

I. DE LA PEREGRINACIÓN AL TURISMO: MODELOS EN DISPUTA

David Lagunas Arias
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

La tentativa de este texto es reflexionar sobre la relación intrínseca entre el turismo y las peregrinaciones. Para ello, pretendo aportar elementos de análisis en relación a la pregunta: ¿el turismo es una forma moderna de peregrinaje o de religión? Y viceversa, ¿la peregrinación tiene una dimensión turística?

De entrada, es crucial cuestionar algunos lugares comunes respecto a la peregrinación, para, por un lado, repensar analíticamente las intersecciones y la complementariedad entre el peregrinaje y el turismo y, por otro, hacer más complejo el estudio del turismo a partir del estudio de la peregrinación. La tentativa no pretende llevar a cabo un análisis más ambicioso que incluiría la comparación cultural de las prácticas de peregrinación y, como colofón, propondría nuevas teorías y métodos para el estudio de los peregrinajes. En su lugar, se trataría de repensar algunas ideas en relación a estos dos fenómenos dentro de un contexto académico, en el cual el peregrinaje constituye un tópico altamente explotado en la investigación científica, aunque persista una cierta aprehensión en incluirlo como parte del estudio general del turismo.

Como fenómeno transicional, los peregrinajes no se acomodan a las categorías antropológicas sino que se imbrican en una composición que mezcla mitología, ritual, creencia, psicología, roles sociales, arquitectura, geografía, literatura, drama y arte¹. El turismo es un

¹ Alan Morinis *et al.*, *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*,

fenómeno multirreferencial y complejo. No existe una definición de amplia aceptación y algunos piensan que es imposible formularla. El turismo ha sido definido por diversos expertos de varios campos del saber²: es ocio y tiempo libre, tiene que ver con nuestra actitud sobre el espacio (un elemento del amplio proceso de movilidad espacial), es económico (oferta/demanda del mercado), psicológico (motivos previos y propósitos del viaje), social (los turistas asumen un rol), cultural (función, manifestación y también transmisor de cultura).

No es casual que en las discusiones antropológicas sobre el turismo la peregrinación emerja como un factor de motivación dominante para la visita a diversos sitios, y de hecho Badone y Roseman reclaman el fin de la rígida dicotomía entre peregrinación y turismo, o entre peregrinos y turistas, la cual ya no tiene sentido en el mundo cambiante del viaje posmoderno³. La peregrinación constituye, según Michael Di Giovine, una de las interacciones turísticas más seductoras y emocionales debido a que se generan sentimientos intensos de éxtasis y trascendencia, sufrimiento autoinfligido y dolor penitente⁴. Por otro lado, la peregrinación se vincula con un viaje hacia un espacio sagrado, y es de importancia vital en todas las religiones. Los propios peregrinos también escriben textos de viaje al igual que los turistas escriben diarios, artículos y libros. La idea de viaje⁵ ya señala un punto de conexión primordial con el fenómeno turístico que vamos a analizar a continuación. Graburn considera al turista a partir de una definición de Valene Smith: “el turista es una

Westport, Greenwood Press, 1992.

² Krzysztof Przeclawski, “Tourism as the Subject of Interdisciplinary Research”, en D. G. Pearce & R. W. Butler (ed.), *Tourism Research. Critiques and Challenges*, Londres, Routledge, 1993, p. 9.

³ Ellen Badone & Sharon R. Roseman (ed), *Intersecting Journeys. The Anthropology of Pilgrimage and Tourism*, Chicago, University of Illinois Press, 2004, p. 2.

⁴ Michael A. Di Giovine, “Seduction in Devotion: Pilgrimage, Sacrality and Difference”, Presentación del 1st Tourism-Contact-Culture Research Network Conference, *Tourism and Seductions of Difference* [Lisboa, Portugal, Septiembre 2010].

⁵ Cabe señalar que el viaje actual se acerca cada vez más a un “escape de” en lugar de un simple “ir hacia”, de forma que las vacaciones pueden ser pensadas

persona temporalmente ociosa que voluntariamente visita un lugar lejos de su hogar con el propósito de experimentar un cambio”.⁶ Lo interesante de esta definición —útil como punto de partida— es que se refiere a una serie de roles como el movimiento, la temporalidad y el cambio, comunes a otros roles humanos. De aquí se hace referencia a dos roles primordiales, los cuales se vinculan estrechamente con el turismo:

El primer rol es el juego. Como *no-trabajo* el juego se relaciona, por un lado, con una *communitas* (turística) y, por otro, con los lazos que establecen los turistas. Los turistas juegan —como niños— frente a su objeto. No cabe obviar, por otro lado, que actividades superestructurales como el juego, al igual que el turismo, las vacaciones y los rituales, conllevan funciones de aprendizaje y renovación neurológicamente beneficiosas al activar el hemisferio derecho del cerebro⁷.

El segundo rol es la peregrinación. La metáfora del turismo como peregrinación proviene de Victor y Edith Turner, para quienes el tu-

también como un síntoma de aquello que está mal en nuestra sociedad, en otros términos, un círculo vicioso. Dennison Nash planteaba la conexión causal entre el turismo como superestructura y la vida social de base, por medio de dos procesos: 1. El “efecto *spillover*” por el cual el ocio se convierte en un “suma y sigue” de las actividades ordinarias: el trabajador alienado realiza actividades turísticas alienadas, el individualista viaja solo o en pequeños grupos y el consumista contribuye al éxito de los *duty-free* y otros centros comerciales, y 2. La interdependencia entre la rutina y la alienación de la vida ordinaria, y el turismo como mecanismo liberador y compensador de esa misma alienación cotidiana (*Anthropology of Tourism*, Oxford, Pergamon, 1996, pp. 65-66). Estos procesos se relacionan sintácticamente con algunas ideas tempranas avanzadas por Erik Cohen, en el sentido de que los turistas requieren de un fuerte sentido de la familiaridad para experimentar el cambio y la novedad, y de este modo, insertarse en la “burbuja turística” (“Toward a Sociology of International Tourism,” *Social Research*, vol. 39, núm. 1, 1972, p. 166).

⁶ Nelson Graburn, “Tourism”, en D. Levinson, & M. Ember (ed.), *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Nueva York, Henry Holt and Company, 1996, pp. 1316-1317.

⁷ Dennison Nash, “Tourism as an Anthropological Subject”, *Current Anthropology*, vol. 22, núm. 5, 1981.

rista es “medio peregrino” y el peregrino “medio turista”.⁸ Ambos proponen un recorrido por algunos peregrinajes emblemáticos del cristianismo, como la Basílica de la Virgen de Guadalupe en México, Lourdes en Francia y Lough Derg en Irlanda.⁹ Los Turner establecen una tipología de las peregrinaciones: 1) prototípica, creada por el fundador de una religión histórica o sus discípulos (Roma, Jerusalén, La Meca); 2) arcaica, resultado de una devoción anterior y con características de sincretismo (Chalma, México)¹⁰; 3) medieval, entre el periodo 500-1400 d.e.c. (Santiago de Compostela), y 4) moderna, vinculada a la industrialización. En síntesis, la idea que subyace no es sólo que la peregrinación se imbrica con el turismo, sino que puede considerarse como una forma antigua (y moderna) de turismo.

Victor Turner es reconocido por haber desarrollado dos categorías clave en la disciplina antropológica: *liminoide* y *communitas*. La primera categoría se identifica con una experiencia que refleja la segunda (la *communitas*), la cual construye a partir de la teoría de la liminalidad de Van Gennep. La liminalidad se define como el estadio transicional en los ritos de paso, en el cual, momentáneamente, el individuo se encuentra al margen del orden social, es decir, no es “ni lo uno ni lo otro”. Los Turner¹¹ refieren a liminoide o “quasi-liminal” cuando se habla de diversos géneros que se parecen, no que sean idénticos; en concreto, hablan de la liminalidad al interior de las sociedades industriales, ya que se trata de géneros que son plurales, fragmentarios, experimentales, idiosincráticos, subversivos y utópi-

⁸ Victor Turner & Edith Turner, *Image and Pilgrimage in Christian Culture. Anthropological Perspectives*, Nueva York, Columbia University Press, 1978, p. 20. Véase también Victor Turner, “The Center out There. Pilgrim’s Goal”, *History of Religions*, vol. 12, núm. 3, 1973, pp. 191-230; del mismo, *Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*, Ithaca, Cornell University Press, 1974, pp. 167-230.

⁹ Turner & Turner, *op. cit.* p. 17-19.

¹⁰ Según esta tipología, la mayoría de los santuarios americanos y peregrinaciones relacionadas son arcaicos, pues se trata de espacios sagrados ubicados en ciudades nativas anteriores, dedicados a la veneración de Cristo, de santos o de la Virgen, en varios casos resultado de una visión/aparición mariana.

¹¹ *Ibidem*, p. 253.

cos, además de consumidos por individuos identificables. Ejemplo de ello son el juego, los deportes, la evasión o los pasatiempos. Lo más interesante es que los Turner aplican el término liminoide al fenómeno de la peregrinación, el cual “posee algunos de los atributos de la fase liminal”¹², como el compañerismo, el sacrificio, la creatividad, la experimentación, la afectividad o la comunión, aunque ambos no son equivalentes puesto que liminoide se refiere al aspecto más voluntario, menos obligatorio y psicológico del peregrinaje. Cabe citar aquí a Morinis¹³, quien, siguiendo la vía abierta por los Turner, identifica dos grupos genéricos de peregrinos: aquellos que esperan encontrar un ideal abstracto, y otros que esperan el poder del ideal para ayudar a construir o, en su caso, cambiar su estilo de vida (esta idea se vincula con el “cambio” experimentado por el turista en la definición de Valene Smith).

La segunda categoría, la *communitas* o antiestructura, constituye un fenómeno liminal que aparece espontáneamente en todo tipo de grupos, situaciones y circunstancias, en las cuales los participantes se encuentran liberados de la conformidad y las normas generales, aunque esta liberación no es permanente ni deconstructiva. Al contrario, esta situación de *communitas* sirve para reforzar el estatus precedente, revirtiéndolo ritualmente, por lo que se considera que la *communitas* es la fuente y el origen de todas las estructuras y, al mismo tiempo, su crítica¹⁴. La *communitas* sería el elemento focal de la religión, la literatura, el drama y el arte, y sus trazos podrían identificarse en la ética del derecho, el parentesco, incluso en la economía¹⁵. Se trataría de un modelo de totalidad indiferenciada, donde los estatus previos son suspendidos y en el cual los participantes experimentarían una situación de efervescencia, alta emocionalidad y, sobre todo, percibirían una comunidad igualitaria en oposición a la jerarquía, siendo así que el poder sería neutralizado.

¹² *Ibidem*, p. 153.

¹³ Alan Morinis, *op. cit.*

¹⁴ *Ibidem*, p. 250.

¹⁵ *Ibidem*, p. 251.

Para los Turner, el peregrinaje crea *communitas*, esta sensación de unidad y solidaridad que trasciende las diferencias cotidianas de la estructura social. En ese sentido, el peregrinaje constituiría un fenómeno liminoide, después del cual el peregrino emergería con una espiritualidad más profunda, puesto que la cualidad iniciática toma preeminencia¹⁶. Así pues, la fuerza del peregrinaje sería la *communitas*, la cual se revelaría a causa de su carácter liminoide, de forma que los peregrinos, separados momentáneamente del sistema social, estarían expuestos a la contemplación de símbolos focalizadores y condensadores de ideas, normas y sentimientos. Lo importante que mencionan los Turner es que no sólo los peregrinos pueden pagar sus deudas con los santos y las divinidades, arrepentirse de los pecados y recibir curas milagrosas, sino que también pueden divertirse, con lo cual —y esta es la idea importante— detrás de todo peregrino se encontraría a un turista¹⁷.

Este planteamiento de los Turner ha sido discutido y criticado ampliamente, en particular por Eade y Sallnow¹⁸, quienes argumentan que diversos autores, tanto en la teoría como en los estudios de campo, han demostrado lo contrario a lo que pensaban los Turner; es decir, que las diferencias y las distinciones sociales reflejan una intensificación y reforzamiento más que su atenuación o disolución, lo cual, por otro lado, no impide que la *communitas* aparezca en otro tipo de situaciones y casos estudiados. Otra matización sugiere que en la práctica diversos sujetos y comunidades utilizan la peregrinación para afirmar su estatus social, así como para generar beneficios económicos a expensas de otros o con propósitos políticos. Asimismo, aunque los Turner mencionan que las peregrinaciones

¹⁶ *Ibidem*, p. 14.

¹⁷ Algunos estudios como el de Lett (1983) privilegian el enfoque lúdico y pseudoliminar aplicado a los turistas que viajan en yates-charter por las Islas Vírgenes, describiendo sus comportamientos antiestructurales, en donde se suspenden momentáneamente las reglas cotidianas para reforzarlas más adelante.

¹⁸ John Eade & Michael J. Sallnow, *Contesting the Sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Urbana, University of Illinois Press, 2000, pp. 5-6.

no pueden desvincularse del contexto histórico que las envuelve, poniendo de manifiesto la influencia de las autoridades políticas y religiosas en el ritual y el manejo de los símbolos sagrados, no por ello alcanzan a cubrir un mayor espectro, más allá de ejemplos y estudios empíricos particulares.

Nash considera los paralelismos entre turismo y peregrinaje (y sigo en adelante su esquema)¹⁹; Graburn parte de las semejanzas del turismo con los viajes de estudio de la Edad Media, las cruzadas y las peregrinaciones religiosas en Europa y Asia. Asimismo, considera su analogía con el ritual, señalando que para los turistas el viaje representa una sustitución del ritual y, por tanto, un viaje sagrado y extraordinario, el cual recrea al sujeto en una suerte de ritual de inversión²⁰. MacCannell,²¹ por su parte, argumenta que los motivos del turismo y del peregrinaje son similares. De hecho, numerosos ejemplos muestran que los grandes centros de peregrinaje son también centros turísticos²². Para Nash,²³ turismo y peregrinaje, a pesar de las similitudes, no son conceptos idénticos, aunque conceptúa el turismo como una forma de peregrinaje considerando el rasgo común con los estados de margen o liminalidad en los rituales de paso de las sociedades tribales²⁴, siguiendo así el planteamiento inaugurado por los Turner. En efecto, estos autores siguen una línea de continuidad con Van Gennep y Leach, enfati-

¹⁹ Dennison Nash, *The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings*, Amsterdam, Elsevier, 2007, pp. 248-249.

²⁰ Nelson Graburn, "The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 10, núm. 1, 1983, pp. 9-33; del mismo, "Turismo: el viaje sagrado", en V. L. Smith (ed.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, 1992, pp. 45-68.

²¹ Dean MacCannell, "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", *American Journal of Sociology*, vol. 79, núm. 3, 1973, p. 593.

²² Malcolm Crick, *Resplendent Sites, Discordant Voices. Sri Lankans and International Tourism*, Chur, Harwood Academic Publishers, 1994, p. 107, sobre la distinción entre peregrinaje y turismo a partir del concepto de "merit" como motivación diferenciada.

²³ Dennison Nash, *op. cit.*, 2007, p. 248.

²⁴ Dennison Nash, *op. cit.*, 1996, p. 41.

zando la idea del turismo como ritual de paso. En este sentido, si nos referimos al turismo como un ritual, nos predispone a reflexionar sobre la cronicidad de la vida, la vuelta a la niñez del turista (se comporta como un niño y juega con lo que se le ofrece), la idea de ser una nueva persona, de *re-crearse* y, en suma, de considerar el ritual de paso como un modelo, física y temporalmente separado —aunque con particularidades— de los llamados *breaks*, rompimientos rituales periódicos o irregulares en la vida de una persona.

En principio, el desplazamiento del turista es voluntario, mientras que la peregrinación puede ser obligatoria o totalmente libre según las religiones. Esta oposición es más relativa que sustantiva puesto que después de la segunda Guerra Mundial el desplazamiento y el viaje turístico, al menos en Occidente, se vive no sólo como deseable sino como obligatorio. Por tanto, a diferencia de los ritos de paso, las peregrinaciones cristianas serían un mecanismo social voluntario, no obligatorio, que además no marcan un cambio de estatus en el participante, haciéndolo transitar de un estado a otro dentro de la esfera mundana. Dicho en otros términos, las peregrinaciones son una anti-estructura en la cual los sistemas sociales estarían ausentes. La idea clave es que tanto la peregrinación como el turismo son actividades de tipo ritual, de hecho, el turismo posee componentes relacionados con un ritual religioso (etimológicamente, *holy-days* —vacaciones— significa “días sagrados”). Así pues, el ritual se relaciona con la estructura de la vida, es decir, con estados alterados de normalidad/liminalidad que han sido objeto de análisis en la tradición antropológica, desde la idea de sacrificio de Mauss, pasando por los ritos de paso de Van Gennep, hasta la estructura del tiempo en Leach y la *communitas* del propio Turner.

Por tanto, la peregrinación marca una ruptura y un alejamiento de la vida cotidiana. Del mismo modo, el turista lleva a cabo una ruptura con la vida ordinaria y el tiempo de trabajo para insertarse en una estructura extraordinaria. Graburn señala que la mayor parte de los norteamericanos y europeos consideran como decorosa la alternancia entre dos modos de vida: vivir en casa y trabajar por largos periodos de tiempo, seguidos de vacaciones lejos del hogar

durante periodos cortos de tiempo²⁵. Graburn escribe esto originalmente en 1974 y, obviamente, el contexto mundial ha cambiado: Occidente ya no es el centro del mundo y el único que mueve turistas, además de que el turismo doméstico y nacional representa el 80% del volumen total de desplazamientos. Graburn construye este marco conceptual apoyado en la idea de que las actividades normales, como el trabajo y el resto de obligaciones cotidianas, se oponen a una serie de periodos cortos de renovación y recreación que son religiosos en sociedades tradicionales, y seculares en sociedades que valoran otros aspectos de la vida como la naturaleza, la salud o la libertad. En cualquier caso, el viaje turístico marcaría el paso del tiempo y los cambios, transformando y *re-creando* a la persona. Asimismo, la distinción trabajo/turismo, ordinario/extraordinario, necesario/innecesario, obligatorio/voluntario, sagrado/profano²⁶ conduce a Graburn a afirmar que el turismo es la mejor clase de vida, porque es sagrado, en el sentido de que es emocionante, renovador, y en él se realiza la vida del hombre²⁷. Parece obvio que la peregrinación puede representar, en ocasiones, un espacio y tiempo de libertad, especialmente para aquellas poblaciones más encapsuladas al interior de una sociedad tradicional o un poder político rígido. Smith argumenta que ambos fenómenos son tan parecidos que sólo la cosmovisión y la creencia individual los distingue, estableciendo un *continuum* entre sagrado/profano, religioso/*no-religioso*, ubicando la peregrinación en el medio del *continuum*.²⁸

En un texto anterior²⁹, apuntaba dos líneas de crítica hacia el binarismo sagrado/profano, ordinario/extraordinario, trabajo/turismo,

²⁵ Nelson Graburn, *op. cit.*, 1992, p. 47.

²⁶ Cfr. Jafar Jafari, "Modelos del turismo: los aspectos socioculturales", en D. Lagunas (coord.), *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*, México, Plaza y Valdés, 2007, pp. 47-70.

²⁷ Graburn, *ibidem*, p. 55.

²⁸ Valene L. Smith, "Introduction: The Quest in Guest. The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 19, núm. 1, 1992a, pp. 1-17.

²⁹ David Lagunas, "Ritos de paso 2: experiencias iniciáticas en las sociedades modernas", en P. Fournier, C. Mondragón, W. Wiesheu (coord.), *Ritos de paso. Arqueología y antropología de las religiones*, México, ENAH, 2009, pp. 26-28.

igualmente extensible a otro tipo de categorías binarias como local/turista, nativo/extranjero, *insider/outsider*³⁰, o la vieja distinción entre anfitriones/invitados³¹. La primera línea de ataque se encuentra en Rojek, quien afirma que la preeminencia de la cultura televisiva, en relación con la oferta de representaciones glamorosas retratadas en las guías de viaje, cine y televisión (*indexing*), así como la selección y combinación de símbolos, imágenes y asociaciones entre campos distintos para crear nuevos valores (*dragging*), socavan la distinción entre lo ordinario y lo extraordinario³². Puesto que la televisión muestra el *collage* turístico como un rasgo ordinario de la experiencia doméstica, el turismo ya no puede representar por más tiempo un escape o una ruptura, con lo cual se cuestionaría la función “catártica” del viaje turístico avanzada por Nash. A diferencia de lo que señalaba Graburn, puede argumentarse que evitar el viaje en vacaciones no supone necesariamente una sanción social negativa; al contrario, puede ser visto como parte de una estrategia inteligente para evitar y a la vez distinguirse del turismo de masas. Pensemos que los periodos vacacionales ya no se reparten en los periodos prefijados del calendario oficial del año, sino que se flexibilizan. Cabe añadir que la distinción trabajo/viaje no resulta tan clara puesto que aquél que viaja puede estar trabajando al mismo tiempo con su computadora portátil, además de que en ocasiones recibe llamadas y mensajes de su jefe cuando descansa en la playa o la montaña, al igual que puede recibir llamadas de su familia; es decir, el hogar, lo ordinario, se inserta en lo extraordinario.

La segunda línea de crítica parte de la teoría del caos, y es Mosko³³ quien plantea que el esquema sagrado/profano de Durkheim se

³⁰ Marie-Françoise Lanfant, “International Tourism. Internationalization and the Challenge to Identity”, en M. F. Lanfant, J. B. Allcock, E. M. Bruner (ed.), *International Tourism, Identity and Change*, Londres, Sage, 1995, pp. 24-43.

³¹ Valene L. Smith (ed.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, 1992b.

³² Chris Rojek, “Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sights”, en C. Rojek & J. Urry (ed.), *Touring Cultures. The transformations of Travel and Theory*, Londres, Routledge, 2002, pp. 70-71.

³³ Mark S. Mosko, “Introduction: A (Re)Turn to Chaos”, en M. S. Mosko & F.

asemejaría al famoso atractor extraño de Lorenz³⁴. Lo anterior se correspondería a la fase de alternación o bifurcación no lineal entre contextos antitéticos, al igual que ocurriría con los modelos teóricos de los seguidores de Durkheim, como los ritos de paso (Turner, Van Gennep), la asimetría de la mano derecha/izquierda (Hertz) o la estacionalidad de los esquimales (Mauss). La idea es que esta alternancia sagrado/profano, que tradicionalmente enfatiza la cohesión y la continuidad, no aparece como simple repetición sino que los eventos específicos, comprendiendo una serie de fases profanas (o dos o más fases sagradas) del sistema, nunca se repiten perfectamente, del mismo modo que la *performance* de cualquier rito sagrado es experimentada como la misma en momentos análogos de dos *performances* históricas distintas del mismo rito. Para Mosko, este proceso de alternancia entre lo sagrado y lo profano, que pasa de lo estable a lo inestable, no es continuo sino contradictorio, conflictivo, reversible y sujeto a inversiones.

Nash plantea una crítica adicional al sugerir que enfatizando el lado sagrado del turismo como una necesidad de alternancia e inversión universal se descartan otros factores, como por ejemplo, la decepción que puede experimentar un turista ante el destino³⁵. El binarismo estructuralista empleado por Graburn y otros, siguiendo a los Turner, refleja que el turismo y el peregrinaje reposan en la diferencia: el peregrinaje es un movimiento de lo profano a lo sagrado, de la periferia al centro o viceversa, y de la cotidianeidad a la liminalidad. Sin embargo, este tipo de generalizaciones a la hora de analizar el ritual secular del encuentro turístico requieren de matización y contraste empírico.

Es obvio que las fenomenologías del turismo marcan una serie de similitudes y diferencias entre el turismo y el peregrinaje. Las semejanzas son aún más directas en determinadas peregrinaciones, como

H. Damon (ed.), *On the Order of Chaos. Social Anthropology and the Science of Chaos*, Londres, Routledge, 2005, p. 19.

³⁴ *Ibidem*, p. 21.

³⁵ Dennison Nash, *Anthropology of Tourism*, Oxford, Pergamon, 1996, p. 45.

la que se realiza en Santiago de Compostela, en la cual el peregrino se pertrecha con un bastón y la concha, al igual que el turista, cuyo vestuario (el prototipo es la camisa hawaiana, los tenis, la cámara fotográfica y los pantalones cortos) indica un cambio de identidad.³⁶ Cohen identifica oposiciones y similitudes entre el peregrinaje y el turismo, señalando que mientras el peregrino se distingue por viajar conscientemente hacia el centro de su universo conceptual, en su lugar de peregrinaje, el turista se mueve lejos de su centro con el fin de encontrar al *otro*.³⁷ La oposición entre ambos se diluye al analizar los casos empíricos. Por ejemplo, Kaufman toma el caso ejemplar de Lourdes y plantea la imposibilidad de dicha oposición entre ambas actividades so riesgo de caer en un esencialismo, enfatizando que existen influencias mutuas entre estos dos constructos inestables, a través de una larga historia de convergencias³⁸.

Voy a detenerme en los estudios de Christian³⁹, a quien sigo en adelante en relación con sus ideas sobre el “espacio sagrado”, así como las visiones y peregrinaciones en determinados lugares de culto, mostrando convergencias de sentido respecto al turismo y sus espacios sagrados. Como Morgan y Pritchard⁴⁰ ponen de manifiesto,

³⁶ Jafari, *op. cit.*

³⁷ Erik Cohen, “Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence”, en A. Morinis (ed.), *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*, Londres, Greenwood Press, 1992, pp. 47-64.

³⁸ Suzanne K. Kaufman, “Selling Lourdes: Pilgrimage, Tourism, and the Mass-Marketing of the Sacred in Nineteenth-Century France”, en S. Baranowski & E. Furlough (eds.), *Being Elsewhere. Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*, Michigan, University of Michigan Press, 2001, pp. 63-88.

³⁹ William A. Christian, “Religious Apparitions and the Cold War in Southern Europe”, en E. R. Wolf (ed.), *Religion, Power and Protest in Local Communities. The Northern Shore of the Mediterranean*, Berlin, Mouton, 1984, pp. 239-266; William A. Christian, *Person and God in a Spanish Valley*, Princeton, Princeton University Press, 1989; del mismo, *Visionaries. The Spanish Republic and the Reign of Christ*, Berkeley, University of California Press, 1996; “Six Hundred Years of Visionaries in Spain: Those Believed and Those Ignored”, en M. P. Hanagan, L. P. Moch & W. Brake (eds.), *Challenging Authority. The Historical Study of Contentious Politics*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1998, pp. 107-119.

⁴⁰ Nigel Morgan & Annette Pritchard, “On Souvenirs and Metonymy: Narratives

ciertos destinos turísticos se convierten en sagrados debido a que están cargados de significaciones personales y sociales, de forma que la visita a dichos lugares viene a reforzar las imágenes que tenemos de nosotros mismos.

De entrada, un espacio sagrado se identifica con hitos en el proceso social y una serie de pautas generales conocidas de ese lugar concreto. Todos los visitantes del espacio sagrado, a lo largo del cual se desarrollan las diversas fases y etapas de una peregrinación, ya poseen unas ideas sobre lo que es y debe ser dicho espacio, en una suerte de identificación con un punto del territorio de intensidad simbólica. Correlacionado con este aspecto, parece ser una constante que toda fuerza social trabaja en consonancia para crear, identificar y recrear ese punto sagrado⁴¹. En el caso del turismo, el destino también es una construcción social y el turista se acerca a él desde una forma ritual (ya sabe de antemano lo que va a ver).

La enorme variabilidad de los marcos espaciales históricos en los cuales se identifica algún tipo de peregrinación, es un reflejo de cómo se articulan los puntos del espacio dotados de carga simbólica. El paisaje sagrado se puede crear, no sólo encontrar, aunque se vive como encontrado. La legitimidad de diversos elementos viene proporcionada por diversas influencias, como los estados de éxtasis y visiones (Lourdes, Fátima, Guadalupe-Tepeyac, por citar algunas del ámbito cristiano), las reliquias de apóstoles (Santiago de Compostela) y santos, constituyéndose a su vez como puntos de referencia para confirmar los elementos que se van identificando en el paisaje sagrado.

Frecuentemente, en la peregrinación y en el proceso de culto están involucrados sacerdotes, con lo cual no se puede distinguir entre elementos populares y cultos, ya que existe un conjunto de elementos que son parte del acervo común, tanto de unos como de otros. Una lectura marxista al vuelo inmediatamente simplificaría la cuestión,

of Memory, Metaphor and Materiality", *Tourist Studies*, 5(1), 2005, pp. 29-53.

⁴¹ Cfr. Jafar Jafari, *op. cit.*, pp. 47-70, sobre cómo el imán o la atracción turística está relacionada con un proceso de atracción, emoción, seducción y devoción.

pues ignoraría la contribución de las clases populares en la conformación de los paisajes sagrados. Por otro lado, los elementos que se identifican en la construcción de un espacio sagrado son productos generales, fruto de la tradición histórica, y no siempre remiten a aspectos de cultos o religiones anteriores. El papel de las instituciones religiosas dominantes suele ser determinante, puesto que autoriza o prohíbe la construcción de edificios religiosos en esos espacios, es decir, posee el poder de legitimar. Por ello, habitualmente, las creencias y prácticas al interior de las peregrinaciones están controladas por el poder eclesial, de forma que en la práctica social los sacerdotes son los encargados de establecer las normas a seguir, controlar el acceso, la liturgia, las contribuciones, o simplemente de encabezar dichas peregrinaciones. A pesar de ello, la evidencia empírica muestra que tampoco son excepcionales las peregrinaciones laicas sin sacerdotes.

En el turismo, este aspecto del control jerárquico se relaciona, por un lado, con el control ejercido por las corporaciones a la hora de procurar los estímulos y los productos que empujan al turista a desplazarse y, por el otro, con el “capital” turístico como saber particular del propio turista, es decir, las técnicas y competencias que el turista pone en juego, con mayor emancipación respecto a los *tour*-operadores, agencias y demás corporaciones de negocios. Quizá la forma más extrema y radical de este control se relacione con la llamada “MacDisneyización”⁴² de la sociedad, ejemplificado en destinos como Walt Disney o un crucero de placer, un tipo de lugares predecibles (los empleados limpian Walt Disney constantemente y no se encuentran artistas callejeros), eficientes (un crucero mueve a miles de personas), calculables (los precios de un día y el tiempo de espera en las atracciones están perfectamente calculados en Walt Disney) y controlados (una suerte de racionalidad weberiana

⁴² George Ritzer & Allan Liska, “McDisneyization and Post-Tourism. Complementary Perspectives on Contemporary Tourism”, en C. Rojek & J. Urry (ed.), *Touring Cultures. The Transformations of Travel and Theory*, Londres, Routledge, 2002, pp. 96-109.

en la vigilancia). Algunas peregrinaciones están totalmente organizadas, otras son llevadas a cabo por medio de la iniciativa de cada peregrino o grupo de peregrinos. En el turismo existen las visitas organizadas, viajes *all inclusive* o prácticas turísticas más autónomas. Los peregrinos pueden seguir las rutas históricas tradicionales, pero también realizar trayectos más personales. Del mismo modo, los turistas elaboran sus propias rutas, al margen de los *tour*-operadores y las agencias de viaje.

Christian emplea, desde 1970⁴³, el concepto de ecología sagrada, concibiendo lo sagrado como una parte integrante del paisaje en relación con los santuarios. Elementos de referencia pueden ser fuentes, montañas, cuevas, piedras, ríos, cascadas, etcétera, y todos los demás que atraen a los turistas: islas, iglesias y santuarios religiosos, ruinas, monumentos antiguos, palacios, ciudades. En este sentido, son numerosas las referencias a colinas en el imaginario católico, santuarios como Montserrat en Cataluña, Kirkpatrick en Irlanda o el cerro del Tepeyac en México. Las referencias en la Biblia son notorias, como la mención al Sinaí o al monte Tabor en el Antiguo Testamento; de igual modo, el Calvario bíblico se vincula a una colina.

En este sentido, Amirou señala que la montaña es parte de las nuevas mitologías del turismo⁴⁴. En específico, remite al exotismo, el cual se enraíza en una simbología de los lugares y el espacio. A cada lugar singular (París, Río de Janeiro, Calcuta...) y a cada tipo de espacio (montaña, desierto, playa) corresponden imágenes y narrativas, representaciones que guían la conducta de los turistas. La montaña remite a dos polos: *a*) el mundo del mineral, de la durabilidad, que incita a pensar en lo absoluto y la eternidad; *b*) la idea de pureza y vitalidad, que evoca un sentimiento de fusión con la naturaleza, la sensación de un tiempo suspendido. A la montaña se le asocian virtudes de elevación física, moral y espiritual, e igualmente remite a dos

⁴³ William A. Christian *et al.*, "An Introduction to the Ecology of Shrines in Spain", en *Working Papers of the Center for Research on Social Organization*, Paper 54, Department of Sociology, University of Michigan, 1970.

⁴⁴ Rachid Amirou, "Les nouvelles mythologies du tourisme", *Sciences Humaines*, 90, 1999, pp. 22-25.

sentimientos: *a)* poder frente a uno mismo y el universo, *b)* humildad y ansiedad ante la grandeza, en una suerte de contemplación monárquica. Por otro lado, la verticalidad constituye un elemento clave del imaginario turístico, dado que la mirada turística se orienta desde “lo alto” a “lo bajo”, pero, más concretamente, revela un arquetipo: “lo alto” es valioso en sí mismo y la referencia a la altitud, amalgamada con lo antiguo, le confiere al espacio un sentido espiritual cargado de sentido. Por tanto, lo secular se imbrica en lo religioso.

Pero, las concomitancias entre peregrinación y turismo son más evidentes en algunas etnografías que inciden en este tipo de imbricación entre ambos fenómenos. Crain⁴⁵ evidencia la conversión de la peregrinación de la Virgen del Rocío, en Andalucía, organizada por hermandades religiosas desde el siglo xvii a una escala pequeña y local, en una mercancía propia del sistema capitalista⁴⁶. Entre otras razones, esta transformación tiene como origen la influencia de la televisión, la cual ofrece una experiencia auténtica de la ruralidad andaluza para la mirada y deleite del turista. Esta presencia de la mirada del turista es captada por las cámaras de televisión en un momento culminante: la salida de la imagen de la Virgen de la capilla en Almonte, Huelva. Los locales, que compran *souvenirs* de la Virgen cerca de la capilla, están situados alrededor de los platós de la televisión internacional, y en el momento de la salida vociferan y se resisten disputando el espacio a los camarógrafos interpuestos entre ellos y la Virgen. Estas tensiones son un signo de la lucha por las definiciones sobre cuál es la verdadera romería.

⁴⁵ Mary Crain, “The Remaking of an Andalusian Pilgrimage Tradition. Debates Regarding Visual (Re)presentation and the Meanings of ‘Locality’ in a Global Era”, en A. Gupta & J. Ferguson (eds.), *Culture, Power, Place. Explorations in Critical Anthropology*, Durham, Duke University Press, 1997, p. 291.

⁴⁶ Gustavo Bueno señala la impostura del hecho de que “las romerías de la Virgen del Rocío se alimentan de intereses sociales no religiosos, cerca de los que mueven el creciente interés por la ópera en otras capas sociales” (Gustavo Bueno *et al.*, *La Influencia de la religión en la sociedad española*, Madrid, Libertarias-Prodhufo, 1994, p. 80).

Bordigoni⁴⁷ encuentra semejanzas entre el peregrinaje del Rocío y la peregrinación a Saintes-Maries-de-la-Mer en la Camarga francesa: ambas son de carácter religioso, ubicadas cerca de las playas, con un gran parque natural en el estuario de un río. Lo más interesante de su aporte es cómo demuestra el tránsito de un peregrinaje religioso a un fenómeno turístico de masas. La particularidad de Saintes-Maries-de-la-Mer reside en que una de sus procesiones se presenta como “gitana”, con una excepcional cobertura mediática con fotografías y filmes. Bordigoni pone de manifiesto las intersecciones entre los gitanos que la consideran “su” peregrinación, la complacencia de la Iglesia debido al reforzamiento de la fe, la búsqueda de la autenticidad por parte de los turistas, y la satisfacción de los comerciantes por la afluencia de dinero. Las tensiones entre los locales y los gitanos, además de los turistas que empiezan a contemplar el lugar como una especie de Disneyland, se convierten en un hecho característico del lugar⁴⁸.

Frey⁴⁹ analiza las experiencias de los peregrinos modernos en el Camino de Santiago, que llegan por miles, de varios países, a pie o en bicicleta. Este es un santuario de la cristiandad desde la época medieval, donde se supone que se encuentran los restos del apóstol Santiago. Frey señala la importancia que toma el viaje frente al destino y el hecho de que, a diferencia de otros santuarios marianos como Lourdes, más orientados hacia un peregrino religioso, el Camino de Santiago atrae a una mezcla de participantes religiosos y seculares bien educados, urbanos y de clase media, los cuales optan por estrategias de viaje más cómodas y regulan el esfuerzo físico alargando el viaje incluso por varios meses, con el fin de experimentar y gozar de la naturaleza, el patrimonio cultural, cumplir con un voto, renovar la fe, expiar las culpas o los pecados, conjurar una crisis personal, poner a prueba la resistencia física o, simplemente, llegan movidos por la curiosidad, todo lo cual refleja una esfera de discursos contra-

⁴⁷ Marc Bordigoni, “Le ‘pèlerinage des gitans’, entre foi, tradition et tourisme”, *Ethnologie française*, vol. xxxvii, núm. 2, 2002, pp. 489-501.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 498.

⁴⁹ Nancy L. Frey, *Pilgrim Stories. On and Off the Road to Santiago*, Berkeley, University of California Press, 1998.

puestos⁵⁰. Frey se centra en las motivaciones de los peregrinos para iniciar el viaje, y sus resultados registran numerosas desesperanzas, frustraciones y descontentos, así como deseos y expectativas reflejo de la ansiedad y el malestar del estilo de vida occidental en el cambio de milenio. Quizá una de las partes más interesantes de la obra de Frey consista en preguntarse qué ocurre al regreso. Los peregrinos reflexionan profundamente sobre sus vidas y en ocasiones se realizan cambios importantes: un matrimonio se acaba, un talento artístico se descubre o alguien renuncia a su trabajo. Algunos peregrinos repiten el viaje o se inscriben en asociaciones para mantener el vínculo, mientras que otros sólo son peregrinos durante el viaje.

El interés motivacional de los peregrinos se observa en el trabajo de Harrison⁵¹. Esta autora entrevista a varios turistas canadienses de clase media y alta, preguntándose cuáles son las motivaciones y el porqué de la inversión —emocional, financiera, psicológica, física— que empuja a salir de viaje. Así, identifica una serie de deseos, como la intimidad y conexión, la expresión personal estética, la comprensión del sentido de hogar, y una estrategia de dotar de sentido al mundo globalizado. La religión es una forma cultural de dar sentido al mundo y la peregrinación consiste en llevar a cabo la búsqueda de este sentido; en algunos casos se trata de una búsqueda espiritual, en otros de un desafío físico o, simplemente, se busca contemplar lugares históricos o con calidad estética. Para el turista la experiencia de una sensación de cambio o de renovación física, mental o espiritual es parte de su búsqueda de uno mismo a partir de la visión de los otros⁵², lo cual le acerca al peregrino. El sufrimiento, la salvación o la penitencia, tanto en los discursos como en la práctica, son algunas de las motivaciones más recurrentes de los peregrinos. Descubrir un

⁵⁰ *Ibidem*, p. 220.

⁵¹ Julia Harrison, *Being a Tourist. Finding Meaning in Pleasure Travel*, Vancouver, UBC Press, 2003.

⁵² Frederic Vidal considera el turismo como una forma de “exotopia”, es decir, una forma de apropiación de la otredad y un discurso sobre lo exótico (Michael E. Harkin, “Modernist Anthropology and Tourism of the Authentic”, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, núm. 3, 1995, pp. 650-670).

paisaje o hallarse en una búsqueda espiritual pueden ser no sólo motivaciones colaterales, sino principales, de forma que la peregrinación nos acerca a un contexto actual donde los discursos se entremezclan y se oponen, y no pueden desligarse del crecimiento de la industria del turismo de masas.

Un elemento significativo en el trabajo de Frey es cuando subraya la frecuencia con la cual los peregrinos se refieren a los pies, al hecho de haber realizado el camino a pie como un medio de conexión con el camino, el pasado, la naturaleza, las relaciones humanas significativas y el *yo*. Esto nos alerta sobre la creciente demanda de fricción no sólo por parte del peregrino, sino del turista. Son esos turistas que viajan a Cancún, las Islas Canarias o Turquía a “sentir la arena de la playa en sus pies”, o los que acuden a oler los campos de lavanda en Inglaterra⁵³. El camino a pie también se conecta con la idea de Marc Augé sobre la sobredimensión del espacio —uno de los excesos de la sobremodernidad/posmodernidad—⁵⁴, pues recapitula en la peregrinación medieval en la que el peregrino sentía la lluvia, la comida, los ritmos vitales. Las peregrinaciones modernas a Santiago combinan diversos medios de transporte (la bicicleta sigue siendo muy popular) y se pueden realizar en un tiempo récord. Consideramos que esto es lo normal y racional. Del mismo modo que se considera normal y racional ir rápido de Cuernavaca al Distrito Federal también el turista aprovecha el tiempo, intenta ver sólo los lugares importantes —definidos en las guías por medio de metáforas y adjetivos admirativos— y en el menor tiempo posible. Como si pasara velozmente por un túnel, el desplazamiento se produce compulsivamente desde un punto a otro, sin conocer los espacios intermedios, aquéllos que

⁵³ John Urry, *The Tourist Gaze*, Londres, Sage, 2002. Cabe añadir que en Occidente han surgido movimientos sociales que invitan a andar descalzos por las ciudades como una manera de recuperar el contacto físico, pero también para reivindicar la fuerza simbólica de la tierra perdida a causa de la artificialidad de la tecnología (autos que con sistemas de amortiguación más perfectos no permiten la fricción, viajes en avión en un espacio/tiempo alterno).

⁵⁴ David Lagunas, “El espacio del turismo”, *Alteridades*, vol. 16, núm. 31, 2006, p. 125.

las guías —explícita o implícitamente— le recomiendan “no visitar”. Es un tiempo fugaz e instantáneo que, simultáneamente, predispone a interrogarse sobre uno mismo.

Frey se enfoca en los medios que utiliza el peregrino: los pies, la bicicleta, el caballo, un vehículo motor, y plantea una distinción que recuerda a la tradicional diferencia entre el viajero y el turista que aparece tanto en la literatura como en los discursos. Algunos peregrinos se identifican a sí mismos como más auténticos que otros peregrinos descafeinados⁵⁵: los primeros realizan el camino solos, a pie, utilizan la infraestructura de las hospederías y se mueven por motivos religiosos, denotando una arrogante convicción y sentido de superioridad; los segundos andan en manada y no cuentan con una experiencia religiosa⁵⁶. Así, tanto en el peregrinaje como en el turismo se emplea una variedad de símbolos para diferenciar, en un caso, a los verdaderos peregrinos de los viajeros seculares; por ejemplo, el medio del pasaporte compostelano esgrimido por los caminantes. En el caso del turismo, hay múltiples maneras de expresar la diferencia entre el viajero y el turista de masas, el turista de élite, el antiturista o el posturista⁵⁷. La mundanidad de la cual se quejan los poderes religiosos respecto al comportamiento de determinados peregrinos, es parte de la visión elitista del viajero, del peregrino auténtico y también de los poderes seculares⁵⁸. Podríamos concluir diciendo que

⁵⁵ Frey, *op. cit.*, p. 129.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 167.

⁵⁷ Orvar Löfgren, *On Holiday. A History of Vacationing*, Berkeley, University of California Press, 1999.

⁵⁸ En 2009, Jordi Clos, presidente del Gremio de Hoteleros de Barcelona, reclamó abiertamente que se prohibiera que la gente fuera en traje de baño por Las Ramblas, comportamiento que se daba más a menudo no sólo entre los visitantes extranjeros, menos acostumbrados a los rigores del calor veraniego: “No es represión. Es poner orden, porque en Londres o en París eso no se ve”, añadió Clos, para quien las imágenes de la gente en traje de baño —si no llevan camiseta, precisó— no contribuyen a reforzar la buena imagen que Barcelona ha consolidado como marca de ciudad. Algunas localidades de fuerte impronta turística, como Sitges, cerca de Barcelona, prevén en sus ordenanzas de civismo multar a quienes no lleven camiseta en espacios públicos (*El País*, 9 de julio de 2009).

lo profano y las actividades ilícitas se ejercen en los lugares sagrados de forma habitual. No cabe olvidar que los escritores del medioevo ya se quejaban de aquellos peregrinos que pasaban por las hospederías y se dedicaban a realizar actividades poco piadosas⁵⁹. En este sentido, Yamashita⁶⁰ concibe la peregrinación como un viaje ritual, a la manera de Graburn, y, lo más importante, señala que, al menos en la Europa medieval, las peregrinaciones proveyeron el modelo para el desarrollo posterior del turismo⁶¹.

Por otro lado, las peregrinaciones como las de la Virgen de Guadalupe o la de Santiago de Compostela tienen en común el hecho de que se ha desarrollado y comercializado una imagería (postales, camisetas, pinturas) en la que aparecen tales contextos. Kouamé⁶² destaca la influencia económica del peregrino budista en los lugares de destino como un aspecto que no puede desdeñarse, puesto que compra amuletos y recuerdos, come y bebe, pernocta, y en ocasiones hace ofrendas en dinero a las instituciones religiosas, al igual que ocurre con el turista como una fuente de ingresos importante en las regiones y países receptores. En términos políticos y culturales, es interesante apreciar de qué modo las peregrinaciones constituyen

⁵⁹ A finales del siglo XVI, el peregrino, ya indistinguible entre el piadoso y el truhán, comienza a generar animadversión debido a los robos en las iglesias y parroquias, así como el ultraje a los peregrinos y otro tipo de excesos. Para evitar la confusión entre viajeros auténticos y simulados, Felipe II firmó en 1590 una pragmática que prohibía que “ninguna persona de estos Reynos y otros, de cualquier calidad que sea, pueda traer el dicho hábito de romero y peregrino, aunque sea con ocasión y para efecto verdadero”. Se exceptuaban los casos en los que el peregrino llevaba consigo un salvoconducto firmado y sellado por el obispo de su diócesis, costumbre que permanece en la actualidad: la *compostelana* es el documento que, sellado en los distintos hospicios del camino, acredita al verdadero peregrino.

⁶⁰ Shinji Yamashita, *Bali and Beyond. Explorations in the Anthropology of Tourism*, Nueva York, Berghahn, 2003, p. 17.

⁶¹ Véase también Nelson Graburn, “Turismo: el viaje sagrado”, en V. L. Smith (ed.), 1992, p. 57.

⁶² Nathalie Kouamé, *Pèlerinage et société dans le Japon des Tokugawa. Le pèlerinage de Shikoku entre 1598 et 1868*, París, École française d’Extrême-Orient, 2001.

un catalizador para la apertura de sociedades cerradas, del mismo modo que el turismo puede provocar efectos similares. También las creencias y prácticas religiosas se relacionan con la cuestión de la hospitalidad (*settai* budista, en el caso analizado por Kouamé) ofrecida por las sociedades locales a través del trayecto. En cambio, en el fenómeno turístico las relaciones de hospitalidad están mediadas por una mayor orientación hacia un tipo de intercambio económico (producto/cliente); esto nos lleva a otra cuestión y es la economía política de los lugares de peregrinación, la gestión y/o revitalización y desarrollo de los mismos.

Las premisas ontológicas centrales del turismo se basan en la relación de los turistas con otras personas, espacios, tiempos y objetos. El peregrino es también un turista, como lo demuestra el hecho de que las motivaciones religiosas no son siempre el factor dominante para la peregrinación; del mismo modo, actividades rituales seculares como ir de compras al centro comercial se explican por la nueva sacralidad encarnada en el mercado. Por otro lado, todos ya somos turistas, y de hecho la forma de mirar y habitar nuestra ciudad denota una actitud turística, y esta actitud turística es universal. Las sociedades caza-recolectoras, desde los albores de la humanidad, también dedicaban un tiempo a viajar y visitar a parientes o amigos, o a descubrir un paisaje. El viaje es una actividad primaria y universal; el ocio, por tanto, es común a la práctica de los seres humanos, reflejando y expresando adaptaciones y significaciones particulares en diversos ambientes históricos, sociales y culturales.

Por tanto, es inútil separar ambos fenómenos, peregrinación y turismo, tanto en sus sentidos literales como metafóricos, del mismo modo que no existe una separación nítida entre lo sagrado y lo profano, lo laico y lo religioso, lo ordinario y lo *extra*-ordinario. Éste fue el punto de partida del texto y al cual regreso al final, señalando que no se puede proveer una conclusión finiquitante, sino una aproximación tentativa a una realidad que siempre es generadora de nuevos problemas.

BIBLIOGRAFÍA

- Amirou, Rachid, “Les nouvelles mythologies du tourisme”, *Sciences Humaines*, 90, 1999, pp. 22-25.
- Badone, Ellen & Sharon R. Roseman (eds.), *Intersecting Journeys. The Anthropology of Pilgrimage and Tourism*, Chicago, University of Illinois Press, 2004.
- Bordigoni, Marc, “Le ‘pèlerinage des gitans’, entre foi, tradition et tourisme”, *Ethnologie française*, vol. XXXVII, núm. 2, 2002, pp. 489-501.
- Bueno, Gustavo *et al.*, *La influencia de la religión en la sociedad española*, Madrid, Libertarias-Prodhufo, 1994.
- Christian, William A., *Person and God in a Spanish Valley*, Princeton, Princeton University Press, 1989.
- _____, *Visionaries. The Spanish Republic and the Reign of Christ*, Berkeley, University of California Press, 1996.
- _____, “Religious Apparitions and the Cold War in Southern Europe”, en E. R. Wolf (ed.), *Religion, Power and Protest in Local Communities. The Northern Shore of the Mediterranean*, Berlin, Mouton, 1984, pp. 239- 266.
- _____, “Six Hundred Years of Visionaries in Spain: Those Believed and Those Ignored”, en M. P. Hanagan, L. P. Moch & W. te Brake (eds.), *Challenging Authority. The Historical Study of Contentious Politics*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1998, pp. 107-119.
- _____; Gale, Stephen y Jay Wylie, “An Introduction to the Ecology of Shrines in Spain”, en *Working Papers of The Center for Research on Social Organization*, Paper 54, Department of Sociology, University of Michigan, 1970.
- Cohen, Erik, “Toward a Sociology of International Tourism,” *Social Research*, vol. 39, núm. 1, 1972, pp. 164-182.
- _____, “Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence”, en A. Morinis (ed.), *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*, Londres, Greenwood Press, 1992, pp. 47-64.

- Crain, Mary, "The Remaking of an Andalusian Pilgrimage Tradition. Debates Regarding Visual (Re)presentation and the Meanings of "Locality" in a Global Era", en A. Gupta & J. Ferguson (eds.), *Culture, Power, Place. Explorations in Critical Anthropology*, Durham, Duke University Press, 1997, pp. 291-311.
- Crick, Malcolm, *Resplendent Sites, Discordant Voices. Sri Lankans and International Tourism*, Chur, Harwood Academic Publishers, 1994.
- Eade, John & Michael J. Sallnow, *Contesting the Sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Urbana, University of Illinois Press, 2000.
- Frey, Nancy L., *Pilgrim Stories. On and Off the Road to Santiago*, Berkeley, University of California Press, 1998.
- Di Giovine, Michael, "Seduction in Devotion: Pilgrimage, Sacrality and Difference", Presentación del 1st Tourism-Contact-Culture Research Network Conference, *Tourism and Seductions of Difference*, [Lisboa, Portugal, Septiembre 2010].
- Graburn, Nelson, "The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 10, núm. 1, 1983, pp. 9-33.
- _____, "Turismo: el viaje sagrado", en V. L. Smith (ed.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, 1992, pp. 45-68.
- _____, "Tourism", en D. Levinson & M. Ember (eds.), *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Nueva York, Henry Holt and Company, 1996, pp. 1316-1320.
- Harkin, Michael E., "Modernist Anthropology and Tourism of the Authentic", *Annals of Tourism Research*, vol. 22, núm. 3, 1995, pp. 650-670.
- Harrison, Julia, *Being a Tourist. Finding Meaning in Pleasure Travel*, Vancouver, University of British Columbia Press, 2003.
- Jafari, Jafar, "Modelos del turismo: los aspectos socioculturales", en D. Lagunas (coord.), *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*, México, Plaza y Valdés, 2007, pp. 47-70.
- Kaufman, Suzanne K., "Selling Lourdes: Pilgrimage, Tourism, and the Mass-Marketing of the Sacred in Nineteenth-Century France", en S. Baranowski & E. Furlough (eds.), *Being Elsewhere:*

- Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*, Michigan, University of Michigan Press, 2001, pp. 63-88.
- Kouamé, Nathalie, *Pèlerinage et société dans le Japon des Tokugawa. Le pèlerinage de Shikoku entre 1598 et 1868*, París, École française d'Extrême-Orient, 2001.
- Lagunas, David, "El espacio del turismo", *Alteridades*, vol. 16, núm. 31, 2006, pp. 119-129.
- _____, "Ritos de paso 2: experiencias iniciáticas en las sociedades modernas", en P. Fournier, C. Mondragón, W. Wiesheu (coord.), *Ritos de paso. Arqueología y antropología de las religiones*, México, ENAH, 2009, pp. 21-34.
- Lanfant, Marie-Françoise, "International Tourism. Internationalization and the Challenge to Identity", en M. F. Lanfant, J. B. Allcock, E. M. Bruner (eds.), *International Tourism, Identity and Change*, Londres, Sage, 1995, pp. 24-43.
- Lett, James W., "Ludic and Liminoid Aspects of Charter Yacht Tourism in the Caribbean", *Annals of Tourism Research*, vol. 10, núm. 1, 1983, pp. 35-56.
- Löfgren, Orvar, *On Holiday. A History of Vacationing*, Berkeley, University of California Press, 1999.
- MacCannell, Dean, "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", *American Journal of Sociology*, vol. 79, núm. 3, 1973, pp. 589-603.
- Morinis, Alan *et al.*, *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*, Westport, Greenwood Press, 1992.
- Morgan, Nigel & Annette Pritchard, "On Souvenirs and Metonymy: Narratives of Memory, Metaphor and Materiality", *Tourist Studies*, 5(1), 2005, pp. 29-53.
- Mosko, Mark S., "Introduction: A (Re)Turn to Chaos", en M. S. Mosko & F. H. Damon (eds.), *On the Order of Chaos. Social Anthropology and the Science of Chaos*, Londres, Routledge, 2005, pp. 1-46.
- Nash, Dennison, *Anthropology of Tourism*, Oxford, Pergamon, 1996.
- _____, *The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings*, Amsterdam, Elsevier, 2007.

- _____, "Tourism as an Anthropological Subject", *Current Anthropology*, vol. 22, núm. 5, 1981, pp. 461-481.
- Przeclawski, Krzysztof, "Tourism as the Subject of Interdisciplinary Research", en D. G. Pearce & R. W. Butler (ed.), *Tourism research. Critiques and challenges*, Londres, Routledge, 1993, pp. 10-20.
- Ritzer, George & Liska, Allan, "McDisneyization and Post-Tourism. Complementary Perspectives on Contemporary Tourism", en C. Rojek & J. Urry (ed.), *Touring Cultures. The Transformations of Travel and Theory*, Londres, Routledge, 2002, pp. 96-109.
- Rojek, Chris, "Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sights", en C. Rojek & J. Urry (ed.), *Touring Cultures. The Transformations of Travel and Theory*, Londres, Routledge, 2002, pp. 52-74.
- Smith, Valene L., "Introduction: The Quest in Guest. The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 19, núm. 1, 1992, pp. 1-17.
- _____ (ed.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, 1992.
- Turner, Victor, *Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*, Ithaca, Cornell University Press, 1974.
- _____, "The Center out There. Pilgrim's Goal", *History of Religions*, vol. 12, núm. 3, 1973, pp. 191-230.
- _____ & Edith Turner, *Image and Pilgrimage in Christian Culture. Anthropological Perspectives*, Nueva York, Columbia University Press, 1978.
- Urry, John, *The Tourist Gaze*, Londres, Sage, 2002.
- Yamashita, Shinji, *Bali and Beyond. Explorations in the Anthropology of Tourism*, Nueva York, Berghahn, 2003.