

SIGNIFICACION DEL TURISMO RELIGIOSO PARA LOS CANALES DE COMERCIALIZACION FORMALES Y PARA LOS CENTROS DE PEREGRINACION

Investigadores USAL

Directora Benzonelli, María Cecilia (cecilia.benzonelli@usal.edu.ar); González, Claudina

Resumen

El fenómeno del turismo religioso y las peregrinaciones moviliza aproximadamente trescientos millones de personas por año, en el mundo. Su dimensión cuantitativa ha promovido el surgimiento de agencias de viajes especializadas en tanto que la vigencia actual de la religiosidad y espiritualidad en el hombre ha provocado la revalorización de las peregrinaciones y los itinerarios religiosos como instrumento de vinculación y unión entre los pueblos y naciones. En ese marco, la investigación se propuso determinar los alcances de esta tipología turística, conocer cómo se comercializa y cuáles son los principales destinos cercanos al Área Metropolitana, indagar las características de la demanda y examinar las acciones llevadas a cabo por los organismos y entes, privados o públicos. Se resolvió asignar al término turismo religioso un alcance amplio ante la falta de unanimidad respecto a sus manifestaciones. En tal sentido, se considera una actividad de turismo religioso a aquellas prácticas que se realicen en lugares con significación religiosa.

Entre los destinos de mayor convocatoria en Argentina, se encuentran Luján y San Nicolás, en la provincia de Buenos Aires. La cercanía entre el mercado emisor y el destino ofrece facilidad para gestionar el desplazamiento por cuenta propia así como explica las cortas estadías y la motivación principalmente religiosa. La permanencia es más prolongada en los destinos lejanos con una mayor participación de las agencias de viajes, siendo otro tipo de intermediario, las instituciones religiosas.

No existen en Argentina empresas de viajes y turismo dedicadas exclusivamente al producto religioso, ya que la especialización no sería rentable. Sin embargo, una cantidad importante lo comercializa. La trayectoria de las empresas señala un crecimiento sostenido de la actividad desde mediados de la década del 90 a la actualidad, cuyo mayor registro es coincidente con los años de auge del turismo receptivo (2003-2007).

El aumento constante de la demanda concita el interés de las autoridades religiosas y gubernamentales - a nivel local, provincial y nacional - y del sector privado, en desarrollar nuevos destinos, asociados a la fe religiosa.

A su turno, se estima necesario promover la reflexión profunda de los sectores públicos y privado y de las autoridades religiosas, respecto de los problemas que ocasionan las grandes peregrinaciones a las comunidades anfitrionas

Palabras clave: Turismo Religioso; Fe; Peregrinación; Lugares sagrados; Espiritualidad.

Abstract

Approximately 300 million people worldwide travel for religious purposes and take part of pilgrim-

images to holy sites every year. Religious tourism is an activity in constant growth as evidenced by the appearance of specialized travel agencies. Also, the relevance of religious faith and spirituality in people nowadays has resulted in a renewed interest in pilgrimages and religious itineraries as a way to connect and unite people of different nationalities. For this reason, progress was made in conceptualizing their scope, that is to say, to get to know how it is marketed and which are its main destinations, to investigate the characteristics of its demand and to examine the activities carried out by private and state agencies. The term Religious Tourism is used to identify the practices in places with religious significance; however, the lack of unanimity regarding its scope poses methodological challenges when weighing the phenomenon.

Lujan and San Nicolas are among the most popular destinations in the province of Buenos Aires. The proximity of the source market and destination offers easy to manage on their own movement and explains the short stays and primarily religious motivation. The stay is longer in the distant destinations with greater involvement of travel agencies, with other intermediary, religious institutions.

There is no travel and Tourism Company dedicated exclusively to the product in Argentina, as it is considered uneconomical. However, many agencies in fact do commercialise it. Rates have indicated a sustained growth in the activity since the mid-90s to the present; the highest record coincides with the booming years of tourism (2003-2007).

The constant increase in demand attracts the interest of religious and local, provincial and national government authorities and the private sector, to develop new destinations. Host populations can be found in this productive activity that contributes to local development. It would be very interesting to promote deep reflection among members of the public and private sectors and religious authorities regarding the problems caused by large pilgrimages

Keywords: Religious Tourism; Faith; Pilgrimage; Sacred Sites; Spirituality.