

EL POST-TURISTA O TURISTA DE LA POSGLOBALIZACIÓN Y EL VIAJE CENTRADO EN EL PATRIMONIO RELIGIOSO

THE POST-TOURIST OR TOURIST OF THE POST- GLOBALIZATION AND THE TRIP FOCUS ON RELIGIOUS HERITAGE

ÁNGELES RUBIO GIL

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

Universidad Rey Juan Carlos

angeles.rubio@urjc.es

ORCID: orcid.org/0000-0001-5460-7607

Recibido/Aceptado: 03-01-2018/02-04-2018

Cómo citar: Rubio Gil, Ángeles “El post-turista o turista de la postglobalización y el viaje centrado en el patrimonio religioso” *Journal of the Sociology & Theory of Religion (JSTR)* 7 (2018):128-146.

DOI: <https://doi.org/10.24197/jstr.0.2018.128-146>

Resumen: Este estudio presta atención al fenómeno del turista no masificado que busca conocer el patrimonio religioso (como experiencia antropológica), mientras realiza otro tipo de turismo: rural, social (juvenil o de tercera edad), deportivo, de aventura, genealógico y de raíces, gastronómico, etc. Se analiza así la adopción de nuevas pautas culturales en la práctica de experiencias turísticas, cada vez más presentes en la población, reflejando la nueva altura de los tiempos y los cambios en las prácticas turísticas.

Palabras clave: Turismo, posglobalización, patrimonio religioso, viaje.

Abstract: This study pays attention to the phenomenon of the non-crowded tourist who seeks to know the religious heritage (as an anthropological experience), while performing another type of tourism: rural, social (youth or elderly), sports, adventure, genealogical and roots, gastronomic, etc. Thus, the adoption of new cultural patterns in the practice of tourism experiences, increasingly present in the population, is reflected, reflecting the new height of the times and changes in tourism practices.

Key-words: Tourism, Post-globalization, Religious Heritage, Trip.

Sumario: 1. El arte atractivo intrínseco del turismo espiritual y religioso. 2. El Viaje Religioso como Experiencia Antropológica. 3. El Arte Religioso como destino. 4. La empresa basada en el Turismo Religioso. 5. Conclusiones: El Arte Religioso símbolo de la aldea global. 6. Bibliografía

Summary: 1. The intrinsic attractive art of spiritual and religious tourism. 2. The Religious Journey as an Anthropological Experience. 3. The Religious Art as a destiny. 4. The company based on Religious Tourism. 5. Conclusions: The Religious Art symbol of the global village. 6. Bibliography.

1. EL ARTE ATRACTIVO INTRÍNSECO DEL TURISMO ESPIRITUAL Y RELIGIOSO

El turismo, como proceso de masas se inicia después de la II Guerra mundial. La expansión de una mayoritaria clase media y las mejoras sociales obtenidas por esta: pensiones, seguro de enfermedad, vacaciones incentivadas, etc., fueron garantizando un incremento general de la disponibilidad de tiempo y liquidez económica. Dichas perspectivas parecen irse ensombreciendo en la actualidad (tras las crisis de la globalización), con el deterioro del pleno empleo y los ingresos familiares, derivado de la implantación de la automatización de los procesos productivos y un consumismo materialistas¹. No obstante, el turismo, muy lejos de volver a su tónica minoritaria o al "turismo azul" de principios de siglo, no sólo ha ido creciendo de forma progresiva en las últimas décadas, sino que además, se ha ido diversificando y constituyéndose en un capítulo indispensable del gasto familiar y con una vocación más espiritual (religiosa, cultural, etc.): un turismo rural, social (familiar, juvenil o de tercera edad), deportivo, de aventura, fluvial, genealógico y de raíces, gastronómico, turismo comunitario, cultural; y en definitiva, lo que no es otra cosa que la adopción de nuevas pautas culturales cada vez más arraigadas en la población, que reflejan la nueva altura de los tiempos. Así, el ciudadano preferirá sacrificar otros aspectos del consumo, incluso, acortar de forma significativa las estancias vacacionales, antes que prescindir totalmente del viaje y la práctica turística. Entendida esta ya no como un espacio de asueto y compensación de las rigideces de la vida laboral –cada vez más amable gracias a telemática y la robótica-, sino como experiencia relevante dentro de cada biografía.

Un debate que viene de antiguo en la teoría sobre el turismo, entre los autores optimistas en el devenir del sector, que como Ritzer (2001:145), consideran que este tipo de consumo se trata de una búsqueda del 're-encanto', basado en la creación de espectáculo por medio de la implosión en el tiempo y en el espacio. Es decir "la desintegración de límites" entre tiempo de ocio/consumo y de trabajo y otras actividades, que desaparece en las sociedades actuales –en donde puede consumirse a todas horas y de todos los tiempos-; pero también, entre el tiempo actual, el pasado y la

¹ "El paro no es más que la consecuencia lógica del desarrollo tecnológico" (Racionero, 1983). Incluso, en una lectura más reciente y adaptada a la generación de los milenios, se recomienda Sánchez-Bayón, 2012, 13 y 16, más Valero & Sánchez-Bayón, 2018.

prospección hacia el futuro, que cada vez más patente, cuando recrean otra época, a través de la tematización, cafeterías, hoteles, centros de interpretación –por ejemplo del jurásico- y lugares de ocio. Experiencia diacrónica, de ‘viaje en el tiempo’ y en las mentalidades siempre presente en museos y templos, como la de eternidad que entraña por definición el arte².

Del otro lado se encuentran autores apocalípticos que, como J. Habermas llamarían la atención, en cuanto a la vinculación negativa entre cultura y consumo, reconociendo sin embargo, que dicho consumo, ya sea turístico, ya de comunicación y de bienes simbólicos de masas, superan las prácticas políticas y culturales excluyentes. Lefebvre (1972), para el que el turismo sería la prolongación del "trabajo enajenado y determinista, como el que ha adquirido la técnica, que produce un nuevo tipo de pobreza a pesar de la riqueza material en la que nadan ciertos grupos sociales: la pobreza espiritual". Esta carencia, que no puede ser considerada exclusiva en el uso del tiempo libre, es un fenómeno que se hace patente en la generalidad de las manifestaciones del hombre contemporáneo; muy especialmente, como auguraba Ortega y Gasset en la propia *Deshumanización del Arte* (concepto desarrollado en su obra de 1925 del mismo título).

Una opulenta civilización, adoradora de un becerro tan volátil como es el consumo, que lucha por entender antiguas concepciones de la vida y el cosmos, que posibilitaron la monumentalidad y espiritualidad que germinaron en tantas obras de arte religioso, cuya dedicación trascendía la propia vida de sus promotores y constructores. Más allá de los concluidos procesos de secularización, el pos-turista clama contra las razones que han propiciado el abandono del patrimonio cultural en los países occidentales. Superando los tiempos en los que todo lo viejo, todo lo que no sirve o se consume, tendía a desaparecer, a perder importancia, al tiempo que el ciudadano luchaba por estilos de vida, y de descanso, juveniles. Es el arte más íntimo, atractivo para el viaje, regreso a los tiempos de la peregrinación, como regreso al espacio divino originario.

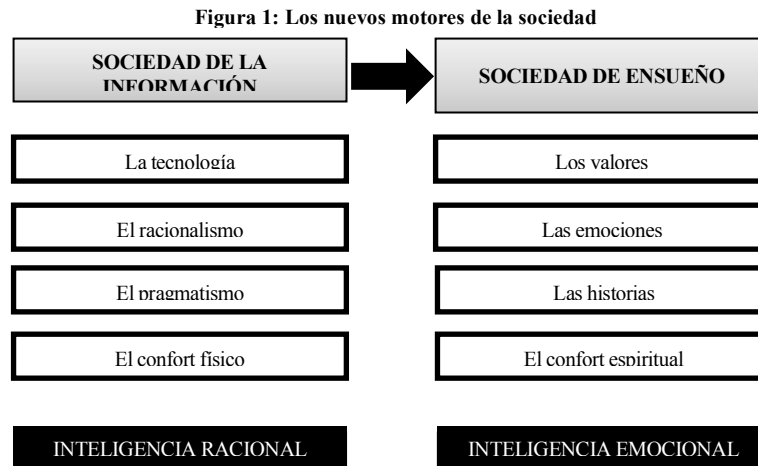
2. EL VIAJE RELIGIOSO COMO EXPERIENCIA ANTROPOLÓGICA

² En los términos que Baudelaire en su obra *El pintor de la vida moderna* de 1863, define la modernidad como “lo transitorio, lo fugaz, lo contingente; esto conforma la mitad del arte, la otra mitad es lo eterno e inmutable”. Dicha noción, a efectos de entender el turismo actual, ha de completarse con la dimensión académica (en mayúsculas: Modernidad, como tránsito al Nuevo Régimen), tal como la sintetizada por Sánchez-Bayón en su trilogía *La Modernidad sin prejuicios*.

Llega a hablarse de un pos-turismo, y que más allá del turismo de masas, centrado sobre todo en el consumo, que del lado de la oferta mantiene las premisas de la integración global y digital, una participación en el de todas las disciplinas científicas, y un tratamiento estratégico – holístico y de sistema- por parte de los agentes sociales y económicos; con el que se pretende maximizar los efectos positivos en las poblaciones y el entorno. Y que del lado de la demanda, se han destacado determinadas constantes del pos-turista que superan las ya planteadas por Erik Cohen (2005).

Su objetivo primordial es experimentar algo extraordinario, según como anticipase en 1977 y 1983 Nelson Graburn. Es decir, lo más alejada de la experiencia doméstica cotidiana. Espera sea el turismo un mecanismo compensatorio de las insatisfacciones que se encuentran en la base de la vida moderna -siguiendo a MacCannell (1976,3)-; y ya no tanto de la vida laboral, sino de aspectos como, romper con la soledad y el individualismo urbanita, el sedentarismo ‘de las pantallas’, o el propio consumo audiovisual que tanto aleja de referentes identitarios. Como la historia, el arte, la literatura, las relaciones humanas tranquilas, o la tierra... Y se busca la autenticidad más allá de los confines de su sociedad, en lugares que se anuncian como genuinos, no contaminados por la modernidad (vid. infra).

Pero el *post-turista*, no reniega de cierto grado de inautenticidad, por ejemplo en el propio simulacro que supone el lógico cambio al rol del viajero en los destinos, o en atractivos de recreación y atrezo, como por ejemplo, las decoraciones retro, pero mantiene la búsqueda de la distinción del turismo tradicional, y que encontrará en los márgenes de la globalización. Mientras, por otro lado, a través del “turismo de fantasía” se alienta la ‘transición turística’ (Cohen, 2001) de los destinos turísticos maduros, que tratan de complementar o sustituir sus atracciones ‘naturales’, en declive por efecto de la masificación, con una variedad de atracciones ‘artificiosas’, como los parques temáticos de alto componente tecnológico.



Fuente: Bordas (2003).

Es el cultural y religioso, un tipo de turismo de los que se ha dado en llamar alternativo, que rehúye los anhelos vanos de inmortalidad del turismo centrado en el consumo placentero, en el afán de no consumirse uno mismo. Ese que atrae mayor cansancio y vacío al pasar de un automatismo (el de las ciudades de verano), a otro (el de las ciudades de invierno), y a la pesadumbre del consiguiente gasto de energía, dinero y salud, que en definitiva y año resulta compensatorio. Dicho malestar, parece estar demandando una modalidad de turismo más humanístico, y que se constituye en oportunidad para el continente europeo. Es decir, por su turismo basado en la "seducción" de un mediterráneo milenario, en donde el viajero entra en contacto con los estratos inferiores de la cultura que domina nuestra civilización.

Un tipo de consumo turístico, que cumple la característica formulada por Siberberg (1995) sobre el viajero actual, que pasa del escapismo, a una dinámica de enriquecimiento cultural y autodescubrimiento, en la línea de lo que Giddens (1991) denominó proyecto personal del Yo, al que poder llegar con el adentramiento en las narrativas étnicas, milagrosas y de los pueblos.

El patrimonio artístico religioso de cada país se configura como símbolo representativo, y que es en Europa fundamentalmente arte religioso, unido a símbolos míticos cuya custodia describe rutas y leyendas. Como el imaginario colectivo europeo del Santo Grial se concentra en esa copa que encierra mil y un misterios aún sin resolver, representando una historia de persecuciones y conflictos actualizados

constantemente, pues son inherentes a la naturaleza humana. Un viaje quimérico, en palabras de Victoria Sanagustín (2018), promotora de la Ruta Turística del Santo Grial desde los pirineos hasta el mediterráneo, se trata de un “un arcaísmo modelo de la nutrida herencia transmitida a lo largo de los siglos y documentada por las propias piedras de edificios singulares que nos retrotrae a tiempos pasados mostrando los anales de una vida ejemplar y compleja, representativa del amor y las más elevadas virtudes luchando contra el odio y las bajas pasiones”. Un vaso quimérico, que al igual que otras reliquias, como las del Apóstol Santiago, fueron motivo de edificación de caminos y templos de la cristiandad europea, y cuyas piedras documentan andanzas y conflictos sempiternos y actualizados, y que son representación de la eterna naturaleza humana.

El Arte Religioso como factor de incremento y verdadero ser, de gran parte del turismo, se encuentra fuera de toda duda. Tal que visitar grandes ciudades pasa por conocer sus catedrales que ilustran la semblanza de Paris, Viena, Burgos, Guadalupe, Santo Domingo de Silos, Compostela, Sigüenza, etc. La cuestión se halla ahora, en cómo los profesionales respectivos, aprovechan la oportunidad que este les dispensa, en la profundización de un turismo más elaborado y de mayor calidad. Y lo que es más importante, como las políticas públicas en materia turística (ordenación jurídica y planificación de los recursos) y cultural (conservación y promoción) atienden a su promoción.

No debería interpretarse, por tanto, como algo fortuito el desarrollo del turismo religioso-cultural en los últimos tiempos, sino como la manifestación del despuntar de un fenómeno sociológico más profundo, que sustenta sus raíces, no tanto en la insatisfacción del turismo tradicional, como en la búsqueda de una utilización más satisfactoria del tiempo libre, salvando viejas costumbres y la inercia de adoración al sol, ya sea de épocas pre-históricas, o post-industriales.

El viaje como signo de libertad, descubrimiento del mundo, y la naturaleza, al tiempo que de descubrimiento personal, es cada día más apreciado. El Arte Religioso conecta al creyente con su propia fe, y a todos, con el sentir colectivo de las diferentes épocas. Las expresiones, las contorsiones de las figuras y los frescos, nos hablan de tiempos más dulces, o por el contrario sobre momentos de tinieblas de la humanidad.

El arte "como lenguaje del Alma" resulta fundamental para el conocimiento. Máxime, después de la edad media, en donde el Arte Religioso no hace más que desarrollar el pensamiento de San Agustín, que

ya en el siglo IV defendía borrar las antiguas convicciones sobre apartar el espíritu de las imágenes corporales. Es a partir de entonces, cuando lo que se ha denominado "triada del arte": la realidad/la plástica/el Alma, se manifiestan de forma rotunda sugiriendo, y poniéndose en comunicación con el espectador.

Ya sea por medio de itinerarios de concurrencia, ya en los más recónditos parajes a dónde sólo algunas guías especializadas, o la pericia del viajero cada vez más formado pueden llegar, quedará resuelto el determinismo que el trabajo moderno y las ofertas de ocio tradicionales deparan. Al mismo tiempo se satisface la necesidad de ruptura, que siempre se espera del "tiempo libre"; al ofrecerse como un viaje hacia, nunca como un viaje desde, en donde podamos cerrar los ojos, o únicamente disfrutar de la una evasión estereotipada.

Y es que el Arte Religioso goza de unas connotaciones cósmicas que convierte la mezcla de estética y metáfora de todos sus detalles en una experiencia cargada de espiritualidad. El Templo como representación de la casa de Dios, su ornamentación y los ritos, elevan al hombre, en conjunción con la doctrina que rige el culto de forma inseparable. Porque será este culto y su evolución en el devenir de los tiempos, el que ha de caracterizar las configuraciones arquitectónicas, y no al contrario.

La naturaleza circular propia de la cultura cristiana y que confiere a las creencias y al tiempo litúrgico su carácter cósmico y teológico, ha manifestado también a lo largo de los siglos una gran capacidad de adaptación a culturas autóctonas y acomodo a los diferentes tiempos históricos. Sin embargo, las concepciones arquitectónicas no quedan a la total inspiración personal del artista, sino que por el contrario, vienen determinadas por las propias Escrituras (Génesis VI, 14-16; Éxodo XXV; XXXVII; XXXVIII; Apoc. XXI, 10, etc.). De este modo el templo se constituye como una caja de resonancia, llena de comunicación con Dios, que trasciende la pura representación física. De ahí su importancia, y la experiencia emotiva y de recogimiento que entraña la visita religiosa, tanto para cristianos como para aquellos que a través del arte se sensibilizan, como medio al fin de al cabo indiscutible de evangelización.

El templo religioso como la casa de Dios en la tierra, en donde la comunión de los creyentes produce la participación en la unidad de una fe, se encuentra cargado de significaciones, que deben ser conocidas para poder ser vividas. Unos templos dotarán de mayor o menor atención a unos motivos (marianos, eucarísticos, del Nuevo o del Antiguo Testamento) que a

otros dependiendo de diversos factores, como la época o los fines de su construcción.

No sólo el templo y en él el altar simbolizan el eje vertical, la tercera dimensión, el "monte santo" de las Escrituras, el lugar de la comunicación con Dios, sino que además, desde el mismo momento en el que el obispo lo sacraliza marcándolo con ceniza en su seno con la palabra *Sinai* (principio y fin de todas las cosas, primeras y últimas letras de los alfabetos hebreo, griego y del latín), adquirirá su poder divino.

La puerta de todo templo, como limen que se materializa a través de un simbolismo divisorio en un lugar u objeto, que en el cristianismo ha venido siendo el quicio de la puerta del templo (casa de Dios), como límite entre un estado y el nuevo (Smolarski, 1998). Las liturgias incluyen un buen número de ritos de tránsito que, con propiedad, está previsto que se celebren en el cancel del credo cristiano. En Rito del Bautismo, el matrimonio, y al inicio de la misa funeral, el celebrante es invitado a recibir a los fieles a la puerta de la iglesia, y allí empieza la ceremonia.

En el bautismo cuando la familia llega con la criatura al templo, recibiéndoles en la puerta el sacerdote; para salir por ella con un nuevo miembro de la comunidad religiosa. En las bodas, al caminar juntos desde el dintel de la entrada, uniéndose para andar juntos ya para siempre como "en una misma carne", momento y lugar, la puerta de la iglesia, donde termina la intervención de la música de dulzaina y tamboril, para ser sustituida por el órgano de la iglesias, que recibe con toda solemnidad a los contrayentes. Es en la puerta donde el sacerdote, luego despedirá a la pareja como una nueva unidad de su parroquia, con una parafernalia folklórica más o menos compleja de lanzamiento de arroz, música de la dulzaina y tamboril de nuevo, y generalmente a media mañana.

La misa funeral es la última vez en que el cuerpo entra en la iglesia, y cuando sale, los cantos hacen alusión a su entrada en el paraíso. Es un ritual para la despedida de la persona fallecida y el acondicionamiento anímico de los familiares. Terminado el mismo, vuelve a ser en la puerta, a la salida, cuando suelen realizarse los pésames y condolencias.

La puerta, como elemento artificial del pasaje que construye cada pueblo con sus creencias y su cultura que condiciona los ritos nupciales y funerarios; (de mi libro *Cantos de Aurora, Albas y Danzas al Amanecer en la Provincia de Segovia no está en red puede usarse a ser posible sin que sea al pie de la letra que ya lo usan sin permiso mucha gente*).

La iconografía se dispone en el orden de los episodios sucesivos del calendario litúrgico, al igual que en la misa, en correspondencia con la Biblia y con el tiempo solar.

La imagen de la divinidad es otro aspecto diferencial de gran importancia. Las diferentes caracterizaciones de Cristo: Humano (el Cristo alejandrino -joven- y el llamado Cristo Siriaco), del Cristo Cronocrator rodeado de símbolos, temporales el Pantocrátor gobernador del mundo, la Cruz, la Luz, el Pez (utilizado en la época de la clandestinidad), el Buen Pastor, el Cordero o el Crismón. Habremos de fijarnos también en las representaciones del Padre y la Trinidad, la Virgen, los Santos, el Antiguo y el Nuevo Testamento...

Como recuerdo de "la casa" el ajuar litúrgico (incensarios, lámparas, etc.) emula la arquitectura del templo. El tenebrario o Cirio pascual simbolizando los doce apóstoles, con el doce como número cósmico, al igual que la cruz, símbolo de la muerte de Cristo o la redención del género Humano. La Custodia que en sus formas y materiales alude al Santo Sepulcro, con representaciones eucarísticas como la Santa Cena, Panes y Peces o el Maná. Y finalmente, la Mitra, símbolo de la dignidad episcopal.

Como afirmaría Hauser, "Los poemas de la antigüedad, las catedrales de la Edad Media y hasta las iglesias del barroco puede que ofrezcan más puntos de contacto con la vida diaria, la fe, la sensibilidad y el pensamiento de sus contemporáneos que las obras de arte del presente; más en ningún caso se han comprendido mejor" (Hauser, 1977, p. 703). Iconografía, lienzos, simbolismo, geometría, música, iluminación, orfebrería y "olor a historia", conforman la experiencia de la comunión mística a través del arte con la vida interior, y de esta con la trascendencia.

Todo lo antedicho, y mucho más, cuya mera cita sobrepasa con creces los objetivos de este artículo, son atractivos para el viajero que no visita el mundo "a ciegas", y desea conocer el porqué de todos los enigmas (orientación de los templos, simetría con el cuerpo de Cristo o con la Jerusalén Celeste, secretos cabalísticos -las doce columnas, las doce cruces, etc.-). Ahora bien, como patrimonio de la humanidad, exige de profesionales, información y documentación especializada en los centros, y no únicamente, de un turismo receptivo más basado en la mercadería (de los "souvenirs" y el ticket de entrada a las pinacotecas), que en la calidad y el sentido humanístico, con los cuales todo lo demás vendrá por añadidura.

El turismo en sí mismo constituye un medio para que el cuerpo se restablezca del cansancio que produce el trabajo, y el Alma disponga del sosiego que requiere la vida, tanto familiar como espiritual. Es una

reconciliación del hombre con sus hermanos y con el universo, que subyace como motivo central de las grandes vías de peregrinación.

Ilustración de la experiencia de recogimiento y sensibilidad que domina la relación con el Arte Religioso que referimos, son los versos que con motivo del año Santo Lebaniego difundió la Asociación Año Jubilar: "Un Santuario amurallado por los Picos de/ Europa, que provocan en el viajero la entrañable /sensación de estar perdido y a la vez muy a salvo: /allí se conserva el "lignum Crucis", la mayor /reliquia que existe de la Cruz de Cristo".

3. EL ARTE RELIGIOSO COMO DESTINO

Tras épocas ecuménicas en las que los pueblos se lanzaban fuera de sus fronteras, la historia ha conocido otras en la que las gentes preferían centrarse en la realidad de sus propias regiones. De igual modo, junto a los países de descubridores, se han desarrollado otros más sedentarios. Los propios seres humanos se caracterizan por temperamentos inquietos, o por el contrario, aquellos que como mucho llegarán a disfrutar de un doble domicilio en las temporadas de vacaciones.

Consciente de todo lo anterior, la industria turística ha desarrollado dos modalidades: el turismo residencial y el turismo itinerante. Respondiendo a esta dicotomía de necesidades que apuntamos. A pesar de ello, todo turismo itinerante goza de estancias más o menos prolongadas en un mismo emplazamiento, así como, el turismo residencial no se encuentra exento de excursiones a centros de interés cercanos. De este modo, el Arte Religioso se ha manifestado como coadyuvante del turismo en los centros receptores, o como factor imprescindible en su configuración; en donde lo artístico es difícilmente desagregable de lo religioso, y viceversa.

En ocasiones el turismo itinerante acaba convirtiéndose en una reiteración de tópicos y en la visualización de imágenes por todos conocidas, mientras el residencial se transforma en la citada segunda vivienda, con problemas y vivencias similares. La penetración en el conocimiento del Arte Religioso solventa estos problemas, con un sin fin de rutas, en donde además del atractivo artístico, podemos gozar de entornos con panorámicas únicas. El arte es en sí mismo objeto de interés turístico, una parte del ver y conocer otros pueblos, incluso para aquellas personas que en ningún otro momento se interesan por él.

Las festividades religiosas como destino turístico, son una posibilidad bastante conocida por los viajeros que visitan nuestro país. Cada

centro religioso celebra de un modo u otro el día de su santo o virgen que más venera, y a su vez la mayoría de las poblaciones gozan de ermitas en lo alto de sus montes o bien simplemente a las afueras en días determinados de romerías. El caso de Palencia que giran entorno al Cristo del Otero, iconografía religiosa modernista, cuya figura irrumpe en el quehacer de la cultura popular palentina (Valero-Oteo, 2018).

Favorecidas por las fiestas del calendario occidental, que a excepción del primero de mayo, son de carácter religioso: La Navidad, Semana Santa, Todos los Santos, etc., las festividades son periodos que van siendo más utilizados para el turismo. El número de plazas hoteleras reservadas y la cada vez más corta duración de las estancias de verano, demuestran una clara predilección de los usuarios en la división de su periodo vacacional en varias etapas de descanso. De este modo, se rebajan los gastos de las largas estancias en zonas turísticas para el usuario, que espaciará el desembolso a lo largo del año (aunque ya muchas agencias financian los viajes de forma bastante favorable para el cliente), diversificando las modalidades de turismo y las zonas de afluencia.

La propia Semana Santa como festividad religiosa es un motivo con gran valor turístico en ciudades como Sevilla o Zamora, tanto por el contenido estético de los ritos y los enclaves y la iconografía, como por la vivencia popular, cuyo temple gregario y extravertido deleita a nuestros vecinos europeos. Para ellos, las vacaciones no estivales son una gran oportunidad, para alejarse de los largos y fríos inviernos. Por otro lado, para los países receptores como España, Italia o Portugal, supone un incentivo del turismo, pero de forma fundamental, un alargamiento de la temporada alta de ocupación, económica y laboralmente hablando, nada despreciable.

Otras rutas que algunos autores proponen para la público turístico mas formado, y que son menos frecuentes, son las que se relacionan con las órdenes que habitan y cuidan los centros de Arte Religioso: Benedictinos, Cistercienses, Cartujos, Franciscanos o Jesuitas. Al hilo narrativo de su existencia encontraremos la historia de las tierras y edificaciones.

Las posibilidades del Arte Religioso como incentivo turístico, se hallan ligadas de forma estrecha a la naturaleza de la fe, por ello, las rutas más conocidas son las de peregrinación, a las que se han ido anexionando infraestructuras que con coherencia y respeto del entorno, nos hacen más placenteras las estancias. Es difícilmente separable la peregrinación del denominado "turismo religioso", que si bien, no puede ser considerada propiamente como turismo, si lo será en muchas de sus manifestaciones.

El Camino de Santiago, huelga decirlo, es junto a Roma y Jerusalén el centro más importante de la cristiandad. En realidad hace mención no sólo a uno, sino a varias rutas, que trascienden la pura búsqueda de la espiritualidad por medio de las reliquias u objetos sagrados, para convertirse en un itinerario mundial de fe, compromiso, cultura, arte y convivencia.

De mano de las influencias que provenían del Camino de Santiago como vehículo transmisor de ideas y pujando contra la tradición musulmana, el Arte Románico se configura como la primera manifestación artística común de la Europa Occidental; y como otro de los itinerarios que esboza el Arte Religioso: el de los estilos artísticos. La Ruta del Románico, en escenarios como los de Ripoll, Jaca, Soria, San Esteban de Gormaz, Santo Domingo de Silos, León, Santiago de Compostela, Palencia, Segovia y Maderuelo, entre otros, sintetiza la equidad constructiva del arte romano y las innovaciones de la época carolingia en los más diferentes marcos.

Junto al Románico y con origen en la Isla de Francia, el Gótico (XIII- XV) revela como el arte de dichos siglos se adentra no sólo con formas propias, sino además erigiéndose como símbolo e identidad de los pueblos que lo poseen como Burgos, Barcelona, Toledo, León, Ávila, Tarragona, etc.

Por último, la naturaleza interdisciplinar del turismo (que interesa tanto a la Psicología, la Teología, la Sociología, la Economía y la Estadística, las Relaciones Internacionales, el Derecho, la Medicina, el Marketing, la Geografía, el Urbanismo, y como no al Arte); y la también interdisciplinariedad del propio Arte Religioso, hace alusión al trazado de las distintas rutas que desde el interés científico de cada una de estas disciplinas como objeto de estudio, o como objeto de turismo, nos llevan a él.

No es de extrañar, por tanto, que las jornadas nacionales celebradas anualmente en *El Escorial* sobre el *Patrimonio Cultural de la Iglesia*, reúnan a diocesanos, museólogos, archiveros y documentalistas, musicólogos, expertos en arte.... ya que en el concepto de patrimonio religioso encierra una realidad emocionante y bien compleja. Sirva como muestra de santuarios y turismo religioso español, con sus cifras correspondientes.

Figura 2: Santuarios y turismo religioso español

1. Ermitas y santuarios

- Ruta Mariana: El Pilar, N^a Sra. Angeles de Torreciudad –Huesca-, Lourdes, Montserrat.

- Rutas ermitas (menor que Europa que es un 80% del turismo religioso)
- Paleocristinas: ruta “Los primeros cristianos de Tarraco (unas 50.000 personas).
- 2. Monasterios:
Guadalupe (Extremadura), Poblet (Cataluña), San Lorenzo del Escorial (Madrid) y Yuso y Suso (La Rioja), declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- 3. Rutas catedrales:
 - las góticas de Castilla y León –entre la que destaca la de Burgos Toledo, Cuenca, Palma de Mallorca o la Almudena, en Madrid, Basílica modernista de la Sagrada Familia, obra de Gaudí, en Barcelona.
 - Fiestas populares/folklore: Revitalización Auroras y Novenas, horas crepusculares favorecen la meditación (escucha).
- 4. Rutas de nuevo cuño
 - Santa Teresa y San Juan
 - Santo Grial
 - Ruta de San Ignacio de Loyola
- 5. Rutas de la Antigüedad (Agencias)
Grecia y Tierra Santa (mayor afluencia turismo emisor)

Fuente: Rubio, (2017).

Figura 3: Cifras del Turismo Religioso en España

- ⊙ 3.168 bienes de interés cultural de la institución religiosa (18 de ellos reconocidos como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco) atrajeron a turistas que gastaron 22.620 millones de euros.
- ⊙ las fiestas religiosas y peregrinaciones supusieron 9.900 millones de gasto. Mientras que las 40 celebraciones declaradas de interés turístico internacional generaron 600.000 visitas, las de interés nacional, congregaron a unos 84.000 visitantes (INE)
- ⊙ España es el segundo país del mundo, después de Italia, con más lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, con un total de 44 monumentos,
- ⊙ segundo país europeo con mayor número de bienes –11– inscritos en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial.
- ⊙ Problemas para el impacto de los beneficios directos o indirectos, y entre los últimos el escaso impulso sobre la conservación del patrimonio.
- ⊙ Tendencia a la puesta en valor de recursos, ampliación de oferta de alojamientos.
- ⊙ Problema agencias específicas: Yacimientos de empleo

4. LA EMPRESA BASADA EN EL TURISMO RELIGIOSO

El turismo religioso es aquel cuya principal motivación es la fe y su *performance*³, y puede o no, ser desagregado, dependiendo de los diferentes autores y el objeto y capacidad de los instrumentos de medida de cada estudio, de aquel que se moviliza en torno a motivos y centros religiosos.

Es un turismo que implora y da gracias (a través del rezo), o escucha (a través de la meditación), busca o espera un mayor contacto con la divinidad y la trascendencia.

Es un fenómeno de carácter universal y cultural, no se opone a la cultura, si no que por el contrario el viaje religioso se encuentra inmerso en la cultural, es cultura, y se vale de elementos culturales como el arte o el folklore.

Entre las características del turismo religioso, cabe destacar:

1. El turismo como factor de desarrollo, conocimiento, paz y sociabilidad, sostenibilidad, acceso a la naturaleza y a lo sagrado (auténtico), alimenta la fe.
2. Se mueve de manera estacionaria, periódica pero mejora la estacionalidad del sector y su empleo.
3. Busca la experiencia espiritual, el sentido con cada celebración: el *kairos* frente al *cronos*.

Y entre los factores de fidelización de dicho turismo:

1. Busca, además, compartir la experiencia.
2. Se trata de una experiencia íntima, pero colectiva-étnica-multitudinaria= mayores lazos y Capital Social
3. La reflexión cultural está relegada a la reflexión espiritual (Economía de la Experiencia).
4. De extracción socio-económica variada, frente al elitismo del turismo cultural-histórico.
5. Se mueve en familia, hoteles de 3 y 4* el 50%, 200 € diarios.
6. La experiencia cultural es cognitiva y estética, la espiritual es comunitaria y mística. (Camino de Santiago vs. Ruta Santo Grial)

³ Símbolos, ritos, creencias, obras de arte (Sánchez-Bayón, 2008-13 y 16).

Factores de Desarrollo Socioeconómico:

1. Desarrollo del Capital Social en torno a un atractivo, destino o advocación.
2. Incremento de intercambios económicos.
3. Conservación, interpretación y puesta en valor del Patrimonio.
4. Desestacionalización del viaje. Alternativa al turismo de sol y playa o de 'monocultivo', o bien opción complementaria de las provincias con turismo de costa.
5. Fidelización estacional, sobre todo festividades y peregrinaciones de regreso periódico.
6. Identidad Cultural, exclusividad de la experiencia de cada viajero en el sentido de personalización postfordista.
7. Rutas a modo de cluster que potencia cada destino

De ahí que, en ocasiones, más que un rechazo a todo lo que pudiera parecer culto o árido, el ciudadano demande de las empresas turísticas, unos canales adecuados para la comprensión y la participación: itinerarios y actividades alternativas, capacidad didáctica de los manuales y los profesionales, etc. Que los intermediarios turísticos comprendan la relevancia de este aspecto en lo que a las posibilidades del Arte Religioso se refiere. Será de vital importancia, ya que, en último término, de sus ofertas dependen la inmensa mayoría de los destinos finales de los usuarios.

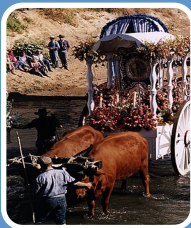
La empresa turística ligada al turismo religioso-cultural se ubica en núcleos de añeja existencia, y tanto en las regiones del interior como en las costas. En ella predomina más el negocio familiar, la pequeña y mediana empresa, en donde el trato humano es más cálido y personal. Las empresas de restauración, conocedoras del atractivo turístico de las artes culinarias, se centran en una cocina y unos ambientes que recrean las peculiaridades autóctonas; a diferencia de lo que ocurre en el "turismo de playa" cada vez más interesado en una "cocina abierta" e internacional.

En general, se trata de un tipo de turismo que respeta mucho más el entorno, tanto urbano como rústico, y por tanto, el choque cultural es a su vez menor. Las costumbres de los pueblos no colisionan con las actitudes de los turistas y la ausencia de ruptura ecológica que entrañan las grandes urbanizaciones y la satisfacción de sus necesidades, generan unas relaciones fluidas entre el público visitante y el receptor.



PEREGRINACIÓN A SANTUARIOS JUBILARES

Camino de Santiago (Galicia) 170.000; 53.712 en agosto de 2016
 Caravaca de la Cruz (Murcia) 3.000.000 año jubilar
 Santo Toribio de Liébana (Cantabria) 60.000, 1,25 millones año jubilar
 Sevilla 2013-2014 el Año Jubilar Macareno y Jubilar de Utrera 2007



ROMERÍAS POPULARES

Romerías anuales como El Rocío (Huelva), 1000.000 fin de semana
 Nuestra Señora de la Cabeza (Andújar, Jaén), San Benito Abad (San Cristóbal de La Laguna, Tenerife), Virgen de Gracia (San Lorenzo del Escorial Madrid) o Nuestra Señora de la Barca (Muxía, A Coruña),



DEVOCIONES Y FIESTAS PATRONALES

Semana Santa Sevillana, Misterio de Elche o Corpus Christi de Toledo, y múltiples en todos las ciudades y pueblos.



VISITAS A MONASTERIOS Y BASÍLICAS

Monasterio del Escorial (Madrid)
 San Juan de La Peña (Huesca)
 La Sagrada Familia (Barna)
 El Pilar (Zaragoza). 150.000

Como tantas industrias en sus periodos de mayor desarrollo, la turística tiende a esa uniformidad que hace similares unas ofertas a otras, en un país como España en el que la falta de uniformidad de sus pueblos constituye uno de sus mayores encantos. Dicha uniformidad, en las costumbres, la estética, la cocina, la música, hacen indiferenciable la experiencia del turismo en una zona o en otra del litoral, y explica la predilección cada vez mayor de unos destinos como los anteriormente trazados, sobre todas las cosas: diferentes.

El recogimiento frente a los montes un Santuario, el deleite de un concierto de órgano, con la contemplación de un fresco o el pórtico de cualquier catedral, son ejercicios de recreación que difieren no sólo entre emplazamientos y artes, sino que es diferente también entre las mismas o distintas escuelas y estilos.

Por todo ello, un turismo que respeta más el medio, al tiempo que se adentra en las necesidades más elevadas del ser humano, es un tipo de turismo, que hemos de ver como se supera al alza, con la particularidad de que sus centros se encuentran en todo el territorio, y el público que los visita suele poseer las cualidades que el propio arte y los centros religiosos auspician, razón por la que este promete ser más compensador que traumático.

En resumen, un turismo de calidad, que pasa no sólo por la implantación de un espíritu más racional y moderno en la empresa, sino también por fomentar con ilusión un conocimiento más profundo de nuestra tierra. La naturaleza del patrimonio artístico posee la cualidad como cualquier infraestructura turística de compensar las inversiones que en él se realizan, pero al contrario que estas y como toda obra de arte, su valor crece con el tiempo. Se invierte esa visión del turismo como agente que deprecia los entornos en donde se hace fuerte, por otra nueva visión, que los revaloriza.

5. CONCLUSIONES: EL ARTE RELIGIOSO SÍMBOLO DE LA ALDEA GLOBAL

La obra de arte como tal, requiere de una aptitud innata para ser percibida juzgada, descubrir su belleza y la intención. Este fondo elitista, se salvaguarda con el hecho, de que la aptitud también puede desarrollarse con la educación y la enseñanza del arte y la historia política y de las ideas; lo que es lo mismo que decir, de la sensibilidad, la espiritualidad y la historia de la cultura . Es por ello que el turismo a través del Arte Religioso se plantea como una práctica de desarrollo personal.

En definitiva, el turismo religioso en España ofrece una amplia variedad de fórmulas, dada su gran riqueza de patrimonio cultural y de la humanidad, y que sin embargo, aún hay que mejorar su formulación, implementación y evaluación. Téngase en cuenta que el turismo religioso cristiano español tiene una mayor tradición (como las manifestaciones citadas de santuarios, ruta de peregrinaje, etc.), pero aún hay otras fórmulas a las que prestar atención. Por ejemplo, es difícil no citar recordando la ciudad toledana al Rey Alfonso VI, llamado "el soberano de las tres religiones". El aumamiento de los pueblos a través del Arte Religioso, siempre se ha hecho patente en esta ciudad castellana en donde es doblemente cierto que el turismo autorrealiza la universalidad. En efecto, sí un motivo hechiza al visitante cuando llega a España, es ese múltiple semblante de pueblo marcado por las más diversas corrientes artísticas (francesas, italianas, flamencas, germánicas, hebreas, musulmanas...), corrientes que en sí mismas incentivan al viajero procedente de estas culturas por su valor sentimental, pero también, por el valor "exótico", nuevamente diferencial, que en el entorno español alcanzan estas manifestaciones. El arte mudéjar aragonés, único en el mundo, o el arte gótico u ojival autóctono es para el humanista, para el curioso, incluso para el defensor de la postmodernidad como símbolo de cosmopolitismo y mezcla, donde podrán encontrar las piezas simbólicas de un corazón universal.

Por tanto, un apoyo a un turismo religioso más abierto a lo cultural, no sólo ha de servir para reconocer el amplio y diverso patrimonio disponible (en especial en España), sino para conectarlo más y mejor con el patrimonio de la humanidad (impulsado por la UNESCO) –pero eso ya sería objeto de otra publicación–.

6. BIBLIOGRAFÍA

Baudelaire, C. 1863. *El pintor de la vida moderna*, París. ed. priv.

Bordas, E. 2003. *Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado*, Barcelona. UOC.

Fuente, C., et al. 2017. "De l'localisme a la universalitat via Protocol i maridatge de conceptes soci-religiosos: Corpus Christi, Berga i la Patum", en *Journal of the Sociology and Theory of Religion*, v. 6, p. 31-54.

Hauser, A. 1977. *Sociología del Arte*, Madrid: Ed. Guadarrama, 1977

- Lefebvre, F. 1972. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ortega y Gasset, J. 1986. *Deshumanización del Arte (1925)*, Madrid: Alianza.
- Racionero, L. 1983. *Del Paro al Ocio*, Barcelona: Anagrama.
- Rubio, A. 2017. *I Congreso Internacional de Santuarios y Turismo Religioso*. Termas de Palo Alto.
- Sánchez-Bayón, A. 2008-13. *La Modernidad sin prejuicios (3 vols.)*, Madrid: Delta Publicaciones.
- Sánchez-Bayón, A. 2012. *Humanismo Iberoamericano: una guía para transitar la globalización*, Guatemala: Cara Parens.
- Sánchez-Bayón, A. 2013. *Renovación de la Filosofía Social Iberoamericana*, Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Sánchez-Bayón, A. 2016. *Problemas y retos para alcanzar la sociedad del conocimiento*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Sánchez-Bayón, A. 2016. *Religión civil estadounidenses*, Porto: Ed. Sínderesis.
- Valero-Matas J. A, Sánchez-Bayón, A. 2018. *Balance de la globalización y teoría social de la posglobalización*, Madrid: Dykinson.
- Valero-Oteo, I 2018. “La reapropiación de la figura de Victorio Macho como símbolo de la cultura y la identidad palentina.” En Valero-Matas, J.A. (2018) *Victorio Macho. Retrospectiva de su obra en el cincuentenario de su muerte*. Palencia: Ayuntamiento de Palencia y GIR Tras Real Lab (Universidad de Valladolid)