

María Pilar Panero García
(Editora)

Mirar, vivir, participar

Turismo cultural y Semana Santa



Universidad de Valladolid

MIRAR, VIVIR, PARTICIPAR.
TURISMO CULTURAL Y SEMANA SANTA

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 diciplinantes 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

Y se volvía contemplando la mañana maravillosa, regocijada, infantil. Rebrotaban las tierras y los árboles como en su primer principio; y los montes remotos eran de una tonalidad dulce, de carne húmeda, recién modelada. Y dentro de esta vida palpitante, briosa, sentía Josef su caducidad. ¡Ya se pensaba cansadamente en la vejez de los tiempos; se había llegado a la plenitud de las profecías, y todo empezaba siempre en torno del hombre!...

Gabriel Miró, *Figuras de la Pasión del Señor*

PRESENTACIÓN

Semana Santa, patrimonio y turismo, tres conceptos que, en los últimos años, se han entrecruzado. En un pasado, no tan lejano, no existía relación entre ellos; ahora sí y, difícilmente, dejará de existir en el próximo futuro. Aunque la pandemia de la Covid-19 haya modificado nuestra percepción más inmediata de los hechos, no es probable que altere la realidad de fondo.

1. VAYAMOS AL PASADO

Si nos fijamos en el pasado nos encontramos con que nacen una serie de actividades que van más allá de las celebraciones estrictamente litúrgicas de la Semana Santa. Son actividades creadas y promovidas por individuos concretos, creyentes, que, en virtud de su fe, quieren realzar y dar la mayor profundidad posible a la celebración de la semana más importante del año litúrgico cristiano. Por ello originan, animan y promueven cofradías, representaciones de la Pasión, viacrucis, oraciones públicas, componen canciones, etc. Actividades ligadas a sujetos particulares, creyentes; orientadas a vivir y animar la fe de otros creyentes. “Este año la Parroquia realiza una representación de la Pasión”, o una procesión, u otra actividad; es decir, el párroco, o un laico, o quien sea, organiza con un conjunto de personas una procesión con motivo de la Semana Santa y con la pretensión de celebrar su propia fe y animar la fe de la propia comunidad.

Es claro que podemos distinguir entre participantes y asistentes. Están, en primer lugar, los cofrades, los que actúan en la representación de la Pasión, o en cualquier de las actividades que se desarrollan, más allá de la liturgia, en esos días. Personas fuertemente concienciadas por su fe. Por otro lado, tenemos a los asistentes de la parroquia o de la comunidad; van y participan en virtud de su fe. La fe individual, vivida comunitariamente, es el factor determinante que da origen a todos estos actos. Estamos ante

una serie de actividades confesionales. Es algo surgido desde la fe cristiana y que tiene su sentido en el marco de la vivencia comunitaria de dicha fe. Gracias a que hay sujetos que «inventan», motivados por su fe, actividades en el ámbito de «su» comunidad cristiana y que la comunidad las asume como propias, brota todo esto. Pudiéramos insistir en que estamos en el marco de una sociedad mayoritariamente cristiana, pero, en realidad, esto no es tan relevante para el caso que nos ocupa, el origen de toda esta serie de celebraciones. De hecho, en ocasiones, se crean cofradías o se inician actividades en tiempos y lugares no especialmente marcados por una confesionalidad masiva.

¿Podemos hablar aquí, en este momento, de patrimonio? Efectivamente hay un patrimonio cultural pasivo, es decir, todas estas actividades vienen impregnadas por factores culturales del tiempo y lugar. Reflejan las vivencias y la cultura de los participantes, de su comunidad, de su tiempo; pero esas mismas actividades no las podemos considerar, en sentido estricto, como patrimonio activo en sí. «Este año la parroquia hace una representación de la Pasión». ¿Patrimonio?, en un sentido fuerte del término no lo es. El año que viene a lo mejor ya no se repite y, quizá, nadie la eche en falta.

Tenemos pues tres componentes: una fe activa individual vivida en comunidades creyentes particulares más allá del conjunto social que puede ser mayoritariamente creyente o no; un patrimonio cultural pasivo, en cuanto dichas actividades reflejan una cultura; y una pretensión espacio-temporal limitada en cuanto son actividades ceñidas a la vida de la propia comunidad, a los presentes que están allí y entonces, participen directamente o no en la realización de dichos actos. Si usamos la expresión «religiosidad popular» para calificar dichos actos, el acento, en su origen, está en el término «religiosidad».

2. CON EL PASO DEL TIEMPO

El paso del tiempo ha ido cargando muchas de estas celebraciones de un carácter social, no solo confesional, sino también identitario. «Nosotros celebramos así las procesiones de Semana Santa», lo cual supone, evidentemente, que sabemos que otros lo hacen de otra manera. Estamos ante una «celebración de la fe» tal y como «nosotros» la vivimos. Según va creciendo, con el paso del tiempo, el factor relativo al «nosotros», en paralelo al de «celebramos la fe», nace y se desarrolla un «patrimonio» cultural intangible. Tales celebraciones son las «nuestras», reflejan nuestra cultura, nuestra manera de ser, nuestra forma de enfocar la vida. Nos identificamos en ellas y con ellas. Son nuestro patrimonio, constituyen «lo nuestro».

Este componente social identitario, al que ha dado lugar la repetición en el tiempo de las celebraciones, va más allá del mero componente comunitario religioso. Es más, en ocasiones, cobra un peso específico y vida propia, aun existiendo una pérdida de fe personal. Puede darse la paradoja del cofrade no creyente, algo que sería absurdo en sus orígenes. O la siempre conflictiva relación entre autoridad religiosa y cofradías, pongamos por caso, en cuanto que para la autoridad religiosa lo prioritario en dichas

actividades ha de ser siempre el carácter confesante explícito de la fe y todo lo demás sería secundario.

Hablar de celebraciones con conciencia de que forman un patrimonio cultural, ligado indisolublemente a lo religioso, supone ampliar el círculo y el alcance de lo que se hace. Las celebraciones dejan de tener un exclusivo carácter *ad intra* de la comunidad creyente, pasan a ser algo que se realiza pensando en un «nosotros» más amplio, el de toda una colectividad. Con ello, además de posibilitar que el núcleo confesional más estricto pueda ver una posibilidad de evangelización con tales celebraciones a toda una comunidad social más amplia; se introduce implícitamente a los que son ajenos a la propia comunidad. Si sabemos que es nuestro patrimonio, sabemos que otros no tienen ese patrimonio y, además, lo más seguro, nos interesa que otros sepan que este patrimonio responde a un «nosotros» que quiere ser reconocido por los «otros». Estén físicamente presentes o no, los «otros» están implicados al tener nosotros conciencia explícita de que determinado acto constituye parte de nuestro patrimonio cultural. La procesión ya no es solo expresión de una fe comunitaria, es afirmación también de una identidad comunitaria y, por lo tanto, búsqueda de reconocimiento en un ámbito más extenso al de la comunidad confesional o al de la más amplia comunidad cultural propia en la que está inserta dicha comunidad confesional.

La asistencia de fuera reafirma la propia celebración. Pudiera pensarse que con el paso del tiempo y la pérdida de peso social de la fe se diluirían las celebraciones de Semana Santa. Ha pasado justo al revés en cuanto el componente identitario se ha entrecruzado. En el caso particular nuestro el auge de las celebraciones de la Semana Santa ha ido en paralelo a la secularización de la sociedad en el marco, hay que dejarlo bien claro, del desarrollo político del estado de las autonomías. ¿Qué hubiera pasado en otro marco socio-político? No lo sabemos.

La consideración de nuestra celebración como patrimonio cultural conlleva un interés implícito en que otros vengan a verlo y, por tanto, vengan a vernos a nosotros. En su origen alguien de fuera podía asistir a la celebración, el interés primero era participar de la fe de aquella comunidad, era un «peregrino» que asistía en virtud de su fe y de la fe de aquella comunidad. Estamos ante peregrinos que asistían a celebraciones de la fe que hacían otros creyentes, no con la intención de que ellos las vieran, pero sí abiertas a la participación de cualquier creyente viniera de donde viniera. La consideración añadida de nuestra celebración como patrimonio supone el introducir la pretensión de que otros vengan no sólo ya en cuanto peregrinos.

Los tres componentes que señalábamos al final del punto interior se amplían. Seguimos teniendo la fe individual y comunitaria de esa Iglesia local, y el patrimonio cultural pasivo, pero ahora, además, está implicado el conjunto de la comunidad social, y estamos ante un patrimonio activo de la propia comunidad. La perspectiva deja ser exclusivamente local, hay una apertura consciente al exterior. Si antes hablábamos de «religiosidad» ahora hay que poner con el mismo peso el calificativo de «popular». El pueblo se expresa en ellas porque existe tal pueblo y viceversa, hay pueblo en cuanto hay expresiones colectivas de su existencia. Distinguir entre lo sustantivo y lo adjetivo

será más bien asunto del estudioso; según su propio marco de creencias interpretará la celebración como ejemplo de «Religiosidad popular» o como caso paradigmático de «religiosidad Popular». La carga teórica del antropólogo, o del teólogo, propician una interpretación u otra. No dejan de ser interpretaciones de matiz.

3. Y AHORA EN EL PRESENTE

Hasta ahora nos habíamos encontrado con los participantes, digamos cofrades, y con los asistentes del lugar; teníamos, además, ampliado el círculo, una participación no solo como expresión y celebración de la fe, sino también una conciencia «patrimonial» de la celebración. Lo que «siempre» hemos hecho y que nos identifica como comunidad ante otras comunidades. Lo celebrativo y lo identitario iban de la mano, la fe y la afirmación de nuestra realidad social y cultural autónoma y propia. Algo que se acentuaba en cuanto empezaban a venir a ver lo que hacemos nosotros y se reafirmaba, de un modo en principio impensado, el «nosotros». Pero resulta que ahora comienzan a llegar de todo punto y lugar. Vienen los turistas.

El diccionario define el turismo como: «actividad o hecho de viajar por placer». Algo que siempre había existido como lujo de ricos y que ha pasado a ser consumo de masas en virtud del desarrollo económico de la sociedad. Con la llegada del turismo nuestra espiral de acontecimientos se amplía. Surgen una serie de intereses económicos que propician el asentamiento desde la perspectiva socio-política de todos los actos celebrativos de la Semana Santa. Ahora bien, en cuanto a la propia dinámica de las celebraciones, esos intereses no son de importancia nuclear. Sí lo es otro aspecto que comienza a tener un peso esencial en la dinámica interna de las celebraciones. Para que vengan a vernos «por placer» habrá que hacer las cosas bien, tendrá que haber «belleza».

La búsqueda de la belleza era algo implícito desde el principio en las celebraciones; si se hacía una representación de la Pasión, por supuesto había que intentar hacerla lo mejor posible. Pero, siendo sin duda importante, no era un factor que tuviera en sí un peso decisivo. Ahora sí lo tiene, no será lo mismo la imagen que demos, y por tanto el atractivo que tengamos, con una iluminación que con otra; habrá que considerar, y ensayar, multitud de aspectos para que la celebración o la procesión tenga la mayor calidad estética posible. Hay una búsqueda consciente de la belleza. Y no solo para reflejar, por ejemplo, la belleza de una talla concreta en sí misma, sino para reflejar la belleza de la talla en los cánones de belleza del espectador contemporáneo inmerso en una particular cultura audiovisual. Resulta claro que no existe la conciencia de pensar que los turistas van a venir a celebrar la fe con nosotros, incluso también puede producirse cierta dilución de la consideración identitaria patrimonial, pero se acentúa la perspectiva de que la gente viene porque hacemos algo bello, por tanto, digno de ser admirado en nuestro mundo global. La gente va de turista a ver cosas bellas, lugares bellos, también celebraciones bellas. Va por placer y porque esos lugares y celebraciones merecen

la pena ser vistos, son dignos de visitar. También nosotros y nuestras celebraciones, importamos en un mundo global, son bellas, son valiosas, somos valiosos.

4. RESPECTO AL FUTURO

Semana Santa, patrimonio y turismo, tres elementos que se han entrecruzado y han producido una espiral de fenómenos en la que, difícilmente, podemos prever lo que ocurrirá en un futuro. De todas formas, sí sabemos lo que ocurre en el presente. La celebración de la Semana Santa, algo que siempre ha estado en el núcleo más profundo de la vivencia de la comunidad cristiana, ha propiciado una visibilidad de la propia comunidad cristiana en el marco de una sociedad secularizada de una forma que, en los años ochenta, por poner una fecha, nadie podía imaginar. De hecho, a veces da la impresión, de que la única alternativa presentada por los núcleos más confesantes de la secularización en nuestra sociedad es proponer la playa, la huida de las ciudades, como única salida para no verse envueltos en toda una red de celebraciones y simbología cristiana con la que, vayan a la ciudad que vayan, se van a encontrar. Y, aun así, esta opción resulta problemática, la propia red de intereses económicos y políticos de todo tipo que se ha tejido alrededor de la Semana Santa obligan a promocionar la propia Semana Santa, aunque no se crea en nada de la Semana Santa.

Una espiral de acontecimientos que tiene un núcleo último: la experiencia cristiana. Lo «sagrado cristiano» por decirlo así está en el origen. Y lo sagrado sigue presente en lo identitario porque la mera repetición de actividades a lo largo del tiempo no crea ninguna identidad, ni ningún patrimonio por sí mismo. Por muchos teatros veraniegos que realicemos, y por mucha infinidad de representaciones de acontecimientos históricos y mercados medievales que organicemos, allí sólo tendremos actores que saben que son actores, espectadores que saben que son espectadores y, por supuesto, movimiento económico. Participantes conscientes de estar en un gran teatro colectivo, pero nada más. La procesión del Santo Entierro es otra cosa, y la cofradía de la Virgen de los Dolores también. Todo el mundo es consciente de ello. ¿Identidad? Como no se entremezcle algo último, llamemos «sagrado», allí no crecerá ninguna identidad laica que pueda sustituir a la de toda la vida por más subvenciones que reguemos. Ocurrirá como ha sucedido con muchos de esos pretendidos edificios emblemáticos y de arquitectura de diseño que iban a revolucionar nuestra percepción del espacio local, millones de euros de nuevo rico gastados total, para al final, continuar todos sacándonos la foto delante del Pilar.

Lo sagrado inasible, que se desliza entre nuestros conceptos en desafío permanente. No digamos nada de la belleza cuando lo que hay detrás, creando belleza, es precisamente lo sagrado. Resulta simpático escuchar las expresiones del turista que tuvo la suerte de que se detuviera la procesión justo en el momento en que la imagen de la Soledad quedaba clavada a tres metros delante de él, sola ante él, y que una y otra vez se tira de los pelos por no haber tenido los reflejos suficientes para guardar esa

imagen, única, en su móvil. Trescientas fotos y la importante, la que reflejaría la belleza que le dejó atónito, la que por sí sola justificaba todo un viaje y cientos de euros gastados, se le escapó, fue incapaz en ese preciso momento de mover un solo dedo, nunca la podrá subir a la red. No importa, qué más da, siempre tendrá grabada en la memoria el misterio y la belleza de una mirada que fue solo para él.

Lo «sagrado», un término y un concepto que persigue toda la historia de la antropología en una compleja relación de amor y odio. Por la religión nació la antropología, con ella creció, sin ella no sabría qué hacer. ¿Desmenuzar estructuras de parentesco?, puro entretenimiento. Al final lo que de verdad fascina al entendimiento son cuatro cosas y ante la antropología, privilegiada, se presenta una y otra vez, por más que la quiera eludir, esa realidad última con la que nos topamos en la vida y que vagamente intentamos conceptualizar y expresar. Lo sagrado parece desaparecido de nuestro mundo secularizado; nada más lejano de la realidad, basta con salir a la calle cualquier Viernes Santo. Año tras año vuelve a presentarse en desafío permanente a nuestra comprensión.

La antropología seguirá en su labor de estudiar e interpretar la Semana Santa y bienvenido sea este libro que presentamos sobre ella. Resulta buen objeto de estudio, inagotable, nunca se terminará de dar cuenta del misterio que esos días encierran. Por más que intente comprenderla, al final, desde el principio, siempre se enfrentará con lo sagrado que encierra. Siempre. Lo sagrado constituido en permanente interlocutor de la antropología; lo sagrado que quizá, incluso, juegue con ella bajo una multitud de lenguajes y expresiones; que quizá espere a que ésta, si quiere, termine por vislumbrar su reflejo, pálido, pero pleno de belleza, en los ojos del cofrade que brillan escondidos el instante después de haberse cubierto con su tercerol. Ese instante en el que retumba su presencia, en nuestro sobrecogido silencio, con el primer redoble de tambor.

Fernando Joven Álvarez, OSA
Estudio Teológico Agustiniانو de Valladolid

INTRODUCCIÓN

EL ESPACIO TURÍSTICO DE LA SEMANA SANTA

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

El turismo nace y se desarrolla, de forma generalizada, desde los años treinta del siglo pasado como cultura del ocio cuando marca una ruptura espacio-temporal con las ocupaciones cotidianas. Los estudiosos abordan el tema fundamentalmente desde cuatro perspectivas que recapitula Aguirre Baztán (1988: 57-47) que, a su vez, las planteó como categorías analíticas.

La primera es el turismo como aculturación producida por el impacto cultural y social que tiene la llegada masiva de visitantes y los cambios económicos que le son inherentes. Sigue en este caso el planteamiento hecho en 1977 por Valene Smith (1989) al analizar a los turistas como huéspedes más que como invitados. Desde este punto de vista se produce una interacción entre visitantes y receptores para lograr una compenetración fructífera para ambas partes. En ella se observa una lenta, pero continua aculturación sufrida por los receptores, que les empuja a cambiar sus hábitos en función de los huéspedes.

La segunda categoría de sustenta en los presupuestos teóricos básicos de espacio (destino), tiempo (estancia) y cultura, porque admite, como en el caso anterior, un

choque cultural entre las dos partes, que se solucionará de una forma o de otra. El adalid de estas categorías es Jafar Jafari (trad. Lagunas, 2007) que sigue a Victor Turner.

En la tercera se tiene en cuenta las constantes axiológicas de la sociedad de origen, la que produce el turismo, porque el receptor lo que busca es satisfacer las necesidades del emisor. Así, si la sociedad emisora busca el exotismo, la diferenciabilidad, es la sociedad receptora la que satisfará esas características. Y la sociedad receptora lo hará respetando y compitiendo con las características de calidad, precio, gastronomía...

La cuarta categoría es el valor del turismo como restauración psíquica, que, quizás, sea la base de todas las demás. Según el autor, en la sociedad industrializada, donde el individuo se ha convertido en un *homo productor* al servicio del puesto de trabajo. La alienación le impide desarrollarse como persona porque está obligado a ser una pieza más del engranaje productivo y por eso necesita tiempos para sí mismo, espacios en los que sea él quien dirija sus propios principios, lugares donde pueda manejar a gusto sus habilidades y sentirse no solo, o no fundamentalmente, *homo productor*, sino un *homo creator* más allá del *homo faber*.

Se impone la ruptura temporal del tiempo lineal para acercarse a un tiempo que se convierte en cíclico gracias a las vacaciones, que además implican movimiento, extrañamiento del lugar de la vida cotidiana. Ahí radica la necesidad de, o bien buscar los lazos que lo unen a su lugar de origen, lugar paradisiaco en la mente pensado y concebido como tal y reconstruido múltiples veces como la tabla salvadora de la personalidad infantil, o bien buscar otros espacios donde pueda satisfacer su necesidad de descanso y desconexión completas.

A todo esto, hay que añadir que, para que exista el turismo, tiene que haber una cierta capacidad adquisitiva que permita al sujeto trasladarse a otros lugares. Estas características son comunes a todo tipo de turismo, pero adquieren matices y peculiaridades en cada una de las variantes. Nosotros, en este libro, vamos a analizar cómo funciona en el turismo religioso en general y en el de la Semana Santa en particular, en función de la complejidad que tienen a su vez estas dos variantes.

Con la primera luna de primavera personas de todo tipo celebran la Semana Santa, pero esta fiesta no colma lo estrictamente religioso, aunque la base es la religión, y se desarrolla en un marco con muchas aristas, rico en matices, en símbolos, en modos de comunicar y de atraer prosélitos y, desde el s. XIX y los primeros años del XX, según los lugares, también turistas. El fomento del comercio local y el afán de visibilidad social de las clases medias propiciaron la mezcla de lo religioso y lo económico de una forma más descarada de lo que había sucedido hasta entonces. Los cambios por conquistar el espacio económico y la visibilidad iniciaron un «tira y afloja» entre los distintos agentes implicados. No olvidemos que los turistas son siempre un bien escaso. Lamentablemente la situación actual originada por la Covid-19 ha evidenciado que el turismo, que es una industria de las más importantes en nuestro país, es muy voluble.

La diversidad de enfoques que tolera la Semana Santa, bien en el ámbito urbano o rural, ya ha sido evidenciada por algunos de los textos de la antropología clásica sobre

la materia (Buttitta, 1978; VV.AA. 1997; Moreno Navarro, 2006; Alonso Ponga, 2003; García Pilán, 2010; Andrade & Ubertazzi, 2017; Faeta & Ricci, 2007; Faeta, 2019). Podríamos decir que la Semana Santa ha sufrido tantos cambios a lo largo de su historia, que es difícil y probablemente innecesario buscar constantes objetivas en ella. Un estudio diacrónico nos la muestra repleta de disyuntivas y contradicciones, que nos llegan bajo distintos trampantojos —medievalizantes, barroquizantes, últimamente, hasta se nombran renacentistas—. En el último siglo ha recibido la impronta, nacional-católica, primero, y después, postconciliar y democrática, pero todavía no ha perdido el matiz barroco contrarreformista. La construcción teórica de la Semana Santa no se ha dejado de implementar con nuevos relatos que se superponen y complementan a los existentes (Alonso Ponga, 2013).

Todavía hoy, estamos en una sociedad que se presupone laica, aunque no ha llegado a consagrar la separación Iglesia-Estado,¹ el poder de decisión de la Iglesia oficial por lo que respecta a las manifestaciones públicas de religiosidad, es incuestionable. A pesar de la aparente «cooperación», *de facto* se mantienen unas relaciones asimétricas. En el día a día, se observa la pugna entre la jerarquía católica y elites urbanas por controlar el espacio público que ocupan las procesiones. Todos los años se asiste a algún debate sobre las fobias o filias que suscitan los desfiles en las calles y plazas obviando otros actos de las cofradías o de los fieles en los interiores de los templos. En realidad, la pugna tiene de fondo la lucha entre la Iglesia triunfante, que ocupa la calle en un acto de contrición público, o la Iglesia evangélica, en la que la aflicción se dirime de una forma privada e íntima. En este debate están siempre los poderes civiles, cuyos intereses coinciden o no con los religiosos, y las cofradías que son la fuerza que perpetua los ritos. Isidoro Moreno (2017) se hizo eco de un artículo de Manuel Chaves Nogales de 1935 para hacer ver que la situación no ha cambiado demasiado en casi un siglo. Los representantes del poder civil y el religioso, hoy día continúan intentando controlar a las cofradías, instituciones populares, oficializando la Semana Santa cada año más por lo que «peligra su continuidad como “hecho social total” y corre el riesgo de convertirse en una fiesta unidimensional, integrista y mercantilizada, asumida solo por una parte de la ciudadanía». En el proceso de mercantilización está, por supuesto, el hacer de ella un producto turístico, lo cual no es negativo, si las cofradías son capaces de no homogeneizarse-simplificarse y mantener sus ritos, en estos tiempos de hipermovilidad.

Una etnografía del hecho turístico nos ayuda a conocer los lugares donde se desarrolla y los flujos de visitantes, así como el valor y la funcionalidad del mismo desde una perspectiva humanista, antropológica en el sentido amplio, como sostiene Xerardo Pereiro (2020: 2), idea que desarrollan en algunos de los trabajos publicados ahora como los de Miguel Nogués-Pedregal, Julio Grande, Fina Antón, etc. El turismo sirve

¹ Nuestra Carta Magna mantiene esta relación de forma ambigua y dice en el artículo 16: «Ninguna confesión tendrá carácter estatal. Los poderes públicos tendrán en cuenta las creencias religiosas de la sociedad española y mantendrán las consiguientes relaciones de cooperación con la Iglesia Católica y las demás confesiones».

para comprender algunos de los problemas socioculturales de la modernidad y la Semana Santa es un tiempo en el que las comunidades valiéndose de una escenografía exagerada se muestran a sí mismas, se miden, debaten o se transforman, frente a los turistas que, inducidos, consumen un producto hecho necesidad en un maremágnum de emociones, deseos y sentimientos compartidos. Sin olvidar que el turismo es un intercambio sociocultural, una experiencia ritual moderna, una práctica de consumo diferencial y un instrumento de poder político e ideológico (Pereiro, 2020: 3). El turista en Semana Santa participa con su rito en los ritos de otros.

La expresiva fotografía de Carlos Espeso, que es portada de este volumen, recoge uno de esos momentos. La imagen está tomada en los alrededores de la Audiencia Provincial de Valladolid inmediatamente después de la liberación de un reo indultado el Jueves Santo, día del perdón fraterno. Éste viste el hábito y desfila después con los cofrades de la cofradía que ha solicitado el indulto, la de Nuestra Señora de la Piedad, en la Procesión de Penitencia y Caridad. Los representantes de la Judicatura, del Colegio de Abogados, del Colegio de Médicos y autoridades cooperan con la cofradía para cumplir con una tradición muy arraigada en España en la que se mezcla la historia y la costumbre con algunas leyendas. El público está expectante porque, consciente o no, la densidad del rito invade el momento más allá del espectáculo que las imágenes, en este caso especialmente bellísimas, los hábitos, las músicas... e, incluso el morbo, producen. Recordemos las palabras siempre lúcidas del ya añorado Carmelo Lisón (2010: 69):

Y mientras que los deseos, intenciones y emociones individuales son lábiles, contingentes y circunstanciales —lo que no disminuye su intensidad momentánea— la acción ritual objetiva códigos estándar, conductas al unísono, rítmicas, comportamientos y emociones estereotipadas, de orden y jerarquía, posiciones institucionalizadas y valores concretos congruentes, regularidades comunes y permanentes, no lo íntimo y personal, no al hombre detrás de la máscara procesional sino a la estructura del ritual y sus consecuencias.

Veamos las aportaciones que hacen en este volumen con vocación interdisciplinar, académica e institucional, distintos colegas que han reflexionado durante largo tiempo sobre este hecho religioso y cultural. Algunas, abordan la realidad del turismo religioso o de Semana Santa con carácter general —Simonica, Nogués Pedregal, Alonso Ponga & Panero, Lorenzo— y, otras, atienden a casos concretos de lugares en los que la celebración tiene especial importancia, en España y países cercanos, tanto en el espacio como en las formas, del ámbito católico como son Portugal e Italia. En los otros casos se explican modelos concretos con la perspectiva que da trabajar en ámbitos laborales de distinta índole donde velan por conservar las celebraciones y estudiarlas para conocerlas —Guimerans, Ferreira, Carrera, De Pinto, Rodríguez Becerra, Hernández & Giraldez, Antón, Ibarra y Armenio— y que, evidentemente, no agotan todas las posibilidades.

Alessandro Simonicca, profesor miembro del Osservatorio per il Turismo Sostenibile y especialista en Antropología Cultural y Religión, reflexiona sobre dos fenómenos de turismo, el religioso y el espiritual, desde un punto de vista de la antropología que permita dilucidar las líneas epistemológicas de los viajes que apuestan su atractivo en lo sagrado y las consecuencias sociales que tienen. El autor no obvia el prejuicio histórico entre «turismo» y «sagrado», como mezcla que termina con el pensamiento mágico premoderno frente al ilustrado a través de dos ejemplos internacionales, el Camino de Santiago y la meditación a Rishikesh. Al hacer una etnografía del turismo religioso y del espiritual la religión es central y problemática a la vez, porque para los peregrinos-turistas no está clara la pertenencia formal a una iglesia concreta y sus filia-ciones son heterogéneas. Lo espiritual ni siquiera precisa de una adhesión momentánea a unos valores o creencias consagrados concretos. Hace un recorrido por la variedad de motivaciones que van desde tener una ideología salvífica o terapéutica hasta buscar la identidad individual o colectiva. Nos interesa mucho la reflexión del profesor Simonicca porque la Semana Santa, como turismo religioso-cultural que es, ofrece el campo de cultivo para observar las grietas que tiene la modernidad en la búsqueda que el individuo hace de la «autorealización». El turismo religioso como práctica cultural del tiempo libre se ha convertido en una nueva forma de religión espectacularizada y secularizada que, en toda su complejidad, permite observar fecundamente al hombre contemporáneo.

El profesor de Antonio Miguel Nogués-Pedregal, director del grupo de investigación «Cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo», también ofrece una visión socio-antropológica del turismo centrada en la Semana Santa. Parte de una definición amplia de «turismo» para explicar las paradojas del llamado turismo religioso gestionado desde el pensamiento, si no utilitarista, al menos ilustrado, pero que, sin embargo, se nutre de un pensamiento mágico y de los deseos. Entra en el prejuicio extendido que en el turismo religioso discrimina entre rito, como algo serio, y turismo, como la banalización del rito. Sin embargo, incide en otra visión que no estigmatiza pues el turismo es modelo moderno de ritualidad en el que el consumidor busca lo auténtico y la liberación de lo normal-cotidiano. Su enfoque está en la línea turneriana para la explicación de lo liminoide (lo optativo propio de ambientes seculares, anti-estructura y laxo) que es una forma de peregrinación que proporciona sentido a la vida ordinaria. El profesor Nogués-Pedregal incluye ejemplos en los que las cofradías o bien mediante los hechos, o bien mediante el debate, se rebelan contra las formas adecuadas a los procesos de mercantilización de la Semana Santa, lenguaje ordinario, frente a la solemnidad ritual, si bien la estética y el deseo de agradar al que mira los desfiles es inherente a la dinámica cofrade.

Los profesores José Luis Alonso Ponga y M.^a Pilar Panero García, directora e investigadora respectivamente en el proyecto «Centro Internacional de Estudios sobre la Religiosidad Popular: la Semana Santa», hacen una primera distinción entre el turismo religioso y el turismo cultural-religioso, y también el turismo del espectáculo religioso

en el que estaría la Semana Santa. Sin embargo, estas clasificaciones, en muchas ocasiones, se superponen o confunden según los diferentes tipos o segmentos turísticos, dificultando la teorización en función de tres perspectivas no excluyentes —espiritual, sociológica o cultural— y en las que cada cual se posiciona según sus categorías. En el ámbito de la celebración de la Pasión distinguen entre peregrinos, viajeros y turistas, primero, y nativos, curiosos y turistas, después, en un intento de clasificar los viajes relacionados con los hechos de los últimos días de Cristo. Éstos, que tienen una larga tradición y que se han relatado desde el s. IV., son la base de los dos pilares sobre los que se construyen los discursos turísticos de la Semana Santa, el historicismo con la intención de buscar los más antiguos orígenes y espectacularidad. Los autores ponen algún ejemplo concreto de préstamos y cambios de itinerarios, como hizo Nogués-Pedregal. La invención de la Semana Santa se ha hecho a lo largo de la historia con la superposición de relatos y, siempre como un objeto de consumo visual, como catequesis o como producto turístico. El turismo, sin embargo, no aniquila las formas del catolicismo popular y cualquier vivencia íntima de los que participan en celebración en distintos grados. La gran capacidad de adaptación de la Semana Santa permite a sus agentes percibir un hecho universal y bastante homogéneo como particular.

Narciso Jesús Lorenzo Leal, liturgista y profesor del Estudio Teológico Agustiano de Valladolid, nos ofrece las claves que conectan la teología, la tradición y el turismo en la Semana Santa en lo que llama la era de la *post-verdad*, posición para la que «los hechos objetivos y reales tienen menos credibilidad o influencia que los sentimientos y creencias de los individuos al momento de formular una opinión pública o determinar una postura social». Hace un recorrido por la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesucristo, sus claves litúrgicas y teológicas, pero como hecho y acontecimiento significativo y salvífico, cuyo relato repercute formidablemente en la cultura y la sociedad contribuyendo a sostener la economía. La narración del relato se hace a varios niveles en los que el escenográfico de las procesiones, que puede ser emotivo y/o intelectual, es uno, no incompatible con el teológico-trascendental que ofrece la doctrina y la adhesión a la fe dinámica a través de la liturgia y el rito. Para el autor la Semana Santa es un vehículo eficiente de la *fidei ratio* para la contención de posturas anticlericales y secularizadoras porque, a través de la cultura, se puede llegar a la comprensión del discurso redentor que subyace bajo el cultural.

Juan Manuel Guimeráns Rubio, Director del Área de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid, expone el modelo de gestión turística de una de las semanas santas más importantes de España, que, además, ha sido y es modelo en el que se miran otras. Esta atracción que ejerce, explica el autor, siempre ha interesado a los poderes públicos con los que ha establecido una relación nunca fácil que han desarrollado en ella distintas estrategias de promoción o debilitación según el momento. Actualmente prima el primero, pues la Semana Santa de Valladolid es uno de los periodos más representativos e importantes turísticamente para la ciudad. Esta conciencia, en una ciudad en la que el interés por lo turístico, en general, es muy reciente, sin embargo,

tiene una tradición en lo relativo a la Semana de Pasión para captar la atención de viajeros, visitantes o turistas nacionales e internacionales. El mayor acto internacional a nivel protocolario lo organiza el Ayuntamiento precisamente en este periodo. Ser conscientes de la tradición en la gestión turística es ahora una oportunidad para avanzar y trabajar, no un turismo masivo, pero sí uno sostenible en el que el viaje sea una experiencia nueva en función de las personas y la época. Desde el Consistorio se trabaja con consciencia del bagaje cultural y los valores permanentes que este acontecimiento ofrece, no solo en los desfiles procesionales, sino también con otros atractivos de la ciudad como su gastronomía. Las herramientas para lograrlo es una gestión «inteligente» como se ha hecho con la SEMINCI, que nació precisamente en y desde la Semana Santa, una apuesta por la tecnología y la innovación y un equipo humano integral que implica a diversos sectores de la ciudad por un objetivo común y una perspectiva amplia.

Rui Ferreira, Asesor de la Câmara Municipal de Braga y la Arquidiócesis de Braga, explica las claves por las que la celebración de la Semana Santa de la ciudad, no solo es la más importante del país, sino también Patrimonio Inmaterial de Portugal. La celebración, accesible al turismo desde 1933, supera el ámbito privado de las creencias y es el principal producto de la ciudad que opera, además, de impulsor de otros momentos importantes de Braga y de todo el patrimonio. Este reconocimiento, sin embargo, no es óbice para detenerse y desde 2018 apuestan por integrarse en un itinerario cultural que sea avalado por el Consejo de Europa. Ferreira reflexiona sobre la metodología para el estudio Semana Santa urbana desde una perspectiva antropológica que enriquezca la histórica y que contribuya a algo tan necesario en una sociedad como la actual: la creación de una identidad sólida que contrarreste la homogeneización y el individualismo imperante. Hacer historia y recuperar la memoria colectiva por medio de los ascendientes, de la tradición o tradiciones, es un modo de construir significaciones operativas para la comunidad en el presente. Lo que conforma la tradición, su invención, es una valoración positiva que genere consenso y unidad en la comunidad, pero al convertirla en «otro exitoso programa de medios» difumina y transforma prácticas devocionales convirtiéndolas en espectáculo religioso. El proceso de patrimonialización, sostiene el autor, ha de hacerse estudiando e inventariando las prácticas esenciales y aquellas susceptibles de cambios que no menoscaban lo esencial de las celebraciones, porque es una ingenuidad pensar que los cambios no se producen continuamente. La patrimonialización debe ser fundamental para la conservación.

También sobre la necesidad de documentar nos ilustra Gema Carrera Díaz, Jefa del Proyecto del Patrimonio Etnológico del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, comunidad autónoma modelo en la gestión del patrimonio en España que ha abordado el estudio de la Semana Santa en el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía (APIA) entre 2008 y 2014. En el documento se recogen más de cien rituales de Semana Santa, así como «los oficios y saberes, modos de expresión o actos de comensalismo que se dan en el marco de estas actividades». En el Atlas se

evidencia la falta de rigor de la construcción de la identidad andaluza, basada en estereotipos que niegan la importancia simbólica de la fiesta. El objetivo del Atlas es abundar en la diversidad y complejidad negada por esos mismos clichés difundidos hasta la saciedad en los medios de comunicación todavía hoy día. Carrera nos detalla los elementos que el APIA recoge en sus tres módulos —identificación, descripción y valoraciones— en los que se hace un trabajo exhaustivo sobre cada uno de los elementos y que, en ningún caso, son una foto fija. La autora refuerza el valor de una cuestión que es general a muchas fiestas entre las que se encuentra la Semana Santa, que es la reproducción simbólica e identitaria de los grupos sociales que las mantienen cada año, independientemente de otros intereses mercantiles, espectaculares o de refuerzo de tópicos que perpetúan el «carácter nacional andaluz». Advierte que el peligro de las celebraciones no se halla en la falta de declaraciones institucionales, sino todo lo contrario, en coartar la libertad y autogestión de los agentes implicados y comprometidos con un patrimonio vivo con medidas de salvaguarda coercitivas.

Paola De Pinto, gerente de Società Cooperativa FeArT, ente gestor del Museo Diocesano de la ciudad pugliesa de Molfetta (Diócesis de Molfetta-Ruvo-Giovinazzo-Terlizzi) nos da otra perspectiva, la de una institución religiosa que, además de ejercer una función catequética, especialmente con la figura de María Magdalena, contribuye a generar beneficios económicos y simbólicos en el territorio en el que trabaja. El Museo, reabierto en 2009, concentra y promueve diversas acciones relacionadas con la Semana Santa, celebración importantísima para las comunidades no solo en Molfeta, sino en toda Apulia. El trabajo se lleva a cabo contando con las instituciones civiles, asociaciones culturales como la Associazione Culturale Opera di Molfetta, presidida por Gaetano Armenio, también autor en este volumen, bandas de música y, por supuesto, las cofradías de la ciudad y las de otros lugares. Las acciones principales son cuatro destinadas a la conservación y divulgación: *La via dell'arte* sobre las esculturas de madera policromada o papelón de escultores locales, algunos formados en Nápoles o Roma, siendo Lecce de suma importancia para el abastecimiento de papelón; *La via dei suoni e delle melodie* para recuperar obras de una importante tradición de compositores y bandas de música; visitas al museo teatralizadas; y otras actividades puntuales como conciertos y exposiciones nacionales e internacionales.

Los profesores Salvador Rodríguez Becerra y Salvador Hernández González y Encarnación Giráldez Cejudo, Directora Técnica de la Ruta «Camino de Pasión», explican el modelo de gestión cooperativa de diez ciudades medias representativas de las celebraciones andaluzas —Alcalá la Real, Baena, Cabra, Carmona, Écija, Lucena, Osuna, Priego de Córdoba, Puente Genil y Utrera—, cuyos ayuntamientos se han agrupado en 2002 mediante la «Asociación para el desarrollo turístico de la ruta “Camino de Pasión”». La asociación nace con la aspiración de que estas agrovillas señoriales históricas den a conocer su Cuaresma, Semana Santa y Pascua en el tiempo de los ritos, pero también a lo largo del resto del año potenciando recursos como los conjuntos de museos, casas hermandad y otros espacios expositivos, señalizando los espacios y las imágenes, editando una guía conjunta, y siendo un socio importante en la Red europea

de celebraciones de Semana Santa y Pascua, Braga también lo es. La asociación busca un lugar en el espacio turístico para estas ciudades de interior, podrían ser muchas más, en las que la celebración es muy importante porque implica a la mayor parte de la población, pero que han estado eclipsadas por las grandes semanas santas urbanas de la comunidad autónoma, que también son una fuente de inspiración, como en otros muchos lugares de España. Además del implemento de turistas la naturaleza de la asociación es conocer, difundir y revitalizar del legado patrimonial para conservarlo.

La profesora Fina Antón Hurtado parte de una dilatada observación mediante el trabajo de campo en la ciudad de Murcia y, con una base conceptual en el que la categoría sensorial y personal es fundamental, explica los modos para canalizar las aspiraciones identitarias y las emociones de los participantes activos o pasivos. Esta Semana Santa con origen en el s. XVII se ha resignificado y revalorizado, también turísticamente integrando al turista de forma solidaria en la percepción visual, sonora, olfativa, gustativa y táctil del ambiente festivo multivivencial en una sociedad en la que cada vez se valora más lo espiritual y menos la religión institucionalizada. La espiritualidad es primaria, inherente a la especie humana, el hombre es una criatura ritual y en la Semana Santa murciana el visitante aún experiencia y emoción, no a través de las creencias religiosas, que pueden existir o no, sino a partir de la espiritualidad humanizada que se genera por la exaltación de lo sensorial en las procesiones. La presencialidad y el contacto físico, como ha puesto en evidencia la pandemia que estamos padeciendo, refuerza la vivencia por lo que son de gran importancia en una fiesta en la que la belleza de los pasos, las flores, las músicas, los olores... contribuyen a la integración de todos.

Julio Grande Ibarra, director de Sepinum, empresa especializada en desarrollo rural, patrimonio cultural y turismo rural pone el foco en una Semana Santa rural singular, la de San Vicente de la Sonsierra con sus famosos disciplinantes porque conserva un rito otrora extendido y ahora singular, exótico para muchos. La presencia de un turismo desproporcionado en ocasiones ha alterado el desarrollo de la fiesta y la cofradía le ha puesto freno en diversos momentos de la historia. La injerencia del público y el desconocimiento de la significación profunda que los ritos tienen para la cofradía han propiciado no pocas veces situaciones conflictivas. Esto no es un hecho exclusivo de los ritos de Semana Santa, sino que es habitual en otros a los que personas poco documentadas les atribuyen un carácter excepcional y morboso olvidando la ritualidad (celebración pública, pero también acto íntimo), porque el turista ahí solo consume una puesta en escena (Sánchez Pérez, 2020: 70-75). El autor se muestra crítico con el discurso generalizado y poco realista que presenta estas celebraciones como la panacea capaz de salvar al turismo rural. En su opinión, excepto de manera muy puntual para la hostelería local, el desarrollo turístico de la zona no se da por los disciplinantes, sino por el recurso enológico. Apela al equilibrio en la búsqueda de un turismo planteado de forma realista y sostenible, fruto de la reflexión y ordenado, es decir, que reporte beneficios sin alterar el patrimonio inmaterial desvirtuándolos acontecimientos y con un público que incomode a los cofrades y acompañantes locales.

Cerramos este volumen con una perspectiva diferente a la académica y a la institucional, aunque se sirve de ambas. Gaetano Armenio, presidente de l'Associazione di Promozione Turistica e Culturale «Puglia Autentica» y gestor del portal turístico que promociona las tradiciones populares de Puglia, región puente entre Oriente y Occidente. Son las celebraciones de la Navidad, la Semana y la Pascua y las de los patronos con todos los elementos asociados a los ritos —imágenes, música, gastronomía, artesanía...— y otras bellezas como la paisajística que captan y orientan al turista para que haga de su viaje una experiencia. El autor, que también es editor, fotógrafo y publicista, ofrece la imagen que se proyecta de una región como Puglia en los circuitos profesionales como las ferias especializadas, pero explica que, además, es vital trabajar en el territorio para que los propios protagonistas valoren los recursos y los conserven.

Ofrecemos a los interesados en el turismo y en la Semana Santa un muestreo de algunos de los marcos teóricos desde los que se medita sobre este campo, pero también, y esto nos agrada mucho, con la perspectiva de profesionales que aportan su experiencia y talento, no solo en geografías diferentes (la lista podría ser enorme), sino en ámbitos laborales diversos. El tema no se agota, todo lo contrario, en un momento en que la distopía que vivimos por la pandemia del covid-19 ha obligado a un distanciamiento físico que ha provocado una quiebra en el modelo social y festivo. Asistimos a nuevas formas de ritualidad, aséptica si se quiere, pero ritualidad. Estaremos atentos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Baztán, Ángel (1994), «El turismo como restauración psíquica», en *Estudios de etnopsicología y etnopsiquiatría*, Barcelona, Boixareu Universitaria, pp. 57-68.
- Alonso Ponga, José Luis (coord.) (2003), *La Semana Santa en la Tierra de Campos vallisoletana* Valladolid, Grupo Página.
- Alonso Ponga, José Luis (2013), «Religión oficial o religiosidad popular: la creación de la Semana Santa», en *Actas del I Congreso de Estudio y Difusión del Patrimonio. Las Edades del Hombre. Passio*, Valladolid, Fundación Las Edades del Hombre, 87-119.
- Andrade, Milton de y Alessandro Ubetazzi (a cura di) (2017), *I Misteri di Trapani*, Bergamo, Edizioni Imagna.
- Buttitta (1978), Antonino. *Pasqua in Sicilia, con fotografie* di M. Minnella, Palermo, Grafindustria.
- Faeta, Francesco e Antonello Ricci (a cura di) (2007), *Le forme della festa. La Settimana Santa in Calabria: studi e materiali*, Roma, Squilibri.
- Faeta, Francesco (2019), *La passione secondo Cerveno. Arte, tempo, rito*, Ledizioni, Milano.
- García Pilán, Pedro (2010), *Tradición en la modernidad avanzada: La Semana Santa Marinera de Valencia*, Valencia, Museu Valencià d' Etnologia-Diputació de València.

- Lagunas, David (coord.) (2007), *Antropología y turismo: Claves culturales y disciplinares*, México, Plaza y Valdés.
- Lisón Tolosana, Carmelo (2010), «Ritual, culto, trascendencia», en José Luis Alonso Ponga, David Álvarez Cineira, Pilar Panero García & Pablo Tirado Marro (coords.), *La Semana Santa: Antropología y Religión en Latinoamérica II*. Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid, pp. 65-70.
- Moreno Navarro, Isidoro (2006), *La Semana Santa de Sevilla. Conformación, Mixtificación y Significaciones*, 1ª 1999, Sevilla, Ayuntamiento de Sevilla.
- Moreno Navarro, Isidoro (2017), «El cardenal, el gobernador y las cofradías», *Diario de Sevilla*, 5 de abril.
- Pereiro, Xerardo (2020), «Antropología del turismo: ¿para qué? ¿y para quién? Crítica de la razón turística», *Disparidades. Revista de Antropología*, 75 (1), enero-junio, pp. 1-6. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001b>
- Sánchez Pérez, Laura (2020), «Narrativas visuales, experiencias rituales y proyecciones virtuales. Un estudio de caso: la romería de santa Marta de Ribarteme (Pontevedra)», *Boletín de Literatura Oral*, (extra 3), pp. 61-85. <https://doi.org/10.17561/blo.vextra3.5273>
- Valene L. Smith (Ed) (1989), *Hosts and guests the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press Philadelphia.
- VV.AA. (1997), *Fiesta y cultura: la Semana Santa de Andalucía*, monográfico en *Demófilo. Revista de cultura tradicional*, nº 23, Sevilla, Fundación Machado.