

El reto de los nuevos peregrinos

LA visita a catedrales y templos con una finalidad turística es una práctica que aumenta cada día. Se puede decir que es un fenómeno unido al desarrollo del turismo y de su vivencia como ocio. Ambas experiencias, con un arraigo esencialmente humano, plantean nuevos retos al patrimonio cultural de la iglesia y a los cristianos responsables: ¿Son acaso los bienes de la Iglesia un nuevo instrumento de evangelización? En este artículo se reflexiona sobre estas cuestiones, enmarcándolas en los nuevos ámbitos que plantea la experiencia turística de ocio. Desde este punto de vista es posible hablar de los «nuevos peregrinos».

Manuel Cuenca Cabeza*

«**E**L turismo florece. Las visitas a la catedral de San Bafón en Gante tienen éxito. Un número de casi veinte mujeres y hombres que se han incorporado al Comité de Acogida salen al

* Catedrático de Pedagogía y director del Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto. Bilbao

encuentro de los "nuevos peregrinos" que vienen a la catedral». Así empieza el folio que me regaló Raymundo de Sy a la salida de la catedral de Gante, a donde había acudido con mi familia para ver «El Cordero místico», tríptico de los hermanos Hubertus y Jan Van Eyck, una tarde del pasado mes de abril. Raymundo se había dirigido a nosotros en la entrada de la iglesia, nos saludó en nuestra lengua y se ofreció a guiarnos en la visita. Primero nos explicó los pormenores del cuadro en una reproducción que se encontraba en un rincón de la misma capilla, luego, frente al original, nos fue explicando su sentido. Poco a poco fueron tomando color, luz y forma las palabras del apocalipsis de San Juan. Recuerdo que mis hijos estaban absortos por la explicación llena de vida y cariño. De vez en cuando Raymundo callaba y nos dejaba mirar y pensar. Luego decía palabras como éstas: «Éste ha sido un lugar de oración y meditación durante más de cinco siglos», «miles de personas han tenido y siguen teniendo la oportunidad de conversar íntimamente con Dios». En un momento entendió que nos había dicho suficiente e indicó que nos dejaba solos para que disfrutásemos del momento.

Raymundo de Sy es una de las muchas personas que han reencontrado sentido en su vida gracias al calor humano que le proporcionan los que él llama «nuevos peregrinos». No es una experiencia aislada, con este mismo espíritu se viven otras similares como Arte y Fe (Ars et Fides), los Voluntarios de los Museos de España, el grupo de jubilados de Santa María de Castro, etc. Todos ellos son personas que viven un espíritu nuevo, personas llenas de buena voluntad, que han debido enfrentarse a dificultades tales como aprender un idioma, estudiar arte, historia u otras disciplinas, así como vencer su natural timidez para hablar en público. Su labor no tiene sentido sin el otro grupo, que es el de los visitantes. Para Raymundo son los «nuevos peregrinos», para la sociedad unos vulgares turistas.

Una vivencia de ocio

EN la mayor parte de los casos, la visita a una catedral, tal como se cuenta en la anécdota, es una vivencia de ocio tanto para el turista, como para la persona que lo acoge. Es una acción voluntariamente elegida, que produce satisfacción a quien la realiza y que, en principio, no se lleva a cabo con la intención de obtener ninguna utilidad concreta. Es más, en este caso, como en tantos otros, los visitantes están dispuestos a pagar un precio por ver lo que pretenden. Si hiciésemos una investigación sobre los templos más visitados en la que se preguntase a la gente el motivo por el que acude al lugar, es muy probable que el ocio ocupase los

primeros lugares en las estadísticas. La visita a la catedral forma parte de los paquetes turísticos culturales o religioso-culturales del momento actual, siendo así que el turismo es una de las actividades predilectas de ocio del ciudadano de finales del siglo XX.

Vivencia humana

HABLO de la vivencia del ocio en cuanto experiencia enriquecedora, gratuita y solidaria. Experiencia necesaria de la naturaleza humana, que nos permite restablecer el equilibrio físico y psíquico y nos abre las puertas de la creatividad, la imaginación, la utopía, la contemplación y el altruismo. Aunque hay muchos tipos de ocio, hablo aquí de un ocio humanista, es decir, un ocio en el que el desarrollo humano esté por encima del disfrute del dinero, de la moral del placer o de la diversión. Un ocio que autorrealice a la persona, capaz de integrar sus vivencias en un todo unitario, con otras experiencias importantes de la vida. Por eso, aunque se aborda el tema como una faceta de la vida humana, la sabemos interdependiente y la entendemos en armonía con otros valores personales y sociales.

Pienso que no tenemos que escandalizarnos de los datos que nos muestran estadísticas recientes en las que se señala el descenso de las prácticas religiosas, la disminución del tiempo dedicado a la oración o la indiferencia de las nuevas generaciones ante buena parte del mensaje de la Iglesia. Frente a todo esto se ve un progresivo aumento de la afición y práctica deportiva, de las horas que se dedican cada día a ver la televisión (una media de 3,5 horas) o las recientes cifras del turismo donde, en nuestro caso, los visitantes están cerca de duplicar al número de habitantes del propio país. No se trata de volver la espalda a un fenómeno que está ahí transformando nuestra mente y nuestros hábitos de vida. Hay que mirarlo cara a cara y dialogar con él porque, como veremos, su lenguaje no es contrario a todo lo que se ha hecho hasta ahora, sino más bien complementario, enriquecedor y, hasta si se quiere, humanizante.

El turismo, en cuanto actividad de ocio, es una experiencia esencialmente humana y humanizadora, es un gesto de interés y un signo de apertura. Es una ocasión para encontrarse, comunicarse y tener una vivencia común en la que tiene una especial trascendencia tanto la conciencia del encuentro en sí misma, como su rasgo dominante de intercambio de comunicaciones. El turismo, igual que otras prácticas de ocio, ha generado un nuevo estilo de vida y está produciendo el milagro de abrir comunidades y mentes.

La experiencia de ocio referida al inicio tiene un común denominador con otras muchas, que ocurre en un espacio religioso. Éste es un rasgo diferenciador importante que ha de tener una coherencia con la misión y el proyecto evangelizador de la misma Iglesia. De ahí que convenga trascender a lo que pudiera ser la experiencia turística concreta en un lugar determinado, planteándola de una manera más global. El hecho de que un lugar, bien o tradición religiosa, se convierta en foco turístico permite la ocasión de desarrollar un espacio de prácticas de ocio y promover el desarrollo cultural y religioso en las personas y comunidades. La atención al turista, acto de carácter humano y solidario, crea un ámbito de comunicación, diálogo y evangelización.

Un grupo de turistas

DESDE el punto de vista de Raymundo de Sy los turistas son esos peregrinos que se acercan cada día a nuestras iglesias, museos, monasterios y catedrales para admirar las maravillas que dejó la fe de nuestros antepasados.

Turismo y turista

PARA cualquier persona de finales del siglo XX ser un turista es un atributo posible en los nuevos modos de vivir. Las cifras del turismo en el mundo son espectaculares, de 25,2 millones de turistas en 1950 se pasó a 285 millones en 1980, el número de turistas se multiplica por 11. En el caso de España se pasa de 750 mil turistas en 1950 a más de 38 millones en 1980 y, en 1998, a cerca de 71 millones de visitantes, de los que se consideraron turistas 47,7 millones. Estos resultados indican un aumento del 9,1% respecto al año anterior y, lo que resulta de mayor interés, es que los principales incrementos se produjeron durante los tiempos considerados como temporada baja (1).

(1) Cfr. en E. Ybáñez Bueno: «Respuestas españolas a las diversas fases del fenómeno turístico», en *Estudios Turísticos*, 133, 1997, p. 60. También O.M.T.: *Compendio de estadísticas del turismo 1991-95*. Madrid, 1997. Los datos de 1998 están tomados del diario *El Correo*, 28-I-99, p. 41 y 31-I-99, p. 43.

Más allá de las cifras, los turistas son, en cada caso diferente, personas y grupos que visitan un lugar que les interesa por alguna razón. Personas que agradecen ser recibidos como seres humanos, que esperan encontrar facilidades en la visita: información, respeto y seriedad en la organización de horarios, itinerarios y mostración de aquello que quieren conocer. Personas abiertas al conocimiento y que, tras su particular experiencia, salen del lugar con una sensación positiva o menos positiva, en función de ciertos aspectos que se pueden conocer y cuantificar. De modo que, en la mayor parte de los casos, es posible contribuir a la realización de una experiencia de ocio positiva y conveniente.

Turismo cultural

LA demanda turística está cambiando en sus motivaciones, se aspira al enriquecimiento y desarrollo personal, disfrute cultural y estético, a la ampliación del conocimiento antropológico, histórico, etc. Se están abriendo paso varios períodos vacacionales a lo largo del año. Más que descanso, se busca un cambio de actividad en la que el turismo colabora aportando nuevas opciones de encuentro, nuevas situaciones, conocimientos, aprendizajes, ayudas o servicios. El turismo es un manantial de vida que está pasando por nuestras ermitas, templos y catedrales. Es un manantial de vida diferente, sobre el que hay que reflexionar e investigar más. En el caso que nos ocupa, estamos hablando de un tipo de turismo concreto que se conoce como turismo cultural.

En 1990 la Comisión Europea llamaba la atención sobre la necesaria delimitación del turismo cultural de cara a evitar el riesgo de la banalización y degradación de lo cultural, como denuncia Marc Fumaroli en *El Estado Cultural* (2). Existe una tendencia a transformar la cultura en espectáculo. Hoy se puede decir que el Consejo de Europa percibe el turismo cultural desde un posicionamiento humanista, como encuentro y puente cultural: «El turismo cultural apela a la creación y a la memoria del hombre, al testimonio de su paso por la tierra, a su historia», «se podría considerar turismo cultural no sólo aquel que es atraído por la obra de arte, el museo o los monumentos, sino también al turismo de naturaleza, al paisaje transformado durante siglos por el hombre. Habría así un patrimonio religioso, un

(2) M. Fumaroli; *L'Etat cultural. Essai sur une religion moderne*. Editions de Fallois. París, 1991.

patrimonio industrial y un humilde, pero no menos interesante, patrimonio agrícola (3).

El turismo cultural está considerado como la superación del turismo de masas, consumista y de evasión. Al mismo tiempo se considera unido a las formas de vida de los pueblos y a su desarrollo económico. El turista cultural suele ser más exigente que el tradicional, también se dice que es de mayor poder adquisitivo. No es un turista accidental, sino el que decide lo que desea visitar con sumo cuidado. Un turista muy sensible al binomio calidad/precio, más que a la economía en sí misma, sensible a la exactitud de la información, al entorno, el paisaje y la estética. Pero, aunque el turismo cultural sea una alternativa a la trivialización del viaje, también es un turismo que se degrada con ofertas saturadas, espacios llenos, visitantes masivos que ponen en peligro la conservación y desvirtúan el significado del recinto. Todo esto hace que se haga necesaria una reflexión profunda sobre este fenómeno, su gestión y el control de la acción, de modo que se puedan coordinar, en unos mismos planteamientos, tanto las visitas a los monumentos como su incardinación en itinerarios culturales o viajes temáticos. El turista que visita nuestros templos y catedrales es, en su mayoría, parte del turismo cultural que comentamos.

Un equipo de acogida

RAYMUNDO formaba parte del grupo que acoge al visitante. En este caso, como en tantos otros, se trata de un equipo de voluntarios que llevan a cabo, desinteresadamente, una acción solidaria. La solidaridad es algo impensable desde los planteamientos contractualistas de la sociedad burguesa y capitalista; es interacción y comunicación que no tienen su presencia en la proporcionalidad (tanto por tanto), sino que es una salida del yo hacia la integración en el otro y sus circunstancias. Hace días leí en un periódico que un voluntario «es una persona que por su propia voluntad realiza un trabajo no remunerado en beneficio de otras personas o fines de interés general y en el seno de una organización». La acción voluntaria tiene cada día un mayor apoyo de la opinión pública y un

(3) J. Ruiz Baudrihaye: «El turismo cultural: sombras y luces», en *Estudios Turísticos*, 134, 1998. pp. 44.

mayor auge en los países desarrollados. Martín Abad llama la atención sobre la necesidad de promocionar «un voluntariado que pueda prestar tiempo al acompañamiento de las visitas, por días y por horas, (...) para prestar este servicio con sentido religioso y apostólico» (4). El voluntario aparece unido a una acción solidaria, heredera de la virtud cristiana de la caridad, amor al prójimo, pero también a acciones paternalistas, altruistas o carenciales, realizando prestaciones no cubiertas por el Estado u otras instituciones.

Un grupo de voluntarios

EL grupo de voluntarios de la experiencia referida antes estaba formado por jubilados. Los jubilados son un segmento de la población con unas características novedosas al final del siglo XX. Cada vez hay más esperanza de vida y el número de personas en esta franja de edad aumenta. Los datos de la Organización Mundial para la Salud no pueden ser más explícitos. Hace medio siglo la esperanza de vida media era de 50 años, para el 2025 se prevé que 26 estados del planeta habrán alcanzado una media superior a los 80 años. Actualmente la esperanza de vida está en 66 años, considerando el desequilibrio existente entre los países desarrollados y no desarrollados, estimándose que para el año 2025 la media subirá a 73 años (5). Los jubilados son gente que han abandonado sus trabajos y, por consiguiente, necesitan encontrar nuevos modos de identificación y proyección en la sociedad. Raymundo decía que había descubierto un sentido de vida en su labor gratuita, en la comunicación y el encuentro con los nuevos peregrinos: «cada acogida resulta ser un acontecimiento casi inolvidable», «cada visita empieza con una sonrisa hasta terminar con un intercambio de palabras cariñosas... de modo que la gente se sienta entre amigos y salga satisfecha». Para él la «mayor ambición» es desear a todos los visitantes una experiencia «satisfactoria, mucha salud y nuevas ilusiones».

Disfrutar de la jubilación y de la vejez está relacionado con la forma de ser y con opciones concretas, que determinan una manera de ver la vida y las

(4) J. Martín Abad, en «Acciones pastorales desde el patrimonio cultural de la Iglesia ante el año 2000», (La Tercio millennio adveniente), en *Patrimonio Cultural*, nn. 25 y 26, junio 1997, p. 72.

(5) Informe sobre la salud en el mundo, en *La vida en el siglo XXI; una perspectiva para todos*, elaborado por la O.M.S. con motivo de su 50 aniversario (1948/1998).

relaciones con los demás. Kalish (6) (13) considera que la calidad de vida de los mayores se corresponde con una manera de vivir socialmente deseable, con el mantenimiento de las actividades desarrolladas durante la mediana edad, el sentimiento de satisfacción respecto al status y la actividad desarrollada y con el sentimiento de felicidad y satisfacción general con la vida de uno mismo.

A partir del estudio realizado por Havighurst en 1957 sobre los adultos de Kansas City, se ha venido confirmando la teoría de que existe una relación directa entre la satisfacción de vida de los mayores y su actividad de ocio. John Kelly, Marjorie Steinkamp y Janice Kelly anunciaban en 1987, tras una conocida y laboriosa investigación (7), que la actividad recreativa y de ocio es la que más influye en la satisfacción de vida de los jubilados. En los años noventa, Nelson Meléndez, desde la Universidad de Puerto Rico, volvía a concluir lo mismo tras la investigación llevada a cabo con los jubilados del área metropolitana de San Juan (8). La hipótesis de trabajo, confirmada en estos dos últimos estudios, fue que la participación en actividades recreativas (de ocio) influía más sobre la percepción de satisfacción de vida que cualquier otro factor de los que se consideraban. Entre las variables contempladas, en el caso de Meléndez, se encontraban la salud, los ingresos económicos, la educación y el tipo de trabajo desarrollado anteriormente.

Desde distintos puntos de vista, los estudios de Brooks y Elliott, Campbell, Flanagan, London y Yankelovich (9), mostraron la importancia de los comportamientos de ocio para el bienestar psicológico y la satisfacción de

(6) R. Kallish: *La vejez. Perspectivas sobre el desarrollo humano*. Pirámide, Madrid, 1983.

(7) La investigación se llevó a cabo en la Universidad de Illinois, dándose los primeros resultados en 1986, en *Gerontologist*, 26, pp. 531-37. El libro *Later-Life Satisfaction: Does Leisure Contribute?*, apareció un año después.

(8) N. Meléndez: *¿Contribuye la recreación a la satisfacción del envejeciente jubilado?* Universidad de Puerto Rico, 1991.

(9) B. Brook y D. M. Elliot: «Prediction of psychological adjustment at age thirty from leisure time activities and satisfactions». *Human Development*, 14, 1971, pp. 51-61.

P. Campbell, Converse y W. Rogers: *The quality of American life: Perceptions, evaluations, and satisfactions*. Russell Sage Foundation, New York, 1976.

C. Flanagan: «A research approach to improving our quality of life». *American Psychologist*, 33, 1978, pp. 138-147.

R. London, Crandall y G. Seals: «The contribution of job and leisure satisfaction to quality of life». *Journall of Applied Psychology*, 62, 1977, pp. 328-334.

vida. Del mismo modo, la investigación de Iso-Ahora (10) demostró que la actividad de ocio participativa y activa era más positiva para la salud mental que la actividad de ocio no participativa o pasiva. Las personas mayores que encuentran nuevas vías de expresión y comunicación en actividades de ocio recreativo, cultural, social o solidario tienen una vida cotidiana más satisfactoria y aumentan sus expectativas de vida, disminuyendo sus posibilidades de enfermar, deprimirse y consumir medicamentos.

Rasgos del voluntariado actual

Todo esto, que son realidades demostradas con personas mayores, pudiera extenderse a otras capas de la población para las que la vida laboral no satisface sus expectativas de realización o para otras muchas que ni siquiera han tenido acceso al trabajo remunerado, como ocurre con tantos jóvenes, desempleados, amas de casa, etc. El voluntario al que responde Raymundo es un asociacionismo intensivo, de profundas convicciones. Aun así, datos recientes constatan que estos grupos de solidaridad y cooperación están experimentando un crecimiento notable en España durante los últimos años. Se manejan datos cercanos que superan el millón de personas; pero si comparamos con los de otros países, como Estados Unidos, la realidad sigue siendo escasa (11).

Las frases de Raymundo pudieran ser de cualquiera de los voluntarios jóvenes o mayores de Arte y Fe, cuya actividad se extiende paulatinamente por Europa. Ellos, como otros muchos voluntarios, tratan de responder a una situación que se repite y en cuya respuesta se contemplan tres rasgos esenciales: apertura cristiana, gratuidad y mensaje iluminado por la fe, la historia, el arte y el humanismo. Gracias a gente como Raymundo, como los jóvenes de Arte y Fe y tantos otros, muchos templos están empezando a recuperar un pulso vital que no tenían. Como recordaba Josué Llull Peñalba en las Jornadas Técnicas de Conservadores de las Catedrales (12), además de su

(10) S. E. Iso-Ahola: *The social psychology of leisure and recreation*. Wm C. Brown, Dubuque, IA, 1980.

(11) Cfr. Revista *Ras*. Universidad de Deusto, n. 10, 1998, pp. 10-14.

(12) J. Llull Peñalba, «Ars et Fides: un modelo de animación turística para el patrimonio religioso y cultural de nuestras catedrales», en A. Sancho (dir.): *Las catedrales de España*. Jornadas Técnicas de Conservadores de Catedrales, Comisión Episcopal para el Patrimonio Cultural de la Iglesia, Madrid, 1998.

servicio de bienvenida y guía, estas personas organizan exposiciones, itinerarios regionales, espectáculos, jornadas y otras múltiples propuestas cuyo resultado es: llenar de vida, de inquietud y de esperanza espacios que se quedaban vacíos.

Una responsabilidad de todos

LA experiencia de Gante, que bien pudiera ser la de cualquier lugar de España, no se refiere sólo a los protagonistas de la acción, sino que afecta también al contexto en el que se inserta. Los turistas vienen por carreteras, autopistas, estaciones o aeropuertos. Utilizan aparcamientos, cambian moneda, solicitan servicios hoteleros y de restauración, compran tarjetas, libros, recuerdos y películas para sus cámaras fotográficas. Éstas y otras muchas pequeñas necesidades permiten hablar del turismo como nueva industria y ámbito de desarrollo de las comunidades.

Empleo

EN España, los ingresos por turismo en 1998 ascendieron a 4,4 billones de pesetas. Estas cifras permiten hablar de un volumen de negocio que representa el 11% del PIB, billones de salarios que se traducen en puestos de trabajo, 700 mil empleos directos y 500 mil indirectos. Los empleados del turismo son, sobre todo, empleos temporales o a tiempo parcial. Una de sus características actuales es, precisamente, el fuerte componente de eventualidad, lo que se explica por el marcado carácter estacional del mismo. Ello facilita un ajuste eficiente de las plantillas, pero dificulta un desarrollo armónico y continuado de las comunidades. De ahí la importancia del turismo cultural, que no depende de factores climáticos y en el que resulta esencial la intervención humana. Su crecimiento futuro se refuerza al considerar las tendencias de parcelación de las vacaciones y el progresivo cambio de comportamiento turístico de los españoles, que cada vez realizan más viajes cuyo motivo es el ocio y las vacaciones.

El turismo no es una industria específica de la periclitada sociedad industrial, es, en todo caso, un conjunto de servicios enclavados en la comu-

nidad que le da su sentido y destinados a resolver unas necesidades concretas. El turismo no puede estar ajeno a los intereses de la comunidad, el entorno y la dinámica de desarrollo que genera. De ahí la importancia de una buena política que proyecte un desarrollo turístico sostenible, capaz de coordinar la acción de los distintos agentes implicados. Lo que ocurra en la catedral de San Bafón, por seguir con el ejemplo, no es indiferente para tiendas, bancos, hoteles y restaurantes de Gante; como tampoco lo es para el grupo de voluntarios.

Centro de vida

UN espacio que se convierte en un foco de interés religioso, cultural, turístico y científico aumenta las posibilidades de desarrollo humano en su entorno, al tiempo que incrementa la posibilidad de desarrollo económico y social. Esto hace que se deba pensar y repensar el compromiso de los responsables de tantos bienes de la Iglesia que sabemos que son o pueden ser focos de atracción turística y, consiguientemente, motivo de desarrollo de comunidades y pueblos. Ybáñez Bueno comenta que «la sociedad española reconoce ya lo que debe al turismo, pero aún no tiene conciencia eficaz de lo que de él puede obtener, si su respuesta sigue progresando» (13). Se dice que todavía no podemos ni siquiera imaginar la evolución que vamos a tener. Cuando el turismo genera conocimiento, apertura, satisfacción y comunicación entre comunidades y pueblos, la labor que se lleva a cabo desde los bienes de la Iglesia se llena de humanidad y sentido. Se trata de comunicar la buena nueva con los objetos y las imágenes de nuestro pasado, con el entusiasmo, la paz y el altruismo de quien vive un mensaje de vida en el que tiene especial importancia la ayuda y el servicio a los demás.

Urry afirma que «las culturas posmodernas han universalizado las prácticas turísticas» (14). Las nuevas maneras de entender el ocio están generando nuevos modos de vivir y entender el turismo. El ocio identificado con el descanso generó, a partir de los años 50, un turismo de sol y playa que no pretendía mucho más allá que romper la rutina laboral. Del mismo modo que la televisión significa el inicio de una nueva forma de vivir, el automóvil

(13) E. Ybáñez Bueno: *op. cit.*, p. 74.

(14) J. Urry: *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. SAGE Publications, London, 1990, p. 135.

representa una nueva manera de relacionarnos, un cambio radical en la forma de percibir el tiempo y el espacio. El acceso masivo al automóvil y el desarrollo de los medios de transporte ha hecho posible que un porcentaje tan alto de personas viajemos a diario en las ciudades y podamos salir fuera de vacaciones. El turismo, en sus múltiples sentidos y, más concretamente, el turismo de vacaciones, es otro de los rasgos e identidad de la nueva ciudadanía.

Con y para la comunidad

MÁS allá de la economía y el impacto ambiental, el nuevo reto del turismo es su humanización. Socialmente podemos ver en el turista un producto industrial, hecho en serie, un consumidor de superficialidades a quien sólo interesa aquello que puede captar su cámara de fotos. La humanización del turismo, la multiplicidad de un esperado desarrollo futuro, sólo puede venir de las exigencias de una persona consciente de lo que quiere y del alcance real de sus deseos. El turismo moderno es la llave para el encuentro cultural, la ampliación de la mente, el mutuo entendimiento de los pueblos y para remediar la tentación de autosuficiencia. La verdadera experiencia turística debe descubrir la auténtica vida que existe en cualquier parte; el presente, el pasado y las aspiraciones que cada pueblo receptor de turismo espera realizar.

El turismo tiene que estar enraizado en el conocimiento de las vivencias de ocio de los ciudadanos y en su trascendencia. Cada dimensión de ocio genera un tipo de turismo que tiene sus puntos de referencia en determinados estilos de vida, formación, hábitos, percepción, vivencia de valores, etc. El conocimiento de estas referencias de ocio, incide necesariamente en una manera distinta de planificar, a corto y largo plazo, en el desarrollo de actividades, así como en la articulación de distintos modos de comunicación de ofertas o en la organización de diferentes maneras de participación. El turismo, en cuanto expresión personal de nuestro particular derecho al ocio, posibilita un toque de personalización y humanismo que es casi imposible conseguir desde una concepción del turismo como negocio. Los nuevos peregrinos que llegan a nuestros espacios religiosos forman parte de los parámetros referenciales aquí expresados y nos retan, como cristianos, con preguntas nuevas a las que conviene sepamos responder.