indagar en el grado de conocimiento sobre las dualidades y la complejidad de la temática.
- Indagar sobre las tendencias actuales para el turismo religioso.

### *Criterios para la selección de entrevistados*

- Incidencia en la actividad
- Instituciones encargadas de regulación de la actividad
- Investigaciones sobre la temática
- Servicios ofrecidos en relación al turismo religioso
- Otros criterios

### *Dimensiones de las entrevistas*

- Descripción teórica de los fenómenos sociales involucrados en el turismo religioso.
- Puesta en valor y vulnerabilidad del patrimonio religioso. Impactos sobre el mismo.
- Modalidad de comercialización y promoción de la práctica turística.
- Tendencias presentes y futuras del turismo religioso y las peregrinaciones.
- Descripción de las funciones y objetivos de las instituciones involucradas.
- Relación entre actores sociales.

## Entrevista n°1

Jueves 18 de febrero 2016, C.A.B.A

Entrevistada: **Lic. Marcela Villares**

Lic. en Ciencias de la Educación en la Universidad Nacional de Quilmes - Secretaria adjunta de la Pastoral del Turismo Argentina desde 2009.

A modo de presentación se envió con anterioridad un resumen del trabajo de investigación donde constaban los objetivos, metodologías y un resumen general. La entrevista se realizó en la sede de la Pastoral del Turismo en la ciudad de Buenos Aires. Luego de las presentaciones y formalidades correspondientes comenzaron las preguntas:

– **¿Cuáles son los objetivos principales y las tareas que realiza la Pastoral del Turismo?**

Como toda pastoral dentro de la Iglesia Católica, intentamos evangelizar, ósea llevar el mensaje de Dios a la actividad en la que trabaja. De qué modo:

- Trabajando con los entes de la sociedad, ya sean públicos o privados, que están en el tema. Participando en mesas de trabajo donde ayude al intercambio recíproco y tareas concretas. Por ejemplo, la Mesa del Ministerio de Turismo para la prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo.
- Formar equipos diocesanos, por las dudas aclaro que la diócesis es el territorio de la Iglesia que está bajo la jurisdicción de un obispo.
- Ayudar a los cristianos a que vivan el tiempo de descanso como un tiempo de gracia y crecimiento, preparamos materiales que difundimos a través de las diócesis, sea espiritual como concreto, por ejemplo el cuidado del medio ambiente.
- Trabajar y promover el turismo responsable, tenemos un programa en la región NOA de nuestro país con 15 comunidades trabajando en proyectos de turismo solidario y sustentable.
- Turismo religioso en distintas diócesis. Hay delegados que tienen armados equipos de acogida de grupos, formación de guías, relevamiento del

patrimonio, etc. Por ejemplo en la Basílica de Luján Catedral de Buenos Aires, Mendoza, etc.

- Trabajo en temas de trata, tráfico y explotación de personas en el ámbito del turismo.
- Otros trabajos incipientes: turismo accesible, turismo responsable.

– **¿Cómo está conformada?**

La Comisión Episcopal para las Migraciones y el Turismo<sup>13</sup> (donde la Pastoral está inserta) está conformada por 4 obispos y 1 sacerdote que es el secretario, luego estoy yo y los delegados diocesanos.

– **¿Realizan reuniones periódicas o encuentros con los diferentes actores involucrados en el turismo religioso?**

Nosotros trabajamos en forma regular con los delegados que trabajan en esto, luego participamos de la Comisión de Turismo Religioso, que es generada y promocionada por la Aviabue y este año tenemos programado un Simposio de Turismo Religioso, donde queremos dar la palabra académica desde la visión de la Iglesia.

– **A través de la lectura y el estudio de la bibliografía existente sobre el turismo religioso y las peregrinaciones, he llegado a la conclusión preliminar de que podemos distinguir dos posiciones diferentes respecto de la relación entre ambos conceptos. Si bien estas corrientes de pensamiento tienen límites difusos, podemos decir que: una consiste en considerar al turismo religioso como la versión moderna de las peregrinaciones, un equivalente simbólico, posición más preponderante en la bibliografía anglosajona. La otra corriente afirma que estos conceptos son fenómenos diferentes con desarrollos históricos diversos, aunque compartan características como el viaje o la utilización de la infraestructura turística. ¿A su parecer, cual es la relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones?**

A nuestro parecer es muy difícil distinguir una cosa de la otra. Lo que las diferencia es el objetivo por el cual se emprendió el viaje, pero este puede cambiar, el peregrino convertirse en turista, y el turista en peregrino. En el primer Encuentro de

---

<sup>13</sup> La comisión Episcopal está conformada por la Pastoral del Turismo, la Pastoral Migratoria y la Pastoral de los itinerantes

Turismo Religioso que organizó la OMT, Mons. José Brosel Gavila, representante del Pontificio Consejo para la Pastoral de los Emigrantes e Itinerantes hizo una interesante disertación, que te doy así puedes leerla. Justamente él explico las diferencias entre peregrinación, turismo religioso y turismo cultural.

- **Existe también una posición más radical que considera que el turismo es una actividad frívola, difícilmente comparable con el carácter sagrado de las peregrinaciones. Esta línea de pensamiento se condice con algunas opiniones que afirman que el turismo ha convertido a las peregrinaciones en un objeto de consumo ¿Considera que existe una turistificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe? ¿Considera apropiado estos dos conceptos? Cree que podrían vincularse?**

La Iglesia está abierta a reconocer todos los espacios que sean positivos para el hombre, por lo tanto también el turismo, y abierta a todo aquello que sea una posibilidad de intercambio. Ya nos lo dice el hecho de que desde El Vaticano hasta cada país cuente con una Pastoral del Turismo. Lamentablemente no siempre se encuentran la misma apertura en cada lugar de la Iglesia, es difícil a veces.

Si esta actividad sirve para generar trabajo en forma honesta y regulada también se apoya, te lo digo esto con respecto a lo que se habla de mercantilización. Digamos, no estamos en contra de que una agencia de viajes promueva una peregrinación a Tierra Santa y gane dinero, es lógico porque la finalidad de la agencia es ganar dinero. No nos parece que este mal la mercantilización en ese sentido, si sirve para generar trabajo para esa empresa y que a su vez da trabajo para el lugar que visita está bien. Muchas veces la Iglesia lo que hace es poner solo la Iglesia, pero ese grupo tiene que ir a un hotel, tiene que comer, etc.

- **¿Cuándo la peregrinación se convierte en un producto, puede existir una pérdida de significado para quien la realice?**

Ahí creo que parte de la motivación que tenga la persona y el destino. Digamos a Tierra Santa o a Roma, puede ir cualquiera, aunque sea ateo, porque le interesa la cultura, quizá no tanto el significado religioso. Hay otros productos que se venden que va a ir la gente que tenga una motivación religiosa, no creo que vaya a venir gente de España a la Basílica de Luján si no tiene un interés religioso, por más que sea hermosa, no es un producto atrayente para cualquier turista.

Por otro lado, justamente quería comentarte que, tenemos puesta mucha esperanza en el nuevo Ministro de Turismo, él nos llamó a pocos días de ser elegido y nos dijo que le quiere poner muchas pilas al tema del Turismo Religioso y tocó una tema que, para mí, es muy sensible y que es un poco esto que vos decís. Muchas veces ¿por qué la Iglesia se cierra a la mercantilización, a la entrada de agencias? Porque justamente se toma la Iglesia como un museo, y muchas veces se lo toma mal como un museo. Porque existe mucha ignorancia, sobre la posición de la Iglesia y sobre los significados, cualquiera dice cualquier cosa. Entonces, nosotros queremos hacer este Simposio (sobre Turismo Religioso) para decir la Iglesia, sobre el Turismo Religioso, piensa esto, y que quede claro. Una de las cosas en qué quedamos con el Ministro, es que él nos va a pedir que nosotros elaboremos pautas para darles a las agencias. Es decir *Yo estoy feliz de que vengas a visitar mi lugar, te ofrezco mi Iglesia, pero yo te pido que a cambio, por ejemplo, te formes*. Por ejemplo acá en Catedral de Buenos Aires, se dio durante varios años, la formación de guías y para poder guiar dentro de la Catedral, tenés que ser guía acreditado. A nosotros nos parece importante, que ya que me venís a conocer, déjame que te cuente y te explique. Es la lucha que tenemos con las agencias, tienen que abrirse a las pautas que ofrece la Iglesia, porque si no se cierra cada vez más, porque siente que es una invasión, que no les interesa. Hay una experiencia concreta, en la Virgen de la Carrodilla en Mendoza, una museóloga de Catedral de Buenos Aires fue a realizar un relevamiento, mientras indagaba sobre la situación con los grupos de visitantes y descubrió que la gente entra normalmente para ir al baño, es decir que no se entra por otra razón.

- **Algunos autores consideran que el desarrollo del turismo religioso puede acarrear algunos problemas, como por ejemplo: el deterioro del patrimonio religioso, la creación de tensiones entre culturales o religiones, impactos negativos que devienen de la masificación, etc. A su vez, organizaciones como la OMT, consideran que el turismo religioso es una herramienta para la conservación del patrimonio y una excelente oportunidad para el fomento de la paz, el entendimiento y el dialogo. ¿Qué opinión le merecen estas posturas? ¿Es todo una razón de gestión como en otras tipologías turísticas o se deben considerar otros factores adicionales como cuestiones teológicas e ideológicas?**

Más allá de todo, nuestra posición es que la Iglesia esté abierta, sea como sea que la Iglesia esté abierta. No como en otras religiones que hay todas otras pautas. Nuestra postura es, estemos abiertos, algo la persona se va a llevar. Pero hay un límite, de costos también. Recuerdo que una vez, el Ministerio nos decía, como puede ser que la gente va a un lugar turístico y la Iglesia está cerrada, pero está bien, vivimos es este mundo, hay un tema por ejemplo la seguridad. ¿Quién se encarga? Tiene un costo. Ese es un tema todavía, como Iglesia, a resolver, es decir, cómo en esta apertura que queremos tener no nos perjudicamos. Recuerdo otra experiencia en Catedral de Buenos Aires, una persona encargada encuentra a un grupo de visitantes con una guía haciendo un picnic en los últimos bancos de la Iglesia, no corresponde. Por eso creemos que un mínimo de pautas tienen que existir, a veces en esta apertura de la Iglesia hay mucha confusión. Entonces hay que trabajar muchísimo, tanto hacia adentro de la Iglesia como hacia afuera. Como Iglesia estamos abiertos pero no preparados para recibir al turista, al distinto. Tengo otra anécdota de una persona que trabaja en la Catedral que una vez echó a dos personas que estaban charlando delante del Santísimo, ella no se paró a pensar si esas personas necesitaban algo, si esas personas tenían idea delante de que estaban parados. Entonces como Iglesia, muchas veces, damos por supuesto un montón de cosas y no sabes quienes son los que entran, con que conocimientos. Con respecto a esta misma pregunta, a nosotros nos parece fundamental que en la formación se incluya la parte teológica e histórica desde la Iglesia.

– **¿Cuáles considera que son los impactos negativos de la práctica turismo religioso?**

Bueno, un poco lo charlamos, los impactos negativos son, primero el deterioro que se puede dar del lugar en sí, la poca valorización y por ende poco mantenimiento y responsabilidad en el cuidado. Y el impacto, para mí, más negativo es que no se pueda comunicar el mensaje que se quiere dar como Iglesia, porque es la finalidad. No poder llevarla a cabo nos parece que es negativo para la Iglesia y para la persona que visita porque se va incompleta, no se lleva nada. Por lo tanto, nos parece que es en lo que más tenemos que trabajar, en poder dar ese mensaje, el mensaje por el cual está el edificio abierto.

– **¿Cuáles son las medidas de conservación y protección del patrimonio religioso frente a las peregrinaciones y el turismo religioso?**



De esto se encargan específicamente las distintas diócesis. Por ejemplo, tenemos ahora una diócesis en Mendoza, que está trabajando con un grupo de arquitectos en su Iglesia. También está en ejemplo del Museo de San Francisco en Santiago del Estero, donde se recibieron donaciones para realizarlo pero nadie tenía idea que eran las cosas, como ponerlas, como exhibirlas, como tenían que ser los carteles, nada; entonces una museóloga y restauradora de Buenos Aires viajó, hizo el relevamiento, creó pautas para la conservación, la exposición y ese tipo de cosas. Siempre con especialistas se trabaja, sobre todo si estamos hablando de lugares de cierta importancia patrimonial. Si es posible, expertos que estén formados también en la Iglesia, para conservar toda su significación.

– **¿Cuáles considera que son los impactos positivos del turismo religioso?**

Nosotros creemos que lo positivo es que la gente venga y entre al lugar, poder relacionarnos con la gente, eso ya es positivo. Ya que la gente tenga interés es positivo, no importa cuál sea el interés, como Iglesia por lo menos podemos darle el ambiente para que esa persona conozca, vea, sepa que existe.

– **¿Cómo imagina el fenómeno de las peregrinaciones dentro de 20 años?**

Yo veo bastante positivo, que unos pocos años, en nuestro país, se descubrió el turismo religioso. Desde las agencias se vio como un nicho que no estaba siendo explotado comercialmente, que no necesita demasiado para poder promocionarlo, para poder atraer. Hace pocos años, fue elegido el Papa, dentro de poco va a ser canonizado el cura Brochero, son situaciones que se van sumando. Creo que esta 'invitación de salida', que nos dice el Papa Francisco, es una invitación justamente a que nuestras Iglesias estén siempre, y cada vez más, abiertas; para recibir gente, para poder tener un intercambio, para poder conocernos. Yo espero que de acá a 20 años estemos más formados, más relacionados y que en ese relacionarnos, nos respetemos, que sepamos recibir al otro y establecer contacto entre todo el turismo religioso, es decir con otras religiones, interreligioso. El gobierno de la ciudad de Buenos Aires está trabajando muy bien con eso, haciendo circuitos, visitando conjuntamente sinagogas, mezquitas e iglesias, me parece que tiene un potencial importante. Como vos decís en uno de los puntos, cuanto más logremos trabajar conjuntamente, cuanto más podamos desarrollar este tipo de turismo, tanto más podemos colaborar a que sea para una mayor cultura de paz, de concordia, de bienestar para todos, es un espacio del turismo que se presta

muchísimo para eso. Yo auguro que dentro de 20 años sea un turismo posicionado como 'otro' tipo de turismo, sabiendo que es distinto, un público distinto.

## Entrevista n°2

Lunes 29 de febrero 2016

**Entrevistada: Viviana Castro** - Directora General de Viditerra 1915.

La agencia de viajes Viditerra 1915 se especializa en viajes culturales y religiosos, está ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El contacto con esta agencia fue facilitado por la Pastoral del Turismo. Por elección de la entrevistada la entrevista fue realizada por e-mail.

A modo de presentación se envió con anterioridad un resumen del trabajo de investigación donde constaban los objetivos, metodologías y un resumen general.

### **Cuestionario guía**

– **¿Cómo inició la agencia?**

La agencia se estableció en 1915 como una agencia de viajes que comercializaba todo tipo de circuitos. A partir del año 2000 comenzó muy tímidamente a organizar peregrinaciones y ofrecerlas a discreción, finalmente a partir del 2008, se estableció como agencia de viajes especializada en turismo cultural y religioso.

– **¿Se especializan solo en viajes religiosos? De ser así ¿Cuáles fueron los motivos de la especialización?**

La especialización es “turismo cultural y religioso”, y surgió inicialmente en respuesta a la vocación personal por parte de la dueña de la empresa quién está profundamente ligada a la religión y buscaba de alguna manera ofrecer un servicio más superador a los viajeros, buscaba poder ofrecer vivencias más profundas en los viajes.

– **¿En qué consisten los viajes a un destino turístico religioso que ustedes ofrecen? ¿Qué servicios están incluidos?**

Son experiencias muy profundas que se viven a nivel personal y en comunidad, ya que son viajes grupales. Además de visitar sitios de importancia religiosa en sí mismos, cada viaje tiene un hilo conductor que lo rige, son acompañados por un sacerdote y se coordina la celebración de la misa diariamente.

– **¿Cuáles son los destinos más solicitados?**

Tierra Santa y Roma es “el” destino por antonomasia

– **¿Qué tipo de turista contrata servicios relacionados al turismo religioso o peregrinaciones? (edad, profesión, sexo, conocimiento del destino, etc.).**

En general son personas mayores de 60 años, mayoritariamente mujeres, muy variado el perfil en cuanto a ser viajeros frecuentes o no, personas que han viajado muchísimo y otras que es su primer viaje al exterior.

– **¿Conoce las razones por las que sus clientes se interesan en destinos religiosos?**

Todos buscan vivir una experiencia que no pase inadvertida en sus vidas.

– **¿A su parecer, cual es la relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones?**

Esta es una diferenciación, o no!, que lleva años. Para muchos la diferenciación tiene que ver con que “turismo religioso” se entiende el viaje a un destino en sí mismo religioso, mientras que peregrinación tiene que ver además, con la manera de vivir ese viaje, es decir cuando hay un trabajo espiritual que lo acompaña, cuando se celebra la misa diariamente, etc.

– **Existe una línea de pensamiento que afirma el turismo ha convertido a las peregrinaciones en un objeto de consumo, en un producto ¿Considera que existe una turistificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe? ¿Qué problemas acarrea esta situación?**

Como en cualquier otro producto/servicio que se comercializa, esto tiene que ver con el respeto que se tenga por el trabajo que se realiza. Muchas veces se tiende a dar una connotación negativa, cuando un producto se comienza a comercializar de manera consistente y se realizan acciones de marketing para su difusión. Como dije anteriormente, si esto se realiza de una manera muy respetuosa del destino, de los viajeros, y de cada “actor” dentro del proceso de comercialización, no creo que tenga un

efecto negativo, sino todo lo contrario, ya que de esta manera se está dando la posibilidad a muchas personas que se beneficien del mismo. Se generan nuevas fuentes de trabajo, y fundamentalmente se le da a los viajeros, la posibilidad de vivir una experiencia personal realmente única y en muchos casos transformadora.

- **¿Considera que existen diferencias entre la promoción y venta de un producto turístico religioso y un producto turístico tradicional? ¿Hay que tener en cuenta otras cosas como cuestiones teológicas o ideológicas?**

Sí creo que hay diferencias, es un producto que requiere un proceso de ventas más extenso y de mayor acompañamiento. Y en cuanto a la promoción, requiere de un proceso de mucho conocimiento de los canales de difusión y una elección muy especializada.

- **¿Consultan o mantienen contacto con especialistas en el tema o instituciones relacionadas al mismo?**

Sí, constantemente

- **¿Cuáles son los principales desafíos del sector en relación al turismo religioso?**

Tomarlo con la seriedad que requiere, y no verlo sólo como un posible segmento de ventas

- **¿Cómo se imagina las peregrinaciones y/o el turismo religioso dentro de 20 años?**

En lo que respecta a nuestro país, espero tengan una mayor difusión tanto de parte de la iglesia como del sector turístico. Y como dije anteriormente, espero se traten con el respeto que merecen.

### *Entrevista n°3*

Domingo 27 de marzo 2016

Entrevistada: **Dra. María del Carmen González Viaña**

Lic. En Turismo en la Universidad del Comahue – Neuquén, Master en Turismo Internacional S.I.S.T – OMT, Roma. Dra. en Geografía Humana en la Universidad Complutense de Madrid.

A modo de presentación se envió con anterioridad un resumen del trabajo de investigación donde constaban los objetivos, metodologías y un resumen general. La entrevista fue realizada telefónicamente. Luego de las presentaciones y formalidades correspondientes comenzaron las preguntas:

### **Cuestionario Guía**

- **A través de la lectura y el estudio de parte de la bibliografía existente sobre el turismo religioso y las peregrinaciones, he llegado a la conclusión preliminar de que podemos distinguir dos posiciones diferentes respecto de la relación entre ambos conceptos. Si bien estas corrientes de pensamiento tienen límites difusos, podemos decir que: una consiste en considerar al turismo religioso como la versión moderna de las peregrinaciones, un equivalente simbólico, posición más preponderante en la bibliografía anglosajona. La otra corriente afirma que estos conceptos son fenómenos diferentes con desarrollos históricos diversos, aunque compartan características como el viaje o la utilización de la infraestructura turística no son comparables. ¿A su parecer, cual es la relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones?**

La respuesta a esta pregunta está muy clara en mi libro, en la página 14. Ahí te respondo a estas cuestiones, buscalas ahí que están claritas.

*Se incluye el extracto de texto al cual hace referencia a entrevistada:*

*“(…) que no se confunda el rol del peregrino con el del turista; el de la persona ocupada en las cuestiones más elevadas de la vida, con el de consumo suntuario del entretenimiento en el tiempo libre.*

*(…) La vinculación entre turismo y peregrinación, la combinación de dos roles, el de turista y el de peregrino, en una misma persona, no pasa por una decisión de la persona, que por lo tanto, sería, eventualmente, opinable, y sometida a escrutinio moral, y en todo caso, justificaría la existencia de previas interpretaciones. La combinación de roles es una cuestión de la naturaleza de las cosas: al peregrinar, una persona tiene necesidades de traslado, alojamiento, alimentación, etc. Ósea, no se es turista o peregrino. Se es a la vez turista y peregrino.” (González Viaña, 2013, pp. 14)*

- **Existe también una posición más radical que considera que el turismo es una actividad frívola, difícilmente comparable con el carácter sagrado de las peregrinaciones. Esta línea de pensamiento se condice con algunas opiniones que afirman que el turismo ha convertido a las peregrinaciones en un objeto de consumo ¿Considera que existe una turistificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe? ¿Considera apropiado estos dos conceptos? ¿Cree que podrían vincularse?**

Yo te diría que no existe una turistificación, por lo menos en Argentina no. Es un concepto de los países desarrollados y básicamente de los antropólogos. Yo he visto sitios que son importantes a nivel internacional de turismo religioso y no vi esto, ni siquiera en Lourdes. En Lourdes lo que vi por ejemplo fue una gestión impresionante, por parte de la Iglesia, de la comunidad local y por parte de la gente encargada del turismo, pero no vi lo que vos sugerís.

Mira, yo esto de la turistificación únicamente lo he visto en los sitios de playa y en lugares muy concurridos en países desarrollados, no es nuestro caso. Creo que el único lugar en la Argentina que se puede hablar de masificación puede ser Mar del Plata, por ejemplo. Nosotros no tenemos ese problema, tenemos un turismo incipiente, en todos los destinos, aún en los más conocidos. Dentro del turismo religioso lo más importante para nosotros a nivel nacional e internacional son los destinos relacionados con la cuestión jesuítica. Pero en ningún caso reciben un turismo de masas, al contrario, es un turismo incipiente.

- **¿Y qué opina de lugares como Roma, que no solo tiene atractivos con significación religiosa sino que es un destino consolidado por otros atractivos, en este caso se puede hablar de una banalización de la religión?**

Tampoco, yo viví y estudié en Roma y te digo que la gente que va al Vaticano, suele tener una motivación religiosa principal.

Mucha gente que es religiosa va a esos lugares y los que no son religiosos, en general, y que van a Roma por ejemplo, lo hacen motivados por otras cuestiones, aunque entre ellos está lo religioso. Pero por ejemplo, no son muchas las personas que deciden hacer el camino a Roma en una peregrinación.

Esto es en el caso nuestro que estamos hablando de la Iglesia Católica, no sabría decirte en el caso de otras religiones que sucede. Pero para el turismo religioso en el mundo existen diversos motivos, incluso estuve leyendo estudios del Camino de Santiago que dicen que, en realidad, la motivación religiosa no era lo principal, había motivos como caminar, por el paisaje.

Entonces, ese concepto de turistificación yo no lo vi ni en los grandes lugares, no me parece que esté. Lo que sí vi, en Lourdes fue una gran cantidad de negocios de souvenirs, pero responden a la demanda, la gente que va quiere llevarse un recuerdo.

– **¿Entonces no tienen una motivación turística quienes van a Lourdes?**

No, porque en el caso de Lourdes, es algo un poco distinto, acuden básicamente personas que están enfermas y está todo dispuesto como para poderlas recibir. El turista que pasa por allí lo hace en algún tour hacia otros lugares, como quienes hacen la ruta Paris-Barcelona y dedican un día a conocer Lourdes, pero no es su destino principal.

– **¿Considera que en la no-turistificación de la religión tiene un papel predominante la Iglesia o son los turistas o son quienes gestionan el turismo?**

Los documentos en general sobre el tema, provienen de la Iglesia, son los preocupados por atender bien a los visitantes, sin llamarles turistas o peregrinos. Si hay alguien que realmente habla muy bien del turismo, es la Iglesia. En el libro explico justamente esto, es una sorpresa para muchos de los que trabajan en turismo, la Iglesia habla muy bien del turista. No hace mucho, el Papa mencionó a los turistas dándoles la bienvenida al Vaticano.

No tienen ningún problema en hablar de turistas y del turismo religioso. Los que a veces tienen problema con el turismo son personas que no vienen del campo religioso, entonces quieren hacer una diferencia entre turismo y peregrinación, que por supuesto son cosas distintas, el peregrino en su razón de ser no tiene que ver con el turismo, pero en cuanto a facilitarle todos los servicios, sí tiene que ver con una actividad turística.

No sé qué habrás visto en las agencias, pero en general los que se dedican al turismo religioso son pequeñas agencias o muy ligadas a la Iglesia, la Iglesia misma muchas veces es la que promueve los viajes, por ejemplo ir a San Nicolás o los viajes para conocer los lugares por donde estuvo Ceferino Namuncurá. Estos recorridos se

hacen en colectivo, en general es gente de la tercera edad, a un costo muy económico y sino, se hacen por cuenta propia. Pero nunca son demasiados quienes hacen estos viajes. Hay que destacar que no son las misma personas que van a Roma las que van a estos destinos nacionales.

- **Organizaciones como la OMT, consideran que el turismo religioso es una excelente oportunidad para el fomento de la paz, el entendimiento y el dialogo en culturas y religiones. ¿Considera que esto puede ser así?**

Sí, es cierto esto. Porque en los lugares sagrados muchas veces esta ese ambiente, ese espíritu de paz y de comunión entre las personas que visitan, espacio para encontrarse con el otro.

- **¿Cuáles considera que son los impactos socioculturales positivos y negativos del turismo religioso?**

Yo he dejado de hablar de los impactos, cuanto mucho hablo de los efectos. Porque impacto es algo más fuerte. Un impacto es por ejemplo lo que hace el Rally Dakar.

Creo que los efectos socioculturales que puede tener el turismo religioso son los mismos que puede tener cualquier actividad turística y suelen ser mínimos.

- **¿Considera que puede haber efectos negativos o tensiones en, por ejemplo, el encuentro de turistas curiosos y peregrinos piadosos?**

Ahí estamos hablando de cuestiones puntuales y de un turista desubicado, que hay en todas partes, pero generalmente no se encuentran este tipo de situaciones. Y es algo que en todo caso también ocurriría en otro tipo de turismo.

Creo que en general el turista es respetuoso y por más que no sea religioso o sea de otra religión, respeta las normas.

- **¿Y en cuanto al patrimonio, sobre todo el patrimonio intangible, las celebraciones o rituales que puedan perder significación por la acción del turismo?**

Creo que pérdida de significado no, pero si cambian algunas cosas, como por ejemplo en la zona de Andalucía, la Semana Santa de Sevilla, que es muy promocionada por los entes de turismo, entonces es más concurrida, pero no veo que interfiera en su significado, simplemente lo veo más promocionado.



Esta pérdida de significado se ve más en el turismo rural por ejemplo o en lo relacionado a las culturas indígenas, se ven cosas preparadas y ahí si hablamos de esto, pero en el turismo religioso no lo veo preparado.

Hay una postura, generalizada, que ve al turista como un depredador, muchas veces el turismo tiene mala prensa. Hay tantas actividades económicas que realmente son más dañinas...

- **En su libro ‘Turismo religioso en Argentina’, Ud. plantea una serie de obstáculos que no han permitido que el turismo religioso en Argentina se desarrolle de igual forma que otras tipologías ¿Cree que podrán ser superados? ¿De qué forma podrían abordarse?**

En ese sentido, creo que están más o menos todo igual. Quienes tienen mucha predisposición para trabajar en este tema abiertamente es la gente de la Iglesia, ellos son los que hacen posible que la gente pueda visitar los lugares sagrados, ayudan con sus voluntarios como los de Luján.

Tengo una visión positiva sobre el país, creo que vamos a mejorar en el tema de infraestructura, que en la actualidad falla, es lo que falla en el turismo en general. Hay que trabajar, como han hecho otros destinos, en la infraestructura y el equipamiento. Si tenemos buenos caminos por ejemplo, el turismo se puede desarrollar mejor. Hay lugares muy pintorescos, muy interesantes para conocer a los cuales es difícil llegar. Tenemos de todo nosotros, hablando de patrimonio natural, cultural de todo tipo, no nos falta nada pero fallamos en la infraestructura, y para esto se precisa tiempo e inversión. Imaginate que si la infraestructura es deficitaria en los grandes destinos de nuestro país que podemos esperar para una capilla perdida en Catamarca.

Es importante destacar, y esto sucede en el mundo, que muchos lugares se pueden conservar gracias al turismo. Porque está esa versión de que el turismo es nocivo, pero resulta que muchos lugares pueden funcionar, el patrimonio de muchos sitios puede ser conservado, gracias a que recibe dinero de la actividad turística.

- **¿Cuál cree que es la situación actual del turismo religioso en Argentina?**

Lo que observo en el último tiempo es que hay interés académico. Desde hace dos o tres años, a partir de que salió mi libro y de la elección del Papa, he recibido a tesisistas como vos y he hablado con profesores que señalan esto también. Yo creo que de un

tiempo a esta parte hay un cierto movimiento, hay congresos, el Ministerio de Turismo realiza algunas actividades. Hoy en día del tema se habla, hace unos años en la facultad no se hablaba del turismo religioso.

- **¿Qué actores sociales son fundamentales en el turismo religioso en Argentina? ¿Conoce sus posturas o acciones llevadas a cabo frente a la relevancia que ha cobrado esta tipología turística?**

La Iglesia debe formar parte claramente, luego la comunidad, muchos de estos lugares religiosos están en pequeños pueblos, son quienes deben estar convencidos sobre tener algo interesante para ser visitado, una fiesta o un monumento religioso de importancia. Los actores fundamentales son entonces el municipio o el sector público, el sector turístico, la iglesia, la comunidad. Lo más importante es que todos los actores tengan buena relación entre sí.

- **¿Cómo imagina el fenómeno de las peregrinaciones en 20 años?**

Yo creo que esta pregunta te la podrían contestar mejor del lado de la Iglesia, porque es una cuestión religiosa. Pero lo que si me imagino y me gustaría es, sobre todo en nuestro país, una infraestructura y equipamiento mejor, recursos humanos provenientes del turismo, bien capacitados para este sector y este tipo de turismo.

## *Entrevista n°4*

Miércoles 30 de marzo 2016

Entrevistada: **Lic. Claudia Boente**

Referente técnico - Turismo Religioso. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Ministerio de Turismo

A modo de presentación se envió con anterioridad un resumen del trabajo de investigación donde constaban los objetivos, metodologías y un resumen general. La entrevista fue realizada telefónicamente y corregida vía email. Luego de las presentaciones y formalidades correspondientes comenzaron las preguntas.

**Cuestionario guía**

- **¿Cómo se vinculan a su parecer el turismo religioso y peregrinaciones? ¿Son sinónimos o son fenómenos diferentes? ¿Cómo los considera a la hora de trabajar en ellos?**

Considero que el turismo religioso y las peregrinaciones no son cosas diferentes, un turista religioso puede ser peregrino o no y un peregrino puede ser turista o no, en definitiva todo depende de la motivación de la personas. El peregrino es quien va a un lugar sagrado con un fin determinado.

- **¿Existen programas de acción y gestión impulsados por el Ministerio en respuesta la relevancia que ha tomado el turismo religioso? ¿Cuáles son?**

Este año se formó la Comisión Federal de Turismo Religioso, cuya función es convocar a las provincias y unir la actividad pública y la privada en relación a este tema.

- **¿Se deben tener consideraciones especiales en la gestión de esta tipología (debido a que está estrechamente vinculado a la religión)? ¿Difiere de la gestión de otro tipo de tipologías turísticas?**

Sí, se deben tener consideraciones especiales, es un turismo sumamente delicado. Es una tipología en la que se trabaja con las creencias de las personas, con la fe. Hay que tener mayor respeto, mayores recaudos al momento de trabajar con los actores involucrados, hay considerar las normas y las reglas que tienen los lugares sagrados.

- **¿Considera que el turismo religioso es una oportunidad que brinda el turismo para el desarrollo de una actividad más sostenible, que como dice la OMT contribuye a la paz entre religiones y culturas, o por el contrario considera que es una tipología que puede generar tensiones en el encuentro de turistas y peregrinos y deterioro del patrimonio cultural religioso?**

Este tipo de turismo mueve 300 millones de personas al año, según el cálculo de la OMT, es una excelente oportunidad si es hecho a conciencia y con ética. Hay que considerar los factores socioeconómicos y ambientales, debe haber continuidad en la gestión, sobre todo en las provincias del país. Es cierto que puede generar tensiones sino se respetan las normas de los lugares sagrados. Este tipo de turismo surge espontáneamente, no fue pensado, esta condición genera en, numerosos casos, la falta de planificación y de infraestructura.

Con la nueva gestión de gobierno, se está trabajando en la concepción del turismo religioso como una vía para el encuentro entre religiones. Argentina quiere posicionarse como un destino de encuentro religioso y cultural, hay que tener en cuenta que tenemos una gran cantidad de credos distintos.

Las tensiones no se generan entre el turista y el peregrino, las tensiones se generan entre el turista y la Iglesia, cuando quienes entran a un lugar sagrado no respetan lo que la Iglesia pide. No es que un peregrino puede increpar al turista porque no está rezando, sino que por ejemplo los guías no respetan los horarios de la misa, entonces hacen la visita guiada en momentos que no corresponden. Quien no respeta, muchas veces, es el turista que llega a un lugar sagrado, porque el peregrino muchas veces, aunque no siempre, sabe cuáles son las condiciones *sin equa non*, conoce las normas de la Iglesia. Respecto al patrimonio, el deterioro se da por la falta de mantenimiento o de planificación en la infraestructura.

Hay que hacer una concientización en los turistas, porque pasan cosas como la que me comentó la directora del Museo de la Catedral, vino un grupo de gente a la Catedral, se quedó delante del Santísimo, tomando mate y comiendo. Eso no está bien, es irrespetuoso. Es también un trabajo de la Pastoral, que está tratando de concientizar a las agencias para que tengan guías idóneos, porque el problema es la persona que va sin saber, es el guía quien debe informar que se puede hacer y que no en la Iglesia.

Al peregrino también hay que instruirlo, a todos hay que instruir, pero ¿quién debe hacerlo? En todo caso, el guía que entra. Pero, ¿Qué pasa cuando alguien entra solo? Eso es un problema, en algunas iglesias hay indicaciones, pero en otras no. También hay mucha gente no sabe leer por ejemplo, y no comprende, se queda sin saber.

Entonces, tiene que haber una tarea de sensibilización de la Iglesia, quienes están tratando de hacerlo, deben sensibilizar a la gente que va a la Iglesia y a las agencias, porque son quienes llevan gente. Debe crear pautas claras para el ingreso o para las peregrinaciones de todo el país. Señalar donde está la asistencia sanitaria y este tipo de cosas. El responsable es la Iglesia, la Pastoral, pero también los guías. Debe ser un trabajo compartido. La Iglesia tiene que aleccionar, educar, y las agencias deben informar a los turistas sobre que se puede hacer y qué no.

- **¿Considera que existe una turistificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe y la religión a través del turismo religioso? ¿Cómo los describiría a estos conceptos?**

Consideramos desde el Ministerio que el turismo religioso es un producto. Pero muchos lugares sagrados del país aún no son productos, porque como sabrás, para que un destino sea considerado producto, debe tener una serie de características determinadas además de promoción, marketing, etc.

Muchas peregrinaciones son movimientos espontáneos que surgen en distintos lugares, no están programados, diagramados, planificados, van surgiendo, y el problema es que muchas veces no están dadas las condiciones para soportar el aumento de visitantes, esa carga que trae este tipo de turismo, no tiene soporte.

- **¿Cuáles son los principales productos y destinos de turismo religioso en nuestro país?**

Muchas provincias están desarrollando sus productos de turismo religioso, otras están vías de desarrollo y finalmente, hay otras a las que no les interesa desarrollarlos. Las provincias con las que hemos trabajado con el Ministerio y que hoy en día tienen destinos importantes son la provincia de Buenos Aires con San Nicolás, Luján, Azul. La provincia de Córdoba también se destaca en este ámbito. El norte argentino, sobre todo Salta, con las visitas a la Virgen del Cerro, María Livia, la fiesta del Señor y la Virgen del Milagro, Jujuy en Semana Santa, Catamarca con la Virgen del Valle. En la zona litoral las misiones jesuíticas, la Virgen de Itatí y el Gauchito Gil en Corrientes y la Cruz de Santa Ana en Misiones. Por Cuyo, en San Luis, está muy bien organizado el turismo religioso, también está la Difunta Correa en la provincia de San Juan. En la zona patagónica los lugares más relevantes son Neuquén y Junín de los Andes.

- **¿Cuáles son los principales desafíos futuros que enfrenta el turismo religioso en nuestro país?**

Hay mucho por hacer en este ámbito, la capacitación y formación de los guías y de la comunidad turística es importante, al igual que la apertura de la Iglesia. También la concientización de la iglesia y las instituciones ligadas a otros credos. Es muy importante trabajar en la articulación de todos los actores involucrados, tanto públicos, privados, la Iglesia, la comunidad, para que el turismo religioso esté regulado. Pero sobre todo planificación, es lo que falla en general, la planificación en los destinos.

## Entrevista n°5

Martes 19 de Abril 2016

Entrevistada: **Lic. Mónica Carolina Núñez - Miembro de la Comisión Argentina de Turismo Religioso (CART).**

Lic. en Turismo y Docente en el ITEP N° 2 de Corpus – Misiones- de la Carrera de Técnico Superior en Turismo y Guía con Orientación en Patrimonio Cultural. Responsable de Turismo religioso, desde 2005, en el Ministerio de Turismo de Misiones.

A modo de presentación se envió con anterioridad un resumen del trabajo de investigación donde constaban los objetivos, metodologías y un resumen general. La entrevista fue realizada vía email.

### **Cuestionario guía**

- **¿Qué es la Comisión Argentina de Turismo Religioso? ¿Cuáles son los objetivos principales?**

A partir del 2010 se propone conformar la CATR (Comisión Argentina De Turismo Religioso), compuesta por los referentes técnicos de cada provincia y el sector público y privado, a lo que hoy también se integra el sector educativo.

La Comisión Argentina de Turismo Religioso surge primeramente como una inquietud de trabajar en el turismo religioso entre el Prof. Santiago Cano y el Prof. Rubén Moyano de Campos Moraos – Brasil. Los 4 primeros congresos de turismo religioso se desarrollaron en Brasil (Campos Moraos) y el V Congreso Internacional de Turismo Religioso y Sustentable, en San Luis, Argentina, Noviembre 2009. Se concretó el 1er Encuentro Argentino de Turismo Religioso, para darle la continuidad nacional, la especialidad temática se merece, contribuyendo a desarrollar nuevos atractivos y servicios, y a la mejor formación de los futuros profesionales de la actividad en el país.

### Objetivos de la CATR:

- Contribuir al enriquecimiento humano y académico entre los participantes.
- Genera arraigo e identidad.

- Desarrollar nuevos negocios en destinos emergentes.
- Crear fuentes de trabajo estable.
- Enriquecer la oferta de servicios.
- Integrar acciones que permiten el desarrollo turístico regional.
- Mejorar la estacionalidad turística.
- Potenciar actividades alternativas.
- Colaborar a la equidad social.
- Formar cadenas de promoción y comercialización.
- Fortalecer el conocimiento entre los profesionales de la actividad turística del MERCOSUR.
- Ofrecer oportunidades de inserción a la población juvenil.
- Mejorar la calidad de vida de la comunidad residente.

- **¿Cuáles son las religiones con las que trabajan?**

(En el caso de) la Provincia de Misiones contamos con diversidad de credos, ortodoxos, rusos, católicos, protestantes, ucranianos, bizantinos, suecos, alemanes, suizos, paraguayos, etc. La provincia es su mayoría es fundada por inmigrantes, solo en la ciudad de Oberá podemos encontrar más de 40 tipos de credos o etnias religiosas, por eso en Oberá se celebra la Fiesta Nacional del Inmigrante.

- **¿Cuál es su rol dentro de la Comisión?**

Soy Miembro de la CATR, integro la comisión desde el 2009, donde realice la primera disertación sobre “Misiones Crisol de Razas”, en el V Congreso Internacional de Turismo Religioso y Sustentable, desarrollado en la ciudad de Villa Mercedes San Luis, Noviembre del 2009.

- **¿Qué es el turismo religioso a su parecer?**

Es una modalidad de viaje turística cultural, que tiene como principal motivación, la fe, la devoción, la creencia, la espiritualidad, e incluso el interés por visitar las distintas expresiones de arte sacro, incluyendo los diferentes credos, respetando las diferentes culturas y la fe o creencias de cada uno.

- **A través de la lectura y el estudio de la bibliografía existente sobre el turismo religioso y las peregrinaciones, he llegado a la conclusión preliminar de que podemos distinguir dos posiciones diferentes respecto de la relación entre**

**ambos conceptos. Una consiste en considerar al turismo religioso como la versión moderna de las peregrinaciones, un equivalente simbólico. La otra corriente afirma que estos conceptos son fenómenos diferentes con desarrollos históricos diversos, aunque compartan características como el viaje o la utilización de la infraestructura turística. ¿A su parecer, cual es la relación entre el turismo religioso y las peregrinaciones?**

Los viajes son el común denominador, hacia un destino o lugar o centro sagrado. La peregrinación es acto religioso que demanda servicios. Y dentro del turismo religioso el turista fiel y no fiel demanda servicios, lo mismo ocurre con el peregrino, en su caminar hacia el lugar sagrado demanda servicios.

En definitiva tanto el turismo religioso como las peregrinaciones demandan servicios. Infraestructura, equipamiento, transporte, etc. y todo esto sumado al deseo y/o experiencia de descanso y conocer otros lugares.

- **Existe también una posición más radical que considera que el turismo es una actividad frívola, difícilmente comparable con el carácter sagrado de las peregrinaciones. Esta línea de pensamiento se condice con algunas opiniones que afirman que el turismo ha convertido a las peregrinaciones en un objeto de consumo ¿Considera que existe una turistificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe? ¿Considera apropiados estos dos conceptos?**

Si, considero que existe una turificación y/o mercantilización de las manifestaciones de fe, no sé si sería frívola, pero en el turismo religioso participan los fieles y los no fieles, y generalmente los que no son peregrinos o fieles, son profesionales, arquitectos o simplemente turísticas que desean conocer la cultura historia, arquitectura, siempre con respeto hacia el otro, en el turismo religioso se da el respeto mutuo por los distintos credos y culturas.

- **Algunos autores consideran que el desarrollo del turismo religioso puede acarrear algunos problemas, como por ejemplo: el deterioro del patrimonio religioso, la creación de tensiones entre culturales o religiones, impactos negativos que devienen de la masificación, etc. A su vez, organizaciones como la OMT, consideran que el turismo religioso es una herramienta para la conservación del patrimonio y una excelente oportunidad para el fomento de**



**la paz, el entendimiento y el dialogo. ¿Qué opinión le merecen estas posturas? ¿Cuál considera que es más acertada?**

Sí, considero que la masificación es, es un impacto negativo, la capacidad de carga, que hay que controlar para resguardo del lugar o centro sagrado y/o patrimonio cultural, pero no quita que se ponga en valor, para ser visitado, apreciado por los turísticas y/o peregrinos, también el encuentro con el otro, puede ser o no negativo, algunas veces la comunidad receptora se niega a recibir turistas, o son un poco hostiles a su presencia, para esto están las capacitaciones, el trabajo conjunto del estado juntamente con el municipio, con los actores lugareños que intervienen en la recepción del turista fiel y no fiel o peregrino. Me adhiero y comparto la postura de la OMT. El turismo religioso es una herramienta para conservación del patrimonio cultural y para el Desarrollo social y económico de un destino turístico religioso.

Nosotros como estado estamos trabajando en forma conjunta con el Ministerio de Turismo de la Nación, dentro del PFETS 2016, (Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable), dentro del Departamento de Desarrollo de la Oferta Turística, se toma al turismo religioso como el desarrollo de Nuevos Destinos y Destinos Emergentes.

**- ¿Cuáles considera que son los impactos negativos de la práctica turismo religioso? ¿Y los positivos?.**

No la considero negativa a la práctica del Turismo Religioso. Sí debemos controlar la capacidad de carga, el ingreso de los turistas a las catedrales, iglesias capillas o lugares de conservación del patrimonio cultural, lugares de centro o culto sagrado, y quiero resaltar que la práctica del turismo religioso es muy positiva en cuanto a la experiencia que el viajero turista fiel y no fiel o peregrino vive en su caminar, en su trayecto hacia el lugar sagrado, la experiencia la vive cada uno. La peregrinación, si bien es un acto religioso, también es una experiencia que uno vive y lo vivencia en forma particular y que a su vez como ya lo dije demanda servicios para ser consumidas, tanto por el turista curioso fiel y no fiel y/o el peregrino, esto sumado al descanso y el deseo de conocer otros lugares de culto sagrado combinados con el disfrute del paisaje natural.

**- ¿Cuál es su visión sobre la actualidad del turismo religioso en nuestro país?**

El Turismo Religioso es un fenómeno que está creciendo cada vez más, no solo en nuestro país sino en el Mundo, de acuerdo a la OMT el turismo religioso crece en forma considerable llegando a superar el turismo de sol y playa. De un 100% de viajes de

turismo en el mundo un 30% por ciento de la población mundial realiza turismo religioso o en sus viajes de vacaciones realiza alguna actividad o visita a un centro de culto sagrado.

La Argentina es un país con diferentes credos, no solo el católico, hay mucho sincretismo, paganismo, es una mezcla de creencias religiosas que se presta en forma considerable para realizar turismo religioso o de Fe. Esta es una modalidad turística cultural y religiosa que está creciendo cada vez más en nuestro país, de un 10% un 5 % corresponde al turismo religioso en Argentina.

También hay que tener en cuenta el crecimiento de las fiestas o peregrinaciones paganas, como Gauchito Gil, San la Muerte este tipo de manifestaciones o celebraciones religiosas tiene un crecimiento de peregrinaciones y visitas considerables. De acuerdo a la Secretaria Nacional de la Pastoral de Culto no son consideradas oficiales este tipo de celebraciones religiosas, por eso no pueden ubicarse dentro de un calendario de fiestas religiosas o circuitos turísticos religiosos oficiales.

- **¿Cómo imagina el fenómeno de las peregrinaciones dentro de 20 años?**

Como un fenómeno en crecimiento, que requiere servicios, infraestructura y equipamiento, en forma organizada. Genera empleo, puertas de trabajo.