



II JORNADAS DE SOCIOLOGÍA

'EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en
las sociedades avanzadas'

II JORNADAS DE SOCIOLOGÍA

EL FENÓMENO RELIGIOSO. PRESENCIA DE LA RELIGIÓN Y LA
RELIGIOSIDAD EN LAS SOCIEDADES AVANZADAS

JULIO A. DEL PINO ARTACHO

DPTO. SOCIOLOGÍA I (TEORÍA, METODOLOGÍA Y CAMBIO SOCIAL) UNED

FACULTAD DE CC. PP Y SOCIOLOGÍA.

COMUNICACIÓN: *Del viaje sagrado a la sacralización del viaje. Apuntes sobre los
elementos religiosos del turismo*

Sevilla, 13 y 14 de junio de 2007.



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

1. Turismo y religión

El estudio de la relación entre religión y turismo ofrece una temática variada. Entre los asuntos abundados por la literatura de los estudios turísticos están las peregrinaciones como viajes turísticos de motivación religiosa, los aspectos rituales de la vida turística, las fases del viaje turístico como una forma de peregrinación secular, las experiencias turísticas como ritos de paso con referencia a valores predominantes de la sociedad, etc., etc. Y aunque no siempre se distingue, podemos argüir que existen, analíticamente, dos conjuntos de problemas diferentes. Uno, el que se refiere a los aspectos religiosos del turismo o “religiosidad turística”. El viaje por placer (acertada, ambigua y fenomenológica definición de “turismo” contenida en el Diccionario de la RAE), puede ser contemplado como una experiencia religiosa, una forma de relación con lo sagrado, que comporta creencias, ritos y la constitución de comunidades de forasteros que, al tiempo que edifican una identidad común, ayudan a conformar la de las comunidades de acogida, como ya observara Simmel en relación con el extraño. Un segundo asunto es aquel que denominamos “turismo religioso” y que busca analizar aspectos religiosos bajo la óptica del turismo centrándose, más específicamente, en el asunto de la peregrinación como viaje turístico, con su doble vertiente del turista (sus motivaciones, sus modos de comportamiento, la estructura de la demanda, etc.) y los destinos turísticos, es decir, la generación de grandes centros de peregrinación y la capacidad de estructurar el espacio, que incluso llegó a ser un proceso predominante en el Medioevo, como prueba ejemplarmente el Camino de Santiago. Esta distinción, insistimos, tiene cierta utilidad analítica, pero no agota la realidad, pues ambas áreas contienen elementos comunes y dispares. Existen aspectos sociales del turismo que no pueden ser analizados desde la óptica de la religión, del mismo modo que hay mucho (mucho más) fenómeno religioso fuera del representado por la experiencia turística. Sin embargo, esta disparidad podría ser más formal que sustantiva. El enfoque religioso en Sociología –por lo menos las vías señaladas por Marx, Durkheim y Weber- termina otorgando tal importancia a este fenómeno, como mecanismo generador y legitimador de (re)conocimiento social, que lo sitúa por encima de cualquier accidente para convertirse en un fenómeno social totalizador, cuya



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

capacidad de abarcar asuntos aparentemente desligados resulta imponente, como tratamos de ver en este trabajo. Por su parte, el estudio de las peregrinaciones, prototípico de la aplicación del análisis turístico al fenómeno religioso constituye, además, una especie particular, al aunar lo que hemos denominado “turismo religioso” con los aspectos generales señalados en el estudio de la “religiosidad turística”. En cualquier caso, existe una interdependencia de la sociología del turismo con aspectos más generales de la sociología, como muestran dos de sus teóricos más conocidos. Para Urry (1990: 2), el estudio de la mirada del turista se parece al estudio de la desviación, ofreciendo, como éste, pautas para comprender las bases de la normalidad, como señalara Durkheim en *Las reglas del método sociológico*. MacCannell (2003), por su parte, señala nada más comenzar su obra más conocida que, además de tratar de investigar al turista de clase media por todos reconocido, su interés se centra igualmente en el turista, “como uno de los mejores modelos disponibles del hombre moderno” (2003: 1); asimismo, ha comparado su estudio con el de la sociología de la religión, particularmente, por lo que se refiere al establecimiento de la distinción entre lo sagrado y lo profano (2003: 43-45).

Vadeando las dificultades epistemológicas, este trabajo se centra en la “religiosidad turística”, utilizando como base la literatura de los estudios turísticos puesta en relación con aspectos sociológicos generales y, particularmente, con la visión de la religión de los clásicos.

La religión ha sido uno de los objetos tradicionales de estudio de la Sociología, muy presente desde los precursores de la disciplina y sistemáticamente analizada entre los clásicos. En primer lugar, aludiremos el concepto de alienación en Marx, que constituye uno de los apoyos básicos para comprender el turismo (y las actividades ociosas en general) como producto de la situación social, y personal – la vertiente personal conviene subrayarse, por comúnmente olvidada en el análisis marxista posterior a Marx-, del hombre en la modernidad. Por su parte, el sistemático estudio de Durkheim sobre la religión es una fuente inagotable de pistas para el estudio de la sociedad en general y para algunas ramas específicas de la Sociología como la Sociología del Conocimiento y la Sociología de la Religión, que tan estrechamente van unidas. Al tocar temas del corazón mismo de la disciplina y, lo que es más importante, de la sociedad, no puede resultar extraño que sus aportaciones sean útiles para áreas tan aparentemente alejadas como el turismo. Finalmente, el análisis weberiano de la religión, centrado en el



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

desentrañamiento de las bases morales de la modernidad y alegando la santificación del trabajo como piedra angular del ascenso del capitalismo promueve interrogantes interesantes sobre la relación entre la acción humana y los valores que la sustentan.

Karl Marx introdujo la religión en su análisis de un modo tangencial pero significativo. Primero con la visión neohegeliana, de carácter dialéctico pero no materialista, recogida en *Acerca de la crítica de la filosofía del derecho de Hegel*, en 1844, de donde se extrajo la manida frase: “Es el opio del pueblo”. Pero para el joven Marx la religión no era un simple modo de legitimación de las clases poseedoras, sino que era una respuesta humana: “La angustia religiosa es al mismo tiempo la expresión del dolor real y la protesta contra él”, dirá unas líneas antes de la archicitada sentencia. Formaba parte de la alienación de la esencia humana, no tanto de la conspiración clerical fruto de las fuerzas sociales y la historia (Löwy, 2006, 283). Posteriormente, introducido el marco de análisis del materialismo histórico, Marx se refirió a la relación entre protestantismo y capitalismo, al culto al dinero y al fetichismo de la mercancía en términos religiosos. Engels se interesó más profundamente por el rol de la religión en la historia de la lucha de clases. Y, como el Marx joven, se topó con la ambivalencia del fenómeno. Lejos de contrarrestar las fuerzas revolucionarias, la religión había tenido por épocas –sobre todo, en el nacimiento del cristianismo, según lo analiza en el *Anti-Dühring* (1878)- importantes semejanzas con el socialismo, aunque mientras éste prometía salvaciones terrenales, aquel apelaba a la otra vida. Ambos campos abiertos por el marxismo, el estudio de las condiciones materiales de las relaciones sociales desarrollándose en la Historia y el análisis de la alienación producen categorías útiles para el estudio de las actividades turísticas (y ociosas en general). A este respecto, resulta ineludible aludir al debate entre el ocio burgués y alienado, tiempo simplemente liberado del trabajo, y ocio no alienado, un tiempo libre y emancipatorio cuyo carácter bascula entre las utopías regresivas (la *scholé* griega que evocara De Grazia) y las progresivas, como el enfoque crítico del ocio, enunciado entre otros por Marcuse¹.

¹ Merece destacarse sobre estos aspectos el trabajo sistemático realizado por F. Munné (1980), un interesante análisis crítico sobre el sentido del ocio en la sociedad moderna que, aunque anclado en el debate entre funcionalistas y críticos, ofrece claves para interpretar la relación de la sociedad moderna con el ocio, en términos de funcionalidad y/o alienación, que siguen estando vigentes.



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

Emile Durkheim, por su parte introdujo en su obra de madurez *Las formas elementales de la vida religiosa* (1912) algunas distinciones de enorme influencia en la sociología de la religión posterior, y ofreció la más famosa definición de religión dada por la sociología: *una religión es un sistema solidario de creencias y de prácticas relativas a las cosas sagradas, es decir, separadas, interdictas, creencias y prácticas que unen en una misma comunidad moral, llamada Iglesia, a todos aquellos que se adhieren a ellas* (42) Sin entrar en las disquisiciones sobre el método, muy discutido, de estudiar la religión a través del totemismo como forma elemental, de la que se pueden extraer consecuencias para todo tipo de religión más compleja, la propuesta de Durkheim presenta algunos temas de enorme interés para el estudio de la religión y su relación con la sociedad, que tienen directa aplicación en la sociología del turismo. La formación de las creencias y ritos, junto a la apelación a la base social del fenómeno religioso son aspectos importantes que han sido estudiados desde la sociología del turismo. La constitución de símbolos, de atracciones turísticas, la ritualización del viaje turístico y los efectos integradores, hacia dentro y hacia fuera, de la comunidad turística y de la comunidad receptora, son sin duda interesantes. No obstante, conviene centrarse en los aspectos espacio-temporales (sobre todo temporales, en el caso de Durkheim) de la sociología de la religión durkheimiana para aplicarlos al turismo. Concretamente, en la distinción entre lo sagrado y lo profano, que se basa más en el modo en que se dan los hechos sagrados que en lo que son los objetos venerados, al definirlos en relación con su carácter separado. Esta separación implica una ruptura con la cotidianidad y la introducción de un tiempo especial, extra-ordinario.

Max Weber señaló una doble vía de interés sobre la religión que puede ser aplicada al estudio del turismo. Por una parte, al centrarse en el proceso de racionalización occidental, su análisis de la religión le abocó, como también la propia realidad que occidente experimentaba desde la Ilustración en términos de práctica y adhesión religiosa, hacia la tesis de la secularización. El análisis weberiano de la secularización podría ser entendido como la consecuencia no deseada de una forma particular de entender la religión, el calvinismo. Por otra parte, al señalar la importancia de los factores culturales –y la religión como contenedor de los valores más fuertes de la sociedad, es un factor cultural– sobre la existencia de la sociedad, incluida su organización y desarrollo social, económico y político, el análisis weberiano concede



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

un papel preeminente, no sólo al producto más destacado de la modernidad (la racionalización en todas sus formas: burocracia, secularización, legitimidad legal-racional, etc) sino también a todos aquellos elementos culturales que vayan surgiendo a medida que la modernidad se despliega. Por esta razón los sustitutos funcionales o las nuevas formas de religión pueden, paradójicamente, alcanzar nueva importancia desde el punto de vista weberiano. El propio Weber se cuidó de formular una crítica a la racionalización, pues era plenamente consciente de que la modernidad no era un proceso simple y evolutivo. Así pues, en relación con el turismo, la perspectiva weberiana abre dos campos de interrogantes, que ejemplifican estas dos líneas de investigación. Uno, el análisis de los procesos de racionalización sobre los que se ha asentado el desarrollo del turismo global. La complejísima organización espacio-temporal de los viajes turísticos sólo puede realizarse mediante la abstracción de espacios y tiempos alentada por los progresos y convergencias en los medios de comunicación y transporte. El proceso de hundimiento del espacio y la abstracción temporal que permite, por ejemplo, el sistema de reservas de transporte y alojamiento, conduce a una organización global del turismo cuyo máximo exponente ha sido el turismo de masas. Como cruz de la moneda, encontramos aquí la cuestión de la inversión del *ethos* moderno que estudiara Weber –con la aplicación del cálculo racional como expresión del ascetismo intramundano de raíz calvinista– para poner en el centro los valores del ocio, como tiempo radicalmente autocondicionado y libre de las sociedades avanzadas. El ascenso y desarrollo del turismo de masas requiere, junto a la condición necesaria de la base económica de la sociedad de consumo, alentada por el modelo keynesiano de base racional, la constitución de una organización social del turismo, cuyo aliento puede encontrarse en el cambio de valores.

2. Ruptura, emoción y autenticidad en la experiencia de ocio

La experiencia turística, como experiencia de ocio, implica una tríada de aspectos, que deberían ser tenidos en cuenta para obtener una comprensión del fenómeno turístico. La mutua interrelación de estos elementos y su naturaleza psicosocial hace que no siempre sea fácil insertarlo en un contexto espaciotemporal. Estos tres elementos, cuentan además, separadamente y en conjunto algunas interesantes concomitancias con el fenómeno religioso.



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

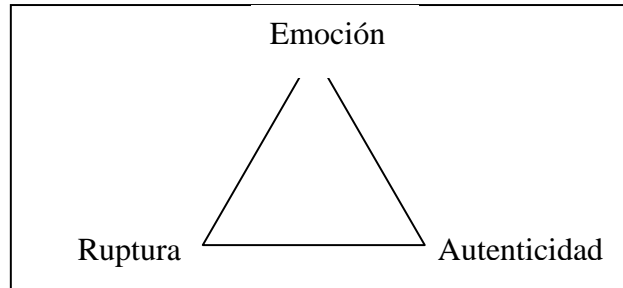


Fig. 1. Aspectos de la experiencia de ocio

En relación con la ruptura, para Urry,

(...) es necesario considerar qué es lo que produce una mirada distintiva al turista. Como mínimo, debe haber ciertos aspectos del lugar que se va a visitar que lo que encontramos habitualmente en nuestra vida diaria. El turismo resulta de una división binaria entre lo ordinario/cotidiano y lo extraordinario. Las experiencias turísticas incluyen algún aspecto o elemento que provoca experiencias placenteras y que son, en comparación con lo cotidiano, fuera de lo ordinario (...). No se quiere decir que otros elementos de la producción de la experiencia turística no hagan sentir al turista típico “como en casa” y no tanto “fuera de lugar”. Pero los objetos potenciales de la mirada del turista deben ser diferentes en algún sentido. Deben estar fuera de lo ordinario. La gente debe sentir placeres especialmente distintos que implican diferentes sentidos o se encuentran en diferente escala de aquellos que nos encontramos en la vida cotidiana. Esta división puede darse y mantenerse de muy diversas maneras. (Urry, 1990, 11-12)

Entre los elementos de ruptura, en los que la mirada del turista se posa, Urry muestra objetos únicos, como la torre Eiffel, símbolos particulares (la típica casa de campo inglesa), aspectos cotidianos de otros contextos (museos de objetos cotidianos), aspectos cotidianos en otros contextos (nadar en un río en lugar de en la piscina municipal) y símbolos que indican la razón de que sea extraordinario el objeto, independientemente de su aspecto (por ejemplo, una roca lunar, así identificada).

En el caso del turismo, la experiencia de ruptura fundamental se produce a través del viaje, con una dislocación espacio-temporal. Pero no sólo, pues gran parte de la ruptura conlleva



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

cambiar ciertos aspectos de la cotidianidad, destacando entre ellos el tipo de actividad principal, que deja de ser la actividad laboral y pasa a ser la actividad turística, cualquiera que sea su objeto (no hacer nada, jugar, leer, pasear...).

Los aspectos disruptivos del turismo y su relación con la religión fueron señalados por Graburn con el elocuente titulillo “The sacred and the profane, or, a change is as good as a rest” (Graburn, 1989). El turismo, como la religión, ofrece una relación de tiempos ordinarios y extraordinarios que compone al cabo del año ciclos generales parecidos a los ofrecidos por los calendarios religiosos (ligadas a la actividad económica agraria tradicional). Cada ciclo se conforma de fases de despegue, estancia y vuelta, enlazadas por ritos de paso, que permiten una adecuada adaptación a los cambios. Incluso la estancia diaria en destino contiene esta clase de ciclos. La ruptura de toda experiencia de ocio es ejemplarmente escenificada en el caso del turismo por el viaje. En realidad, no se trata sino de traspasar límites, de llegar a lo separado, de la misma manera que el fenómeno religioso trata de alcanzar lo sagrado.

Pero, a su vez, más allá de los elementos disruptores de la “normalidad”, como *cosmización de tipo sacralizante* (Berger, 1971, 46), la religión ofrece un nomos, una visión normativa y con pretensiones universales de verdad de lo que es la vida humana. Da una explicación extraordinaria de lo ordinario e impone un orden a las cosas que se califica de verdadero y superior al constituido por la realidad cotidiana. En el caso del análisis de la ética protestante de Weber, el trabajo, el esfuerzo cotidiano, la maldición bíblica, tendrá valor, no en sí mismo, sino como prueba del favor de lo divino. La realidad cotidiana como tal, sin embargo, es despreciada. Obtenemos entonces un tiempo extraordinario y separado de lo cotidiano, pero muy estructurado en todos sus aspectos, hasta constituir rituales que llegan a ser aparentemente más rígidos que los cotidianos. A esa estructuración del tiempo sagrado cabe añadir el *plus* moral: normativo y universal, con pretensiones de verdad. Durkheim halló que la base moral de las creencias religiosas debía situarse en la propia sociedad, que era la propia sociedad a la que adoraban las tribus australianas, y que esta forma elemental pervivía en cualquier fenómeno religioso. Siguiendo a Berger, nos parece más acertado insistir en que la base de la normatividad religiosa se sitúa en el proceso de construcción social de la realidad, en la necesidad antropológica de formar visiones del mundo totalizadoras que doten de sentido a la



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

realidad social para los individuos, de modo que las formas objetivas que aprehendemos de la realidad se correspondan con los esquemas interiorizados de los que disponemos, dentro de un proceso dinámico como el descrito por Berger y Luckman (1972). Esta dotación de sentido debe ponerse en relación con el criticado concepto de Giddens de seguridad ontológica, que describe muy bien los mecanismos para conjurar el terror al caos que el individuo experimenta en el ámbito de la vida cotidiana (Giddens, 1995b). Para Giddens, el ser humano desarrolla a través de la conciencia práctica (aquellos conocimientos que los actores tienen, pero no son capaces de formular discursivamente, y que despliegan en su vida, particularmente en las rutinas cotidianas), su forma de estar en el mundo, sin tener que colocarse continuamente frente a cuestiones existenciales sobre la definición de los objetos, las acciones, etc. Giddens señala que el desarrollo de la seguridad ontológica depende más de factores emotivos que cognitivos y se pregunta textualmente: *¿cómo se consigue esa fe desde el punto de vista del desarrollo psicológico del ser humano?* (el subrayado es mío) (Giddens, 1995b, 54). Si se permite la analogía, la religión actuaría en este sentido como un mecanismo macro de seguridad ontológica, un “cierre defensivo”, como se diría en el argot futbolístico, que permite al individuo conservar un orden de las cosas, incluso salvaguardar su identidad.

La emoción turística es, para Elias y Dunning, la clave de la experiencia de ocio. Su estudio no trata específicamente el turismo, quedando éste en cierto modo apartado. Su teoría del ocio trata de comprender las actividades de ocio de las personas “en el contexto de las ‘figuraciones’ fluidas y diacrónicamente cambiantes, esto es, las cadenas de interdependencia espacio-temporal y las redes que ellos componen y de los que siempre forman parte un difícil equilibrio de poder y su correspondiente entramado de tensiones (Elias, 1978, en Dunning, 1996: 191). El interés integrador micro-macro de la sociología de Elias y su preocupación por la génesis social a través de la interdependencia espacio-temporal, recuerda algunas de las cuestiones señaladas por Giddens en su teoría de la estructuración (1995a). Ahora cabe destacar que la base de una sociología del ocio fundada en las emociones está en las preocupaciones sobre la rutina. Para Elias y Dunning, el ocio se distingue por su posición en dos continuos que pueden calificar las actividades humanas: el continuo de la elección y el continuo de la rutinización. Dentro de estas dos dimensiones, las actividades de ocio serían más bien electivas y más bien desrutinizadoras.



'EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas'

Pero, más allá, señala Dunning que, junto a ese elemento de elección, las actividades de ocio contienen lo que ellos han llamado "el controlado descontrol de las constricciones emocionales", que le es propio a nuestra civilización, de modo que el ocio serviría en nuestro ámbito como válvula de escape de unas emociones reprimidas (recordemos que el trabajo empírico de Dunning se ha centrado en el estudio de los eventos deportivos, el *hooliganism*, etc). Caben algunas objeciones a este planteamiento, en la medida en que no está del todo justificado el nexo entre la actividad y su función, que podría interpretarse como una justificación *ex post*. Dunning señala igualmente la diferenciación entre actividades ociosas de carácter social y mimético. Mientras las primeras, obtendrían la emoción de la natural sociabilidad humana, incluyendo juegos y situaciones lúdicas *per se*, las segundas serían simulacros de la vida real en los que la fuente de la experiencia ociosa sería la propia emoción mimetizada (como el miedo de las películas de terror). Por tanto, para Dunning, la emoción, que es lo central al ocio, está en estrecha relación con la desrutinización. En realidad, se trataría de un tímido intento de sociología de las emociones, es decir, de aplicar un marco sociológico a las emociones (Bericat, 2000, 150-151), que necesitaría adentrarse en las emociones concretas, analizando su génesis y su papel. Más bien lo que Dunning pone de manifiesto es la centralidad de las emociones en algunos aspectos de la vida social, como el ocio.

Las conexiones entre religión y emoción, que hoy parecen muy potentes, parten sin embargo de la subjetivización y privatización de la vida religiosa moderna. Como señala Berger, *con la pérdida progresiva de la objetividad, o pérdida de la realidad de las tradicionales definiciones de religiosas del mundo, la religión se vuelve cada vez más materia de libre elección subjetiva, es decir, pierde su carácter obligatorio intersubjetivo. Asimismo las "realidades" religiosas son cada vez más trasladadas desde un marco de referencia de facticidades exteriores a la conciencia individual a un marco de referencia que los coloca dentro de la conciencia.* (Berger, 1971, 235)

Este tipo de psicologización religiosa reduce la legitimación cognitiva a través del dogma y refuerza la emoción subjetiva como criterio de legitimación individual. Pero el referente último del turismo o la religión no se hallan en la propia emoción sino en la reconstitución de identidades.



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

Así pues, finalmente, siguiendo a MacCannell (2003, 121-143), la base de la experiencia turística es la experiencia de autenticidad. Al turista no le importa tanto el atractivo confesado del monumento como los aspectos que le confieren realidad (el ascensor que eleva a los turistas en la estatua de la libertad, por ejemplo). Partiendo de la distinción de Goffman sobre regiones anteriores y posteriores, MacCannell señala que lo que al turista, ávido de autenticidad, se le muestra es una autenticidad escenificada (*staged authenticity*), dada la propia necesidad social de la tramoya. El turista se encuentra cruzando el umbral de diversos escenarios, desde las regiones anteriores o fachadas hacia las regiones posteriores o traseras, a la búsqueda de aquellos aspectos que se le revelan auténticos, verdaderos. Para MacCannell, en contraposición a la teoría de los *pseudo-events* de Boorstin que critica, no se trata de objetos auténticos o inauténticos sino de búsqueda de la autenticidad por parte del turista. Queda por argumentar cómo esta búsqueda de lo auténtico se relaciona con la estructura temporal del turismo en términos de ruptura/rutina y con la construcción de la identidad del sujeto. Por una parte, una mirada del turista que anhela autenticidad parte en un doble sentido de la cotidianidad recurrente, a través del contraste proporcionado por lo coyuntural (el monumento, el baile regional) y también a través de la aplicación de su experiencia vital rutinizada como esquema de interpretación de usos parecidos o paralelos (qué comen los ingleses o cómo comen los japoneses). Por otra parte, en extremo, la búsqueda de lo auténtico debe relacionarse con la noción de verdad y de realidad, que constituyen un lazo importante con la propia identidad de las personas. Es quizás éste el último sentido de la realización del viaje turístico, como el de otras clases de ocio: una operación de extrañamiento y regreso de la persona, cuya identidad queda reconstituida. Graburn lo explica elocuentemente al contrastar el “¡Así es la vida!”, que justifica los sinsabores de la vida rutinaria con cierto alejamiento o desdén, y el “¡Esto es vida!”, que identifica lo mejor con la situación de agrado. Ambos son formulaciones del principio de realidad, pero mientras que la primera expresa alejamiento personal de lo dado o instituido, la segunda muestra identificación personal, activa (Graburn, 1989, 26).

El conjunto de los tres aspectos señalados (ruptura, emoción y autenticidad) muestran parecido con los paralelismos que suelen hacerse entre turismo y sociología de la religión, en el sentido de que toda experiencia turística puede metaforizarse como una experiencia de lo



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

sagrado. En este sentido el turista precisa una separación espacio temporal, entabla una relación con lo sagrado (el objeto de su mirada, la actividad que lleva a cabo) y vuelve a la cotidianidad transformado. Sin embargo, aunque los aspectos cognitivos (las creencias) y las conductas (los rituales), pueden hasta cierto punto referirse a fenómenos muy semejantes, nos resulta dudoso que las formas de identificación personal sea iguales en ambos fenómenos, sobre todo por la diferente relación que tienen ambos con la comunidad. Mientras que la religión basa gran parte de su poder en los lazos que procura con la comunidad, el turista orienta su acción hacia si mismo, no hacia la comunidad. Es decir, mientras que la religión es generadora de solidaridad, lo que pone al individuo al servicio de la iglesia, de la norma, que es definición de lo auténtico, el turismo pone al individuo en el centro de un escenario supuestamente desregularizado cuyas únicas normas son “pasárselo bien” y “ser uno mismo”, conseguir emociones y resolver identidades, ser auténticos. En la religión, la norma social, se tasa, toma forma de texto; está tan por encima del individuo que la búsqueda de la emoción individual llega a devenir secundaria, a formar parte del acervo particular del sujeto siempre que no contravenga la norma (las creencias, los ritos). En las actividades turísticas, por su parte, la insistencia se da en la ruptura y en la emoción; en cambio, las normas son derivadas de la organización social del turismo (hacer colas, por ejemplo), por una parte, y, por otra, de la estructura social (Cadaqués como enclave del turismo de moda entre los intelectuales catalanes de los años 1920), pero su fuerza coercitiva está por debajo del auténtico imperativo, que es “pasárselo bien”, una ladina forma de control social del descontrol que tiene connotaciones muy diferentes a la punible transgresión de los preceptos bíblicos.

Finalmente, en relación con los resultados integradores de ambos fenómenos, resulta interesante confrontar las características del extranjero simmeliano con las del turista de masas. Para Simmel, la relación del extranjero, que es considerado como un otro distante y sin relieve², con la sociedad de acogida se basa en una tensión entre la cercanía y la distancia impuesta por su condición de elemento del género humano (que comparte con la sociedad) y de portador de características estructurales que lo distancian de la comunidad. Aunque quizás no sea

² Simmel señala el ejemplo del pago de impuestos por parte de los judíos medievales, como grupo extranjero, cuyo importe es idéntico independientemente de la riqueza de los individuos, al contrario de lo que sucede con los cristianos.



‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

extrapolable en todos sus aspectos a la condición del turista de masas, sí que resultaría significativo comprobar que el extranjero, del mismo modo que el turista internacional, puede ayudar más a configurar comunidades de anfitriones que comunidades de huéspedes. Como señala Javier Izquierdo, en tono iconoclasta, el turismo de masas afluye a la memoria y los bolsillos de los habitantes de las regiones turísticas, como maná, del mismo modo que los cargamentos del cielo alimentaban la esperanza de los feligreses de los cultos cargo melanesios, analizados por Worsley (1957).

Lo que aquí llamamos “fiestas de guardar” suelen, en la práctica, equivaler a jornadas maratónicas de horas extra, donde grúas que trabajan a cuarenta metros de altura levantan al cielo pantagruélicos pasos procesionales que inspiran el interminable desfile carnavalesco de proyectos estudiantiles de arquitectura posmoderna. Es a través de esta abigarrada variedad multitudinaria de verbenas de verano oropeladas de ceniza y mortero, cabalgatas de reyes del celuloide, la cerámica y el incienso, que los españoles rinden culto en sus festivales al Gran Hacedor de su moderno bienestar: el Sol del Ladrillo, la bomba terrible de los días que ceba y es cebada por la Virgen de las Vacaciones, ventura absoluta. Providencia. Milagro.

Anunciaciones de veinte plantas a la orilla del mar, concepciones con parque infantil, piscina y pista de paddle-tenis, piedades en multipropiedad, prendimientos adosados unifamiliares, martirios abuhardillados en zona soleada con vistas, crucifixiones que se alquilaban por 20.000 pesetas de las de antes (¡una millonada!) sólo durante la segunda quincena de agosto. Sacrificios en Ibiza, resurrecciones en Torremolinos, descendimientos en La Manga del Mar Menor. Adoraciones de dinero plasmadas en vigorosos y no tan vigorosos retablonos de acero, vidrio y hormigón armado. (Izquierdo, en prensa)

De modo que, paradójicamente, los caminos más trillados para el entendimiento de las relaciones entre la religión y el turismo, que ponen en relación las comunidades, y comportamientos de los turistas con las iglesias, creencias y ritos de los cultos institucionalizados y etiquetados como “religión”, quizás yerran en su objetivo. Desde el lado de los anfitriones, los lazos de solidaridad constituidos por los elementos de las *hordas doradas*³

³ *Las Hordas Doradas* (Turner y Ash, 1975), es un término acuñado para referirse al seductor pero increíble poder depredador que puede desencadenar el turismo cuando no se planifica



'EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas'

son extremadamente débiles en comparación con la fuerza de los vínculos que genera el movimiento turístico para las sociedades receptoras. El perfil individualista del turista postmoderno, en persecución constante de emociones auténticas no consigue el acuerdo colectivo que se deriva de la esperanza del maná turístico para las sociedades receptoras.

Referencias

Berger, J. y T. Luckmann (1972/e.o. 1966) *La construcción social de la realidad* Buenos Aires, Amorrortu

Berger, P. (1971/e.o.1967) *Para una teoría sociológica de la religión*. Barcelona, Karirós

Bericat Alastuey, E. (2000): "La sociología de la emoción y la emoción en la sociología", en *Papers* 62, 2000 ,145-176

Bericat Alastuey, E. (2002) "[Rituales mediáticos, emociones colectivas y orden social](#)", en VV.

AA. [La sociedad: teoría e investigación empírica. Libro homenaje a José Jiménez Blanco](#).

Madrid, CIS, pp. 765-782

Elias, N. (1978) *The Civilization Process: The History of Manners* Blackwell, Oxford

Elias, N. y E. Dunning (1986) *Quest for excitement. Sport and leisure in the civilizing process* Blackwell

Giddens, A. (1995a; e.o.: 1984) *La constitución de la sociedad. Bases para una teoría de la estructuración* Amorrortu

Giddens, A. (1995b; e.o.: 1991) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea* Península

Giddens, A. (1999; e.o.: 1990) *Consecuencias de la Modernidad* Madrid, Alianza.

Izquierdo, A. Javier (en prensa) "El *trip* de don Manuel Fraga Iribarne", en VV. AA. *Homenaje al profesor Carlos Moya* Madrid, CIS

adecuadamente y/o se dejan recursos y atractivos bajo la anarquía de las fuerzas en apariencia libres del mercado.



II JORNADAS DE SOCIOLOGÍA

‘EL FENÓMENO RELIGIOSO.

Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas’

- Löwy, Michael (2006) “Marxismo y religión: ¿opio del pueblo?”, en Boron, Atilio A., Javier Amadeo y Sabina González (comps.) *La teoría marxista hoy. Problemas y perspectivas*. Buenos Aires, Colección Campus Virtual, CLACSO
- MacCannell, D. (2003; 2ª e.o.: 1989; 1ª e.o.: 1976) *El turista. Teoría de la nueva clase ociosa* Melusina
- Turner, L y J. Ash (1975) *The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery* Londres, Constable.
- Urry, J. (1990) *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies* Sage
- Worsley, P. (1980, e.o.: 1957) *Al son de la trompeta final* Madrid, Siglo XXI