

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN DINÁMICA DEL TURISMO ESPIRITUAL

Rogelio Martínez Cárdenas
Departamento de Estudios Organizacionales
Centro Universitario de los Altos
Universidad de Guadalajara
roy963@hotmail.com

Resumen

Debido a la reciente incorporación del término "turismo espiritual" es necesaria una definición metodológica del mismo para su correcta comprensión. Para el esclarecimiento del concepto de turismo espiritual se ha desarrollado un modelo matemático basado principalmente en la teoría de conjuntos. Esto permite además de su estructuración formal en términos matemáticos, una representación gráfica mediante diagramas de Venn lo que facilita su comprensión para aquellas personas no familiarizadas con el lenguaje matemático.

Palabras claves: *turismo espiritual, turismo religioso, peregrinación, espiritualidad, religión*

PROPOSED METHODOLOGY FOR DYNAMIC CONCEPTUALISATION SPIRITUAL TOURISM

Abstrac

Due to the recent addition of the term "spiritual tourism" requires a methodological definition of it for its correct understanding. In order to clarify the concept of spiritual tourism has developed a mathematical model based mainly on set theory. This also allows its formal structure in mathematical terms, a plot by Venn diagram which facilitates understanding for those unfamiliar with the language of mathematics.

Keywords: spiritual tourism, religious tourism, pilgrimage, spirituality, religion

1. INTRODUCCIÓN

El término de turismo espiritual es un concepto que se ha incorporado de manera reciente en el lenguaje turístico mexicano. Se utiliza para hacer referencia a aquella clase de turista que "busca en sus viajes o desplazamientos además de aspecto de recreo, placer o culturales, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico" Martínez Cárdenas (2009, p.13)

Es mediante esta nueva conceptualización que se pretende dar reconocimiento a un segmento que en el caso mexicano estaba excluido de la actividad turística formal, mismo que era minimizado y solamente se concebía como una manifestación de carácter religioso. Pasando por alto el volumen de personas que son movilizadas por las peregrinaciones religiosas a lo largo del año en México, al grado que han alcanzado varias de ellas un reconocimiento no sólo nacional, sino internacional.

En gran medida el no considerar al turismo espiritual como un segmento del turismo es debido a la confusión que ha existido entre peregrinación y turismo religioso, siendo este último, tan sólo una de las diversas manifestaciones que tiene el turismo espiritual.

Es por ello la necesidad elaborar un soporte metodológico para clarificar aun más el concepto y buscar de esta manera evitar la confusión existente entre turismo espiritual y turismo religioso.

Para el esclarecimiento del concepto de turismo espiritual se ha desarrollado un modelo matemático basado principalmente en la teoría de conjuntos. Esto permite además de su estructuración formal en términos matemáticos, una representación gráfica mediante diagramas de Venn lo que facilita su comprensión para aquellas personas no familiarizadas con el lenguaje matemático.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Todos los pueblos a lo largo de la historia han desarrollado diferentes medios mediante los cuales pretenden lograr un vínculo entre el mundo material y el mundo espiritual. Algunos han logrado que dichos medios se institucionalicen dando origen con ello a las religiones.

La religión nunca es meramente metafísica. En todos los pueblos, las formas y los vehículos y objetos de cultos están rodeados por una aureola de profunda seriedad moral. En todas partes, lo sacro entraña un sentido de obligación intrínseca: no sólo alienta la devoción sino que la exige, no sólo suscita asentimiento intelectual sino que impone entrega emocional. Geertz (2003, p.118)

La espiritualidad está íntimamente relacionada a la religión. Sin embargo, las maneras en que las personas pueden expresar esa espiritualidad ha trascendido el ámbito religioso.

La experiencia mística no es una experiencia cognoscitiva sino un sentimiento: el objeto del sentimiento místico no se ofrece en el mundo, no es un hecho y sólo de los hechos cabe el conocimiento; sin embargo, hay otras formas de relacionarse con lo que hay, con lo existente, distinta a la relación cognoscitiva Echevoyen Olleta (s.f.)

Las manifestaciones espirituales se han incorporado en actividades como el arte, dando origen a grandes obras pictóricas, composiciones musicales, construcciones arquitectónicas, representaciones teatrales, etc.

Los espacios naturales también han servido como vínculos entre el hombre y la divinidad. Esa ha sido la razón por la cual algunas montañas, lagunas, ríos, etc. se han considerado como sagrados.

Esta representaciones de la espiritualidad del hombre han dado como resultado que una cantidad importante de personas se trasladen del lugar donde radican para poder entrar en contacto con uno de estos sitios naturales, museos o construcciones a las que les dan un valor que va más allá de sus características físicas o artísticas. Por ello se dice que “el turismo religioso puede ser también un instrumento fabuloso para tomar conciencia de la importancia de salvaguardar el patrimonio propio y el de la humanidad.” Lanquar (2007, p.1)

Esto es lo que ha dado origen al turismo religioso, el cual puede entenderse como aquel que:

“tiene una finalidad muy específica, conocer diferentes lugares, pero con una actitud y una disposición especial de ir al encuentro de los lugares de devoción,

lugares de fe, no solo como aquel que llega como espectador, sino aquel que llega con la necesidad de vivir una experiencia de encuentro con Dios y una experiencia de fe” Figueroa García (2008)

“el turismo religioso es el desplazamiento de personas hacia un centro, un lugar geográfico que las personas entienden como lugar santo, lugar de encuentro con Dios” González Orozco (2008)

El impacto que ha alcanzado este segmento del turismo basado en aspectos asociados a lo religioso es tan importante que se estima en 220 – 250 millones de personas al año que acuden a centros de culto religioso alrededor del mundo (Porcal Gonzalo, 2006) Tan sólo “en Europa, son muy conocidas la peregrinaciones a Lourdes, Fátima, el Sacre-Coeur, la abadía de Siena, Florencia, Milán, Torino con su catedral de San Juan donde se encuentra la Sábana Santa, El Santuario de Fulda, Einsiedeln y Monte Casino, entre Otras.” Cánoves Valiente (2006, p.65)

Al hablar de turismo religioso es forzoso referirse a las romerías o peregrinaciones que realizan las personas durante

uno o varios días de duración a un santuario, pero también es una fiesta en el doble sentido de conmemoración religiosa y de celebración gozosa y placentera; una fiesta local y no un espectáculo. El santuario es el punto de referencia o término al que los romeros dirigen sus aspiraciones físicas y espirituales para lo que han de cubrir el camino que los separa del núcleo urbano de donde partieron Rodríguez Becerra (202, p.165)

Por ello, el turismo religioso a diferencia del turismo tradicional no responde a una necesidad de ocio, y por lo tanto, el

producto turístico no puede identificarse a priori con el pretendido «valor de ocio natural» de un paisaje, de un litoral, de un campo nevado, de un espacio rural vacío porque es marginal, de un monumento clasificado o de un centro urbano antiguo. No se trata aquí más que de paisajes o de lugares que el hombre ignora, explota, abandona o rentabiliza en función de sus necesidades sociales. Estas aspiraciones surgidas de la sociedad global del momento impulsan la actividad turística, según la lógica de los modos de producción y a partir de las potencialidades del «espacio concreto», de los «productos», de las «mercancías turísticas», de los «bienes de consumo» ofrecidos a un cliente llamado turista» Millán Escribe (1998, p.109)

A sido tal el grado de interés que ha alcanzado el turismo religioso, que ha “pasando de un turismo en gran parte nacional a un turismo en el que convergen diferentes nacionalidades e incluso en algunos destinos diferentes espiritualidades y religiones.” Lanquar (2007, p.1)

Es precisamente el reconocimiento por parte de las organizaciones relacionadas con el turismo, del potencial de mercado tiene el turismo religioso, lo que ha dado como resultado que una fracción del clero se oponga a su mercantilización.

No faltan precisamente testimonios que ponen de relieve el clima de recelo con que determinados sectores del clero habían venido contemplando una fenomenología religiosa cuyo control, efectivamente, se había deslizado de entre sus manos.

Las observaciones de los viajeros ilustrados y románticos que procedentes del resto de Europa nos visitaron, parecen aclarar bastante el panorama al respecto, aunque conviene no olvidar el contexto cultural y religioso del que procedían.

Resulta esclarecedor comprobar cómo el viajero ilustrado lo miraba todo bajo el signo de la ética, desde una óptica normalmente protestante dado su origen, y con un agudo sentido

analítico de la realidad económica subyacente que latía en la promoción del espectáculo religioso.

Todas estas señales de superstición no se ven ya en el resto de Europa sino con indiferencia y desprecio, como viejos abusos que dejaron subsistir por política, porque son espectáculos que atraen y ocupan al pueblo, cuyo concurso ocasiona una circulación de dinero que produce un beneficio real a cada ciudad que tiene la dicha de tener una procesión famosa. Esteve Secall (2001, p.3)

Así pues, la espiritualidad asociada al turismo religioso, tiene una serie de manifestaciones que van más allá de la sola presencia del peregrino frente a la imagen, santuario o lugar sagrado,

la vuelta a la naturaleza, a la vida nómada como trasunto de los momentos en que las personas se desplazaban de un lugar a otro por motivos religiosos, espirituales, económicos etc., viene a demostrar el atractivo que sigue suponiendo la vida al aire libre, en contacto directo con la naturaleza, en unos días (los de la peregrinación) en los que se para el tiempo abstracto, inventado y sólo queda el tiempo religioso, el tiempo de fiesta, de hermanamiento entre las personas, de compartir lo que se tiene, incluso lo que no se tiene...; éste es el atractivo, el imán que congrega en torno a la advocación de la Virgen del Rocío, en torno a una Ermita (lugar sagrado), a tantas personas de ideologías y creencias distintas. Mariscal Galeano (2007, p.3)

Pero el turismo religioso es sólo un segmento del turismo espiritual.

El auge del Turismo Espiritual probablemente se debe a varios factores, entre ellos la tendencia de los viajeros por tener unas vacaciones con un sentido más espiritual y que contengan educación, cultura y arte.

Raymond Bickson, director los hoteles Taj, en Mumbai, India, explica que hoy día “tanto jóvenes como adultos tienen más tiempo e ingresos disponibles para verse hacia adentro”.

Hace tres años, notó que muchas de los huéspedes en sus 57 hoteles en la India buscaban experiencias espirituales. Agregó entonces actividades como sesiones de meditación y ceremonias a sus programas del balneario. El rédito de éstos se ha triplicado desde entonces, asegura. La nueva casta de viajeros espirituales “era la muchedumbre sola del planeta”, cita y agrega: “Ahora, aún al filo de la nueva era, de la salud y de las fronteras espirituales, continúan viajando para alimentar sus almas. Y desean hacerlo sin renunciar a sus comodidades”.

Algunos vacacionistas encuentran que las instituciones religiosas tradicionales no son los únicos lugares para encontrar reposo espiritual -o quizá no son los lugares indicados, después de todo. “Para algunos, los spa son una nueva iglesia”, manifiesta María H. Tabacchi, una profesora de la Escuela de Administración Hotelera en Cornell. Garfinkel (2007)

Esta nueva tendencia a nivel mundial ha hecho que el sector turismo reconozca el potencial que este segmento ha tenido desde siempre, a pesar de la poca atención que se daba al mismo.

La globalización ha abierto el turismo religioso a un proceso de comercialización transformándolo en un «producto comercial» que no era en sus orígenes. El peregrino de antaño estaba exento de tasas y de derechos de peaje, no tenía que pagar para entrar en las «casas de Dios». Este turismo guarda relación al mismo tiempo con mercados que se solapan: el de la espiritualidad, el de la salud física y mental, el del ocio, el de la cultura, el de las estancias cortas y el de las visitas breves a ciudades. Lanquar (2007, p.4)

La clientela del turismo religioso está cambiando. Solía tratarse en un principio de una clientela nacional de personas mayores, grupos de jóvenes y familias con niños. Hoy en día, es cada vez

más internacional, las estancias son más cortas y se recurre crecientemente a agencias especializadas así como a los medios de las tecnologías de la información y la comunicación. Participan todos los grupos etarios y todas las clases sociales. Lanquar (2007, p.6)

3. DESARROLLO DEL MODELO

Para el desarrollo del modelo se ha optado por utilizar principalmente la teoría de conjuntos debido a su sencillez y su fácil representación mediante diagramas, aspectos que le hacen muy accesible para las personas no familiarizadas con las matemáticas.

Debido a que la espiritualidad es algo subjetivo, y por lo tanto hace muy compleja su representación matemática, el primer supuesto del modelo consiste en que las *manifestaciones tangibles de la espiritualidad* (ME) son aproximadamente iguales o una imagen de la *espiritualidad* (Esp), por lo tanto:

$$ME \cong Esp$$

Pero esta definición no es más que un planteamiento tautológico, pues sea definido espiritualidad como las manifestaciones tangibles de la espiritualidad, pero sin decir en qué consisten estas manifestaciones. Sin embargo, el cuestionamiento original ha cambiado. Ahora el interés no está en saber ¿qué es la espiritualidad? ya que es una pregunta bastante compleja y casi imposible de responder. La igualdad planteada ha simplificado la interrogante, ahora el deseo se centra en definir ¿cuáles son las manifestaciones tangibles de la espiritualidad?

Ya sea dicho anteriormente que cuando los pueblos llegan a formalizar las maneras y vehículos de culto se conforman las religiones. Pero no todas las religiones han llegado a establecer estructuras formales para regular su culto, de manera que se pueden clasificar al menos en dos grandes grupos, por un lado las *religiones institucionalizadas* (RI) y por el otro, las *religiones no institucionalizadas* (RNI).

Además de las manifestaciones religiosas en su sentido más ascético, existen las manifestaciones espirituales de tipo *artístico cultural* (AC) las cuales alcanzan una concreción sumamente tangible como obras artísticas.

Por último, tenemos el deseo personal de encontrarse con aquello que le da sentido a la vida y que no todas las personas encuentran mediante la práctica religiosa tradicional, por lo que buscan nuevas maneras o vehículos para lograr ese autoencuentro interior (AE).

De esta manera la expresión

$$ME \cong Esp$$

deja de ser una tautología puesto que el componente (ME) ya tiene una definición concreta

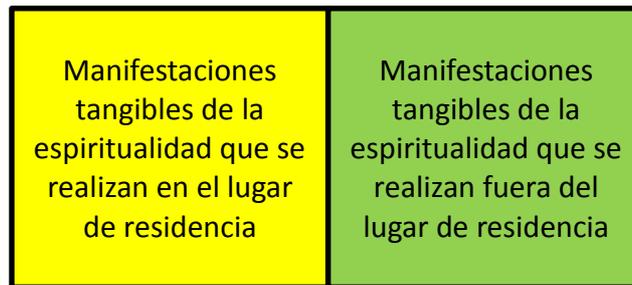
$$ME = \{RI, RNI, AC, AE\}$$

Dado que las manifestaciones espirituales que se pretende modelar son las correspondientes al turismo espiritual, debemos eliminar todas aquellas que se realizan en el lugar de residencia. Por lo tanto podemos reescribir (ME) como:

$$ME = ME_d \cup ME_{nd}$$

donde (ME_d) corresponde a las manifestaciones tangibles de la espiritualidad que se realizan en el lugar de residencia y (ME_{nd}) como las manifestaciones tangibles de la espiritualidad que se realizan fuera del lugar de residencia, por lo tanto (ME) es el total de manifestaciones tangibles de la espiritualidad que pueden existir. Si representamos la expresión mediante un diagrama tenemos un conjunto (ME) formado por dos subconjuntos (ME_d) y (ME_{nd})

Manifestaciones tangibles de la espiritualidad



Elaboración propia

$$x \in ME = x \in (ME_d \cup ME_{nd}) \Leftrightarrow (x \in ME_d) \vee (x \in ME_{nd})$$

Dicho de otra manera (ME_d) y (ME_{nd}) son un subconjuntos de (ME)

$$ME_d \subseteq ME$$

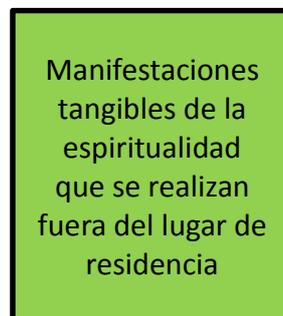
$$ME_{nd} \subseteq ME$$

Se ha declarado que el turismo espiritual es igual a la diferencia que existe de las manifestaciones tangibles de la espiritualidad menos las manifestaciones tangibles de la espiritualidad que se realizan en el lugar de residencia, entonces podemos expresarlo de la siguiente manera:

$$ME = \{RI, RNI, AC, AE\} = \{RI_d, RNI_d, AC_d, AE_d\} \cup \{RI_{nd}, RNI_{nd}, AC_{nd}, AE_{nd}\}$$

por lo tanto

$$\{RI, RNI, AC, AE\} - \{RI_d, RNI_d, AC_d, AE_d\} = \{RI_{nd}, RNI_{nd}, AC_{nd}, AE_{nd}\}$$



Elaboración propia

de tal forma que

$$ME_{nd} - ME_d = \{x \in ME_{nd} : x \notin ME_d\}$$

con lo cual ya se tiene un primer acercamiento a una definición del turismo espiritual

$$ME_{nd} = \{RI_{nd}, RNI_{nd}, AC_{nd}, AE_{nd}\}$$

$$\cup ME_{nd} = RI_{nd} \cup RNI_{nd} \cup AC_{nd} \cup AE_{nd}$$

$$\cup ME_{nd} = \{x | x \in RI_{nd} \text{ o } x \in RNI_{nd} \text{ o } x \in AC_{nd} \text{ o } x \in AE_{nd}\}$$

Una vez identificadas las manifestaciones tangibles de la espiritualidad que tienen correspondencia con el turismo espiritual, es necesario encontrar las relaciones entre ellas que generan el atractivo para que el turista se sienta proclive para visitar un lugar en particular.

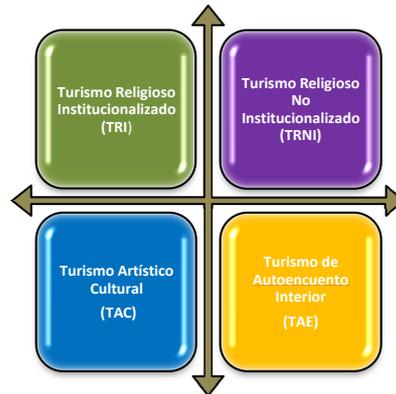
Así pues, el turismo espiritual (TE) es el segmento del turismo (T) en el cual un turista se siente atraído para visitar algún lugar y vivir o presenciar algún tipo de manifestación espiritual. Lo podemos definir como el producto del turismo por el índice de manifestaciones espirituales no domesticas ($I_{ME_{nd}}$)

$$TE = T \cdot I_{ME_{nd}} = T \cdot \frac{1}{ME - ME_d} \text{ por lo tanto } TE < T$$

$$TE \subseteq T$$

entonces

$$TE = \{TRI_{nd}, TRNI_{nd}, TAC_{nd}, TAE_{nd}\}$$



Elaboración propia

Dado que el turismo espiritual y el turismo religioso (TR) no son sinónimos, es necesario hacer su definición de manera independiente. El turismo espiritual dada su propia conceptualización incluye cualquier clase de manifestación de tipo espiritual, mientras que el turismo religioso sólo considera lo relacionado a la religión institucionalizada.

$$TR = \{TRI_{nd}, TRNI_{nd}, TAC_{nd}, TAE_{nd}\} - TRNI_{nd} = TE - TRNI_{nd}$$

Por lo tanto el *turismo religioso* (TR) es un subconjunto del *turismo espiritual* (TE), que a su vez es un subconjunto del *turismo* (T).

$$TR \subseteq TE \subseteq T$$

de manera que

$$T - TE = \{x \in T : x \notin TE\}$$

$$TE - TR = \{x \in TE : x \notin TR\}$$

Si el turismo religioso incluye aquello asociado a la religión institucionalizada, el *arte religioso* (AR) por lo tanto es un subconjunto de este.

$$AR \subseteq TR \subseteq TE$$

En virtud de que el arte religioso ha generado una enorme cantidad de objetos únicos e incomparables que son considerados patrimonio de la humanidad y conforman parte de diversos museos alrededor del mundo. Muchas personas se sienten atraídas por estas obras artísticas dando origen a un turismo de carácter cultural, el cual pudiéramos definir como la concordancia entre la religión institucionalizada y la actividad artístico cultural.

$$AR = RI \cap AC$$

Otro motivo asociado a la religiosidad por el cual las personas se desplazan de su lugar de origen son los *retiros espirituales* (RE) que es un intento de alcanzar una vivencia de sentido místico mediante la práctica de ritos ya sea de manera individual o colectiva, pero diferenciados de las formas tradicionales que se llevan a cabo en los templos. Por lo que se puede aseverar que los retiros espirituales son la confluencia entre la religión institucionalizada y el deseo de un autoencuentro interior

$$RE = RI \cap AE$$

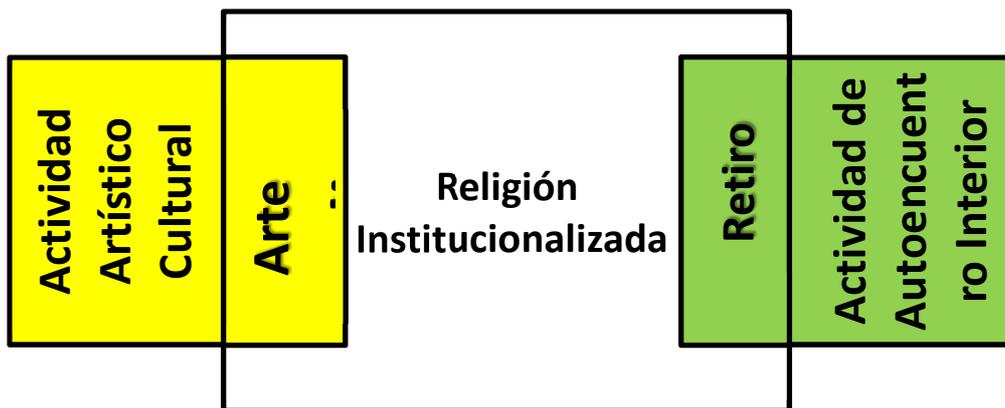
Por lo tanto, podemos afirmar que los retiros espirituales también son un subconjunto del turismo religioso.

$$RE \subseteq TR \subseteq TE$$

De esta manera podemos escribir al turismo religioso como el resultante de la relación de la religión institucionalizada con el arte religioso y los retiros espirituales.

$$TR = \{RI, AR, RE\} \text{ por lo tanto } RI \cap (AC \cup AE)$$

$$RI \cap (AC \cup AE) = \{x | x \in RI \text{ y } x \in AC \text{ o } x \in AE\}$$

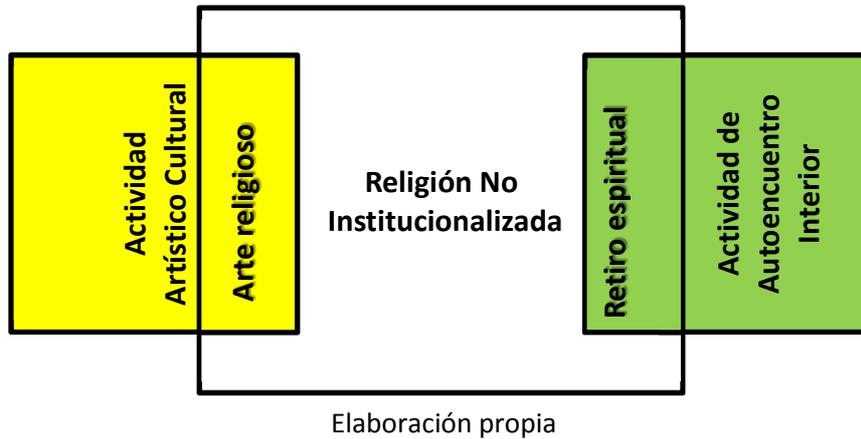


Elaboración propia

De manera tautológica podemos decir que *turismo religioso no institucionalizado* (TRNI) mantiene las mismas características que el turismo religioso institucionalizado, por lo que podemos decir

$$TRNI = \{RNI, AR, RE\} \text{ por lo tanto } RNI \cap (AC \cup AE)$$

$$RNI \cap (AC \cup AE) = \{x | x \in RNI \text{ y } x \in AC \text{ o } x \in AE\}$$



En virtud de que no todos los viajes cuyo interés se centra en la actividad artístico cultural o los deseos de un autoencuentro interior tienen relación con la religiosidad aunque si lo tengan con un sentido místico y espiritual, es que también son considerados como elementos integrantes el turismo espiritual, el cual quedaría expresado de la siguiente manera

$$TAC = AC - AR$$

Actividad Artística Cultural



$$TAE = AE - RE$$

Actividad de Autoencuentro Interior



Con lo que se puede reescribir la fórmula del turismo espiritual de la siguiente manera:

$$TE = \{TR, TRNI, TAC, TAE\}$$

$$\cup TE = TR \cup TRNI \cup TAC \cup TAE$$

$$\cup TE = \{x | x \in TR \text{ o } \in TRNI \text{ o } \in TAC \text{ o } TAE\}$$



Elaboración propia

En este momento ya quedaron definidos de forma clara los componentes que integran el turismo espiritual. El siguiente paso es determinar los factores que influyen en la demanda turística espiritual de un sitio, imagen, etc.

El primer componente es la *unicidad* (U), es decir aquella característica de que hace único a un sitio, imagen, etc. para una persona o grupo de personas, y esta se expresa de la siguiente manera

$$U = \frac{1}{ECS}$$

donde (ECS) representa el número de *elementos con características similares* al sitio de estudio. En otras palabras, a mayor número de elementos que las personas consideren poseen características similares, menor el índice de unicidad y por lo tanto el potencial de crecimiento se ve afectado, mientras que a menor número de elementos con características similares, mayor el potencial de crecimiento.

El segundo componente es el *factor de cambio en la popularidad* (FCP) que corresponde a la tasa de cambio de la población que considera que el sitio, imagen, etc. posee un valor místico y por lo tanto es susceptible de ser visitado.

$$FCP = \frac{PCVM_1 - PCVM_0}{PCVM_0}$$

siendo ($PCVM_0$) la población que considera con valor místico algún sitio, imagen, etc., en el periodo de inicio y ($PCVM_1$) la población que considera con valor místico algún sitio, imagen, etc., en el periodo de comparación.

Así pues, la demanda turística espiritual (PT) de un sitio de turismo espiritual está dada por la expresión

$$PT = U \cdot FCP$$

dicho de otra manera

$$PT = \frac{1}{ECS} \cdot \frac{PCVM_1 - PCVM_0}{PCVM_0}$$

4. CONCLUSIONES

El turismo espiritual es una denominación reciente para hacer referencia a un segmento de turistas, el cual busca mediante su desplazamiento tener un encuentro de tipo espiritual, el cual puede ser de tipo religioso o no.

En el caso mexicano, se le ha asociado principalmente con el turismo religioso, dejando de lado las demás posibilidades que tiene este tipo de turismo.

Debido a que la espiritualidad es algo subjetivo, y por lo tanto muy complejo para representarlo de forma matemática, el modelo propuesto asume que las *manifestaciones tangibles de la espiritualidad* son similares o representación de la espiritualidad y por lo tanto si pueden ser representadas por las matemáticas

Por manifestaciones tangibles de la espiritualidad entendemos la religión institucionalizada, la religión no institucionalizada, las manifestaciones artísticas culturales y las prácticas de autoencuentro interior.

El potencial turístico espiritual de un lugar esta dado por la relación entre dos aspectos, la unicidad y el factor de cambio de la popularidad.

Bibliografía

Cánoves Valiente, Gemma (2006). Turismo religioso en Monserrat: montaña de fe, montaña de turismo. Cuadernos de Turismo No 18, 63-76.

Echegoyen Olleta, Javier (s.f.). Filosofía contemporánea. Wittgenstein: <http://www.e-torredebabel.com/Historia-de-la-filosofia/Filosofiacontemporanea/Wittgenstein/Wittgenstein-LoMistico.htm>, 25 de septiembre de 2009

Esteve Secall, Rafael (2001). Orígenes del aprovechamiento turístico de la semana santa andaluza. Laberinto No 6, 1-13.

Figuroa García, Héctor Manuel. Encargado de los medios de comunicación social de la basílica de Zapopan. R. Martínez Cárdenas, Entrevistador, 12 de diciembre de 2008

Garfinkel, Perry. (2007). Turismo espiritual. de Revista D: <http://www.prensalibre.com/pl/domingo/archivo/revistad/2007/enero07/070107/viaje.shtml>, 07 de Febrero de 2009,

Geertz, Clifford. (1987). La interpretación de las culturas. México, D.F.: GEDISA.

González Orozco, Juan Carlos. Historiador de la Basílica de San Juan de los Lagos, R. Martínez Cárdenas, Entrevistador, 02 de diciembre de 2008

Lanquar, Robert. (2007). La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual. Resumen del informe general de la OMT sobre Turismo y Religiones: una contribución al diálogo de las religiones, culturas y civilizaciones, Córdoba, España: OMT, págs. 1-9

Mariscal Galeano, Adela. (2007). A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la Romería del Rocío (Almonte-Huelva). II Jornadas de Sociología. El fenómeno religioso. Presencia de la religión y la religiosidad en las sociedades avanzadas. Sevilla (España): Centro de Estudios Andaluces. págs. 1-16

Martínez Cárdenas, Rogelio. (2009). Dimensionamiento del turismo espiritual en México. México, D.F.: Secretaría de Turismo (SECTUR).

Millán Escriche, Mercedes. (1998). Análisis de la dinámica de un municipio impactado por el turismo rural. El ejemplo de Moratalla. Cuadernos de Turismo, No 1 , 99-115.

Porcal Gonzalo, Ma. Cruz. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javerías como caso de estudio. Cuadernos de Turismo No 18, 103-134.

Rodríguez Becerra, Salvador. (2002) "La religión de los andaluces", en La sociedad andaluza, Moyano, E. y Pérez Yruela, M. (Coords.), Ed. 2002, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, CSIC, pp.165-190.