



Tipología de visitantes a destinos de turismo religioso desde la producción científica

✉ KAROL MARIANA TORRES GONZÁLEZ^A
NIDIAN GIOVANNA ALVARADO REYES^B
NOHORA ELISABETH ALFONSO BERNAL^C

RESUMEN: El artículo aborda la caracterización de la tipología de visitantes a destinos de turismo religioso. Por lo tanto, la pregunta de investigación se orienta a conocer cuál es la tipología de visitantes a destinos de turismo religioso y cómo esta permite su conceptualización a partir de la producción científica. El enfoque es el cualitativo y el tipo de investigación es documental. Se incluyó la revisión y el análisis de 52 documentos. Brasil, España y México han sido los países que más han publicado sobre turismo religioso. Los profesionales que más abordan este tema son turístólogos, economistas, geógrafos y antropólogos. Los principales hallazgos se centran en que los visitantes a destinos de turismo religioso se clasifican en peregrinos, turistas religiosos y turistas culturales.

PALABRAS CLAVE: turismo religioso, tipología del visitante, producción científica

CÓMO CITAR

Torres, K., Alvarado, N., & Alfonso, N. (2021). Tipología de visitantes a destinos de turismo religioso desde la producción científica. *Revista Habitus: Semilleros de Investigación*, 1(2), e12176. <https://doi.org/10.19053/22158391.12176>

RECIBIDO: 05/12/2020 • **EVALUADO:** 26/01/2021
APROBADO: 19/04/2021 • **PUBLICADO:** 12/06/2021



Autor para correspondencia.
karol.torres01@uptc.edu.co

^A Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia).
<https://orcid.org/0000-0003-4663-8387>

^B <https://orcid.org/0000-0003-1065-1141>

^C <https://orcid.org/0000-0002-7831-7433>

HOW TO CITE

Torres, K., Alvarado, N., & Alfonso, N. (2021). Typology of visitors to religious tourism destinations from scientific production. *Revista Habitus: Semilleros de Investigación*, 1(2), e12176. <https://doi.org/10.19053/22158391.12176>

Typology of visitors to religious tourism destinations from scientific production

ABSTRACT: This article addresses the characterization of the typology of visitors to religious tourism destinations. Therefore, the research question is aimed at understanding what the typology of visitors to religious tourism destinations is and how this allows its conceptualization based on scientific production. The focus of this study is the qualitative and documentary types of research. The review and analysis of 52 documents were included along with data from Brazil, Spain, and Mexico which have been the countries that have published the most on religious tourism. This issue is primarily addressed by researchers such as touristologists, economists, geographers, and anthropologists. The main findings focus on the fact that visitors to religious tourism destinations are primarily classified as pilgrims, religious tourists, and cultural tourists.

KEYWORDS: religious tourism, visitor typology, scientific production

Tipologia de visitantes a destinos de turismo religioso desde a produção científica

RESUMO: O artigo aborda a caracterização da tipologia de visitantes a destinos de turismo religioso. Portanto, a pergunta de pesquisa orienta-se a conhecer qual é a tipologia de visitantes a destinos de turismo religioso e como esta permite sua conceitualização a partir da produção científica. O enfoque é o qualitativo e o tipo de pesquisa é documental. Incluiu-se a revisão e a análise de 52 documentos. O Brasil, a Espanha e o México têm sido os países que mais têm publicado sobre turismo religioso. Os profissionais que mais abordam este tema são turismólogos, economistas, geógrafos e antropólogos. As principais descobertas centram-se em que os visitantes a destinos de turismo religioso classificam-se em peregrinos, turistas religiosos e turistas culturais.

PALAVRAS-CHAVE: turismo religioso, tipologia do visitante, produção científica

En los últimos años, la importancia del turismo va más allá de un alcance económico. Ahora se puede hablar de un fenómeno que debe aportar a la valoración de las costumbres y tradiciones, al intercambio cultural, a la integración y dinamización de los distintos sectores, a la conservación del ambiente y a la promoción de la calidad de vida de los actores locales, al promover el desarrollo humano. Para la Organización Mundial del Turismo (2008), "el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios" (p. 1).

Este artículo retoma dos componentes desde la fundamentación teórico-conceptual del turismo. En el primero, desde lo *sociocultural* (Rêgo, 2014), se señala la importancia del turismo visto como una interacción entre la cultura del visitante y las comunidades que los reciben, incluso, más allá de las actividades de ocio que realizan las personas en lugares diferentes a su sitio habitual. Este componente retoma la importancia de generar estrategias de educación que involucren a las personas que viajan en la preservación del patrimonio cultural de las comunidades receptoras. Conviene subrayar que el *patrimonio cultural* hace referencia a las distintas manifestaciones culturales con los cuales se identifica una comunidad: las representaciones artísticas, las formas de organización social, la religión, los oficios tradicionales, los usos y costumbres, la relación con la naturaleza, el conocimiento de esta y el universo, entre otros (Peñalba, 2005).

En el segundo componente, desde lo *geográfico o territorial* (Hiernaux, 2020), se reseña el imaginario del patrimonio cultural como algo que hay que valorar, un tipo de turismo urbano que se desarrolla principalmente en los centros históricos o urbanos. Hiernaux (2020) hace especial énfasis en el papel del patrimonio cultural y sitúa la discusión en cómo los imaginarios sobre este contribuyen a las transformaciones que surgen a nivel urbano, debido a la influencia del fenómeno turístico. Los mencionados componentes le suman al estudio del turismo un creciente interés por conocer su relación con el patrimonio cultural de las comunidades locales y un afán por establecer los mecanismos que permitan entender de qué manera estos pueden o no complementarse.

El turismo contribuye con la generación de procesos de valoración patrimonial de los lugares con poca tradición turística. Es decir, la valoración del patrimonio cultural ayuda a que lugares y ciudades puedan ser mayormente visitados o percibidos como destinos turísticos. Alvarado *et al.* (2019) consideran que muchas ciudades que comienzan a ser valoradas patrimonialmente por su representación de la historia o de algún suceso religioso importante presentan transformaciones en su espacialidad de cara a las representaciones que se les atribuyen. Al respecto, Bertoncetto



(2006) dice que la condición de destino turístico de algunos lugares “ha sido vista, fundamentalmente, como resultante de la existencia, en esos lugares, de rasgos o atributos característicos –usualmente denominados atractivos turísticos– cuya presencia incentiva el interés de los turistas y, por lo tanto, su visita” (p. 317). Además, el autor señala la importancia que debe tener la accesibilidad a los lugares y la operación de servicios y equipamientos turísticos. Él hace énfasis en los lugares naturales como principales atractivos turísticos, sin desconocer que las manifestaciones culturales son en sí mismas un atractivo que da un gran valor a los lugares, al llenarlos de significado. De manera puntual, las manifestaciones culturales le otorgan a un destino turístico cierta autenticidad, ya que son representaciones de procesos de tradición construidos colectivamente a través del tiempo. Más aún, en muchos casos, las manifestaciones culturales permiten la salvaguardia de una tradición, puesto que con su reproducción la comunidad puede mantenerla vigente. Olivera (2011) menciona que las manifestaciones culturales son la identidad y la sociabilidad de un lugar. Esto permite reconocer en la reproducción de las manifestaciones culturales una motivación por la cual las personas visitan un destino turístico, pues ven satisfechas sus necesidades de experimentar y de conocer distintas formas de vida, costumbres y tradiciones.

Al mismo tiempo, la búsqueda de experiencias únicas movidas por la fe, la creencia y la espiritualidad y la visita a ciudades con sitios religiosos nacen como parte de otras motivaciones en los destinos turísticos. En ese sentido, surgen nuevas modalidades en el turismo: el turismo religioso. Para Rinschede (1992), este último “es todo aquel motivado, ya sea en parte o exclusivamente, por razones religiosas” (p. 52). Si bien el turismo religioso comienza a ser recientemente conceptualizado, hay autores que sustentan que este tiene como base fenomenológica las peregrinaciones religiosas de antaño (Esteve, 2002; Mora *et al.*, 2017; Smith, 1992). Las *peregrinaciones* son los viajes que emprenden las personas desde su lugar de origen hasta los centros de fe o ciudades donde han tenido lugar los milagros. Por ejemplo, en la tradición judeocristiana, durante la Edad Media eran importantes las peregrinaciones a Jerusalén, a Roma y a santuarios que albergan reliquias significativas en toda la cristiandad. El camino de Santiago de Compostela, constituido a partir del descubrimiento del sepulcro del apóstol Santiago, se convirtió en un catalizador de peregrinos y visitantes que con sus prácticas votivas cargan este lugar de lo sagrado y lo convierten en un atractivo turístico y de peregrinación (Millán *et al.*, 2010).

El concepto de *turismo religioso* ha sido abordado desde hace muy poco tiempo, al establecer una relación entre dos fenómenos con procesos de

transformación dispar: la religión y el turismo (Tobón & Tobón, 2013). Dicha relación se puede conceptualizar, como “un proceso basado en la intensidad de los aspectos religiosos, principalmente en la motivación, pero también en el comportamiento y uso de elementos religiosos durante el viaje” (Millán *et al.*, 2019, p. 151). Precisamente, los elementos religiosos pueden ser vistos desde la materialidad e inmaterialidad que los componen, como los rituales, las creencias, las representaciones, la organización tradicional, los estilos de vida colectiva y los lugares o destinos religiosos en donde estos se reproducen. Aulet y Hakobyan (2011) afirman que

el turismo religioso es uno de los nichos del mercado turístico en crecimiento. Los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural. (p. 63)

Los destinos religiosos, en la mayoría de los casos, son lugares urbanos que se han constituido gracias a su referencia histórica, pero sobre todo por las visitas de personas que le atribuyen el valor a las manifestaciones culturales que allí permanecen. En ese orden de ideas, los destinos religiosos no solo contemplan la visita a hitos urbanos como las basílicas, las iglesias, los cementerios, las murallas, sino que permiten el contacto con manifestaciones tradicionales como fiestas religiosas, oficios tradicionales, romerías y otros, que son de gran atractivo para el visitante.

Ahora bien, conocer el perfil del visitante de los destinos religiosos a través de la producción científica ofrece una perspectiva sobre su tipología, sus motivaciones y su caracterización. El presente trabajo se justifica a partir de la exigencia de contribuir con nuevos estudios sobre el turismo, como un área de creciente interés multidisciplinar.

Este artículo presenta en primer lugar la contextualización de la producción científica en lo referente al devenir histórico, tipos de documentos, quiénes y en dónde se han publicado. En segundo lugar, se describen las tipologías de los visitantes a destinos de turismo religioso, al presentar las generalidades a partir de los autores abordados. Este avance es un resultado del proyecto institucional denominado *Espacialidad del turismo rural en la provincia de Sugamuxi, departamento de Boyacá: sistematización de experiencias –SGI 2718–*.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, que “busca comprender e interpretar la realidad más que analizarla y explicarla, en el contexto de la investigación documental es el que mejor responde a esta expectativa”



(Gómez, 2011, p. 229). En ese sentido, indagar en una fuente escrita es intentar entender y darle sentido a lo que dicen los autores, para evidenciar los aspectos principales, postulados similares y divergentes. Finalmente, este enfoque de investigación establece un diálogo con los diferentes autores que hacen parte del corpus documental.

El tipo de investigación es documental, en la que se busca desagregar los diferentes planteamientos de los autores, para luego realizar un entramado que permita darle sentido a los discursos que subyacen en ellos. Es decir, se procura sistematizar y mostrar un conocimiento producido con anterioridad al que se intenta construir ahora. En otras palabras, "parte de propuestas y resultados sistemáticos, alcanzados en procesos de conocimiento previos a la investigación que ahora intenta leerlos y comprenderlos" (Vargas, 1992, como se citó en Gómez, 2011, p. 230). El objeto de estudio son 52 documentos: 49 artículos, 2 tesis y 1 libro, recuperados de las bases de datos de Scielo, Redalyc, Google Académico y Web of Science. El procedimiento y las actividades que se desarrollaron se evidencian en la tabla 1:

Tabla 1

Procedimiento de la investigación

Momentos	Actividades
Contextualización de la producción científica	Constitución del corpus documental
	Clasificación y organización del corpus documental
	Contextualización de la producción científica
Descripción de la tipología del visitante a destinos de turismo religioso a partir de la producción científica	Identificación de la tipología del visitante a destinos de turismo religioso
	Caracterización de las tipologías del visitante a destinos de turismo religioso

Resultados

Contextualización de la producción científica sobre el perfil del visitante a destinos de turismo religioso

En este apartado se presentan las características de la producción científica acerca del perfil del visitante a destinos de turismo religioso publicada en español (31), portugués (15), inglés (5) e italiano (1), en el periodo de tiempo comprendido entre el 2010 y el 2020. Los años de mayor publicación son el 2012 (8) y el 2017 (9).

Así mismo, se hace énfasis en los países y las instituciones que han publicado sobre el tema, los medios de publicación o revistas científicas que

han divulgado las investigaciones, la formación de los autores o profesión desde la cual se ha publicado, la metodología usada y los temas u objetos que mayormente son abordados.

Países que han publicado. El país que más ha publicado es Brasil (18), donde se destacan instituciones como: Universidade do Vale do Itajaí (3), Universidade Federal do Ceará (2) y Universidade Federal de Goiás (2). Sigue España con 15 publicaciones en instituciones como Universidad de la Laguna (3), Universidad de Córdoba (2) y Universidad de Valladolid (2). Así mismo, está México con 6 publicaciones en universidades como la Autónoma Metropolitana (2). También, aparece Colombia (3), Chile (2), China (2), Venezuela (2), Argentina (1), Costa Rica (1), Italia (1) y Reino Unido (1).

Los medios de publicación o revistas científicas. Los que más se han interesado por la divulgación del perfil del visitante a destinos de turismo religioso son: en primer lugar, la revista *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (5); en segundo lugar, el *International Journal of Scientific Management and Tourism* (3); en tercer lugar, la revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* (3); en cuarto lugar, *GEOSABERES: Revista de Estudos Geoeducacionais* (2); y, finalmente, las revistas *Turismo – Visão e Ação* (2), el *Periplo Sustentable* (2) y *Religiones* (2).

Formación de los autores o profesión desde la cual más se ha publicado. Se identifican las profesiones y disciplinas que se han preocupado por el estudio de la temática, entre las que se encuentran: turistólogos (27), economistas y contadores (16), abogados (12), geógrafos (10), antropólogos (9), publicistas (4), administradores (2), arquitectos (2), educadores (2), filósofos (2), historiadores (2), profesionales del patrimonio (2), sociólogos (2), ambientalistas (1), agrónomos (1), psicólogos (1) y teólogos (1). Se destaca la producción de la doctora en Ciencias Económicas y Empresariales María Genoveva Millán Vázquez de la Torre (6) de la Universidad de Loyola Andalucía, España.

Metodologías más utilizadas. Para el abordaje y estudio del perfil del visitante a destinos de turismo religioso, los preferidos son el enfoque cualitativo (39) y el mixto (13). Así mismo, los tipos de investigación más utilizados son los estudios de caso (35), la etnografía (10) y el análisis del discurso (7). Por último, los instrumentos de recolección de información más empleados son la revisión de fuentes secundarias, las entrevistas, las encuestas, las escalas de Likert, la observación, la bola de nieve y los métodos de regresión.

Temas u objetos. En la producción científica sobre el perfil de los visitantes a destinos de turismo religioso, se puede ver un abordaje desde:



las motivaciones, la valoración patrimonial, la gestión de los lugares y las relaciones entre comunidad local, visitantes y lugares religiosos.

Las motivaciones. La producción científica que retoma las motivaciones de la persona que viaja a destinos religiosos coincide en categorías como la fe (Ladrón, 2016; Millán *et al.*, 2010; Mora *et al.*, 2018; Prazeres & Carvalho, 2015; Rosas & Propin, 2017; Schneider & Cappellano, 2015; Taborda, 2018; Timofeeva *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2020; Yao *et al.*, 2020) y la curiosidad, es decir, el vivir experiencias nuevas y conocer nuevas culturas y lugares (Ambrósio, 2009; Araújo & Pinto, 2017; Belucio & Fuinhas, 2019; Christoffoli *et al.*, 2012; Moscarelli *et al.*, 2020; Rubio, 2018; Schüller, 2020). Así mismo, uno de los primeros trabajos de este tipo es la propuesta teórica de Smith (1992), quien ofrece una primera definición del tipo de viajero a un destino de turismo religioso según el tipo y nivel de fervor que lo motive.

Valoración patrimonial. Rêgo (2014), considera que

Quando se vincula as manifestações religiosas preexistentes e busca transformá-las em atrativos, a atividade no campo do turismo religioso percebe nas festas e procissões, ambientes potenciais para desenvolver produtos turísticos [Quando se vinculam manifestaciones religiosas preexistentes y se busca transformarlas en atractivos, se relea la actividad en el ámbito del turismo religioso en fiestas y procesiones, entornos potenciales para desarrollar productos turísticos]. (p. 146)

De esa manera, el autor sugiere que los destinos de turismo religioso deberían privilegiar los valores patrimoniales presentes en sus comunidades, como un activo cultural para la consolidación turística, al definir estrategias de salvaguardia que protejan dicho patrimonio. En ese mismo sentido, los estudios sobre la valoración patrimonial de los lugares religiosos se abocan principalmente al valor de las manifestaciones culturales y al de los lugares que son considerados sagrados. Por ejemplo, Berg y Ossa (2012) hacen especial referencia a la valoración que le da el turista a las manifestaciones culturales locales como ritos y ceremonias.

Gestión de los lugares. La producción científica se acerca al análisis del turismo religioso en los lugares en el que este se desarrolla desde una mirada socioeconómica: como generador de empleo y divisas, al aportar al desarrollo de las comunidades (Costa & Ferreira, 2019; Guillaumon, 2012; Juárez *et al.*, 2017; Martínez & Reynoso, 2019; Silva & Silvino, 2015; Souza, 2012). Así mismo, se señala la importancia de la calidad en los servicios complementarios (Tobón & Tobón, 2013) como hospedaje, alimentación, recreación, tiendas de artesanías, lugares de descanso, que puedan ser ofrecidos a los visitantes. Dichos servicios complementarios pueden

agruparse y ser ofrecidos en lo que comúnmente se conoce como un producto turístico del destino (Carranza *et al.*, 2011). Además, Guimarães y Kyoko (2020), plantean que existe una estrecha relación entre la hospitalidad y la prestación de servicios turísticos con el número de visitas a un lugar. En este mismo sentido, en los estudios sobre la gestión de los lugares o destinos de turismo religioso, que en la mayoría de los casos son considerados lugares sagrados (Ardigó *et al.*, 2016; Aulet & Hakobian, 2011; Fernández, 2010; Monteir, 2010; Nozifora, 2010; Prat & Cánoves, 2018; Rosas & Propin, 2017), puede entenderse que el papel de las instituciones que actúan como rectoras o cuidadoras de dichos lugares debe complementarse con el de la institucionalidad o gobierno local, en busca de atraer más visitantes y de mejorar o contribuir con la imagen del lugar, a partir de campañas de marketing y de identificación de *stakeholders*. Por último, se destaca el trabajo de Ambrósio (2009), quien plantea la construcción de un itinerario como estrategia de gestión y posicionamiento del lugar, desde donde se articulen servicios turísticos como guianza, transporte y la visita a los atractivos turísticos como iglesias, santuarios y conventos, entre otros.

Relaciones entre comunidad local, visitantes y lugares religiosos. A raíz del encuentro entre comunidades locales y visitantes pueden, reproducirse distintas dinámicas sociales que contribuyen al diálogo y al acercamiento entre estas para un mutuo entendimiento (Jaluska & Junqueira, 2012). Sin embargo, no siempre se genera el equilibrio esperado y, según Aulet y Hakobian (2011), es preciso "equilibrar la necesidad de conservar el lugar y ofrecer a los visitantes una experiencia especial... puesto que los visitantes pueden no percibirlo como un lugar sagrado y, en consecuencia, comportarse de forma inapropiada, generando una serie de tensiones" (p. 74). Estas autoras resaltan la importancia de la gestión de los lugares religiosos, específicamente desde la teoría del espíritu del lugar, que se debe mantener a pesar de la afluencia de visitantes.

Los lugares religiosos que se convierten en atractivos meramente turísticos pueden verse afectados y perder su valor primario como lugares de culto y devoción (García *et al.*, 2018; Haro, 2016; López & Propín, 2016; Rueda, 2017; Saldivar, 2012; Thouki, 2019). Finalmente, la cohabitación entre visitantes y comunidad local es una cuestión de difícil resolución. Según Prat y Cánoves (2018), algunos lugares religiosos y más o menos emblemáticos se han convertido en puntos de encuentro de turistas, principalmente veraneantes con segundas residencias en el lugar o en sus alrededores, todos con diferentes motivaciones, la mayoría bastante alejadas de un sentimiento puramente religioso.



Descripción de la tipología de visitantes del destino de turismo religioso

En este apartado se presenta un acercamiento al tipo de visitantes que ha sido identificado a partir de la producción científica. De manera breve, se refieren las características de los tipos de visitantes a los destinos de turismo religioso encontradas en la producción científica que reconoce tres tipos de visitantes: *peregrinos, turistas religiosos y turistas culturales*.

Peregrinos. Según autores como Mora *et al.* (2018) o Nava (2017), estos son el actor principal en el destino de turismo religioso. Ellos se movilizan a los destinos sagrados con fervor religioso, sin hacer uso de los servicios turísticos. Para Timofeeva *et al.* (2019), el peregrino

es una persona profundamente religiosa con un sistema de valores ya establecido... la esencia de la peregrinación pasa por el rechazo voluntario del modo de vida habitual, que simboliza la disposición de una persona al sacrificio en nombre de los valores espirituales. (pp. 3-4)

Este tipo de visitante realiza un viaje de peregrinación. Para Collins (2010), "la peregrinación se demarca como un viaje por causas religiosas, externamente a un lugar santo e internamente con propósitos espirituales y de autoconocimiento" (p. 159). Algunas de las características del peregrino son: personas que no extienden su estancia más de un día; prefieren no hacer uso de servicios turísticos complementarios; en su mayoría son hombres mayores de edad y tienen como principal motivación su devoción religiosa y la intención de cumplir votos, pagar favores y agradecer (Juárez *et al.*, 2017; Millán *et al.*, 2010; Mora *et al.*, 2017; Mora *et al.*, 2018; Moscarelli *et al.*, 2020; Nava, 2017; Nozifora, 2010; Wang *et al.*, 2020).

El turista religioso. Este posee características similares con el peregrino (Mora *et al.*, 2018), principalmente en lo que tiene que ver con su motivación religiosa. Para Aulet y Hakobyan (2011), el turista religioso es un tipo de turista cultural, ya que "la motivación religiosa coexiste con la curiosidad o el interés cultural" (p. 68). En ese sentido, para Lavín *et al.* (2017), el turista religioso

se mueve de manera estacionaria, centrándose en una o más festividades que le son cercanas por razones de nacimiento, de identidad o culturales, entre otras; el turista religioso tiene una experiencia espiritual profunda con la celebración, quedando relegados los aspectos periféricos del lugar de peregrinación, como museos, belleza natural, especialmente si el turista es originario de la localidad o de algún lugar cercano, el turista religioso busca, además, compartir la experiencia con sus familiares y prefiere estar acompañado. (p. 151)

Así, las motivaciones del turista religioso resultan ser las tradicionales, como lo es el deseo de moverse, el descanso o la curiosidad por conocer cosas nuevas, aunque se le añaden otros elementos como la participación en las celebraciones litúrgicas. Además, para Carranza *et al.* (2011) el turista religioso puede ser, "dependiendo el grado de la fe o lo profano en sus motivaciones y actividades, un viajero más peregrino que turista, un viajero tan peregrino como turista o un viajero más turista que peregrino" (p. 225).

El turista cultural. Se caracteriza por viajar a un destino de turismo religioso. Busca un enriquecimiento tanto intelectual como espiritual. Su motivación es la curiosidad, la formación y la contrastación de creencias, según Lavín *et al.* (2017). El postulado de estos autores se deriva de lo expuesto por Smith (1992), quien identifica como principal motivación del turista cultural el

gran interés por conocer lugares nuevos y diferentes; mayor frecuencia de los viajes; empleo del transporte local para sus desplazamientos en el destino, rodeados de las gentes y de su rutina; búsqueda del sentido de la autenticidad, en lugar de la superación personal propia; máxima interacción posible con los lugares de destino y con sus habitantes, y participación en la comunidad local; búsqueda de la espiritualidad; presencian todo, incluso las formas de explotación, mercantilización, folclorización o «falsa autenticidad» de la cultura local; se irritan por ver falsas representaciones turísticas de los destinos y de sus habitantes; no tienen ninguna intención en visitar lugares simulados, como parques temáticos o copias de representaciones turísticas. (Como se citó en Lavín *et al.*, 2017, p. 257)

Además, según el Servicio Nacional de Turismo (2014), factores como "la educación —formal e informal— artística, cultural y patrimonial genera nuevos turistas culturales" (p. 40). Por último, se cree que el exclusivo sentido y motivación de viaje del turista cultural no debe sobredimensionarse. Santana (2003) plantea que se trata de un pequeño número de viajeros individuales, más que un turismo de masas, que disfruta de realizar actividades propias del destino, como la toma de fotografías en sitios emblemáticos, el aprendizaje de nuevos oficios y la participación en rituales y celebraciones propias de las comunidades locales.

Conclusiones

A lo largo de este artículo se ha expuesto la producción científica que se acerca a la tipología de visitantes a destinos de turismo religioso, desde su contextualización y aportes. Lo más evidente es que la caracterización de la producción científica permite resaltar que Brasil es el país que mayormente ha publicado sobre la temática y que la profesora que más ha publicado es



la doctora en Ciencias Económicas y Empresariales María Genoveva Millán Vázquez de la Torre, de la Universidad de Loyola Andalucía, España.

En cuanto a los temas u objetos de estudio que trata la producción científica, la mayor discusión se centra en las motivaciones de los visitantes a los destinos de turismo religioso. Por lo tanto, esta diferenciación resulta compleja. Así, el turismo religioso puede verse como una oportunidad en la configuración de viajes a lugares que prometen experiencias auténticas. Los estudios evidencian la necesidad de una adecuada gestión de los lugares en donde se lleva a cabo el turismo religioso, debido a que es vital salvaguardar las manifestaciones culturales y religiosas de las comunidades y mantener los valores primarios con los que fueron concebidos estos lugares de culto.

La producción científica aporta a la definición de un marco explicativo que contextualiza la problemática existente sobre la conceptualización de la tipología del visitante del destino de turismo religioso, teniendo en cuenta que el concepto de *turismo religioso* está en construcción y que permite una descripción del tipo de personas que viajan motivados por su fe, creencias o por curiosidad. Para lograr un acercamiento a dicha descripción, es necesario que las investigaciones, sobre todo en América Latina, profundicen sobre las dimensiones humanas y sociales de los visitantes a lugares de interés religioso. Así mismo, las investigaciones deben procurar el estudio de las capacidades económicas y geográficas de los lugares o destinos de turismo religioso para que la atención de los visitantes no desborde sus propias dinámicas.

En ese sentido y con respecto a lo que se ha sintetizado en este artículo, el abordaje científico sobre el perfil del visitante del destino de turismo religioso ha permitido ver las diferencias y similitudes con que los autores tratan este tema. Sin embargo, es necesario conocer el perfil de los visitantes a destinos de turismo religioso cada vez más emergentes, ya que resultan apropiados para la planificación y promoción de estos lugares.

Referencias

- Alvarado, N., Alfonso, N., & Argüello, J. (2019). Dinámicas de las fiestas religiosas en Chiquinquirá: un panorama por principio de representatividad. En A. Ospina (Ed.), *Cultos, devociones y fiestas religiosas de Tunja y Boyacá* (pp. 69-117). Búhos Editores. https://www.academia.edu/41126153/Cultos_devociones_y_fiestas_religiosas_de_Tunja_y_Boyac%C3%A1_Andr%C3%A9s_Felipe_Ospina_Enciso_Editor
- Ambrósio, V. (2009). Turismo religioso-construção de itinerários. *Turismo e Património*, (Número temático-Turismo), 33-50. <http://exedra.esec.pt/docs/S-tur/03-vitor-ambrosio-50.pdf>
- Araújo, A., & Pinto, R. (2017). Religiosidade e turismo: o primado da experiência. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12(2), 615-627. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-81222017000200615

- Ardigó, C., Caetano, L., & Damo, L. (2016). O turismo religioso e o processo de comunicação de marketing: um estudo do Santuário de Santa Paulina em Nova Trento. *Turismo-Visão e Ação*, 18(2), 353-377. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056060007>
- Aulet, S., & Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 1(1), 63-82. <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- Belucio, M., & Fuinhas, J. (2019). Fatores que influenciam as visitas turístico-religiosas ao Santuário de Fátima: uma perspectiva econômica. *Estudos de Religião*, 33(2), 159-180. <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ER/article/view/9499>
- Berg, L., & Ossa, J. (2012). Religiosidad y turismo en el contexto cultural de Chiloé. Exploración de un modelo de aproximación. *Revista Arquitecturas del Sur*, 30(42), 36-47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5231525>
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El "mapa turístico de la Argentina". En A. Geraiges, M. Arroyo, & M. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317-335). Clacso.
- Carranza, R., Millán, M., & Martínez, R. (2011). El turismo religioso en Los Altos de Jalisco y Andalucía. Comparación de la oferta y demanda en dos santuarios marianos. En J. Jiménez-Caballero, & P. de Fuentes (Coords.), *Turismo y desarrollo económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo* (pp. 219-236). Facultad de Turismo y Finanzas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3777122>
- Christoffoli, A., Pereira, R., & Silva, Y. (2012). O lazer no turismo religioso. Uma análise dos discursos no turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 595-603. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4056034>
- Collins, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30(1), 153-164. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0143622809000150>
- Costa, S., & Ferreira, H. (2019). Perspectivas para o desenvolvimento de turismo religioso em Armação dos Búzios - RJ. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(3), 1-15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115461709015>
- Esteve, R. (2002). *Turismo y religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*. Universidad de Málaga.
- Fernández, A. (2010). El Santo Niño de Atocha, patrimonio y turismo religioso. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 375-387. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3365301>
- García, M., Martínez, O., & García, J. (2018). La realidad turística actual de Santiago de Compostela. Análisis de las cifras de llegada de visitantes y prognosis de futuro. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 167-176. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6773947>
- Gómez, L. (2011). Un espacio para la investigación documental. *Revista Vanguardia Psicológica Clínica Teórica y Práctica*, 1(2), 226-233. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4815129>
- Guillaumon, S. (2012). Turismo em territórios de grande densidade religiosa. *Organizações & Sociedade*, 19(63), 679-696. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302012000400007
- Guimarães, A., & Kyoko, E. (2020). Hospitalidad y servicios en el turismo religioso. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(3), 667-689. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7523205>
- Haro de, A. (2016). *Simbolismo, metáforas y religiosidad en torno a la festividad de la romería de Tomelloso (Ciudad Real). Un análisis etnográfico* [Tesis Doctoral, Universidad de la Mancha]. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=125947>
- Hiernaux, D. (2020). Nuevas encrucijadas para el turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(3), 996-1011. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180764278008/index.html>
- Jaluska, T., & Junqueira, S. (2012). A utilização dos espaços sagrados pelo turismo religioso e suas possibilidades como ferramenta auxiliar para o estabelecimento do diálogo entre as nações. *Turismo-Visão e Ação*, 14(3), 337-348. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056075005>
- Juárez, J., Ramírez, B., & Mota, J. (2017). ¿Las peregrinaciones rurales impulsan el desarrollo local? Análisis en San Miguel del Milagro, Tlaxcala, México. *El Periplo Sustentable*, 33, 428-451. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000200428
- Ladrón, M. (2016). *La motivación religiosa de los cofrades de la semana Santa de Valladolid* [Tesis de Doctorado, Universidad de Valladolid]. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157751>



- Lavín, J., Martínez, C., Medina, F., & Viteri, W. (2017). Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso. La festividad del Señor del Terremoto en Patate (Ecuador). *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 142-154. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5970011>
- López, M., & Propín, E. (2016). La función turística de la Basílica de Nuestra Señora del Pilar de Zaragoza. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(2), 163-188. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665878>
- Martínez, R., & Reynoso, A. (2019). Entre la fe y turismo. Competitividad turística religiosa. El caso de San Juan de los Lagos, México. *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, 20, 73-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7240465>
- Millán, M., Morales, E., & Pérez, L. (2010). Turismo religioso: estudio del camino de Santiago. *Gestión Turística*, 13, 9-37. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3744671>
- Millán, M., Martínez, R., & Arjona, J. (2019). Del enfrentamiento histórico entre Estado e Iglesia en México al aprovechamiento económico del conflicto cristero a través del turismo religioso. *Sociedade e Cultura*, 22(2), 145-167. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70362137010>
- Monteir, C. (2010). Desafios contemporâneos das cidades-santuários no estado do Ceará. *Geosaberes: Revista de Estudos Geoeducacionais*, 1(1), 37-51. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552856444005>
- Mora, V., Serrano, R., & Osorio, M. (2017). El vínculo turismo-peregrinación. Un acercamiento desde la producción científica en inglés y español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 86-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324198>
- Mora, V., Ludeña, A., Ochoa, T., & Sánchez, E. (2018). Motivaciones del turista religioso-peregrino y su satisfacción. *International Journal of Professional Business*, 3(1), 50-68. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553658821004>
- Moscarelli, R., López, L., & González, L. (2020). Who is interested in developing the way of Saint James? The pilgrimage from faith to tourism. *Religions*, 11(1), 1-21. https://www.researchgate.net/publication/338367151_Who_Is_Interested_in_Developing_the_Way_of_Saint_James_The_Pilgrimage_from_Faith_to_Tourism
- Nava, D. (2017). De "turistas" y "peregrinos". Identificaciones, territorialidades y fronteras en la construcción del cuerpo devoto del culto a la Virgen del Cerro en la ciudad de Salta, Argentina. *Análisis: Revista Colombiana de Humanidades*, 49(91), 461-481. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5155/515558054010/index.html>
- Nozifora, E. (2010). Turismo religioso e pellegrinaggio. Il caso romano. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 3(1), 181-194. https://www.researchgate.net/publication/343758144_Turismo_religioso_e_pellegrinaggio_Il_caso_romano
- Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*, 27, 663-678. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3769849>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Glosario de términos turísticos*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Peñalba, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, individuo y sociedad*, 17, 177-206. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/ARIS0505110177A>
- Prat, J., & Cánoves, G. (2018). Las romerías, oportunidad turística y relaciones sociales entre locales y visitantes. El caso de la Cerdanya en Cataluña. *Cuadernos de Turismo*, 41, 575-589. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/327161>
- Prazeres, J., & Carvalho, A. (2015). Turismo religioso: Fátima no contexto dos santuários marianos europeus. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1145-1170. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88142120011>
- Rêgo, I. (2014). Turismo cultural-religioso, festa católica e patrimônio em São Cristóvão-Sergipe-Brasil. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 145-158. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88129335011>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839290106Y>

- Rosas, L., & Propin, E. (2017). Turismo religioso en la Basílica del Cristo Negro de Esquipulas, Guatemala. *El Periplo Sustentable*, 33, 394-427. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1870-90362017000200394&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Rubio, Á. (2018). El post-turista o turista de la globalización y el viaje centrado en el patrimonio religioso. *Journal of the Sociology and Theory of Religion*, 7, 128-146. https://www.researchgate.net/publication/324155799_El_post-turista_o_turista_de_la_posglobalizacion_y_el_viaje_centrado_en_el_patrimonio_religioso
- Rueda, N. (2017). ¿Es la gestión turística importante para el patrimonio religioso de la ciudad de Bogotá? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 87-103. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387006>
- Saldivar, J. (2012). El desarrollo del turismo religioso translocal: el caso de la santería afrocubana en Lima, Perú. *Reflexiones*, 97(1), 139-155. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923937011>
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010471832003000200003&script=sci_abstract&tlng=es
- Schneider, M., & Cappellano, M. (2015). A hospitalidade sob a ótica do romeiro na romaria ao Santuário de Nossa Senhora de Caravaggio-Farroupilha/RS e seu corolário no conceito de turismo religioso. *Turismo-Visão e Ação*, 17(2), 323-353. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056064005>
- Schüler, T. (2020). Notas etnográficas sobre alteridade e turismo em Israel. *Rosa dos Ventos. Turismo e Hospitalidade*, 12(2), 251-268. https://www.researchgate.net/publication/341112379_Ethnographic_Notes_about_Alterity_and_Tourism_in_Israel
- Servicio Nacional de Turismo. (2014). *Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo local. Guía metodológica*. Verde Ltda.
- Silva da, F., & Silvino, M. (2015). Turismo e as formas simbólicas no incentivo do desenvolvimento local em Santa Cruz/RN. *GEOSABERES: Revista de Estudos Geoeducacionais*, 6(3), 375-387. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552856412032>
- Smith, V. (1992). Introduction. The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1-171. <https://www.sciencedirect.com/journal/annals-of-tourism-research/vol/19/issue/1>
- Souza, J. (2012). Entendimentos geográficos da religião e peregrinações: em análise a romaria do Senhor do Bonfim em Natividade (TO). *Boletim Goiano de Geografia*, 32(2), 219-238. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337127362013>
- Taborda, E. (2018). Turismo religioso. Los católicos y la búsqueda de sentido. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(2), 446-459. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755394015/html/index.html>
- Thouki, A. (2019). The role of ontology in religious tourism education. Exploring the application of the postmodern cultural paradigm in European religious sites. *Religions*, 10(649), 1-19. https://www.researchgate.net/publication/337548270_The_Role_of_Ontology_in_Religious_Tourism_Education_Exploring_the_Application_of_the_Postmodern_Cultural_Paradigm_in_European_Religious_Sites
- Timofeeva, L., Akhmetova, A., Fominykh, A., & Galimzyanova, L. (2019). The history pages of orthodox pilgrimage: from worship to pilgrim tourism. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(5), 32-37. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27962050005>
- Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14, 237-249. <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184014.pdf>
- Wang, J., Luo, Q., Huang, S., & Yang, R. (2020). Restoration in the exhausted body? Tourists on the rugged path of pilgrimage: Motives, experiences, and benefits. *Elsevier*, 15, 100407. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100407>
- Yao, D., Wang, L., Law, R., & Zhang, K. (2020). From religious belief to intangible cultural heritage tourism: a case study of Mazu belief. *Sustainability*, 12(10), 1-15. https://www.researchgate.net/publication/341559617_From_Religious_Belief_to_Intangible_Cultural_Heritage_Tourism_A_Case_Study_of_Mazu_Belief