



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

ADELA MARISCAL GALEANO

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

COMUNICACIÓN: *A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la Romería del Rocío (Almonte-Huelva)*

Sevilla a 13 y 14 de junio de 2007.

Resumen

La religiosidad se expresa, en algunos sectores de Andalucía, en una serie de manifestaciones lúdico-festivas que, en el caso que nos ocupa, comporta uno de los rituales más paradigmático que anualmente acontece en las marismas de Doñana, la Romería del Rocío.

Se da también la paradoja de que sigue siendo una fiesta que se celebra en el medio rural andaluz, la Aldea del Rocío, en Almonte (Huelva), (lo local) y a su vez mantiene unas connotaciones que trascienden dicho ámbito, convirtiéndose en un fenómeno de masas (global). Es una de las peregrinaciones más concurridas del mundo cristiano, ya que acuden a ella personas procedentes de todo el mundo, con religiones y creencias variadas, pero que trascendiendo el asunto puramente religioso son capaces de compartir unos días en hermandad y concordia.

Esta vuelta a lo sagrado, a las raíces, a la Madre... en un mundo cada vez más tecnificado y agnóstico, supone la vuelta al encuentro con los dioses, con la naturaleza, en el paraíso de Doñana; una nueva forma de hacer Turismo religioso, en el que conviven en perfecta armonía *religión y fiesta*, tándem que se ha perpetuado secularmente, a pesar de los intentos de la iglesia católica de tergiversar el sentido lúdico-festivo de la peregrinación.

Palabras clave: religiosidad, Turismo religioso, Romería del Rocío, Doñana, Iglesia católica.

Abstract

The religiosity is expressed in some sections of Andalusia in a series of playful-festive manifestations that, in the case that occupies to us, tolerates one of the ritual expressions more paradigm than annually it happens in the salt marshes of Doñana, the Pilgrimage of the Dew.

The paradox also occurs of which it continues being a celebration that is celebrated in the countryside of Andalusian, the Village of the Dew (local) and it as well maintains connotations

which they extend this scope, becoming a phenomenon of masses (global). It's one of the pilgrimages more concurred of the Christian world, inasmuch as people coming from everywhere go to her, with religions and varied beliefs, but that extending the purely religious subject they are able to share days in brotherhood and concord.

This return to the asylum, the roots, the Mother... in a world with more and more technologies and agnostic, supposes the return to the encounter with the Gods in the paradise of Doñana; a new form to make religious tourism, in that religion and celebration coexist in perfect harmony, tandem that has been perpetuated secularly, in spite of the attempts of the Catholic Church to distort the playful-festive sense of the pilgrimage.

Key words: religiosity, Religious tourism, Pilgrimage of the Dew, Doñana, Catholic Church.

1 Introducción

La espiritualidad en las sociedades avanzadas se manifiesta de múltiples formas y maneras, dependiendo de si los eventos se producen en el medio rural o urbano; si la fiesta, romería o peregrinación se produce en la escala local, o bien su atractivo e influencia trascienden los límites geográficos y la convierten en un acontecimiento único e irrepetible. En este caso, el hecho de que la peregrinación se desarrolle por caminos y veredas, ríos, cañadas, cotos, vías pecuarias (aunque en determinados tramos haya que utilizar los medios de transporte habituales) que llevan a Doñana etc., le dan un significado especial a esta peregrinación.

La vuelta a la naturaleza, a la vida nómada como trasunto de los momentos en que las personas se desplazaban de un lugar a otro por motivos religiosos, espirituales, económicos etc., viene a demostrar el atractivo que sigue suponiendo la vida al aire libre, en contacto directo con la naturaleza, en unos días (los de la peregrinación) en los que se para el tiempo abstracto, inventado y sólo queda el tiempo religioso, el tiempo de fiesta, de hermanamiento entre las personas, de compartir lo que se tiene, incluso lo que no se tiene...; éste es el atractivo, el imán que congrega en torno a la advocación de la Virgen del Rocío, en torno a una Ermita (lugar sagrado), a tantas personas de ideologías y creencias distintas.

La reflexión que se ha efectuado al efecto ha partido de la hipótesis siguiente:

- El Rocío es un modelo particular de centro receptor de Turismo Religioso.
- El impacto sociocultural y socioeconómico de la peregrinación trasciende los límites de la Aldea del Rocío, convirtiéndose en un fenómeno de masas.
- La romería del Rocío puede ser considerada una expresión genuina de la religiosidad de muchos andaluces.

Si comparamos la Romería del Rocío con otras peregrinaciones que se suceden en el ámbito de la cristiandad, como por ejemplo la peregrinación a Santiago de Compostela (Galicia), Lourdes (Francia), Fátima (Portugal), Guadalupe (Méjico) etc. se observan diferencias sustanciales. No sólo respecto al número de personas o peregrinos que acuden a ellas, que en todos los casos alcanzan cifras millonarias, sino en cuanto al sentir particular de las personas participantes en la peregrinación al Rocío. Aquí, además de la religiosidad, estalla la fiesta en un entorno privilegiado, Doñana; la peregrinación se transforma en Romería y estalla en color, hermandad, nostalgia por las ausencias, alegrías, tristezas etc., conformando un universo, mezcla entre lo religioso y lo pagano, difícil de controlar por parte de la jerarquía católica.

Según manifiesta el Grupo de Investigación y Estudios sobre la Religión en Andalucía ¹ *“la religión de los pueblos, y específicamente de los andaluces, es la resultante de un proceso de acciones y reacciones de la religión preconizada por los grupos dominantes, el modo cómo se recibe cada pueblo esos principios y normas y la interpretación que hace de ellos en función de sus circunstancias históricas y necesidades, filtrados por su propio sistema de valores.”*

A partir de esta definición el acercamiento a cualquier fenómeno en el que entre en juego la religiosidad tendrá que ser analizado a la luz de las claves que nos aporte la Sociología, por supuesto, pero además la Antropología, la Geografía, la Psicología, la Economía, el Análisis Geográfico Regional etc., en definitiva, a través de las Ciencias Sociales las cuales nos acercan al análisis del comportamiento de las personas en el grupo y en un contexto determinado, es decir en su ciudad, en la cofradía, en el club, en la hermandad etc. para aprehender las causas y razones que conllevan a un determinado comportamiento social.

¹ GIESRA, Grupo de Investigación de la Universidad de Sevilla, dirigido por el Catedrático de Antropología Salvador Rodríguez Becerra. Recurso web: <http://www.grupo.us.es/giesra> , <consultado 12 mayo de 2007>.

Por otro lado, el documento “Encuesta Social de Andalucía”² (2006: 41-44) arroja los siguientes datos: *“Un 72,5% de los andaluces profesa alguna religión, de éstos el 97,7% se adscriben a la religión católica. Con independencia de si se profesa alguna religión y atendiendo a una escala de religiosidad del 0 al 10, donde 0 es “nada religioso” y 10 es “muy religioso”, los andaluces se sitúan en el 5,03”.*

Partiendo de estos datos podemos preguntarnos si realmente las expresiones religiosas de los andaluces obedecen a un sentimiento profundo de religiosidad o si por el contrario el tándem *religión-fiesta* es aceptado con naturalidad y es una forma propia de manifestar dicho sentimiento. Fruto de todo ello es la gran cantidad de fiestas, romerías, procesiones, etc. que se desarrollan en el territorio andaluz.

Si en concreto atendemos al significado de *la peregrinación*, podemos constatar que es un fenómeno mucho anterior al turismo, como concepto moderno que designa los movimientos de viajeros en el entorno de la sociedad de consumo, en la que el viaje se instaura como forma de ocio y solaz. Según Rodríguez Becerra (2002:165)³ *“una romería es una peregrinación de uno o varios días de duración a un santuario, pero también es una fiesta en el doble sentido de conmemoración religiosa y de celebración gozosa y placentera; una fiesta local y no un espectáculo. El santuario es el punto de referencia o término al que los romeros dirigen sus aspiraciones físicas y espirituales para lo que han de cubrir el camino que los separa del núcleo urbano de donde partieron”.* Aquí quedan recogidas las claves que encontraremos en las romerías andaluzas.

La misma OMT⁴ ha añadido a su definición sobre el turismo, una nueva propuesta que hace referencia al Turismo religioso: *“el movimiento de personas debido esencialmente a*

² Dicho documento, elaborado por la Fundación Centro de Estudios Andaluces (Consejería de Presidencia, Junta de Andalucía), en el apartado nº 7. Religión, recoge información sobre la vida religiosa de los andaluces: si profesan determinada fe o son miembros de alguna religión, la autopercepción sobre el grado de religiosidad, así como el grado de implicación en la práctica religiosa (frecuencia de asistencia a ceremonias, prácticas de rezo etc.).

³ Rodríguez Becerra, S. (2002): “La religión de los andaluces”, en *La sociedad andaluza*, Moyano, E. y Pérez Yruela, M. (Coords.), 2000, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, CSIC, pp.165-190.

⁴ Organización Mundial del Turismo (1985) define el turismo como *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno*

motivos culturales, como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos turísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones”.

Queda pues ampliado el concepto a partir de esta definición.

Es por ello que si bien puede considerarse con el calificativo de “*turísticos*” los flujos de viajeros cuya principal motivación es la concurrencia a centros receptivos de carácter religioso, el fenómeno excede de las características que como producto de ocio entraña cualquier destino turístico, así como a la mera atribución que corresponde a los peregrinos como consumidores (Rubio y Mariscal, 2005:8)⁵. Así queda constatado que las nuevas definiciones de turismo, y en especial, sobre Turismo cultural ponen en evidencia que “*las peregrinaciones y el turismo de motivación religiosa y folclórica, pueden considerarse como turísticas, al margen de que los productos o servicios dispuestos a este fin no entren en el mercado de consumo y en ocasiones ni se comercialicen*” (Rubio y Mariscal, 2005:26)⁶.

A continuación vamos a centrarnos en el estudio de caso.

2 Las manifestaciones de la religiosidad popular en el occidente andaluz: el caso de la Peregrinación a la Aldea del Rocío

Si nos atenemos a las estadísticas oficiales se constata que los centros de culto religioso más importantes en el orbe cristiano atraen en total a casi 25 millones de peregrinos (el 15% de los fieles migratorios de esta religión); de ellos a Roma y el Vaticano llegan 8 millones de personas, 6 millones a Lourdes (Francia), de 4 a 5 millones a Fátima (Portugal) y 2 millones de Guadalupe (Méjico). Esto quiere decir que los santuarios marianos juegan un papel muy relevante en el movimiento de viajeros por motivos religiosos.

Pero he aquí que uno de los fenómenos religiosos más paradigmáticos y singulares que se desarrolla en el occidente andaluz es la Romería del Rocío. Ésta se ha ido transformando con

habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

⁵ Rubio, A. y Mariscal, A. (2005): *El impacto socioeconómico de la Romería del Rocío como paradigma de turismo cultural y religioso*, Beca de investigación, Convocatoria año 2003, Centro de Estudios Rocieros, Ayuntamiento de Almonte, 390 pp. (inédito).

⁶ Ibidem, p. 26

el paso del tiempo, hasta convertirse en lo que es hoy, un fenómeno de masas que trasciende el mero hecho religioso y que congrega cada año a un número cada vez mayor de personas en la Aldea, en torno a la Virgen del Rocío. En este caso es donde, más allá de la afluencia por razones religiosas, sin duda importantes e inseparables del fenómeno, *se concentran unos valores etnológicos como paradigma de expresión de la propia cultura andaluza, y como tal interesa ser difundido y protegido, quedando en un segundo plano el interés económico subyacente a todo movimiento de viajeros* (Rubio y Mariscal, 2005:26)⁷.

Para darnos cuentas de las dimensiones del fenómeno hay que considerar que el Rocío, como centro receptor particular, alcanza unas cifras de afluencia significativas superando el 1 millón de peregrinos durante la Romería de Pentecostés, sin estimar los que también concurren en otras fechas del año.

El fenómeno rociero ha sido estudiado desde distintas disciplinas de las Ciencias Sociales y por especialistas españoles y extranjeros ⁸ en un intento de aprehender la esencia del mismo. Ésta se manifiesta en una serie de rituales que se repite anualmente en la primavera, en la fecha del domingo de Pentecostés (Rocío grande), aunque durante el resto del año también se celebran el Rocío Chico en agosto, la Venida de la Virgen a Almonte cada siete años, la Candelaria en febrero etc. Fenómeno complejo, pues, en el que aparecen entrelazadas una serie de componentes, que se relacionan a continuación y cuyo orden de aparición no está relacionado en absoluto con algún aspecto predominante en el mismo⁹:

➤ El componente religioso

La principal motivación de las personas que acuden a una peregrinación suele ser la religiosa y en el caso que nos ocupa el acudir al Rocío a venerar a la Virgen en su Santuario.

Dicho esto, no es de extrañar que las sociedades modernas, post-industriales hayan adaptado mejor o peor esa inquietud religiosa a una forma de expresión concreta y que este

⁷ *Ibidem*, p. 26

⁸ Murphy, González Faraco, Rodríguez Becerra, Comelles, Crain etc.

⁹ Según la ideología de quién tenga la experiencia o intente comprender el fenómeno rociero considerará que el aspecto predominante es uno u otro. En nuestro caso no se está emitiendo ningún juicio de valor, al contrario, se intenta abarcar los distintos aspectos que el común de las personas entienden pueden presentarse en cualquier fenómeno religioso.

componente religioso aparezca diluido, pero nada más lejos de la realidad. El principal atractivo para la mayoría de las personas que acuden a la peregrinación es acercarse a rezar, hacer promesas, peticiones etc. a la Virgen del Rocío.

➤ El componente lúdico

La peregrinación a la Aldea del Rocío, además del trasunto religioso, es una oportunidad para la celebración festiva en hermandad con las personas participantes en la misma, convertida en Romería que comenzó aglutinando a los pueblos del entorno de la aldea del Rocío hasta convertirse, en la actualidad, en una manifestación a la que acuden 115 Hermandades rocieras procedentes de toda la geografía nacional, además de otras del extranjero (Bruselas, Melbourne etc.).

➤ El componente socioeconómico

Al igual que cualquier otra peregrinación, la Romería del Rocío tiene un impacto socioeconómico que no se limita al esquema tradicional basado en el gasto privado, como sucede en otras peregrinaciones. Además se da la singularidad de que en este caso el impacto económico, queda detraído en la ausencia de comercialización de una fracción importante del consumo y en la ausencia de formalización del empleo y de buena parte de la actividad económica. Dicho impacto socioeconómico de la peregrinación a la Aldea del Rocío podría ser evaluado (alquiler de viviendas, estancia en establecimientos hoteleros de la zona, merchandising, comercio etc.), pero siempre resultará compleja la traslación de variables socioeconómicas a un fenómeno tan peculiar como es el Turismo religioso.

De todas formas siempre quedaría fuera del análisis el valor del *patrimonio inmaterial*, esa realidad que no se puede aprehender, esa vivencia íntima que incita al peregrino a ponerse en camino hacia la Aldea, sorteando toda suerte de incomodidades por los caminos de llevan hasta la Ermita de la Virgen del Rocío.

3 ¿Turismo religioso en el Rocío?

El concepto Turismo religioso ha sido acuñado por los expertos en un intento de definir las actividades que realizan miles de persona a lo largo y ancho del mundo con motivaciones religiosas, principalmente. Se trata de una mística particular, que responde tanto a las necesidades espirituales como de esparcimiento, y por ello tan íntimamente unido a la identidad popular. Incluso en el ámbito geográfico occidental en el que nos desenvolvemos, la misma Iglesia católica ha definido el concepto en el documento de la Santa Sede del año 2000 sobre el Peregrinaje, *Neum 1999*, de *Adalbert Rebic* en el que: *“define la peregrinación como un viaje emprendido por motivos religiosos a un lugar que se considera sagrado (locus sacre) por actuar allí de una manera especial Dios u otras deidades, para realizar allí unos determinados actos religiosos, de devoción y penitencia”*.

Dicho esto se puede cuestionar si los peregrinos son turistas o si los turistas al final se convierten en peregrinos. La misma dinámica de los hechos y acontecimientos esclarecerá las dudas que al respecto puedan surgir, pero resulta evidente la imbricación de ambos aspectos en las peregrinaciones del siglo XXI.

3.1 Características generales del Turismo religioso

El hombre ha sentido la necesidad de viajar desde tiempo inmemorial. Desde las primeras noticias que aparecen en el Génesis hasta las corrientes de peregrinación más modernas, vemos que ha satisfecho esas necesidades religiosas, místicas etc., desplazándose hacia esos lugares sagrados en los que entraba en contacto con la divinidad, con las distintas advocaciones etc.; unas motivaciones religiosas que aunque siguen en la actualidad, se mezclan con otros afanes y necesidades, como el conocer el patrimonio cultural, las costumbres, los rituales, las manifestaciones religiosas etc. de esos centros receptores de Turismo religioso.

La naturaleza del mismo se vincula al Turismo cultural en su dimensión socio espiritual, sin embargo se diferencia de éste último, por las características propias de los ritos, costumbres y criterios éticos, que configuran una estructura peculiar de la estancia, su estructura

empresarial y la distribución del gasto. Además el impacto de los fenómenos culturales, etnológicos y religiosos debe estudiarse bajo el prisma del Patrimonio no sólo monumental sino sobre todo etnológico, para entender la dimensión socioeconómica en toda su extensión.

Las expertas en Turismo Claudine Chaspoul y Martine Lunven establecen cuatro tipos de enfoques del Turismo religioso:

- Enfoque espiritual: el turismo religioso es un medio para el individuo de acercamiento a Dios.
- Enfoque sociológico: el Turismo religioso es un medio para el creyente de conocer mejor la historia del grupo religioso al que pertenece, de ensalzar sus lazos con la comunidad.
- Enfoque cultural: la visita a los lugares de culto y santuarios es un medio para el individuo, tanto creyente como no creyente, de comprender las religiones que impregnan las sociedades (en el plano histórico, sociológico, simbólico, etnológico, cultural e incluso político).
- Enfoque geográfico: los administradores de los destinos de Turismo religioso católico observan modificaciones en sus flujos y se adaptan a las evoluciones del mercado turístico.

Además para otros expertos *“la peregrinación es una de las formas de viajar más antiguas y tiene unas dimensiones espirituales entroncadas con las raíces comunes de la conciencia colectiva de la mayor parte de las sociedades”*, (Montaner, 1996:66)¹⁰. Y Cohen (1984:52-53)¹¹ expresa que se puede realizar la aproximación al fenómeno turístico desde varias perspectivas, una de ellas la define como la forma moderna del peregrino. Así pues, esta visión se centra en el significado estructural más profundo, identificando al turista moderno con el

¹⁰ Montaner Montejano, J. (1996): *Estructura del mercado turístico*, Madrid, Ed. Síntesis.

¹¹ Cohen, E. (1984): “The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings”, en *Annual Review of Sociology*, 10: 373-392.

peregrino tradicional (MacCannell, 1973), con un viaje sagrado (Graburn, 1977) cercano al del peregrino¹².

3.2 Aplicación teórica al análisis del fenómeno rociero

El Turismo religioso en general, y el que se desarrolla en el Rocio en particular, sí comprende, al igual que el que surge de otra dimensión, dimensiones económicas, sociales, culturales y educativas, contribuyendo al desarrollo productivo, económico y social de los centros receptores. Dicho esto, y tras haber reflexionado sobre el Turismo religioso, podemos pasar a realizar el estudio de caso.

El fenómeno rociero se caracteriza por su autenticidad frente a otros aspectos más economicistas de otros modelos de Turismo religioso, como por ejemplo el que tiene lugar en Lourdes, Fátima, Roma o Santiago de Compostela, por poner algunos ejemplos, en los que predominan aspectos más económicos de otros modelos de Turismo religioso. En el caso del Rocio se entronca con raíces profundas y una espiritualidad por encima de la ideología, la razón etc., y esto es lo que resulta paradigmático y paradójico a la vez.

Se produce una cohesión social y cultural que permite que el grupo realice el ritual de la peregrinación rociera año tras año y transmita ciertos valores (hermandad, altruismo, comunicación, etc.) que son los que convierten la misma en un paradigma dentro del mundo de las peregrinaciones católicas. El Rocio es pues *“un fenómeno social y turístico privilegiado, porque en él confluyen los tres sentidos del concepto de patrimonio: el artístico, el cultural etnológico y el natural”*, (Rubio, A. y Mariscal, A., 2005: 17¹³).

Dicho esto, se podría considerar que la peregrinación al Rocio, para una parte considerable de la población que acude a la misma, es una forma más de hacer turismo, un turismo con connotaciones religiosas, que resulta bastante rentable para la población receptora y

¹² MacCannell, D. (1973): “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”, en *American Journal of Sociology*, 79: 589-603; Graburn, N.H.H., (1977): “Tourism: The Sacred Journal”, en Smith, 1977 (Berkeley CA: University of California Press, pp.17-32.

¹³ *Ibidem*, p. 17

que derrama su impacto socioeconómico por el resto de poblaciones que acuden con su Hermandad rociera hasta la Aldea.

Las características, pues, que encontramos en el análisis del fenómeno rociero y que lo convierten en único e irrepetible, siguiendo el esquema de análisis de Bull para el sector turístico en general (Bull, 1996:9)¹⁴, podrían concretarse en las siguientes:

- La necesidad de los consumidores de viajar hasta donde está el producto, e igualmente, de emplear tiempo y dinero comprando dicho producto (Hay que ir a la Aldea del Rocío para participar en la peregrinación).
- La variedad y variabilidad de los atributos que esperan adquirir los turistas/peregrinos en un solo viaje turístico (experiencia única al vivir la peregrinación y la estancia en la Aldea).
- La incapacidad de los consumidores para probar el producto turístico antes de comprarlo (no vale la experiencia virtual como p.e. ver la salida de la Virgen de la Ermita por televisión).
- La inmovilidad de los recursos en los destinos, y, en especial, la incapacidad para desplazar los atributos de un destino turístico (tales como el paisaje, el clima y el patrimonio cultural) con el fin de producir el mismo producto en otro lugar (paisaje único junto al Parque Nacional de Doñana y las marismas circundantes).
- Muchos elementos de la oferta turística tienen capacidades fijas, lo que puede ser una restricción en algunos momentos del tiempo y se pierde si los consumidores no quieren adquirirlos en la estación baja (la oferta turística del centro receptor- El Rocío-debe funcionar todo el año, no sólo en las fechas de la peregrinación a la Aldea).
- La variedad y amplia gama de subsectores y oferentes implicados (agentes de la economía local implicados al 100% en la experiencia del viaje de los peregrinos y la estancia en la Aldea).

Todo ello nos debe llevar a la consideración del valor de estos desplazamientos de personas con fines religiosos como algo importante para el entramado económico de las naciones, las

¹⁴ Bull, A. (1996): "Economía del sector turístico", en *Economía del sector turístico*, revista ICE nº 749, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo, pp. 9-15.

regiones, las ciudades, los pueblos y que inciden directamente en la calidad de vida de los pobladores de los centros receptores, en este caso, de la Aldea del Rocío.¹⁵

Conclusiones

- Los viajes han sido desde la más remota antigüedad motor de cambio social y siguen siéndole bien en forma de peregrinación, viaje cultural, etc. ya que pone a las personas en contacto con sus orígenes, con el arte, la religión, con el grupo etc., hermanando a todos en lo que es común a todos los pueblos y convirtiéndose en espacio para la comunicación intercultural.
- El Turismo religioso, como expresión genuina de las personas que se desplazan a los lugares de culto por motivación religiosa o por el afán de conocer in situ el fenómeno, congrega a participantes con intereses variados, siendo capaces de convivir y participar en un acto colectivo, superando las diferencias ideológicas y de clase. Cada uno vive la peregrinación como puede y/o como quiere.
- La religiosidad se expresa en Andalucía en una serie de manifestaciones lúdico-festivas como es el caso de *la peregrinación a la Aldea del Rocío*, en honor de la Virgen homónima, que ha trascendido los límites de lo local hasta convertirse, con el paso del tiempo, en un fenómeno de masas y en un caso paradigmático de vivencia de lo religioso si lo comparamos con el resto de peregrinaciones del orbe cristiano. Este es el encanto y el atractivo de la fiesta, del ritual que se conmemora cada primavera en las puertas de Doñana.

¹⁵ Ni qué decir tiene que hemos dejado para otra ocasión el análisis del fenómeno de las peregrinaciones en otras religiones monoteístas (el Judaísmo y el Islam) o el resto de religiones o confesiones como el hinduismo, el budismo, Testigos de Jehová, etc. por considerar que excedía el propósito de esta comunicación, y porque nos ha parecido frívolo hablar de Turismo religioso para contextos culturales, económicos y políticos donde todavía puede resultar inadecuado el empleo del término, aunque igualmente se produzcan peregrinaciones y desplazamientos de personas con motivos y fines religiosos, con el correspondiente impacto cultural, social, medioambiental, económico etc.

Esperemos que estas Jornadas sobre *El fenómeno religioso* tengan su continuidad en el tiempo y nos permita seguir con la reflexión sobre el fenómeno de las peregrinaciones, como trasunto de la búsqueda del hombre contemporáneo de una explicación a su existencia.

Bibliografía

- Bull, A. (1996): "Economía del sector turístico", en *Economía del sector turístico*, Revista ICE nº 749, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo, pp. 9-15.
- Cohen, E. (1984): "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings", en *Annual Review of Sociology*, 10: 373-392.
- Comelles, J.M. (1996): "Rocios", en *Demófilo*, nº 17, Sevilla, Fundación Machado, pp.13-38.
- Córdoba Montoya, P. (1989): «Religiosidad popular: arqueología de una noción polémica», en C. Álvarez Santaló, M. J. Buxó, S. Rodríguez Becerra (coord.), *La religiosidad popular. I. Antropología e historia*. Barcelona/Sevilla, Anthropos/Fundación Machado: pp. 70-82.
- Crain, M. (1990): *Pilgrims, Yupeez and Media-Men: The transformation of an Andalusian Romería*, The European Association of Social Anthropology's, Monograph Series, nº 1, "Contested Territories: The politics of touristic development at the shire of El Rocío in southwestern Andalusia", en Boissevain, J. (comp.), *European Reactions to tourist gaze*, Routledge, Londres.
- Fernandes, C., McGettigan, F. y Edwards, J. (2003): *Religious Tourism and Pilgrimage*, Fátima, Tourism Board of Leiria, Portugal.
- GIESRA, Grupo de Investigación de la Universidad de Sevilla, dirigido por el Catedrático de Antropología Salvador Rodríguez Becerra. Recurso web: <http://www.grupo.us.es/giesra>, <consultado 12 mayo de 2007>.
- González Faraco, J.C. y Murphy, M.D. (1999): "Fuentes básicas para el estudio del Rocío", en *Demófilo*, nº 20, Sevilla, Fundación Machado.
- Graburn, N.H.H., (1977): "Tourism: The Sacred Journal", en Smith, 1977 (Berkeley CA: University of California Press, pp.17-32.
- Jiménez de Madariaga, C. (1997): *Más allá de Andalucía. Reproducción de devociones andaluzas en Madrid*, Sevilla, Fundación Blas Infante: 337 pp.
- MacCannell, D. (1973): "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", en *American Journal of Sociology*, 79: 589-603;
- Montaner Montejano, J. (1996): *Estructura del mercado turístico*, 2ª edición, Madrid, Ed. Síntesis, 349 pp.

- Murphy, M.D. y González Faraco, J.C. (2002): *El Rocío: análisis culturales e históricos*, Diputación Provincial de Huelva, Col. Investigación, Serie: Antropología.
- Rodríguez Becerra, S. (1980): "Las fiestas populares: perspectivas socio-antropológicas", en *Homenaje a Julio Caro Baroja*, Madrid, CIS, pp.915-929.
- (1989): "La Romería del Rocío, fiesta de Andalucía", en *El Folk-lore andaluz, Homenaje a Pitt Rivers*, 2ª época, vol. 3, Sevilla, pp.147-152.
- (2000a): "Religión y fiestas en Andalucía. Reflexiones metodológicas", en Actas del Congreso "*Religiosidad y costumbres populares en Iberoamérica*", Huelva, CER, Universidad de Huelva, pp.153-168.
- (2000b): "La religión de los andaluces", en *La sociedad andaluza*, Moyano, E. y Pérez Yruela, M. (Coords.), Ed. 2002, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, CSIC, pp.165-190.
- (2000c): *Religión y fiesta: antropología de las creencias y rituales en Andalucía*, Sevilla, Signatura Demos, pp.179-187.
- Rubio, A. y otros (2006): *Sociología del turismo*, Coord., Ariel Turismo, Madrid: 292 pp.
- Rubio, A. y Mariscal, A. (2005): *El impacto socioeconómico de la Romería del Rocío como paradigma de Turismo cultural y religioso*, Beca de investigación, Convocatoria año 2003, Centro de Estudios Rocieros y Ayuntamiento de Almonte, 390 pp. (inédito).
- Rubio, A., Mariscal, A. y Esteban, J. de (2006): "The socioeconomic impacts of the Romería del Rocío (Pilgrimage of the Dew) as a paradigm of Religious Tourism", en *Actas del Simposio sobre Turismo religioso*, Universidad de Lincoln (UK), abril, 20 pp.
- VV.AA. (2006): *Encuesta Social de Andalucía*, Fundación Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 102 pp.