

LUCES Y SOMBRAS DEL TURISMO RELIGIOSO

Fabián Claudio Flores

Universidad Nacional de Luján – CONICET

Departamento de Ciencias Sociales

Grupo Interdisciplinario de Estudios sobre Paisaje, Espacio y Cultura.

Resumen

Si hay un tópico que ha sido altamente utilizado casi sin cuestionamiento dentro de los estudios geográficos del turismo es el turismo religioso. Esta categoría polisémica fue ganando lugar desde una mirada que ponía el énfasis en el perfil de los sujetos y en las motivaciones religiosas que los desplazaban desde ámbitos cotidianos (asumidos como profanos) a sitios religiosos (entendidos como sagrados). Todo esto, además teñido por un fuerte sesgo católico que asimilaba la idea de turismo religioso con la de turismo católico. Los cambios del esquema interpretativo emergido a partir de las miradas culturales de las Ciencias Sociales en general, y de la Geografía en particular, obligó a repensar estos paradigmas.

El objetivo del trabajo apunta a repasar estas perspectivas históricas, ponerlas en cuestión y plantear nuevas interpretaciones de un fenómeno rico, complejo y multidimensional.

Palabras claves: Prácticas turísticas, Turismo religioso, Espacialidad, Peregrinaciones.

Abstract

If there is a topic that has been used without questioning in the geographical studies of tourism is religious tourism. This polysemic category has been earning its place from a perspective that emphasized the subject's profiles and the religious motivations that moved them from the daily spaces (assumed as profane) to religious sites (understood as sacred). All this, also dyed by a strong Catholic slant that assimilated the idea of religious tourism with Catholic tourism. The changes of the interpretative diagram emerged from the cultural views of the Social Sciences in general, and of the Geography in particular, forced to question these paradigms. The goal of this paper is to review these historical perspectives, question them and set a new interpretation of a rich, complex and multidimensional phenomenon.

Keywords: tourist practices, religious tourism, spatiality, pilgrimages.

Introducción

Las problemáticas vinculadas al turismo y sus manifestaciones son un tema que suscita mucho interés a los científicos sociales, especialmente sociólogos antropólogos, geógrafos y economistas. Las perspectivas han sido muy diversas y se han enfocado en distintos aspectos del fenómeno, desde el impacto económico de la actividad turística (Figuerola, 1990; Hiernaux, 1989), el turismo como práctica social (Lowenthal, 1962, Berman, 1989), la historia de las prácticas turísticas (Vera, 1997; Wallingre, 2007; Schluter, 2003), la patrimonialización y la construcción de los atractivos (Prats, 1998; Bertoncello *et.al.*, 2003; Almirón *et.al.*, 2006), el consumo de lugares turísticos y el posturismo (Lash, Urry, 1998; Bertoncello, 2009), entre otros.

A pesar de esta multiplicidad de direcciones, la matriz tradicional a primado haciendo que los estudios geográficos sobre el turismo hayan estado fuertemente amarrados a una matriz interpretativa que ha centrado su atención en la descripción de la distribución de lugares de origen, destino y flujos turísticos (Bertoncello, 2006).

El propósito de este trabajo apunta a reflexionar sobre cuestiones que han quedado opacadas dentro de los estudios espaciales del fenómeno turístico en general, y de los religiosos/espirituales en particular por la fuerte carga de esas visiones más economicistas y ausentes de dinámica.

Estas ideas no son más que el resultado de una serie de interrogantes y aseveraciones emergidas a lo largo de diez años en el que fuimos construyendo toda una línea de investigación sostenida en los estudios culturales del fenómeno turístico, apuntalado en torno a complejos y disímiles referentes empíricos en las ciudades de Luján y San Nicolás de los Arroyos como hierópolis marianas, pero también luego ampliada a casos que ponen en tensión y discuten con este prototipo de ciudades religiosas vinculados con prácticas turísticas.

Metodológicamente, los estudios turísticos han sabido estar invadidos de cifras, números y estadísticas que intentan darle solidez y cientificidad al fenómeno que se está estudiando. La ficción de estos modelos cuantitativos sostenidos habitualmente en ideologías que ponen el foco en quien los planifica y en los beneficios del mercado, vacían de conflicto, multiplicidad y profundidad al análisis, olvidan las voces de todos los actores que participan de dichos procesos (sobre todos los sectores subalternizados) y concentran en interés en justificar la aplicación de uno u otro patrón de acuerdo a las demandas y ofertas, como si se tratara de un modelo mecánico aplicable a cualquier contexto geográfico y temporal.

Las visiones sistémicas fundaron la idea de entender al turismo como un sistema de actores, de prácticas y de lugares que tienen como objetivo permitir a los individuos desplazarse para su esparcimiento, fuera de su lugar de vida habitual yendo a habitar temporalmente en otros lugares” (Equipe MIT, 2002) propia de la modernidad (Lash, Urry, 1998); aunque no la única. Muchas de estas lecturas exocéntricas consideraban al turismo como un fenómeno que se puede aislar de la sociedad en la que se inserta, y que el observador puede interrogar desde un mirador distante. Además se sustentan en la idea de concebir al turismo como un fenómeno exógeno a las sociedades que lo reciben con el énfasis puesto en el impacto provocado en las sociedades locales.

Viraje

Favorablemente, nuevas voces comenzaron a hacerse oír para inducir un esquema metodológico más inclusivo, más complejo y que permitió entender la singularidad de cada una de las experiencias y las generalidades que de ellas se desprenden.

En el marco de los estudios culturales y específicamente del giro cultural, la geografía pudo recuperar una perspectiva cuya tradición había quedado perdida en los confines del siglo XX, para resignificarla, pulirla y darle la rigurosidad necesaria que permita interpretar como lo cultural –también– opera en la producción de las espacialidades.

Esta “nueva” geografía cultural propone que la cultura, a decir de sus propios fundadores, no sólo es socialmente construida, sino también geográficamente expresada (Jackson, 1999). Se brega así por una geografía que, enmarcada dentro de las ciencias sociales, se centre en las formas en que se producen y reproducen las culturas a través de las prácticas sociales concretas que tienen lugar en contextos históricamente contingentes y geográficamente situados. Este *aggiornado* abordaje cultural ambiciona entender las complejidades con las que sujetos y grupos producen el espacio en todas sus dimensiones: política, económica, social y –por supuesto– cultural.

El desafío metodológico conlleva –además– sumar estrategias que permitan acceder a ese universo que no siempre es material, medible y cuantificable en términos clásicos. Las metodologías cualitativas constituyen un rico y meritorio arsenal para poder abrir esas ventanas, para poder profundizar en las interpretaciones y poder lograr un análisis que supere los mecanicismos y tecnicismos que imponen gran parte de los estudios vigentes del campo.

Figura 1: Holograma de la Villa y el Santuario



Fuente: fotografía propia, 2015.

A lo largo de varios años de trabajo de campo hemos ido sumando una serie de metodologías de corte cualitativo que nos permitieron avanzar en aspectos poco contemplados en las investigaciones turísticas habituales. Por ejemplo, mientras trabajábamos en la emergencia del escenario religioso en la ciudad de San Nicolás a partir del fenómeno mariano surgido en 1983, y la posterior consolidación de una “burbuja turística” (Flores, 2011) en torno al denominado Barrio Santuario, pudimos indagar en las formas en que los visitantes vivían las experiencias espaciales en el y del lugar. La presencia de un paisaje visible que se activa todos los 25 de cada mes, pero fundamentalmente el 25 de septiembre cuando se celebra la aparición

de la Virgen del Rosario, se ancla en torno a un sitio concreto: el Campito¹. Allí los sujetos combinaban prácticas religiosas, con otras turísticas y algunas recreativas. Pero además de ese paisaje visible a los ojos de cualquier habitante, pudimos detectar otros paisajes (casi) invisibles que se condensaban mediante las representaciones que vinculan el presente con el pasado y la memoria espacial. Es el paisaje que se esconde tras la materialidad monumental del Santuario y su entorno, donde entre las décadas del sesenta y ochenta de siglo pasado se emplazó la Villa Pulmón poblada por trabajadores informales de SOMISA, luego desalojada y destruida por la última dictadura cívico-militar y convertida en un “espacio vaciado” en un proceso de *deslugarización* (Relph, 1976). Mediante el uso de las técnicas de los hologramas espaciales (Lindón, 2007) entendidas como un relato ordenado de prácticas, lugares y escenarios que contienen de manera encapsulada otros lugares, otros sentidos de lugares y del quehacer que en ellos se concreta (Lindón, Hiernaux, 2010) pudimos detectar todo ese conjuntos de paisajes invisibles (Nogué, 2010) aflorados a partir de las narrativas espaciales de sujetos que habían migrado luego del proceso de vaciamiento territorial. Entonces, además de los paisajes turísticos, de los paisajes religiosos y de los paisajes del ocio, se subsumen otros paisajes a los que también debemos atender.

Lo Turístico

Gran parte de las investigaciones y trabajos referidos a la temática que se suelen presentar en congresos y jornadas, se publican en revistas especializadas y se escuchan arreflexivamente en charlas y conferencias parten de la tan trillada, ineficaz y poco aplicable definición de turismo que la OMT (Organización Mundial del Turismo) expuso en 1980². Varias inconsistencias se desprenden de esta definición, y sobre todo, las limitaciones de poder aplicar un modelo monolítico a casos tan disímiles como los escenarios turísticos mundiales. Sin embargo, siguen siendo muy frecuente este tipo de abordajes de corte instrumental.

Afortunadamente, otras perspectivas comenzaron a emerger, a cuestionar y a erosionar este tipo de limitaciones y proponer esquemas analíticos que ponen el foco en los sujetos, en los procesos y –sobre todo– en el territorio, en todas sus dimensiones (no solamente la material).

Un punto de inflexión central fue la publicación y difusión de la obra de John Urry, *The Tourist Gaze* (1990) que “implicó un cambio radical no solo en los estudios de turismo, sino también para la geografía del turismo” (Hiernaux, 2006: 22). La incorporación de la idea de la mirada del turista obligó a atender al conjunto de sujetos que operan en la invención de los atractivos, así como las estrategias que se recrean en las sociedades originarias de los turistas y en la práctica en general. Esa mirada es construida mediante un arsenal de signos que se consideran incorporados al paisaje como diferentes de aquellos que forman parte de la experiencia cotidiana de los turistas. Así, colaboran prácticas no turísticas como el cine, la televisión, la literatura, las revistas, los videos, fotografías o postales (Bertoncello, *et. al.*, 2003) y sobre todo Internet, en estos tiempos de la contemporaneidad. En un mundo de imágenes, estos dispositivos cobran mucha importancia no solamente en las elecciones de los potenciales visitantes, sino también en la forma en la que operan los imaginarios turísticos en la producción de los propios lugares y comunidades.

¹ Se conoce con el nombre de “El Campito” a un predio de casi ocho hectáreas situadas a la vera del Río Paraná donde se construyó el Santuario entre 1985 y 2016.

Según el Estado Municipal: “el proyecto del Campito del Santuario María del Rosario de San Nicolás procura dar respuesta a diversas necesidades. En el ámbito público favorecer el ordenamiento urbanístico integrando este espacio con el sector ribereño de la costanera y en el entorno privado cubrir las necesidades de orden funcional, que hacen al uso específico del Campito como Templo Exterior donde se celebran ceremonias religiosas con gran afluencia de fieles que hace imposible su realización en el interior del Santuario.” (Portal del Municipio de San Nicolás de los Arroyos, <https://www.sannicolas.gov.ar>, última consulta abril de 2018).

² Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (OMT, 1980).

En una experiencia reciente de trabajo de campo entre visitantes *new ager* a la localidad de San Marcos Sierra en la provincia de Córdoba, se advierte con potencia cómo operan las imágenes que los distintos actores turísticos locales utilizan en la promoción de los atractivos a través de sus sitios *web*. Esta construcción desigual se da de manera compleja y conflictiva, donde los emprendedores utilizan un arsenal de signos que son completamente externos a la vida cotidiana del lugar, es decir, signos construidos, como la etiqueta de “pueblo *hippie*” que se le dio a la localidad serrana, el mote “de aldea *new age*” o de “localidad natural”. Todos estos imaginarios turísticos conviven y se superponen, en tensiones y negociaciones permanentes construyendo sentidos turísticos para la localidad cordobesa (Flores y Oviedo, 2018). Por ello situarse desde la mirada del turista que propone Urry nos permite advertir como se producen y reproducen los lugares turísticos en función de las demandas de esas miradas construidas desde el afuera.

Figura 2: Página *web* de un emprendimiento turístico de San Marcos Sierra



Fuente: capturas de la página web del emprendimiento ecológico Nueva Castilla, 2018.

Retomando el argumento inicial, insistimos con que mucho tuvieron que ver las transformaciones que tuvo la geografía en las dos últimas décadas del siglo pasado y a partir de la emergencia de la “nueva geografía cultural”, a la que aludimos. El viraje hacia lo cultural permitió impulsar una visión mucho más “egocéntrica” (Lindón, Hiernaux, 2010) basada en los comportamientos, en los imaginarios y representaciones, y las prácticas socio-espaciales de todos los sujetos involucrados en el fenómeno social llamado turismo.

Finalmente vale mencionar que un aporte crucial a esta perspectiva cultural ha sido la relectura de dos especialistas del territorio: Henri Lefebvre y Edward Soja. Estrechamente vinculados a partir de sus interpretaciones de la espacialidad como una categoría tridimensional, Soja retoma los postulados de Lefebvre sobre los tres componentes del espacio (prácticas materiales espaciales, representaciones del espacio y espacios de representación) para construir su categoría de tercer espacio, como “la creación de otra forma de concebir el espacio que explique los espacios materiales y mentales del dualismo tradicional pero que al mismo tiempo se extienda más allá de su proyección, sustancia y significado” (Soja, 1996: 11).

Los beneficios de este tipo de abordaje son varios: la recuperación de la una lectura crítica y comprometida (Cosgrove, 1984), el análisis contextual y relacional del fenómeno, la inclusión de sujetos y grupos que frecuentemente no son considerados y la multidimensionalidad de los sucesos anclado en coordenadas espaciales y temporales. Esto es: una mirada que plantee la relación espacio-cultura desde una perspectiva reflexiva y crítica, que vincule las dimensiones materiales y simbólicas.

Este cambio de carácter conceptual y epistemológico debe, necesariamente, estar acompañado de una transformación en las herramientas metodológicas que habitualmente utilizamos para abordar cuestiones de esta índole. Es sin duda con la apertura a una lectura interdisciplinaria y al arribo de técnicas provenientes de otras disciplinas sociales donde encontraremos un campo fructífero para poder dar vuelta la página de los estudios más clásicos y consolidar estas nuevas miradas sobre el abordaje de lo turístico.

Así, sin desconocer la importancia que las especificidades de los lugares tienen en el turismo, el enfoque relacional propone “considerar su análisis a la luz de los procesos sociales más generales en los cuales cobran sentido tanto la práctica turística como los atractivos turísticos que la sustentan. Desde esta perspectiva, interesa el análisis de los procesos específicos que conducen a la valorización turística de determinados lugares merced a la transformación de sus rasgos específicos en atractivos turísticos, llevada a cabo por actores sociales concretos e intencionados que intervienen en estos procesos, ya sea actuando desde el lugar en cuestión o desde otros lugares” (Bertoncello, 2006: 318).

¿Turismo (s) religioso (s)?

Si en las definiciones de turismo en general predomina el instrumentalismo y la polisemia, a la hora de pensar en una conceptualización sobre el turismo religioso en particular, la cuestión se vuelve más empantanada aún. Sobre todo porque se suelen utilizar perspectivas que parten de supuestos reificados que intentaremos desmitificar y poner en discusión en las próximas ideas.

Habitualmente se suele hacer mención a sujetos y grupos que se movilizan por motivaciones religiosas y cuyo destino suelen ser ciertos “atractivos religiosos”. Numerosos científicos sociales y desde varias disciplinas han examinado acerca de estas rígidas miradas: desde las posturas dicotómicas que enfrentan al “turista” con el “peregrino”, hasta los modelos más gradualistas que suponen extremos mediados por turistas religiosos y peregrinos culturales. Esta necesidad de taxonomías esconde una serie de supuestos que implican, por ejemplo, y siguiendo con Llurdés Coit (1995) “concebir al turismo como actividad frívola, trivial y superficial, en oposición a un aparente carácter genuino, auténtico, sufrido y serio, que se le otorga a la peregrinación” (p. 300).

La salida al laberinto emerge por dos caminos: incrementar las experiencias empíricas en escenarios muy diferentes, y la necesidad de romper con las dicotomías meditando las categorías más allá de sus propios límites. Una vez más, la geografía cultural aplicada al fenómeno turístico nos ofrece un bagaje conceptual y metodológico que enriquece este abordaje.

Situándonos en el nivel del espacio, uno de los supuestos que sostuvo estas conceptualizaciones es la idea de lo sagrado y lo profano como características *per se*. Entonces, los sujetos turísticos se desplazarían desde sus ámbitos cotidianos (asumidos arbitrariamente como profanos) a otros en donde viven la experiencia religiosa, y por ende serían sagrados. Esta “trampa eliadiana”³ (Flores, 2018) sagrado/profano y/o religioso/secular comenzó a erosionarse cuando se advirtió la posibilidad de pensar que esas realidades no están tan separadas como Eliade las había planteado, y que en muchos de los casos existen comunicantes que los relacionan y complementan. Entonces, no sería una cualidad dada sino calificada u otorgada en determinados entornos socio-culturales, ya que las manifestaciones de lo sagrado y lo secular pueden interpretarse a través de referencias culturales, experiencias y narrativas. Si recuperamos el lente lefebvriano y apuntamos a los sujetos, sus prácticas materiales (que siempre son espaciales), sus representaciones e imaginarios y sus experiencias territoriales, esta rigidez se diluye y aflora la diversidad y la complejidad. Entonces, situando la mirada en los que se desplazan al Santuario de la Virgen del Rosario en San Nicolás en la provincia de Buenos Aires, advertimos que un sujeto que a una hora participaba de la misa, arrodillado orando dentro del templo y cumpliendo la penitencia en una “auténtica” experiencia religiosa, luego recorre la feria comprando algún *souvenir*, se saca una fotografía con una mujer disfrazada de la Virgen en la peatonal, le deja una carta en la casa de la vidente dentro de un sobre “bendecido” que adquirió a un vendedor ambulante o toma mate al lado del río con el agua bendita que sacó de las canillas públicas localizadas en El Campito.

Observando desde estas prácticas espaciales: ¿cómo definimos a estos sujetos?, ¿son turistas?, ¿son peregrinos?, ¿cómo se perciben?, ¿cómo los perciben las instituciones?, ¿dónde está lo sagrado y las prácticas sagradas?, y ¿dónde están las prácticas seculares y los espacios profanos? Claramente el cambio de abordaje nos permite aclarar el panorama y advertir que lo que prima es el dinamismo y la complejidad.

Figura 3: prácticas espaciales en torno al fenómeno mariano en San Nicolás.



Fuente: fotos propias y <http://www.wikiwand.com>.

Otro caso testigo y que da cuenta de realidades similares, lo hemos observado en la peregrinación juvenil a pie a Luján que se realiza en el mes de octubre y que es la más numerosa del calendario peregrino anual. A la heterogeneidad de las morfologías del peregrinar, se le suman una serie de prácticas espaciales que rompen con la tradicional división sagrado/profano estableciendo límites difusos, fronteras complejas y zonas grises. Mientras que algunos sujetos peregrinos consumen alcohol o marihuana, otros oran y cantan cánticos religiosos a lo largo del recorrido; algo similar ocurre en el interior de la Basílica, ya que mientras algunos rezan o llevan a cabo la penitencia, otros reposan sus pies contra las paredes, comen y beben o duermen arrojados en el suelo en algún rincón del templo. Este *collage* de prácticas y espacios nos obliga a mirar desde la complejidad.

³ Se hace referencia con esta reflexión a los postulados de Mircea Eliade en su obra *Lo sagrado y lo profano*.

En síntesis, se trata romper con la trampa elidiana y desplazar el análisis hacia esquemas más inclusivos que interpelen la espacialidad desde las acciones, las representaciones, las experiencias y los sentidos como un camino muy fecundo para entender cómo individuos, grupos y sociedades sacralizan y profanan sus territorios.

Figura 4: Prácticas en el marco de la peregrinación juvenil a Luján.



Fuente: Foto izquierda: <https://www.taringa.net>; foto de la derecha: Alfredo Luna, Agencia Telam-Ef.

Peregrinaciones

Entroncado con este eje que acabamos de desarrollar se hace inevitable también reflexionar acerca de las nuevas concepciones teóricas desde donde se están analizando las peregrinaciones y sus vínculos con las prácticas turísticas.

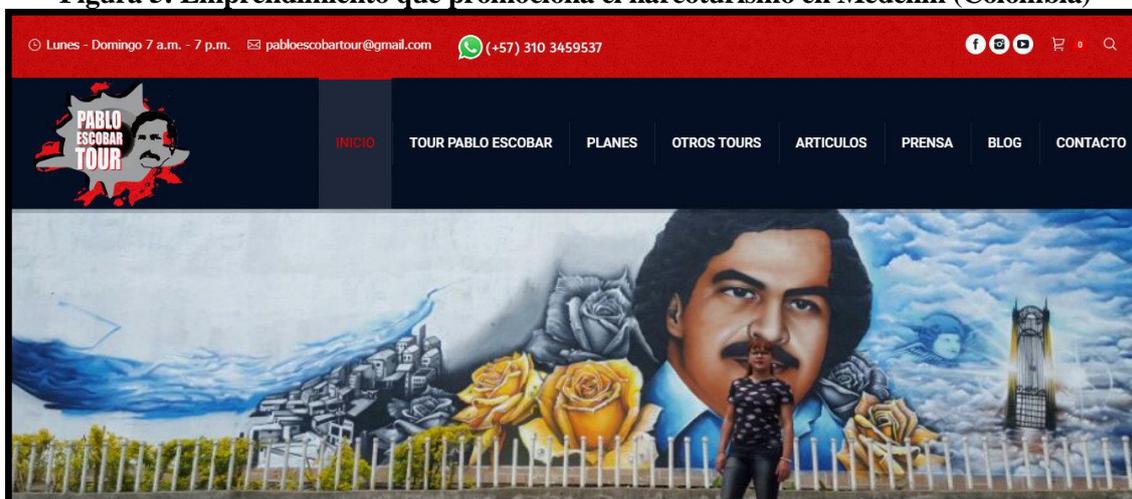
La peregrinación como fenómeno espacial es una práctica muy antigua que ha ido sufriendo transformaciones a través del tiempo y de acuerdo a los escenarios donde se ha ido desarrollando, por eso es fundamental el análisis territorial relacional que lo vincule con los contextos sociales, económicos y políticos en torno a los cuales se despliegan estas prácticas socio-espaciales. Sin embargo, y en palabras de una de las principales especialistas del tema, “para el caso particular de la geografía, recién hacia la década de 1980 la movilidad religiosa se comenzó a evaluar como un tema posible de ser abordado en clave territorial. Sin embargo, muchas de estos trabajos se sostienen en el viejo paradigma que define a la peregrinación solamente como una especie de viaje religioso” (Collins-Kreiner, 2010: 96).

El impacto de los estudios culturales modificó –también– los diseños interpretativos en varios sentidos e introdujo novedosos cambios que se tradujeron en abordar el fenómeno con mayor profundidad y apertura. En primer término, se comenzó a evidenciar al individuo y su experiencia (personal y social) como el centro de interés, en un tránsito que ha saltado de estudiarlas desde sus aspectos endógenos hacia una perspectiva donde se pone el acento en la experiencia subjetiva de los peregrinos, sus impresiones individuales y las referencias espaciales que hay al respecto (Poria *et. al.*, 2006).

En segundo lugar, un giro interesante es la apertura a estudiar fenómenos que, desde las miradas más clásicas, no encajarían en los estudios espaciales de las peregrinaciones. Por eso, preferimos hablar de movilidad religiosa y no restringirnos exclusivamente a los flujos peregrinos. Un universo de experiencias contemporáneas se suman en este sentido: desde viajes que generan transformaciones en la subjetividad de las personas, turismo cuyos consumos están destinados a

prácticas y experiencias espirituales, como el turismo chamánico y/o neo-chamánico, o el turismo *new age* e inclusive los fenómenos que desbordan lo puramente religioso y se proyectan a situaciones consideradas seculares, por ejemplo las peregrinaciones a la casa de Elvis Presley en Memphis (Tennessee) y las implicancias turísticas que de esto se dependen. En estas líneas también algunos especialistas han sumado al tanaturismo o turismo oscuro, referido a la visita a sitios donde ha ocurrido tragedias o han muerto celebridades.

Figura 5: Emprendimiento que promueve el narcoturismo en Medellín (Colombia)



Fuente: <http://pabloescobartour.co>

En tercer lugar, este aluvión de nuevas investigaciones rompió con el modelo binómico de turismo religioso versus peregrinaciones, y todas sus gradualidades intermedias. Al correrse del interés puesto en el perfil de los peregrinos y en sus motivaciones, para poner el foco en sus prácticas espaciales se comenzó a visibilizar todo un universo mucho más denso y enriquecedor. El desafío de penetrar en el universo de la subjetividad, y desde allí trazar puentes que den cuenta de las singularidades y generalidades en las que se despliega la movilidad obliga a asumir posturas teóricas y metodológicas acordes a estos postulados, como el caso del constructivismo geográfico que vino a dinamizar el campo. Así, un mismo sujeto puede ser turista religioso o peregrino según las prácticas que desempeñe en determinados contextos socio-espaciales, como los casos que hemos ilustrado para San Nicolás y Luján. La clave es recrear perfiles de sujetos que no son únicos y que responden a múltiples motivaciones, con diversas lógicas y formas de acción en los lugares de destino, y que en una u otra circunstancia pueden ser percibidos como integrando una, otra, todas o ningunas de las variantes presentadas en el marco de la movilidad territorial (Flores, 2011).

Finalmente, vale resaltar que el caso de la peregrinación a Santiago de Compostela que ha sido abordado desde numerosas aristas como un modelo canónico de peregrinación, ya no es útil para entender la pluralidad que muestra la movilidad religiosa contemporánea. Frente a ello, se hace necesario flexibilizar los enfoques y ahondar en las particularidades de cada una de las experiencias partiendo de la dimensión socio-histórica y espacial.

No podemos evaluar el caso de las peregrinaciones a la ciudad de Luján sin entender su construcción como hierópolis mariana desde las últimas décadas del siglo XIX y las tres primeras de la centuria siguiente; así como tampoco podemos apreciar el impacto a nivel de lo local sin considerar las representaciones e imaginarios circulantes desde la comunidad local con respecto a estas prácticas de movilidad católica.

Corolario

Hemos pasado revista -de alguna manera- a las luces y sombras del panorama que muestra el fenómeno turístico y su especificidad en la modalidad del turismo religioso. Su proceso de redefinición en clave cultural nos abre la puerta a toda una serie de desafíos para seguir pensando cómo se crean, producen, reproducen y gestionan los espacios turísticos. Bajar al sujeto, recuperar el actor, cargar de contenido y subjetividad a procesos que –en líneas generales– fueron comprendidos, analizados e intervenidos como sistemas con lógicas propias enriquece y complejiza el abordaje.

A pesar de los logros habidos a partir de estas perspectivas culturales del turismo en general, y de los turismos religiosos en particular, aún quedan una serie de retos pendientes que nos ayudarían a salir de estas zonas oscuras.

Por un lado, sumar nuevos actores y subjetividades al desarrollo y ejecución de los planes de turismo y su puesta en marcha (comunidades de base, organizaciones locales, ONGs, emprendedores privados, el estado en todas sus instancias, el ámbito privado; y para el caso puntual de los turismos religiosos, a las comunidades religiosas de diverso origen). Sumarlos significa enfocar a sus acciones e intereses, valorar sus representaciones y experiencias socio-espaciales y, sobre todo, incluirlos en la toma de decisiones que implicaría democratizar la puesta en marcha de los planes, proyectos y acciones orientadas al turismo.

Por otro lado, en materia de turismos religiosos los frentes de batalla son varios:

a. “descatolizar” el turismo religioso, que ha llevado a que se entiendan casi como sinónimos turismo religioso de turismo católico. Lograr esta meta significa adicionar todas las prácticas (institucionalizadas o no) que conforman el universo de lo sagrado, entendiendo que más que a la diversidad, se debe apuntar al pluralismo como objetivo que promueva la igualdad religiosa y la valoración positiva de esa diversidad en el plano de los imaginarios sociales.

b. poner en tensión el concepto mismo de “religión” (o religioso en este caso) logrando ampliar la imaginación sociológica-religiosa a otros cultos, otras prácticas más heterodoxas, a nuevas formas de religiosidad/espiritualidad que comienzan a emerger a partir de modalidades turísticas menos convencionales (turismo espiritual, consumo de lugares con fines de prácticas rituales, chamanismo y neochamanismo, prácticas de espiritualidad que implican el consumo de paisajes y lugares, etcétera). En este sentido es que considero más apto hablar de turismos religiosos (en plural) como estrategia para visibilizar todo este rico universo emergente cuya particularidad es la heterodoxia.

c. Finalmente, lograr una visión integral, dinámica y crítica del patrimonio (religioso-espiritual) de modo tal que se pueda adicionar toda una serie de experiencias, prácticas, discursos e imágenes que conforman el acervo inmaterial de las comunidades, y que muchas veces quedan eclipsadas por el peso del patrimonio material –predominantemente católico– que domina el campo (templos-catedrales-capillas, por ejemplo). Los retos son varios, el desafío está en transformar esos esquemas disciplinados con los que miramos desde la geografía los fenómenos que conforman nuestra realidad.

Bibliografía

Almirón, A. *et. al.* 2006. Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de las relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2):101-124, CIET. Buenos Aires.

Berman, M. 1989. *Todo lo sólido se desvanece en el aire –la experiencia de la modernidad–*. Siglo XXI ediciones. Buenos Aires.

- Bertoncello, R. *et al.* 2003. Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión. En Bertoncello, R. y A. Alessandri C. (Comp.) *Procesos territoriales en Argentina y Brasil*. Facultad de Filosofía y Letras (UBA) – USP. Buenos Aires. pp. 277-291.
- Bertoncello, R. 2006. Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En A. Geraiges de Lemos, *et. al.* (Coord.) *América Latina: cidade, campo e turismo*, CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales). San Pablo. pp. 317-335.
- Bertoncello, R. 2009. *Turismo y geografía –lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina–*. Ciccus. Buenos Aires.
- Collins-Kreiner, N. 2010. Implications for Applied Geography. *Applied Geography*, 30(1):153-164.
- Cosgrove, D. 1984. Towards a radical cultural geography: problems of theory. *Antipode: A Radical Journal of Geography*. 15(1):1-11.
- Figueroa Palomo. 1990. *Teoría económica del turismo*. Alianza. Madrid.
- Flores, F. 2011. ¿Turistas o peregrinos? Prácticas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de los Arroyos. *Revista Transporte y Territorio*, 5(1):72-88.
- Flores, F. y M. Oviedo. 2017. Imaginarios turísticos, construcción de atractivos y *New Age*. El caso de San Marcos Sierras (Argentina). *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(2):493-508.
- Flores, F. 2018 (en prensa). Lo religioso y el espacio. Apuntes desde la Geografía. En Cloquet da Silva, A. y Di Stefano, R. (Coords.) *História das Religiões: dimensões epistemológicas e teórico-metodológicas*. Prismas: Rio de Janeiro.
- Hiernaux, D. (Comp.) 1989. La dimensión territorial de las actividades turísticas. En *Teoría y praxis del espacio turístico*. UAM. México.
- Hiernaux, D. 2006. Geografía del Turismo. En Lindón, A. y Hiernaux, D. (Coords.) *Tratado de Geografía Humana*. Anthropos. México. pp. 401-432.
- Jackson, P. 1999. ¿Nuevas geografías culturales? *Documents Annals de Geographie*, 34(1):41-51.
- Lash, S. y Urry J. 1998. *Economía y signos de espacio, sobre el capitalismo de la pos-organización*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Lindón, A. 2007. Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure*. 23(99):31-46.
- Lindón, A. y D. Hiernaux. 2010. *Tratado de Geografía Humana*. Anthropos. México.
- Lowenthal, D. 1962. Tourists and Thermalists. *Geographical Review*. 52(1):124-127.
- Llurdés Coit, J. C. 1995. Turismo y religión como base de un proyecto turístico. El ejemplo de la Ruta Transpirenaica de peregrinaje Lourdes-Montserrat. En *Actas del XV Congreso Nacional de Geografía. Cambios regionales a finales del siglo XX*. AGE. Salamanca. pp. 298-301.

- Nogue, J. 2010. Sentido del lugar, paisaje y conflicto. *Geopolítica(s)*. 5(2): 155-163.
- OMT - Organización Mundial del Turismo. 1980. *Declaración de Manila sobre el turismo mundial*. OMT. Manila. pp. 1-4.
- Poria, Y. et. al. 2006. Tourist perceptions, personal vs. non personal. *Journal of Heritage Tourism*, 12(1) :121-132.
- Prats. L. 1998. El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, 27(1):63-76.
- Relph, E. 1976. *Place and Placelessness*, SAGE Publications Ltd. London.
- Schluter, R. 2003. *El turismo en Argentina: del balneario al campo*. CIET. Buenos Aires.
- Soja, E. 1996. *Third space. Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Blackwell Malden. Oxford y Massachussets.
- Urry, J. 1995. *Consuming Places*. Routledges. Londres y Nueva York.
- Urry, J. 1996. *O Olhar do turista –lazer e viagens nas sociedades contemporâneas–*. Studio Nobel. Sao Paulo.
- Vera, J. (Coord.). 1997. *Análisis territorial del turismo –una nueva geografía del turismo–*. Ariel. Barcelona.
- Wallingre N. 2007. *Historia del turismo en Argentina*. Ediciones turísticas. Buenos Aires.

Recibido: 21 de mayo de 2018

Aprobado: 23 de julio de 2018

© 2018 El autor.



Esta obra se encuentra bajo Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0. Internacional. Reconocimiento - Permite copiar, distribuir, exhibir y representar la obra y hacer obras derivadas siempre y cuando reconozca y cite al autor original. No Comercial – Esta obra no puede ser utilizada con fines comerciales, a menos que se obtenga el permiso.
