

María Pilar Panero García
(Editora)

Mirar, vivir, participar

Turismo cultural y Semana Santa



Universidad de Valladolid

Serie: Sociología nº 14

PANERO GARCÍA, M.^a Pilar

Mirar, vivir, participar : turismo cultural y Semana Santa / M.^a Pilar Panero. Universidad de Valladolid, ed. 2020

Sociología (Universidad de Valladolid) ; 14
300 p. il.,col. ; 24 cm

ISBN: 978-84-1320-108-5

1. Turismo cultural. 2. Semana Santa. I. Ediciones Universidad de Valladolid. II. Serie

338.48:398.332.12

M.^a PILAR PANERO GARCÍA
(Editora)

MIRAR, VIVIR, PARTICIPAR.
TURISMO CULTURAL Y SEMANA SANTA



EDICIONES
Universidad
Valladolid^{de}

Este libro está adscrito al Proyecto Centro Internacional de Estudios de Religiosidad Popular: LA SEMANA SANTA (Convenio de colaboración entre la Fundación Municipal de Cultura-Ayuntamiento de Valladolid, la Universidad de Valladolid y el Estudio Teológico Agustiniiano de Valladolid: 2009-2019).



No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, ni su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso del ejemplar, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

En conformidad con la política editorial de Ediciones Universidad de Valladolid (<http://www.publicaciones.uva.es/>), este libro ha superado una evaluación por pares de doble ciego realizada por revisores externos a la Universidad de Valladolid.

- © LOS AUTORES. Valladolid, 2020
© EDICIONES UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Preimpresión: Ediciones Universidad de Valladolid

ISBN: 978-84-1320-108-5

Diseño de cubierta: Ediciones Universidad de Valladolid

Motivo de cubierta: Fotografía de Carlos Espeso. Archivo Ayuntamiento de Valladolid. Cofradía Penitencial de Ntra. Sra. de la Piedad (Valladolid)

La traductora de los trabajos de Alessandro Simonicca, Paola De Pinto y Gaetano Armenio: Ivana Pistoressi De Luca

Dep. Legal: VA 966-2020

Imprime: PODIPRINT

ÍNDICE

PRESENTACIÓN. SEMANA SANTA, PATRIMONIO Y TURISMO	
Fernando Joven Álvarez	11
INTRODUCCIÓN. EL ESPACIO TURÍSTICO DE LA SEMANA SANTA	
M.ª Pilar Panero García.....	17
I. ANTROPOLOGÍA, TURISMO Y RELIGIÓN	
La antropología, entre el turismo y la religión. Un estado de la cuestión	
Alessandro Simonicca.....	29
Marcando el paso. Una visión socio-antropológica del turismo en tiempos de Pasión	
Antonio Miguel Nogués-Pedregal	57
Peregrinos, viajeros y turistas: religión, economía y cultura en la construcción del relato de la Semana Santa	
José Luis Alonso Ponga y M.ª Pilar Panero García	85
Semana Santa: teología, tradición y turismo en el marco de un diálogo interdisciplinar	
Narciso Jesús Lorenzo Leal.....	115

II. TURISMO Y SEMANA SANTA. ESTUDIOS DE CASO

Turismo y Semana Santa en Valladolid: desde la pasión a la experiencia Juan Manuel Guimeráns Rubio.....	141
Semana Santa de Braga: Patrimonio Inmaterial de Portugal Rui Ferreira.....	163
Los disciplinantes de San Vicente de la Sonsierra (La Rioja, España). Un ejemplo de las repercusiones del turismo Julio Grande Ibarra.....	183
La Semana Santa en la ciudad de Murcia: icono del turismo multivivencial Fina Antón Hurtado.....	199
La producción artística y musical en los ritos pascuales de Puglia. Un patrimonio para custodiarse y narrarse. Paola De Pinto.....	215
La documentación de la Semana Santa en el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía Gema Carrera Díaz.....	237
Patrimonio y promoción turística de la Semana Santa en las ciudades medias de Andalucía. La ruta «Camino de Pasión» Salvador Rodríguez Becerra, Salvador Hernández González y Encarnación Giráldez Cejudo.....	257
La Settimana Santa in Puglia: un viaje entre la fe, la tradición y la experiencia turística Gaetano Armenio.....	285

PEREGRINOS, VIAJEROS Y TURISTAS: RELIGIÓN, ECONOMÍA Y CULTURA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL RELATO DE LA SEMANA SANTA

José Luis Alonso Ponga
Universidad de Valladolid
ponga@fyl.uva.es

M.ª Pilar Panero García
Universidad de Valladolid
mariapilar.panero@uva.es

1. EL TURISMO RELIGIOSO

No es fácil dar una definición de turismo religioso que abarque todos los aspectos que cubre esta expresión. Rafael Esteve Secall (2009: 29) habla de «una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el *contacto* con lo sagrado». Definición muy acertada que en nuestros días ya ha evolucionado y abarca otros aspectos. Más bien creemos que hay que entender por turismo religioso aquel que está fundamentado en fenómenos religiosos o lugares y personas de especial relevancia para el grupo que los sustenta, porque representan o se relacionan con la divinidad o con sus ministros. Actúan en los lugares hierofánicos o con rituales que ejecutan los fieles en relación con lo espiritual, pero en los que también pueden participar, aunque sea como espectadores,

los curiosos. Este sentido amplio abarca todos los aspectos del viaje por turismo y contiene todos los aspectos religiosos, sociales y culturales. La cultura y la religión no se pueden separar en estos casos, de la misma manera que no podemos hacer dos secciones, una para el turismo religioso material y otra para el turismo religioso inmaterial, aunque como es lógico en las ofertas turísticas primen más unos aspectos que otros.

Añadiríamos un par de matizaciones que para el turismo de la Semana Santa son imprescindibles. La primera, que los fenómenos religiosos lo son en función de las jerarquías que los han autorizado o simplemente tolerado, y se desarrollan en función de los sujetos que se acercan a participar en ellos desde sus presupuestos culturales y religiosos. Es decir, hay una religiosidad hegemónica que produce los hechos religiosos y una subalterna que los vive. La segunda, es que lo sagrado y los fenómenos religiosos, en cuanto que son vividos, son inseparables de la cultura y a su vez no pueden sustraerse de la economía subsidiaria a la que de alguna manera acaban si no sometidos, sí interrelacionados.

El turismo religioso es, como hemos apuntado, el turismo relacionado con las visitas a los lugares santos e hierofánicos, pero también incluye eventos religiosos singulares —canonizaciones, visitas papales, congresos eucarísticos, años santos...— y, precisamente, por esta amplitud semántica a veces no somos capaces de dar directrices clarificadoras del fenómeno. Por consiguiente, entendemos que el turista religioso busca vivir, sobre todo, «una experiencia religiosa», pero en ocasiones se conforma con participar de una experiencia cultural sublime.

En primer lugar, habría que distinguirlo del turismo cultural-religioso, en el que se enmarcan las visitas y contemplación del patrimonio material de las religiones —catedrales, monasterios, conventos, museos de arte sacro, iglesias...—, o incluso del disfrute del patrimonio inmaterial de las religiones como los conciertos de música sacra —gregoriano y otras— en lugares sagrados.

Los turistas religiosos se mueven para conocer, admirar o participar en los ritos y las fiestas que conocen de antemano y que van a disfrutar, al nivel que sea, para colmar el deseo de conocimiento y participación en ellos. Las primeras peregrinaciones a Tierra Santa de las que tenemos constancia estaban movidas por el deseo de conocimiento *in situ* de la narración de los Evangelios y la Biblia en general. En definitiva, existe una relación directa entre prácticas religiosas y territorios que poseen reliquias de santos o asociados a la divinidad (Nolan & Nolan, 1992). La Tierra Santa se constituye como meta y final del camino para turistas y peregrinos. En las peregrinaciones se visitaban por igual los lugares vetero y neotestamentarios, pero con el paso del tiempo y los problemas religiosos surgidos con los judíos en la Edad Media, los cristianos crearon itinerarios específicos realzando la importancia de los territorios relacionados con la vida de Cristo y su Madre.

Con el turismo religioso se pretende participar en el «lugar de los hechos» de las verdades sublimes de la religión. Los peregrinos estaban deseosos de poder llegar hasta los santos lugares, movidos por una formación adquirida en las lecturas y en los relatos

de otros que los precedieron. Una prueba de ello lo tenemos en el libro del s. XVI re-dactado, como hacían muchos de los que viajaban allí, por el gran compositor de música y motetes litúrgicos, Francisco Guerrero. El maestro confiesa en la introducción de *El viage de Hierusalem* que cuando componía las chanzonetas en su aposento ardía en deseos de vivir y unirse a los ángeles en su alabanza y gloria en la noche del nacimiento:

Y, como tenemos los de este oficio por muy principal obligación componer chançonetas y Villancicos en loor del Sanctíssimo Nacimiento de Iesu Christo, nuestro Saluador y Dios, y de su santíssima Madre, la Virgen María, nuestra Señora, todas las vezes que me ocupaua en componer las dichas chançonetas y se nombraua Bethlehem se me acrescentaua el desseo de ver y celebrar en aquel sacratíssimo lugar estos cantares en compañía y memoria de los ángeles y pastores que allí començaron a darnos lección desta diuina fiesta. (Guerrero, 1627: Pról., A3 r).

Desde la Edad Media se crearon rutas que unieron entre sí santuarios, hierofanías, lugares emblemáticos basados en los libros sagrados o en la tradición. Hoy el turismo de peregrinación, además de tener en cuenta dichos lugares de culto, plantea la vinculación de varios centros entre sí, estableciendo, itinerarios o circuitos de peregrinación (Gil de Arriba, 2006: 98). Las ofertas culturales y paisajísticas durante el itinerario y en el destino se complementan.

Los santuarios e hierofanías, sobre todo los antiguos, están enclavados en parajes excepcionales sugiriendo un turismo ecológico-espiritual, es decir, de viajes a lugares de especial significación religiosa para el disfrute de sus valores naturales (caminos, ambientes, paisajes...). Se produce así una coincidencia entre la magia que emana de la santidad de los lugares físico-ambientales y los valores espirituales de la peregrinación. El turismo religioso, se basa en la perfecta imbricación de unir fe y bellos lugares, los hitos sagrados con la naturaleza. Llega a su máxima expresión con los Sacro Montes. En el concepto de turismo religioso influye de una manera definitiva el concepto de belleza, base de la cultura. La belleza se entiende desde el punto de vista agustiniano —Verdad y Belleza—, que comprende la realización de categorías estéticas con el descubrimiento del hombre interior y la proyección de esta belleza al exterior. La belleza que se ofrece en las peregrinaciones abarca todo el paisaje, al que se suman las imágenes, la música, los hábitos... funcionando como suma de todo ello. De hecho, los principales destinos del turismo religioso, son lugares que destacan por su peculiaridad histórico-cultural.

Hay una tendencia a diferenciar el turismo religioso del turismo del espectáculo religioso, entendido el último como la asistencia a manifestaciones de religiosidad popular ligadas a festividades o celebraciones religiosas —procesionismo semanasantero y de los patronos, romerías, etc.—. Estas fiestas o celebraciones consideradas espectáculo suelen atraer a muchos turistas, pero en ellas la población autóctona es espectadora y protagonista al mismo tiempo, y puede ocurrir que, mientras unos están experimentando una vivencia religiosa profunda, otros son meros espectadores de la

misma. Obviamente, la realidad es mucho más rica y compleja de lo que puede pensarse inicialmente, siempre difícil y esquiva a los intentos teóricos de clasificación o encorsetamiento; y, además de la dificultad de distinguir unos tipos de turismo de otros, en muchas ocasiones, hay una clara superposición o confusión de diferentes tipos o segmentos turísticos, lo que acrecienta los problemas de teorización.



Figura 1. El santuario de Bom Jesus do Monte (Braga, Portugal) ofrece al peregrino un programa teológico en torno a la Pasión y al turista la monumentalidad barroca en un entorno de gran belleza. Fotografía del archivo de los autores.

Son cuatro las perspectivas que establecen en 1993 Chaspoul y Lunven (cit. Álvarez-García *et al*, 2018: 3) para turismo religioso en función de la demanda. La primera es la perspectiva espiritual, pues el turismo religioso es un medio para que el individuo pueda acercarse a Dios. Algunos turistas son creyentes y la peregrinación espiritual y el retiro espiritual se incluye en su parte práctica de la fe. Otros turistas son atraídos por una emoción, un lugar, un clima y su ambiente, que les permiten el diálogo y la consolidación de su fe durante el viaje o visita al lugar sagrado. En segundo lugar, la perspectiva sociológica pues el turismo religioso es un medio para que el creyente pueda conocer mejor la historia del grupo religioso al que pertenece y, también, unir sus vínculos con la comunidad. La perspectiva cultural, en tercer lugar, porque la visita a los lugares de culto y santuarios es un medio para el individuo, tanto creyente como no creyente, para entender las religiones presentes en las sociedades desde un punto de vista histórico, sociológico, simbólico, etnológico, cultural e incluso político. Y, por

último, la perspectiva geográfica debido a que los directivos de los destinos de turismo religioso observan las modificaciones en los flujos de turistas y tratan de ir adaptándose a la evolución del mercado de turismo.

Sobre estas cuatro perspectivas hay grandes diferencias que oscilan entre los dos extremos de la religión y la cultura, al mismo tiempo que lo hacen entre las de espectador y actor. Por eso cada viajero/turista se posiciona desde sus propias categorías y valores teniendo en cuenta lo que busca cada uno.

2. PEREGRINOS, VIAJEROS Y TURISTAS

Hoy distinguimos entre viajeros, turistas y peregrinos en función de la implicación que tenga cada uno con el hecho religioso que les mueve. El concepto actual de peregrino se refiere a la persona que se mueve por fe o praxis religiosa a lugares o eventos de especial relevancia dentro de su mundo religioso, y que es reconocido como tal, porque lo hace según las normas de la jerarquía religiosa. Sin embargo, en la antigüedad se distinguía entre peregrino y viajero. Este último era el *homo viator*, palabra que procede del bajo latín, para designar al viajero que se desplazaba por las calzadas para llevar y traer correos y para comerciar. Designaba, por tanto, al que se movía para satisfacer las necesidades de la oficialidad.

Por el contrario, la palabra peregrino procede del latín *per agros*, haciendo referencia al que va a visitar un lugar sagrado, pero por vías no del todo claras, no siempre señaladas. El peregrino está en contacto más con el *ager* que con la *civitas*, aunque su meta se encuentre en una *civitas* o en un lugar civilizado. El peregrino convive más con lo extraoficial, va de paso y es extranjero, extraño en todas las partes del camino, se relaciona con los lugares y las gentes, pero de una forma somera, sin echar raíces. En el latín pre-cristiano significaba extranjero, forastero y exótico. La *peregrinatio* significaba viajar al extranjero lejos, fuera de la ciudad desplazándose por el *rus*. Este campo semántico cambia y se enriquece en el latín cristiano cuando la palabra *peregrinatio* comienza a significar caminar para venerar, para adorar, retomando el sentido griego de la *próskynêês* («adorador») de *prókinêsis* («adoración») (Penachietti, 2010: 209). Fue en el siglo XII cuando el vocablo *peregrinatio* empezó a designar ya unívocamente la práctica religiosa de visitar lugares sagrados.

El peregrinaje estaba repleto de dificultades, el estar fuera de la ciudad convertía al peregrino en vagabundo a los ojos de los ciudadanos, estaba también inmerso en los peligros de ser amenazado y agredido por los otros errantes que no andaban por los campos por motivos religiosos (Ferrari, 2010: 211). El concepto actual lo clarificó la Iglesia católica con motivo del jubileo del segundo milenio en el documento de la Santa Sede del año 2000 sobre el peregrinaje. Éste define la peregrinación como un viaje emprendido por motivos religiosos a un lugar que se considera sagrado (*locus sacer*) por actuar allí de una manera especial Dios, la Virgen o los santos, para realizar unos determinados actos religiosos, de devoción y penitencia:

Todos los cristianos son invitados a tomar parte en esta gran peregrinación que Cristo, la Iglesia y la humanidad han recorrido y deben continuar recorriendo en la historia. El santuario hacia el cual se dirige debe convertirse en «la tienda del encuentro», como la Biblia denomina al tabernáculo de la alianza. Es allí, en efecto, donde tiene lugar un encuentro fundamental que revela dimensiones diversas y se ofrece bajo aspectos diferentes. Basándonos en ellos podemos diseñar una pastoral de la peregrinación.

Para el cristiano, la peregrinación, vivida como celebración de su fe, es una manifestación cultural que debe cumplir con fidelidad a la tradición, con profundo sentido religioso y como vivencia de su existencia pascual.

[...]

La peregrinación es símbolo de la experiencia del *homo viator*, que apenas salir del seno materno, se enfrenta al camino del tiempo y del espacio de su existencia; la experiencia fundamental de Israel, en marcha hacia la tierra prometida de la salvación y de la libertad plena; la experiencia de Cristo, que de la tierra de Jerusalén sube al cielo, abriendo el camino hacia el Padre; la experiencia de la Iglesia, que avanza en la historia hacia la Jerusalén celeste; la experiencia de toda la humanidad, que tiende hacia la esperanza y la plenitud. Todo peregrino podría confesar: «Por la gracia de Dios soy hombre y cristiano; por mis hechos, un gran pecador; por mi condición, un peregrino sin techo, muy pobre, que va errando de lugar en lugar. Mis bienes, un hatillo al hombro con un poco de pan seco y una sagrada Biblia que llevo bajo la camisa. No tengo nada más» (Cheli & Gioia, 1998: s.p.)

Desde esta perspectiva cobra sentido la pregunta acerca de 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: «Ir de peregrinación no es simplemente visitar un lugar para admirar los tesoros de su naturaleza, arte o historia. Ir de peregrinación en realidad significa salir de nosotros mismos para encontrar a Dios» (Benedicto XVI, 2010).

La cultura del peregrinaje se entrecruza con la del turismo porque, hoy día y gracias a la desacralización del ambiente no se percibe una nítida separación de los conceptos. Los que se mueven por motivos religiosos pueden estar atraídos por la espiritualidad en exclusiva, pero también y al mismo tiempo para conocer, participar, vivir y sentir lo que de «nuevo» y curioso tienen los lugares, las prácticas y los ritos en los que pueden participar.

El viaje es cambio en la vida cotidiana, es un paréntesis en el que el cuerpo y la mente se alejan también de lo ordinario, de los lugares y espacios trillados, del vivir diario, para adentrarse en otros contextos físicos y sobre todo mentales (Aguirre Baztán, 1994). El Camino de Santiago es un buen ejemplo de ello porque el peregrino rompe con la rutina y normatividad de la vida cotidiana para adentrarse en otra, que funciona de otra manera, como también sucede en la visita a las procesiones de Semana Santa.

Algunos investigadores como Vukonic (cit. Álvarez-García *et al*, 2019: 172) identifican ambos conceptos, turismo religioso y peregrinación, ya que casi todos los peregrinos practican actividades turísticas a lo largo del recorrido que les lleva al lugar de peregrinación. Son conocidas, por ejemplo, las ofertas relativas a la Ruta Jacobea, organizadas por asociaciones especializadas en turismo alternativo. Pero no hay que olvidar que la peregrinación tiene un profundo sentido religioso, es un acto de culto unido a la oración, penitencia, etc. practicadas durante el viaje, así como en el lugar sagrado (a menudo un santuario), que constituye la meta final. En toda peregrinación es tan importante llegar al destino como el viaje y las vivencias del propio peregrino. El peregrinaje tradicional comportaba sacrificio porque el peregrino, que se ponía en manos de la divinidad quería demostrar a ésta que estaba en línea y contacto con ella ofreciendo las fatigas, los peligros y las enfermedades del camino. La Iglesia ha venerado a peregrinos prototípicos como san Rafael y san Roque a los que la iconografía representa con la indumentaria del peregrino con bordón, sombrero, capa y portando la calabaza y, además. San Rafael protege de las enfermedades y san Roque muestra su llaga en la pierna izquierda que representa la enfermedad y el sacrificio de los que se ponen en marcha por Dios. Hoy, puesto que la inmensa mayoría de peregrinos hace el viaje en medios de transportes cómodos y rápidos este presupuesto ha desaparecido, aunque no afecta a la esencia de la peregrinación.

3. LAS CONSTANTES INVETERADAS: LA PASIÓN COMO CENTRO

3.1. Peregrinos, viajeros y turistas en perspectiva pasionista

De la peregrinación se ha llegado a viaje por cultura, que es el contexto donde se insertan los discursos del turismo de la Semana Santa que, además, tiene como peculiaridad la temporalidad. Hay tres constantes que podemos rastrear desde el inicio en la veneración de las reliquias y creencias relativas a la Pasión que son: la devoción, la cultura y el turismo. Desde el primer momento el peregrino cristiano que viaja se mueve también por cultura (Mazzucco, 2010: 227). El viaje devocional comienza con la paz de Constantino, siendo el que su madre santa Elena hace a Tierra Santa en busca de las reliquias pasionistas, el que se pone como modelo de la primera peregrinación. La peregrinación de la monja Etheria, viajera y escritora hispanorromana, «*ad loca sancta*» sería la segunda. Ambos viajes, aunque hay más y con otros intereses, serán la base sobre la que se van a construir los itinerarios oficiales desde el s. IV, pero, sobre todo, la finalidad de los mismos: vivir la peregrinación como penitencia y como cultura, y, lo que es muy importante, potenciar la celebración empática de la muerte y resurrección de Cristo en la Tierra que empezó a llamarse Santa.

A partir del año 1300 el papa Bonifacio VIII relanza un tipo de peregrinaje a Roma, que por entonces se había convertido en el mayor tesoro de reliquias pasionistas, además de poseer otras relacionadas con la infancia de Jesús y con la vida de la Virgen. Al crear el primer jubileo mediante la Bula *Antiquorum habet fidem relatio* y dotarlo

de indulgencia plenaria apostó, no solo por la centralidad de la capital del catolicismo, sino que también potenció unos modelos de religiosidad popular que acabarán influyendo en las celebraciones de la Semana Santa en occidente.

Los peregrinos del s. IV se acercaban a Tierra Santa movidos por el espíritu de sacrificio, pero también para experimentar los «fervores» que se acrecentaban en presencia de lo sagrado, en la evocación de la Historia Sagrada, y de las historias piadosas, que les habían referido y movido a emprender el viaje. Significa que ya por entonces, como es lógico por otra parte, el visitante anhelaba encontrarse con las cosas que llevaba en su corazón y en su mente, y que proyectaba sobre los lugares según las categorías interiorizadas, es decir, por una industria turística medieval (Vogeler, 2018: X-XII). A continuación, ellos se hacían apóstoles y propagadores de la virtud de los lugares y de las experiencias vividas por ellos mismos. Etheria, en las cartas que envía durante su trayecto, comparte con las compañeras de cenobio, tanto la impresión de los lugares que visita, como la emoción que siente al encontrarse en el centro de la cristiandad. Cada peregrino cuando viaja lleva su bagaje personal que desarrolla a lo largo del camino y en los lugares que visita, pero a su vez transmite informaciones de la experiencia a los que seguirán sus pasos en el futuro, lo que hace que la peregrinación se enriquezca cada vez más.

¿Podemos decir que estos peregrinos no son también viajeros? Si los juzgamos con categorías actuales, desde luego que no, pero si lo analizamos contextualizados en su momento, probablemente sí. ¿Acaso estos viajeros no son turistas que participan en un turismo religioso?

Jerusalén y los Santos Lugares serán el centro de las peregrinaciones, pero cuando caen en manos de los musulmanes se ponen de moda otros como Roma y Santiago de Compostela. A partir del s. VII la Iglesia propone los viajes de peregrinación a determinados lugares como viajes penitenciales, que se deben hacer como expiación impuesta por el confesor a los que han cometido delitos graves.

Paralelamente las devociones pasionistas, se potencian a través de la celebración de la Semana Santa con la dramaturgia, con las procesiones de disciplina y otras constantes que podemos rastrear en Europa. Las dificultades, cada vez mayores para acceder a los Santos Lugares, y el interés creciente de acercarse simbólicamente a ellos, ayuda a la creación de los Sacro Montes, capillas que reproducen a escala los lugares de la pasión de Cristo, de manera que son muchos más los fieles que pueden empaparse, ver y participar del ambiente de Jerusalén. Al mismo tiempo se crean lugares especiales en los que meditar algunos pasajes de la Pasión, dando origen a el viacrucis, del que el beato zamorano Álvaro de Córdoba O.P. sería el primer mentor fundando el primero en el convento Scala Coeli de la capital andaluza. Lo perfecciona san Leonardo de Porto Maurizio, O.F.M. cap., que convenció al papa para erigir uno dentro del Coliseo en el Año Santo de 1750 en el que cada estación estaba señalada con una capilla con la representación correspondiente. Además, el Santo Padre dio permiso para crear una cofradía dedicada a esta devoción.

Por otra parte, las Cruzadas trajeron a Europa los elementos más señeros de la Pasión, como la cruz, la columna de la flagelación, la corona de espinas, la sacra lanza y la sangre de Cristo repartida en varias ampollas que se veneran en Aquisgran y Brujas. Las devociones a estos lugares no tenían mucha interferencia con la celebración de la Semana Santa, ya que, si es verdad que durante este periodo había una mayor asistencia a los ritos de estos sitios, sin embargo, la afluencia de peregrinos no cesaba en todo el año.



Figura 2. Mosaico que representa a santa Elena con la Cruz en la iglesia de la Santa Croce in Gerusalemme (Roma) que custodia numerosas reliquias pasionistas. Fotografía del archivo de los autores.

El nuevo peregrino no hace largos viajes en busca de indulgencias, busca otras cosas. Los antiguos peregrinos se caracterizaban, en general, por una curiosidad, pero también por un respeto a los lugares y culturas por donde iban caminando y adaptándose al medio. Esto no está tan claro en el turismo actual de consumo en el que las hordas influyen en los hechos y, hasta cierto punto, contaminan los lugares hasta los que llegan.

3.2. Nativos, curiosos y turistas

No todos los que viajan en la Semana Santa lo hacen animados por los mismos motivos. Los nativos vuelven a sus lugares de origen evocando sus raíces y para participar en la tradición. Los visitantes a su vez lo hacen por varias razones, que creemos se pueden resumir en tres en función de la implicación emotiva y de la actitud que muestran al enfrentarse con los ritos: el nativo participa desde dentro, se implica; el curioso asiste con mente abierta y mirada muy amplia, quiere conocer todo y se pregunta por las causas de lo que está viendo; y el turista consume lo que le sirven, entiende y comprende lo que le han vendido, por eso vuelve a casa satisfecho con la idea de haber adquirido nuevos conocimientos participando como espectador, enriqueciendo con sus propias vivencias las descripciones y el conocimiento estándar.

El turismo de Semana Santa, sobre todo cuando se hace dentro del propio país, suele organizarse a nivel individual o familiar. Cuando se hace en viajes programados no suele ser turismo de Semana Santa, aunque se llame así por las fechas en las que se realiza, pues se organiza en una combinación de atractivos naturales (playas paisajes...), culturales (ciudades, monumentos...), gastronomía y también procesiones.

Cuando hablamos de turismo como destino, como fuerza económica y como capacidad de «salvar» tierras muertas o lugares despoblados no podemos perder de vista los viajes que hacen los emigrados del mundo rural en busca de las raíces, la llamada de la memoria histórica personal y la memoria de los antepasados. En este caso no se cuestiona «a qué lugar vamos», sino el «para qué vamos» y retornamos a recuperar las señas de identidad y, por eso, cuantos menos cambios se produzcan en el desarrollo de los ritos mejor. La Semana Santa así concebida tiene una razón de ser en sí misma, que es la de ser el ancla que sostiene al individuo en su desarrollo identitario personal.

Quizás sea exagerado llamar turistas religiosos a los que vuelven al pueblo por su fe y relación afectivo religiosa con los lugares de origen. Pero no podemos olvidar que los nativos que retornan son partícipes de muchas de las categorías que se aplica a los turistas. Gracias a ellos se conservan estas segundas residencias, que no siempre coinciden con los destinos de las vacaciones, y gracias a ellos aún se protegen muchos núcleos rurales, heridos gravemente por la daga de la despoblación. Influyen en las respectivas cofradías, o porque introducen cambios en las viejas estructuras, o porque conservan la tradición cuando todo cambia, ya que ven en ella una manera de defender la identidad y pureza de las costumbres.

Porque las semanas santas, rurales y urbanas, aunque sean espectáculo para el turista que ese día llena las calles, se basan en ritos específicos que el grupo ha interiorizado, sean propios particulares, tienen su código semántico conocido por los participantes que comprenden las motivaciones personales de los hermanos —fe, voto, amor a la tierra— y los que van de visita. No es difícil explicar la visión *emic*, ni las motivaciones de los actores, pero es mucho más difícil llegar a saber lo que mueve al turista: ¿morbo, belleza, colección de visitas a sitios raros (restos de otros tiempos), la relación con la naturaleza o con otras ofertas gastronómicas y culturales? ¿Qué mueve al turista a ver los picados de San Vicente de la Sonsierra, los empalados de La Vera, o

los que caminan descalzos con largas cadenas atadas a los pies en las procesiones urbanas?

Pero no solo en el ámbito rural se aprecian los valores de creación y revitalización de la identidad, de la economía y de la cultura. Las semanas santas urbanas como la de Valladolid, León, etc. se construyen como puntos de atracción desde los cuales los visitantes se desparraman por otros lugares, porque estos grandes polos de atracción, tienen unas capacidades hoteleras que no tienen las ciudades y pueblos más pequeños.

4. EL CASO DE LA SEMANA SANTA

4.1. Espectacularidad e historicismo en los orígenes del turismo de Semana Santa

La Semana Santa, entendida como el periodo que va desde el Domingo de Ramos hasta el de Resurrección forma un ciclo que se celebra con toda la solemnidad en días señalados como el Domingo de las Palmas, Jueves Santo, Viernes Santo y Sábado Santo hasta los ritos pascuales. El Domingo de Resurrección formaba, antropológicamente hablando, parte de un nuevo ciclo celebrativo. Durante el denominado Triduo Sacro se expresa con toda la intensidad el *pathos* plasmado en magníficas obras de arte musicales, pictóricas, escultóricas, etc. De esta belleza se ha servido la Iglesia para acercar al pueblo el mensaje cristiano de la salvación por el sufrimiento, el sacrificio y la sangre vertida por el Hijo de Dios.

Aunque el origen de la Semana Santa está en las celebraciones de los primeros cristianos, sin embargo, será a partir del s. IV cuando comience a formarse en la perspectiva que hoy la conocemos. En la Edad Media se acrecienta la implicación del pueblo en la liturgia, a través de las manifestaciones dramáticas. Primero, con el desarrollo de los tropos (Donovan, 1958: 10) que evolucionan a obras de teatro religioso más complejas. El reconocimiento de la importancia de las obras teatrales como implicación del pueblo, a la par que sirve como uno de los modos de predicación, resulta tan evidente, que su uso es sancionado positivamente por el Rey Sabio en *Las Siete Partidas*. El desarrollo de la dramaturgia corre paralelo a otras manifestaciones artísticas como la música, la escultura y la pintura, y es una muestra de que el pueblo se implica cada vez con más interés en el desarrollo de la Semana Santa. Sin embargo, el gran salto adelante se producirá en el s. XV, con el desarrollo de las cofradías de la Vera Cruz y la Sangre de Cristo, de la mano de los franciscanos y dominicos. De manera que la Iglesia que trabaja, según el espíritu del Concilio de Trento, por implicar a los fieles en las celebraciones mediante el sacrificio y la penitencia, se sirve de estas cofradías, que irán creciendo y desarrollándose a lo largo del s. XVI y que llegarán al máximo esplendor en el s. XVII con la universalización de la conocida como *devotio moderna*. Estas asociaciones comenzaron una carrera por la adquisición de obras de arte con las que enriquecieron su patrimonio que lucían en las procesiones y en el adorno de las iglesias durante el Triduo Sacro. Así pues, desde finales del XVI y sobre todo durante el s. XVII tiene lugar la gran eclosión de la creación de la Semana Santa, que después de una lenta

decadencia durante la segunda mitad del s. XVIII, y una (casi) desaparición en el s. XIX, vuelve a resurgir a finales de dicho siglo o inicios del s. XX, llegando al culmen en el último tercio del s. XX y los primeros años del s. XXI.

Paradójicamente la jerarquía eclesiástica que había favorecido el desarrollo de las cofradías y sus públicas manifestaciones de arte y penitencia, fue quien dio al traste con estas tradiciones, al considerar que habían perdido el espíritu para el que fueron fundadas, convirtiéndose en escándalo para la gente sencilla. En vez de penitencia las procesiones se habían convertido en espacios de emulación profana y espectáculo irreverente carente de valores religiosos. Las censuran por la falta de devoción y espíritu cristiano y por estar sobradas de religiosidad superficial.

Coincidiendo con la postura de los obispos ilustrados comienza a desarrollarse una serie de políticas gubernamentales que desamortizaron los bienes de las cofradías, haciendo perder su papel como instituciones sociales a la vez que religiosas. Estas no pudieron conservar el espíritu primigenio y acabaron por disolverse en su mayoría o languidecer con pocos hermanos. La recuperación de los siglos XX y XXI se hará en clave de teorías barrocas sobre el patrimonio y la cultura, que calan con gran éxito en el público que comienza a viajar para conocer las diferentes manifestaciones de diferentes lugares.

Sabemos que desde principios del s. XIX hay interés en hacer turística la Semana Santa, sobre todo en Andalucía, el crisol que atesoraba el espíritu español. En Sevilla la atracción de turistas en los días de Pasión se consolida a mediados del siglo y Madoz en su famoso diccionario hace referencia a las procesiones (Esteve Secall, 2001: 5). El flujo de forasteros es posible en Sevilla porque ya existían buenas comunicaciones por ferrocarril.

En general, todo el s. XIX estará marcado por los encomios de los escritores costumbristas que apoyarán las realidades populares en lo que tienen de pintorescas, sin embargo, no será hasta finales del s. XIX, y comienzos del XX cuando se extienda el interés en otros lugares aparentemente menos llamativos. Por ejemplo, en Málaga en 1911 en la guía con los atractivos turísticos no menciona las procesiones de Semana Santa que cobrarán relieve en los años veinte del pasado siglo (Esteve Secall, 2001: 11).

En Zamora el interés por una Semana Santa atractiva y confortable para los muchos visitantes que a ella llegaban en tren se canaliza a finales del s. XIX. En una carta pública de los vecinos a sus representantes pidiendo la mejora del alumbrado se dice:

en demanda de un servicio público, que sin sacrificio alguno ó por lo menos muy escaso, de los fondos municipales, llenaría una necesidad siempre sentida y contribuiría en no pequeña parte al buen concepto que de esta población formen los forasteros que la visiten.

El servicio especial de trenes que la compañía del Oeste tiene anunciados y establecerá en los próximos días de la Semana Santa, nos da la esperanza de que á esta capital han dé concurrir en este año mayor número de forasteros que en los anteriores, aprovechando

esa facilidad de comunicaciones para ver las solemnes y magníficas procesiones que se celebran en el Jueves y Viernes Santo y Domingo de Resurrección.

[...]

Y ya que el ayuntamiento en nada contribuye al mejoramiento de las procesiones de la Semana Santa, únicas fiestas que traen forasteros á Zamora; creemos está en el deber de prestar este servicio ya que puede hacerlo, sin perjuicio ni gravamen alguno, contribuyendo de esta manera á que la citada procesión de la noche del viernes, guste y agrade más á propios y extraños (*Heraldo de Zamora*, 1897).

Actualmente las Juntas de Cofradías, sobre todo de aquellas que tienen algún galardón o mención turística nacional, regional y ya no digamos si es internacional, han creado su patrimonio simbólico basándose en buena parte en una antigüedad no siempre demostrada, por lo que respecta a su continuidad. El historicismo es uno de los títulos que más se valoran como si la antigüedad en la Semana Santa fuera un valor en sí mismo.

Por ejemplo, durante la Guerra de Independencia el general Kellerman para congraciarse con los vallisoletanos quiso potenciar el espectáculo de las procesiones en la ciudad propiciando una especie de procesión general, que sería el germen de la Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor, uno de los grandes atractivos turísticos de la Semana Santa vallisoletana. Antes de Kellermann, y después de él, ya hubo otros intentos motivados por el descenso continuo de cofrades que fracasaron. Nos parece excesivo atribuirle al general, que operaba en un contexto de hostilidad por la ocupación bélica, un interés que fuera más allá de controlar los desórdenes en una única procesión en lugar de varias a la vez. Él precisamente no era un devoto, lo que no le impidió ser tolerante, considerando, además, que la tolerancia favorecía congraciarse con los ocupados y, por consiguiente, tenerlos contentos. Lo cierto es que el experimento de Kellerman de 1810 fracasa (García Gutiérrez-Cañas, 2000: 65-67; Burrieza, 2004: 103-107) y no será una realidad hasta 1923 cuando el Arzobispo D. Remigio Gandásegui la invente y perviva implementándose hasta hoy. El discurso actual de buscar en la invasión francesa el origen de tan importante desfile tiene más que ver con el discurso historicista que planea sobre todas las semanas santas que con la una continuidad histórica. Fue en la época de los años veinte cuando se crea con gran éxito de público (Burrieza 2004: 140) que se mantiene casi un siglo después con la vocación internacional de sus primeros años. En un texto publicitario publicado en el *Boletín de la Asociación de Fomento del Turismo de Valladolid* en 1938 se dice:

Viajero espiritual, español o extranjero que recorres España evocando las grandezas de su historia y admirando las maravillas de su arte. Detente en Castilla. Posa en Valladolid. Si quieres inundar tu alma con una inefable emoción que no has de olvidar mientras vivas, ven aquí a la vieja ciudad y abísmate en sus sacros cortejos de Pasión. La procesión del Viernes Santo, de Valladolid, es, en el arte, la primera de España (Martín de Uña, 1999: s.p.).

En general, el interés por la Semana Santa como fenómeno social turístico nace a finales del s. XIX. Zamora, funda su Junta de Fomento de la Semana Santa precisamente en 1897 a instancias de su alcalde (Ferrero Ferrero, 2012: 11). En 1906 el obispo de Astorga crea la Junta pro Semana Santa y después vendrían otras juntas, más al finalizar la Guerra Civil y otras mucho más tarde a finales del s. XX cuando las semanas santas comienzan ya a promocionarse abiertamente como un atractivo turístico.



Figura 3. *La Conducción al Sepulcro* es un paso del escultor José María Garrós. Salió en la cofradía zamorana del Santo Entierro por primera vez en 1901. Fotografía sepia en cartón. Colección Fundación Joaquín Díaz.

Estas nuevas creaciones contribuyeron a simplificar la variedad original de modelos en función de los que se pusieron de moda, el andaluz y el castellano (Moreno Navarro, 2008: 194-195). El primero con dos focos principales, Sevilla y Málaga. Cuando se habla de Semana Santa castellana (Alonso Ponga, 2008: 86) se diferencian el modelo vallisoletano y el zamorano, con un tercero importante que es Medina de Rioseco, sin tener en cuenta que cada una de estas tres son representativas no de una Comunidad Autónoma, porque no han creado escuela como puede suceder en Andalucía, sino que lo son de una época de recuperación, Zamora a finales del s. XIX y Valladolid segunda década el s. XX, y Medina de Rioseco como pervivencia de una tradición ininterrumpida desde el s. XVII. Por supuesto en España existen otras de igual interés como la de Murcia, Bajo Aragón, Cuenca, Orihuela...

Sin entrar a valorar lo oportuno o no de estas divisiones, porque no es este el sentido de este capítulo, podemos señalar que algunas de las creaciones de las últimas décadas no suelen brillar por su originalidad. Al contrario, aunque hayan obtenido todos los máximos galardones a nivel turístico, suelen ser un eclecticismo histórico-artístico particular donde se aprovechan elementos autóctonos trufados con modas foráneas, pero avalados con documentos históricos.

Comienzan así otras nuevas categorías del turismo. Y entra en escena la realidad del turismo religioso actual en torno a la Pasión. El peregrino, retomando el discurso del principio acerca de si es viajero o turista de la Semana Santa, se mueve atraído por cosas nuevas. Sin embargo, lo que la continua repetición está causando es una saturación que está comenzando a crear cierto cansancio en los posibles clientes. En los nuevos discursos de una nueva cultura en la que lo importante es la «puesta en escena» de cualquier cosa con discursos historicistas y, sobre todo, con impacto audiovisual se recuperan espacios no desde el ritual, sino en función de la espectacularidad del escenario. Este valor del espectáculo se debe a que cada vez más se ha ido asociando cofradía con procesión, aun manteniéndose los cultos, son los desfiles los actos en los que participan más cofrades y muchas veces con una diferencia numérica más que sustancial (Ladrón San Ceferino, 2016: 327-328).

Han sido muchas las semanas santas que han modificado itinerarios sancionados por la tradición, entendida ésta como formalización y ritualización en un momento de la historia no necesariamente remoto. Y esto todavía sucede en semanas santas reconocidas y valoradas internacionalmente por muchas razones como es la de Valladolid. La Cofradía del Santo Entierro fundada en 1930 desde el año 1964 hasta el año 2014 a las 12 de la madrugada iba en procesión hasta el barrio de Girón, uno de los más desfavorecidos de la capital del Pisuerga, donde se entonaba un miserere. Esta era una procesión íntima para los cofrades que desfilaban prácticamente solos en gran parte del recorrido. Aunque eran bien recibidos en la iglesia del barrio se sustituyó por la procesión a la catedral, que, como todas las catedrales está en el centro de la ciudad. Este hecho se explica así en su Web:

La procesión del *Verum Corpus* sustituye a partir de la Semana Santa de 2015 a la procesión del Santo Entierro realizada hasta entonces la madrugada del Jueves Santo, y que peregrinaba hasta la Iglesia de San Pío X, en el vallisoletano barrio de Girón. Esta remodelación surge a partir de una profunda reflexión del sentido religioso y litúrgico de nuestras procesiones titulares, y tiene como fin priorizar el culto propio del Jueves Santo, la Adoración Eucarística, a su vez volviendo a los orígenes históricos de la procesión.³⁸

El último cambio llamativo del recorrido de una procesión vallisoletana se produjo en el año 2019 en que la Hermandad Penitencial de Ntro. Padre Jesús Atado a la Columna fundada en 1930 canceló la Peregrinación de la Promesa del Martes Santo al periférico y humilde barrio de La Pilarica. Esta tradición de acudir a la iglesia de Nuestra Señora del Pilar en silencio absoluto, solo roto por el tañido de una campana, es una tradición iniciada en 1965. El nuevo destino de la procesión fue el Santuario de la Gran Promesa en el centro de la ciudad. La justificación del cambio fueron unas obras en el barrio de La Pilarica, aunque los vecinos ofrecieron alternativas razonadas y provisionales, tal y como ocurre todas las semanas santas cuando hay obras. La misma Plaza

³⁸ Disponible en: <http://www.santoentierro.net/> (Fecha de consulta: 25/05/2020).

Mayor de Valladolid en el año 2018 estuvo en obras y esta circunstancia no impidió que los pasos de todas las cofradías desfilaran por ella. Esta decisión, como la referida arriba, no ha sido del agrado de todos y así lo han manifestado en una carta abierta la asociación de vecinos y el párroco en representación de la parroquia que sostuvieron que: «Pilarica es un barrio habitado por gente humilde, situado en la periferia de la ciudad, con una iglesia que carece de bellos retablos barrocos o esculturas que lleven la firma de Gregorio Fernández».³⁹

Evidentemente, las cofradías toman sus decisiones porque están en su derecho y los cambios, sean por motivos religiosos, estéticos o por una vuelta a las «esencias», forman parte de su idiosincrasia. Sin embargo, estas mudanzas son ilustrativas de la deriva hacia la que va la Semana Santa anteponiendo lo turístico, lo espectacular, lo bello y lo cómodo, frente a otros valores también inherentes a este periodo litúrgico que se concretan en la eficacia del rito como vertebrador social. Se está transformando la ciudad en un periodo concreto en un objeto de consumo, se está museificando en base a los parámetros puramente estéticos sin considerar la memoria del pasado, e ignorando que «los paisajes urbanos están contruidos también por el legado de usos sociales y valores simbólicos acumulados y transmitidos» (Hernández Ramírez, 2020: 5).

Estas dos procesiones instauradas en los años 60, no son las únicas de Valladolid alejadas del centro turístico, nacieron en un contexto político-social concretas vinculadas a organizaciones católicas como la HOAC y la JOC (Berzal de la Rosa, 2018: *passim*) y durante muchos años, 50 y 53 respectivamente, han identificado y dado autoestima a los barrios periféricos haciéndolos participes de un periodo importantísimo para la ciudad. Otras cofradías, por el contrario, hoy día trabajan por mantener el apego con los barrios vallisoletanos a los que están vinculadas.

El excesivo historicismo como espectáculo tiene un guion que puede ser variable y adecuado según los intereses de cada momento, porque la Semana Santa, que es por naturaleza dinámica, ha propiciado la recuperación de procesiones y figuras que formaban parte de las celebraciones en otro momento de la historia, y que ahora se reinterpretan en claves actuales teniendo en cuenta los intereses del diseñador. Hobsbawn y Ranger (2002) ya describieron con gran acierto y pusieron de manifiesto que la tradición se inventa. Las tradiciones nacen, se las hace nacer, crecer, desarrollarse y finalmente evolucionar en función de los intereses del grupo. Cuando la tradición se patrimonializa, como todo patrimonio se crea, se desarrolla se pone en valor para su consumo.

La invención de las semanas santas es algo que todo el mundo admite, porque la patrimonialización va más allá del mero historicismo. Generalmente se la hace coincidir con la historia, sea ésta basada en documentos fundacionales o en leyendas sancionadas por la tradición. Las fechas son mejores cuanto mayor sea la antigüedad, pero se

³⁹ La carta abierta con fecha del 21 de enero de 2019 y firmada por D. Miguel Ángel Vicente, párroco de Nuestra Señora del Pilar, y D. José Luis Alcalde, Presidente Asociación de Vecinos Pilarica, se publicó en la prensa local.

dan como absolutas omitiendo los periodos de decadencia o extinción, si la ha habido, hasta la recuperación. Las leyendas se repiten, por ejemplo, la de la atribución de la fundación de una determinada cofradía por san Vicente Ferrer, que predicó en numerosas ciudades castellanas desde 1411 se repite sistemáticamente en muchos lugares como Palencia (Gómez Pérez, 2005: 32), Zamora (Ferrero Ferrero & Martín Márquez, 2012: 14-16), etc.

Esto no significa que la Semana Santa que se promociona, la que atrae turistas no sea la Semana Santa «auténtica y real», porque si no lo es al menos es percibido así por los que se acercan a ella. La creencia extendida de que una tradición es ontológicamente mejor cuanto más añeja forma parte de la propia dinámica de la tradición, aunque los datos digan lo contrario y esta sea una crítica de todos aquellos que intentan depurar e ilustrar la fe católica desde el s. XVIII:

La regla de la creencia del vulgo es la posesión. Sus ascendientes son sus oráculos, y mira con una especie de impiedad no creer lo que creyeron aquellos. No cuida de examinar qué origen tiene la noticia; bástale saber que es algo antigua para venerarla, a manera de los egipcios, que veneraban el Nilo, ignorando cómo o dónde nacía y sin otro conocimiento que el que venía de lejos.

¡Qué quimeras, qué extravagancias no se conservan en los pueblos a la sombra del vano pero ostentoso título de tradición! (Feijoo, 1985: 203).

4.2. La creación de un producto

La Semana Santa es el periodo del año donde se destaca con mayor nitidez el denominado turismo religioso y la complejidad que significa este término. No solo porque la Semana Santa es un tiempo central en la creencia y en la praxis del cristiano, sino porque por la complejidad de los ritos, por la densidad de la cultura, por el empeño de las vivencias personales y colectivas este periodo se constituye en uno de los más densamente humanos, profundamente sociales y excepcionalmente económicos. Esta complejidad hace que la Semana Santa permita al hombre implicarse en la práctica y en la vivencia o simplemente acercarse como espectador desde fuera. El individuo puede practicar su fe y sus ritos o, simplemente, vivirlos empáticamente con los otros que en ese momento están involucrados en ellos.

Estudiando la realidad de las manifestaciones turísticas de la Semana Santa, podemos hablar del fenómeno turístico como algo abierto y, sobre todo, multifacial y plurivalente. Quizás el acercamiento de millones de personas a los ritos de la Semana Santa no se corresponda con la definición de turismo en sentido estricto; pero también se puede cuestionar que hablemos de peregrinos en Semana Santa, porque ciertamente no se corresponde con las características de los que viajan a Fátima o a Santiago, por poner ejemplos muy conocidos. Pero bien mirado, tampoco hay una unidad de concepto entre los peregrinos de Santiago, que siguen unas normas estrictas para conseguir la Compostela, y los que viajan a Tierra Santa, que se acercan para vivir sus creencias en los

lugares míticos o, simplemente, viajan movidos por el atractivo patrimonial de una tierra multicultural.

En el turismo cultural y el religioso, como todo tipo de turismo se produce un *feedback* con el patrimonio y, de hecho, ambos se necesitan (Prats, 1997: 39 y ss.). Sin el patrimonio el turismo no existiría y un patrimonio del que nadie pueda gozar es como si no existiese. Ambos se necesitan y se complementan y a cada tipo de turista hay que ofrecerle lo que busca, aquello que ha motivado el viaje (Vogeler Ruiz & Hernández Armand, 2018: 183).

La Semana Santa como producto turístico se ha creado en función de unos intereses en los que participan los protagonistas como sujetos agentes y pacientes, y en los que se aprecia la interacción de la experiencia religiosa con la cultural. Los visitantes desean ver lo que les han vendido y los que lo producen tienen en cuenta las apetencias de los visitantes. No decimos exactamente que la Semana Santa se organice para agradar a los invitados, pero de hecho tiene gran influencia en los diseños de la misma en la que se busca, en cierta medida un escenario en el que se expone al público las pompas y vanidades bajo el pretexto de la manifestación pública de la fe y los sentimientos religiosos. Está demostrado que existe una influencia del turismo en la cultura (Greenwood, 1972: 80-91)

Los intercambios y los préstamos culturales son naturales porque forman parte de cualquier relación humana y se producen en diversos momentos de la historia. En las semanas santas de la mitad norte de España se han ido introduciendo desde los primeros años del s. XX los palios para sacar en procesión a la Virgen al modo andaluz. Este modelo hoy extendido convive con naturalidad con las vírgenes de la escuela castellana incluso en la misma cofradía como sucede en León con la de Nuestra Señora de las Angustias y Soledad. En Zamora, por ejemplo, en 1901 se produce una donación de un palio y ocho varas de plata para la Virgen de los Clavos, obra de Ramón Álvarez, imaginero local, para la Real Cofradía del Santo Entierro, con gran consenso a pesar de la estética novedosa:

La impresión que causó el palio –una de las muestras de la sevillanización de la Semana Santa de Zamora– quedó plasmada en el voto de gracias de la hermandad, al donante y en las expresiones de algunos cofrades que piden se den al señor Prieto *muchísimas gracias... porque había tenido esquisito gusto al elegir(lo) que no se había visto, y que era una novedad para Zamora*, sin reparar en el alto valor del mismo (Ferrero Ferrero, 2012:146).

En definitiva, se introducen elementos ajenos respetando lo autóctono. Otro ejemplo que atañe a esta cofradía zamorana, y también a la Vera Cruz, es la uniformidad pues hasta 1895 los cofrades no utilizaron de forma general ningún tipo de hábito; pero se produce un cambio de mentalidad propiciado por la espectacularización de los desfiles para desarrollarlos turísticamente que implica también el cambio de itinerarios, la realización de nuevos grupos escultóricos, etc. El modelo para la implantación de las

túnicas es el sevillano ampliamente difundido en el s. XIX gracias a las revistas ilustradas (Ferrero Ferrero, 2012: 190).

También las semanas santas de Castilla y León son fuente de inspiración para otras en lugares con celebraciones de la Pasión muy importantes, que tienen una idiosincrasia propia y mucho arraigo. Por ejemplo, la Semana Santa oriolana poseedora de tesoros culturales materiales como su imaginería, o inmateriales como el Canto de la Pasión o el Caballero cubierto, en el año 2000, incorpora una nueva cofradía, la Hermandad Penitencial del Santísimo Cristo de la Buena Muerte. La cofradía que tiene como imagen titular una devoción popular y local ya arraigada sorprende por «el impacto de crear una forma semejante a las viejas cofradías castellanas», que «ha hecho que ocupe su sitio dentro de la Semana Santa de Orihuela» (Juan García, 2015: 70). La cofradía adquiere una identidad propia tomando prestados un «estilo conventual castellano» que es «semejante al estilo zamorano, completando todo un conjunto austero y propio de lo que representan» (Juan García, 2015: 33). El estilo es una evocación medieval a través de la estética representada por las cofradías zamoranas de la Buena Muerte y del Espíritu Santo y, ambas creadas en 1974. La fundación de esta última basándose en modelos preexistentes se hará «insistiendo en las ideas de austeridad, religiosidad, sobriedad y el acercamiento a la estética medieval rural, para lo cual contar con un cricificado del s. XV, una iglesia románica y un arrabal en el que las calles todavía no estaban pavimentadas, parecía el ideal» (Jaramillo Guerrueira, 2000:15-16). El momento histórico en el que se funda la cofradía oriolana es diferente del de las zamoranas, pero la estética tiene muchas coincidencias.

Esta cofradía de Orihuela ha encajado en una Semana Santa que desde 2010 tiene mención turística internacional por el esplendor de sus desfiles, entre los que destacan la de Sociedad Compañía de Armados y Centuria Romana de Nuestro Padre Jesús, pero redondea su semana de Pasión con préstamos.

Actualmente seguimos a vueltas con estas cuestiones y en el año 2017 surgió un debate por de la «sevillanización» de la Semana Santa salmantina en cofradías ajenas a las formas sevillanas (Pérez Ávila, 2017). El presidente de la Junta de Semana Santa recomendó usar las formas «austeras» en general reservando los usos sevillanos para las procesiones de la cofradía Dominicana y Jesús Despojado que se fundaron a imagen y semejanza de las hermandades de la Pasión y de la Macarena.

La austeridad o lo bullangero, que se repiten como un mantra no tienen demasiado definidos sus límites en ninguna Semana Santa, pero sí se utilizan en los discursos que reniegan de los préstamos que siempre se han producido. La recreación, recuperación o resemantización de la Semana Santa se ha originado en aras del turismo. Las ciudades buscan obtener la Declaración de Bien de Interés Turístico Internacional, lo que implica plegarse a unas normas o, por lo menos, aceptar las directrices exigidas por el organismo que concede los títulos. Para constituirse en centros importantes del turismo han tenido que luchar por construir su producto. El fin es la adquisición del título de Bien de Interés Turístico Internacional que acredita el ser uno de los puntos curiosos en el

mercado internacional con el apoyo del Gobierno de España y su ministerio correspondiente. Cada una de las ciudades ha procurado reordenar y replantear sus constantes semanasanteras en la clave del interés que pide el Ministerio en función de un conjunto de normas de lo más variopintas que se basan en la historia, el arte, la cultura y hasta el número de plazas hoteleras disponibles.

La Semana Santa, por otra parte, basa su patrimonio en ser un hecho social total y al mismo tiempo un patrimonio en su totalidad, porque es un producto donde lo material y lo inmaterial están tan íntimamente unidos que son inseparables. Las semanas santas que basan su riqueza en la escultura, como puede ser el caso de Valladolid, Zamora, Murcia, Sevilla, etc. atraen visitantes que quieren ver la función primigenia para la que, en general, fueron creadas. Éstos quieren ver el paso o trono en acción y adornado con velas, flores y todo el ornato o, por el contrario, con la sencillez que manda la tradición para decorar los grandes grupos escultóricos de madera policromada. En cualquiera de los dos casos, también lo admiran de cerca en los templos mientras esperan la hora del desfile. En la Semana Santa confluye la obra de arte como manifestación cultural y la obra de arte como creación social, pero como parte de un hecho religioso posee los valores añadidos y profundos. Todo el conjunto de elementos materiales e inmateriales sustentan el entramado para hacer la creación del producto cultural atractivo y que será valorizado en contextos precisos y diseñado con una finalidad más que dirigida.

5. ESPÍRITU DEL EVENTO

La indefinición y bipolaridad entre la religión y la cultura y el patrimonio constituye la esencia turística de la Semana Santa, que es muy difícil de precisar porque los fines no son simples y, además, son cambiantes. La Semana Santa se bate en esa dialéctica entre los dos polos. En uno están los que piensan que debe ser un periodo estrictamente religioso, donde lo único importante es vivir la fe y practicar los ritos de la Iglesia que conmemoran la muerte de Cristo. En el otro están los que, aun no desmintiendo esta base, creen que, como fenómeno social y por lo tanto público, produce una serie de mensajes que van más allá de lo estrictamente religioso y pertenecen a todos porque forman parte del contexto social y cíclico festivo. Y es aquí donde entra el turismo, en esta segunda forma de pensar, que optimiza la fiesta y el movimiento de las personas para crear riqueza.

Al construirse como producto turístico necesariamente se debe delimitar un territorio propio que obliga a la creación de lo particular. Pocas veces encontraremos a lo largo de la historia tanta homogeneidad en la creación del denominado patrimonio cultural inmaterial, pero quizás tampoco en ningún otro momento de la historia ha existido la capacidad de comerciar con lo universal como si fuese particular aprovechando las nuevas tecnologías y los guiones de creación de la Semana Santa. Ésta tiene una base

universal pues las creencias y los ritos que la sustentan proceden de directrices hegemónicas del cristianismo romano para los católicos o de los patriarcados orientales entre los ortodoxos, pero paradójicamente es el momento del año religioso que se vive y se ofrece como el de mayor singularidad.

Es el periodo más importante y complejo del calendario lúdico festivo que no deja indiferente a nadie bien por afección o por desafección, pero en el que muchos participan porque son celebraciones basadas en ritos profundamente humanos. La Semana Santa se ha convertido en un campo en el que se negocia sin tregua el consenso entre lo religioso y lo cultural, entre lo patrimonial y lo social, entre la ritualidad construida y la ritualidad consumida. Desde el punto de vista turístico, se ve la dialéctica entre los actores y los espectadores, pero no como dos categorías contrarias. De hecho, una misma persona puede ser actor en un momento y en un contexto y espectador y consumidor en otro, pocas horas más tarde. Esta polivalencia no es nueva y se puede rastrear a lo largo de la historia, pues radica en que se ha formado como la suma de fe y praxis, de economía y representación social.

La excepcionalidad de la Semana Santa nace y se desarrolla porque se ha formado por una serie de ritos en los que se ha producido un desplazamiento diacrónico desde un tiempo cósmico hasta un tiempo histórico en el que se produce la muerte del Redentor (Maldonado, 2003: 39-40). Se ha construido por la capacidad de adaptación que le es inherente, que consigue que cada época acepte lo anterior, lo reinterpretando dejando su propia impronta y lo entregue a las generaciones siguientes. De ahí la necesidad de tener en cuenta las coordenadas de tiempo y espacio como la trama sobre la que se teje el patrimonio pasionista.

El tiempo, al caer en el equinoccio de primavera, nos remite a algo cósmico, pero al celebrarse al mismo tiempo en todo el mundo tiene en su base una unidad que a su vez es base de homogeneidad y de unicidad. Existe un mensaje homogéneo, que se presenta de forma diversa con pretensiones de *unicum* en la celebración pública. La unitemporalidad refrenda la universalidad del fenómeno, para a continuación crear matices dentro de la unidad hasta lograr las diferencias.

Por otra parte, el aparente constreñimiento temporal lo superan los grupos protagonistas con estrategias particulares tendentes a ampliar el tiempo relacionado con este periodo. Una manera de hacerlo es alargando los días de celebración comenzando el Viernes de Dolores, lo que ha permitido ampliar el número de procesiones, dar cabida a la participación de nuevas cofradías y crear nuevos productos turísticos. Otra manera de alargar los actos semansanteros es servirse de lo teatral litúrgico. En este grupo están las pasiones vivientes que en lugares como en Cataluña duran más de un mes, los viacrucis vivientes y las representaciones que se hagan al aire libre. También son de gran importancia desde hace algunos años grupos teatrales muy reconocidos que han creado obras alrededor o tomando como base la Semana Santa, como sucede con *Pasión* del vallisoletano Grupo Corsario, el *El Cristo de los Gascones* de Nao de Amores de Segovia o el *Auto de Pasión* de Teatro Aldagón de Paredes de Nava. Una tercera manera es la pretensión, cada vez más popular y extendida, de hacer revivir la Semana Santa a los turistas en

museos y centros de interpretación. Sin embargo, en estos casos, mientras que logran grandes avances en lo referido al patrimonio material —escultura, pintura, pasos, joyería, vestidos, estandartes, e incluso en la música— sin embargo, no han conseguido aún contar lo que la Semana Santa tiene de vivencia y de profundidad ritual. Algo que por otra parte no es fácil, porque reproducir el momento y el paisaje vivencial y que las experiencias sean transmisibles a los visitantes, o hacer que estos sientan la misma emoción que cuando son espectadores participantes en la Semana Santa es tarea ardua a pesar de que se empleen con profusión medios audiovisuales y olfativos. Incidentalmente la Semana Santa, como exposición de las joyas culturales, puede ser un revulsivo que continúa y sirve de altavoz para que lleguen los mismos visitantes y otros a admirar las obras de arte que lucen plenamente durante los días santos.



Figura 4. Momento de una representación de *Pasión* por Teatro Corsario. La compañía encarna el espíritu y la estética barrocas con el que se ha diseñado la Semana Santa de Valladolid. Fotografía de Luis Laforga-Colección Teatro Corsario

Lo que más ayuda a crear la unicidad es el espacio o mejor, los espacios en los que se desarrollan estas manifestaciones. Estos espacios se hacen plurales en función de los ritos que se desenvuelven en ellos. Si contamos con buenos espacios, y mejores escenarios, si además poseemos imágenes de mayor o menor importancia artística, podemos crear nuestra propia Semana Santa elevar nuestro viacrucis a la categoría de patrimonio. Realmente en este discurso se trabaja sobre los sentimientos previamente elaborados en base a las ideas del turismo. Esto nos introduce en lo que constituye la base de la importancia de la Semana Santa como atractivo turístico: la espectacularidad.

Ésta se ha elaborado a lo largo de los siglos, pero, sobre todo, se ha reelaborado en los últimos treinta años en función de unas constantes que parten del patrimonio material, tales como esculturas, los pasos (tronos), bordados, joyería...; la concreción de las procesiones reformadas con frecuencia a lo largo de los años buscando siempre la mayor espectacularidad de los recorridos y los efectos estéticos más llamativos; y la interpretación y reinterpretación de las canciones tradicionales como los misereres. En la música tenemos un ejemplo de lo universal vivido como representativo y peculiar de algunos lugares. «La saeta» de Antonio Machado interpretada por Joan Manuel Serrat se proclama con frecuencia como particular, como propia de una localidad; y esto sucede con otros ejemplos como los Romances de la Pasión de Lope de Vega y José de Valdivieso.

El patrimonio es a la vez un espejo en el que las comunidades se miran y una carta de presentación. La Semana Santa puede ser también el museo en la calle, y no solo como sucede en Valladolid y en Murcia porque sacan las piezas de un museo verdadero, sino porque la procesión y los demás actos que acompañan, incluso la gastronomía, son manifestaciones del nosotros cultural que exponemos y damos a los otros que nos visitan. La Semana Santa no nace como espectáculo consumible, sino como vivencia pública de la fe, pero sin la espectacularidad que está en su génesis barroca no existiría. Uno de los valores de la procesión era manifestar públicamente la fe y, también, el poderío de la cofradía, y esto se hacía desde el punto de vista artístico poniendo de manifiesto la riqueza de pasos e imaginería y, por supuesto, con el mayor o menor acompañamiento de disciplinantes que cada cofradía podía poner en la calle.

En la medida que se va deslizando el centro de los actos de la religión a la cultura y al turismo, los protagonistas también cambian en función de los gustos de los visitantes. Y aquí comienza la carrera por atraer a los turistas en la que los que se consideran en condiciones para disputarla, lucharán con todas sus armas para ganarla. En esta contienda vale prácticamente todo y la invención, llamada eufemísticamente «recuperación» o «adaptación al día de hoy» se basa en celebrar ritos y tradiciones, a veces, perdidas durante décadas y hasta centurias, bajo el señuelo de estar «recreando ambientes». Son hijas de su tiempo y están en deuda con las recreaciones de efemérides y épocas históricas que tanto abundan hoy en todos los pueblos. La Semana Santa como espectacularización es una creación barroca.

En la propia gestión del turismo en la Semana Santa está el peligro de la creación de un turismo contaminante por la llegada masiva de los turistas que invaden espacios rituales, pero también, aunque esto se haga de una forma inconsciente, porque el turista busca algo, el participante se percata de lo que quiere y ofrece el turoperador. A partir de aquí, en ocasiones, hay una influencia de retroalimentación globalizadora que convierte las semanas santas en celebraciones que se parecen más unas a otras de lo que se admite. En general, asistimos a una clonación de la cultura tradicional.

6. EL TURISMO COMO ACERCAMIENTO RELIGIOSO PASIONISTA

El turismo como acontecimiento cultural, social y económico que establece una relación dialéctica, y en ocasiones polémica, con otros hechos sociales como es el caso de la devoción religiosa (Hiriart Pardo & Barrera Sánchez, 2019: 1246) es también un campo en el que cabe el acercamiento a la religión. En esta exposición aparece una relación dialógica entre el actor y el espectador, entre el que vive y el que admira. Aquí se producen varios fenómenos relacionales porque cada uno de los que vienen —turista, peregrino o emigrante— participan desde sus propias categorías que no necesariamente son excluyentes unas con otras.

Los que vuelven a sus lugares de origen a participar lo hacen empujados por la praxis que está por encima de todo, la pertenencia a una cofradía, el compromiso de hacer cada uno su propia penitencia, el ejercer y practicar las propias rutas, vías, caminos, en la visita a los monumentos... todo ello confiere al periodo de la Semana Santa la necesidad y posibilidad de practicar.

Sin embargo, el turismo es también una manera de acercar los dolores de Cristo y la Virgen a los curiosos. ¿Cómo mueve el morbo a los turistas? ¿Cuántos van a San Vicente de la Sonsierra para ver a los picados con las espaldas ensangrentadas? ¿Cuántos se acercan a La Vera para admirar a los empalados? El morbo que sienten algunos ahora⁴⁰ es el mismo que sintieron los viajeros en los siglos XVI, XVII y XVIII, cuando la Iglesia veía en este sacrificio una manera de expiar los pecados del penitente y colaborar con Cristo en su Pasión. Sin embargo, cuando los obispos y clérigos ilustrados comenzaron a ver en estas prácticas una aberración que no era cristiana, hasta conseguir prohibirla por la Pragmática de Carlos III (1777), también los clérigos comenzaron a hablar de morbo, atavismo, rudeza... Incluso el P. Isla con su agudo ingenio y gran conocimiento de la Tierra de Campos expresó que en estas procesiones había algo más que sacrificio y sí una buena dosis de erotismo, y criticó la penitencia pública como una tradición anacrónica (Isla, 1991: 67-69).

⁴⁰ Es frecuente leer en la prensa artículos que proponen viajes en Semana Santa escasamente o nada documentados que utilizan como gancho titulares sorprendentes y que, su contenido se basa en enumerar listas de celebraciones consideradas «raras» o «morbosas» simplemente porque no se explican en función de los contextos en los que nacieron, lo generalizadas que fueron y las claves actuales en las que todavía se celebran. El catálogo se repite año tras año, y recuerda a esas noticias anodinas sobre personas metiéndose en las fuentes públicas cuando aparece la primera ola de calor del verano. Citamos una de ellas titulada «Tradiciones de Semana Santa casi para infieles» que incluye en su elenco, que clasifica como «Danzas, música, calaveras y diablos... un sinfín de personajes de lo más siniestros», La Dansa de la Mort en Verges, La procesión de los Cuadros en Olivenza, «La Diablesa» de Orihuela, La procesión de los Romances en Navalunga, La procesión del Santo Entierro en Bercianos de Aliste, El «Ball de la Moixiganga» Castellterçol y La Pascua de los Moraos en Carcabuey. El mismo título del artículo se las trae por lo impreciso (Anónimo, 2019).



Figura 5. Sobre un relato escueto a lo largo de la historia se han elaborado otros muchos en torno a la Pasión. Grabado del Archivo de la Fundación Joaquín Díaz.

Es cierto que la masa turística puede influir en los recorridos, en la búsqueda de espacios donde articular mejor el espectáculo, pero no influye en la base esencial innegociable para el grupo que busca en la diferenciación la fuerza del espectáculo. Hay un debate dentro de las cofradías entre dos tendencias. Unos, los conservadores, piensan que la Semana Santa debe ser solo religión y no hay que hacer concesiones al turismo. Es más, ven en esta actividad un peligro para las vivencias cristianas y para la fe de los cofrades. Por eso, y si por ellos fuera, harían su Semana Santa en público, pero mirando solamente al interior para ejercer su fe y sus prácticas. Otros, piensan que la Semana Santa es una manera de vivir públicamente la fe y manifestar a todos los que quieran acercarse, el convencimiento de que están haciendo apostolado en las procesiones, porque su manera de desfilar, los símbolos que portan y los mensajes que emiten, interpelan al espectador, por ello, si la Semana Santa no es pública, pierde parte de su esencia.

Durante la Semana Santa hay muchos católicos practicantes que van a vivir públicamente su religión asistiendo a los oficios, por ejemplo, en las iglesias y monasterios donde cuidan los ritos y conservan las bellezas de la música y canto gregoriano. También recorriendo los monumentos según la tradición de una práctica muy enraizada en la devoción popular. Los turistas pueden estar implicados en distinto grado en la fe y la religión y las visitas a los monumentos y a las iglesias donde se recogen los pasos de las diferentes cofradías, es un atractivo para ellos, al igual que para muchos nativos del lugar, que quizás no hayan pisado la iglesia desde el año anterior, pero que durante la Semana Santa el ambiente los motiva a transitar la calle y los templos.

Además, es interesante conocer la participación del turista desde su lugar de observador, puesto que es un curioso que quiere ver y conocer el hecho de esa Semana Santa, hasta la que ha viajado. Dentro de estos curiosos hay un buen número que participa en lo que en lenguaje de la Semana Santa se denomina «cofrade de acera» para el que el paso y los elementos religiosos que se desgranar en una procesión interpelan al espectador del que arrancan sentimientos y sensaciones religiosas. Ciertamente, nos faltan datos de trabajo de campo que nos permitan conocer el grado de compromiso religioso de los hermanos de las cofradías responsables de la Semana Santa, aunque ya han comenzado los estudios en algunas hermandades (Ladrón San Ceferino, 2016). Generalizar en estas cuestiones íntimas es complicado porque las motivaciones son tan diversas como las personas. El turista, además del compromiso religioso personal y de la praxis que se exija a sí mismo, rememora otras semanas santas y compara las vivencias.

7. REFLEXIONES FINALES

La dificultad de definir con precisión el concepto polisémico de turismo religioso nos obliga a estudiar los fenómenos que confluyen en la Semana Santa con mente abierta, es decir, sin ceñirnos a la clásica pregunta de si los turistas son peregrinos practicantes o no. Los estudios deben plantearse desde la realidad que nos indica que hoy el turismo de la Semana Santa, con frecuencia, no es exclusivamente religioso. Por el contrario, siendo un turismo eminentemente profano ofrece actos religiosos de poderoso atractivo para los visitantes. Los turistas participan en mayor o menor medida en el aspecto religioso, siempre de acuerdo con el sentir personal hacia la religión, y tienen presente el interés, pero cada cual le da mayor importancia al hecho religioso o al cultural según su formación y creencias. Este tipo de viajero turista-peregrino, salvando el tiempo y la mentalidad, no está tan lejos de aquellos peregrinos que, a lo largo de la historia y desde el comienzo de las peregrinaciones han viajado, primero a Jerusalén, luego Roma y después a los otros santuarios consagrados por la Iglesia.

La interrelación entre los protagonistas de los eventos de la Semana Santa y los visitantes es una de las características de este tipo de turismo, quedando claro que los turistas influyen con sus gustos en los cambios que se operan en las procesiones y obras dramáticas representadas en escenarios fuera del templo. El turismo está influyendo, aunque sea de forma indirecta, en la homogeneización de las diferentes semanas santas. Asistimos a la emulación de unas ciudades hacia otras y, sobre todo, existe un interés por atraer visitantes y se introducen cambios que, en muchas ocasiones, representan auténticas rupturas con la tradición del lugar. La ciudad museo se especializa en aras de un turismo que, en no pocas ocasiones, elimina la continuidad histórica-simbólica. La paradoja es que esta eliminación de la memoria desde un punto de vista diacrónico se hace en una celebración que tiene por bandera un historicismo real o inventado. En todas estas decisiones no se puede negar la influencia de la economía que en estos momentos es quizás el aspecto más valorado por la sociedad.

La Semana Santa ha evolucionado en sus manifestaciones públicas desde el s. IV, fecha de su creación; sin embargo, será en el s. XVI cuando comience el gran desarrollo como religiosidad vivida en la calle. Nace con una unidad de base, pero poco a poco las cofradías buscan la manera de diferenciarse a los ojos del público en las procesiones públicas. Este interés continúa en nuestros días, pero, aunque hay una apariencia de pluralismo, presentan una axiomática uniformidad a pesar de estar dividida en distintos modelos tipo —el sevillano, el castellano, el levantino, etc.— que se distribuyen por toda España. En buena medida esto se debe a que el foco renovador de la Semana Santa en el s. XIX se da en Andalucía y sirvió de espejo y fuente de reflexión para otras semanas santas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Ponga, José Luis (2008), «De las “semanas santas” en Castilla a la Semana Santa castellana», en José Luis Alonso Ponga *et alii*, *La Semana Santa: Antropología y Religión en Latinoamérica*, Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid, pp. 79-92.
- Anónimo (2019), «Tradiciones de Semana Santa casi para infieles», *La Vanguardia*, 18 de abril de 2019. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190418/461694948529/semana-santa-2019-tradiciones-curiosas-espana-procesiones-cofradias-nazarenos.html> (Fecha de consulta: 18/04/2019).
- Aguirre Baztán, Ángel (1994), «El turismo como restauración psíquica», en *Estudios de etnopsicología y etnopsiquiatría*, Barcelona, Boixareu Universitaria, pp. 57-68.
- Álvarez-García, José, María de la Cruz del Río Rama y Martín Gómez-Ullate (2018), *Handbook of Research on Socio-Economic Impacts of Religious Tourism and Pilgrimage*, IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-5730-2
- Benedicto XVI (2010), «Visita a la catedral de Santiago de Compostela (Santiago de Compostela, 6 de noviembre de 2010)». Disponible en: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/speeches/2010/november/documents/hf_ben-xvi_spe_20101106_cattedrale-compostela.html (Fecha de consulta: 28/06/2020).
- Berzal de la Rosa, Enrique (2018), «Iglesia, sociedad y democracia. El clero progresista como factor deslegitimador del franquismo en Castilla y León. 1966-1975», *Studia Historica. Historia Contemporánea*, n. 36, pp. 257-285. DOI: <http://dx.doi.org/10.14201/shhc201836257285>.
- Burrieza Sánchez, Javier (2004), *Cinco siglos de cofradías y procesiones. Historia de la Semana Santa de Valladolid*, Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid-Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid.
- Cheli, Giovanni y Francesco Gioia (1998), *La Peregrinación en el Gran Jubileo del Año 2000*, Ciudad del Vaticano, Librería Editrice Vaticana. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_19980425_pilgrimage_sp.htm (Fecha de consulta: 28/06/2020).

- Donovan, Richard B. (1958), *The Liturgical Drama in Medieval Spain*, Toronto, Pontifical Institute of Mediaeval Studies.
- Esteve Secall, Rafael (2001), «Orígenes del aprovechamiento de la Semana Santa andaluza», *Laberinto*, 6, pp. 1-14. Disponible en: http://laberinto.uma.es/index.php?option=com_content&view=article&id=104:origenes-del-aprovechamiento-turistico-de-la-semana-santa-andaluza&catid=40:lab6&Itemid=54 (Fecha de consulta: 24/06/2020)
- Esteve Secall, Rafael (2009), «Turismo y religión. Aproximación histórica y evaluación del impacto económico del turismo religioso», en *Jornadas de delegados de pastoral de turismo* (Ávila, 11-13 de noviembre de 2009). Disponible en: https://www.diocesisoa.org/documentos/ficheros/Esteve_Rafael_-_texto_786.pdf (Fecha de consulta: 22/04/2020)
- Ferjoo, Benito Jerónimo (1985), *Teatro crítico universal*, ed. Ángel-Raimundo Fernández González, Madrid, Cátedra.
- Ferrari, Anna (2010), «Sulle orme degli dei . Santuari, pellegrinaggi e processioni nel mondo greco e romano», en Amilcare Barbero e Stefano Piero (eds.), *La Bisaccia del Pellegrino: fra evocazione e memoria. Il pellegrinaggio sostitutivo ai luoghi santi nel mondo antico e delle grandi religioni viventi*, Ponzano Monferrato, Centro di Documentazione dei Sacri Monti, Calvari e Complessi devozionali europei, pp. 211-226.
- Ferrero Ferrero, Florián (2012), *La Real Cofradía del Santo Entierro de Zamora 1593-2012*, Zamora, Cofradía del Santo Entierro.
- Ferrero Ferrero, Florián y Alberto Martín Marcos (2012), *Historia de una devoción. Nuestra Madre de las Angustias*, Zamora, Cofradía de Nuestra Madre de las Angustias de Zamora.
- García Gutiérrez-Cañas, Mariano Antonio (2000), *Esplendor, ocaso y resurrección: Las procesiones vallisoletanas de Semana Santa. Siglos XVI al XX*, Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid y Junta de Cofradías de Semana de Valladolid.
- Gil de Arriba, Carmen (2006), «Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares simbología identitaria y patrimonialización del Monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria)», *Cuadernos de turismo*, 18, pp. 77-102.
- Greenwood, David (1972), «Tourism as an Agent of Change: A Basque Case», *Ethnology*, 11(1), pp. 80-91.
- Guerrero, Francisco (1627), *El viage de Hierusalem, que hizo Francisco Guerrero, Racionero y Maestro de Capilla, de la S. Iglesia de...*, Sevilla, Matías Clavijo Impresor. Disponible en: <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=7716> (Fecha de consulta: 27/06/2020).
- Hernández Ramírez, Javier (2020), «El turismo y la construcción de los paisajes urbanos», *Disparidades. Revista de Antropología*, 75 (1), enero-junio, pp. 1-7. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001d>
- Heraldo de Zamora: Diario de la tarde. Defensor de los intereses morales y materiales de la provincia*, Año II, Número 105 (10/04/1897). Disponible en: https://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.do?idPublicacion=3103&anyo=1897 (Fecha de consulta: 15/06/2020)

- Hiriart Pardo, Carlos Alberto y Carlos Barrera Sánchez (2019), «Los megaeventos religiosos en México: el manejo turístico de la visita Papal a la ciudad de Morelia en 2016», *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1245-1270.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.086>
- Hobsbawn, Eric y Terence Ranger (eds.) (2002), *La invención de la tradición*, Barcelona, Crítica.
- Isla, José Francisco de (1991), *Historia del famoso predicador fray Gerundio de Campazas, alias Zotes*, ed. J. Álvarez Barrientos, Barcelona, Planeta.
- Juan García, José Antonio (2015), *Historia de la Hermandad Penitencial del Santísimo Cristo de la Buena Muerte de Orihuela 2000- 2015*, s.l., José Antonio Juan.
- Jaramillo Guerrueira, Miguel Ángel (2000), «Prólogo», en *25 Años de Hermandad*, Zamora, Hermandad Penitencial del Santísimo Cristo del Espíritu Santo.
- Ladrón San Ceferino, M.^a Jesús (2016), *La motivación religiosa de los cofrades de la Semana Santa de Valladolid*, tesis doctoral, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Lagunas, David (coord.) (2007), *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares*, México, Plaza y Valdés-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- León Felipe (2010), *Poesías completas*, ed. José Paulino, Madrid, Visor.
- Maldonado, Luis (2003), «La Religiosidad Popular», en Carlos Álvarez Santaló, M^a Jesús Buxó i Rey y Salvador Rodríguez Becerra, *La Religiosidad popular. Antropología e Historia* (vol. I), Barcelona, Anthropos, pp. 30-43.
- Martín de Uña, Joaquín (1999), *Carteles de Semana Santa. Valladolid*, Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid.
- Mazzucco, Clementina (2010), «Il pellegrinaggio cristiano alle origini», en Amilcare Barbero e Stefano Piero (eds.), *La Bisaccia del Pellegrino: fra evocazione e memoria. Il pelgrinaggio sostitutivo ai luoghi santi nel mondo antico e delle grandi religioni viventi*, Ponzano Monferrato, Centro di Documentazione dei Sacri Monti, Calvari e Complessi devozionali europei, pp. 227-248.
- Moreno Navarro, Isidoro (2008), «La Semana Santa andaluza como “hecho social total” y marcador cultural: continuidades, refuncionalizaciones y resignificaciones», en José Luis Alonso Ponga et alii, *La Semana Santa: Antropología y Religión en Latinoamérica*, Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid, pp. 193-205.
- Nolan, Mary L. y Nolan, Sidney (1992), «Religious sites at tourism attractions in Europe», *Annals of Tourism Research*, 19 (1), pp. 68-78.
- Pennachietti, Fabrizio (2010), «Peregrinare adorare circumambulare», en Amilcare Barbero e Stefano Piero (eds.), *La Bisaccia del Pellegrino: fra evocazione e memoria. Il pelgrinaggio sostitutivo ai luoghi santi nel mondo antico e delle grandi religioni viventi*, Ponzano Monferrato, Centro di Documentazione dei Sacri Monti, Calvari e Complessi devozionali europei, pp. 209-210.
- Pérez Ávila, Fernando (2017), «Freno a la “sevillanización” en Salamanca. La Junta de cofradías salmantina pide a las hermandades que no se utilice el acento andaluz para llevar los pasos», *Diario de Sevilla*, 1 de marzo. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/semana_santa/Freno-sevillanizacion-Salamanca-semana-santa-sevilla_0_1109589698.html (Fecha de consulta: 17/11/2019).

- Pérez Gómez, Enrique (2005), *La Semana Santa en la ciudad de Palencia*, Palencia, Ayuntamiento de Palencia.
- Prats, Llorenç (1997), *Antropología y Patrimonio*, Barcelona, Ariel.
- Vogeler Ruiz, Carlos y Enrique Hernández Arman (2018), *Introducción al turismo. Análisis y estructura*, Madrid, Ed. Universitaria Ramón Areces.