

## **Festividades religiosas en Tunja, una vía hacia la espiritualidad y la reactivación económica. Un análisis cualitativo desde el sector religioso y comercial, en tiempos de pandemia**

Religious celebrations in Tunja, a path towards spirituality and economic reactivation. A qualitative analysis through the religious and commercial sector during pandemic times

Yuly Paola Rojas  
Fundación Universitaria Juan de Castellanos  
yulypaolarojas@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-9717-4493>

Gloria María Cetina Briceño  
Universitaria Juan de Castellanos  
gcetina@jdc.edu.co  
<https://orcid.org/0000-0001-9097-1860>

**Recibido:** 21-09-2022 / **Aceptado:** 11-11-2022 / **Publicado:** 06-01-2023

DOI: <https://doi.org/10.15648/am.41.2023.3843>

**RESUMEN:** La actividad turística de tipo religioso como hecho social y económico, ha cobrado gran interés, demanda y relevancia dentro del sector. Este trabajo se centra en analizar la percepción de las festividades religiosas en Tunja (Colombia) y su relación con el turismo desde la mirada del sector religioso y del comercial en tiempos de pandemia de Covid-19. La metodología del estudio se sustenta bajo un enfoque cualitativo, tras la aplicación de 19 entrevistas el análisis refleja que, a causa de la pandemia, no solamente la actividad económica se vio afectada sino también la fe de muchos feligreses se ha enfriado. Finalmente, los entrevistados de ambos sectores proponen alternativas para la reactivación comercial durante y post COVID-19 que permitan desarrollar una manera diferente de vivir el turismo religioso en complemento a la manera tradicional.

**PALABRAS CLAVE:** festividades religiosas, turismo, reactivación económica, religión.

**ABSTRACT:** Religious tourism as a social and economic fact has become of great interest, demand, and importance in the sector. The present work aims to analyze the perception of religious celebrations in Tunja (Colombia) and the relationship with tourism from the perspective of the religious and commercial sectors in times of the Covid-19 pandemic. The methodology of the study is based on a qualitative approach, and after the application of 19 interviews, the analysis shows that as a result of the pandemic, not only the economic activity was affected but also the faith of many parishioners has been weakened. Finally, the interviewees from both sectors suggest alternatives for commercial reactivation during and after COVID-19 to allow the development of a different method of experiencing religious tourism as a complement to the traditional way.

**KEYWORDS:** Religious celebrations, tourism, economic reactivation, religion.



## Introducción

El turismo religioso es una de las tipologías de la actividad turística más importantes, que a raíz de la pandemia del coronavirus (COVID-19) se halla dentro de los sectores económicos con mayor impacto a nivel mundial (Bagheri et al., 2022) lo que significó “un gran desastre de significativas repercusiones sociales y económicas para el sector” (Naranjo y Martínez, 2022). En Colombia, la actividad religiosa es de sustancial relevancia, según el Anuario Pontificio 2017 y las cifras oficiales de la Iglesia del 2015 Colombia estuvo dentro de los diez países con mayor número de católicos a nivel mundial, para tal fecha, Colombia refería 45,3 millones de bautizados y para finales de 2019 se registraron 1.345 millones de católicos en el planeta, según datos del Anuario Pontificio 2021 y del *Annuarium Statisticum Ecclesiae* 2019, citado en Vatican News (2021).

Además de contar con un alto porcentaje de integrantes de la fe católica, Colombia posee múltiples lugares sagrados, situación que ha privilegiado la creación de espacios para el impulso de la acción turística donde prestadores de servicios de turismo como sector comercial han aprovechado las fiestas y celebraciones religiosas como una de las fuentes de desarrollo local. Desde que la Iglesia católica se estableció en Colombia con la llegada de los conquistadores españoles en el siglo XVI hasta nuestros días, los colombianos por tradición han celebrado y conmemorado fiestas sagradas en cada uno de los municipios en los cuales se reverencian a santos, religiosos o patronos de la zona, y a lo largo del año se contemplan peregrinaciones y romerías al interior y en cada rincón del territorio nacional, y precisamente una de las ciudades con mayor actividad religiosa del país es la ciudad de Tunja, municipio y capital del departamento de Boyacá (Colombia). No obstante, como consecuencia de las restricciones de viaje y las medidas de confinamiento, la actividad turística en la ciudad se vio afectada negativamente principalmente en el 2020 y en el primer semestre del 2021. Posteriormente, con el proceso de vacunación a nivel nacional a mediados del 2021 desde las diferentes Gobernaciones y Alcaldías, el país comenzó a dar apertura comercial bajo estrictos protocolos de bioseguridad, además de celebraciones y eventos masivos con una capacidad reducida en espacios cerrados.

Esto significó un avance importante para recibir a los turistas, los significativos atractivos de la ciudad y las experiencias religiosas que allí se viven. Los acontecimientos fraguados en la ciudad de Tunja la han hecho titular de un colosal de tesoros de índole cultural, arquitectónico y religioso para brindar a turistas y visitantes, además de presumir ser la cuna de la libertad del país. Para efectos del presente trabajo de investigación, solamente se tuvo como eje de análisis el turismo religioso, abordado específicamente desde las fiestas religiosas de la ciudad de Tunja, que de acuerdo con la última actualización de inventarios turísticos de Boyacá que reposa en la Secretaría de Cultura y Turismo de Tunja del año 2015, dentro de las festividades religiosas más importantes destacan: Semana Santa, Fiesta en Honor a La Virgen del Milagro y Fiesta del Señor de la Columna. El propósito de analizar las principales fiestas religiosas en Tunja y su relación con la dinamización económica de la ciudad, es el de enaltecer la importancia del turismo religioso como eje para la búsqueda espiritual, al mismo tiempo que vigoriza la economía y más ahora, en tiempos de superación de la crisis nacional y global derivada por la pandemia del COVID-19.

## Revisión de la Literatura

### *Turismo religioso como motor de desarrollo económico*

Para Rinschede (1992), el turismo religioso es el que se lleva a cabo por una finalidad “ya sea en parte o exclusivamente, por razones religiosas” (p. 52). No obstante, si bien el desplazamiento del peregrinaje es una práctica de siglos atrás, como actividad organizada en la gestión turística, esta tipología de turismo se

viene desarrollando durante los últimos años (Esteve, 2002; Mora et al., 2017). Carranza, Millán y Martínez (2011) expresan que están emergiendo nuevas preferencias a nivel mundial en donde viajeros buscan otras formas de ocio, en el que se incluya una experiencia más activa, en el que se aprecien aspectos de identidad cultural y religiosa, un turismo espiritual (Puebla, 2012). Si bien, el desplazamiento por iniciativas religiosas no es nuevo, la experiencia de viaje donde el feligrés desarrolla el papel de turista en búsqueda de una experiencia de lo sagrado, además de recibir otro tipo de experiencias complementarias de índole gastronómico, artesanal y cultural se ha convertido en una tendencia marcada en el turismo mundial (OMT, 2014; OMT, 2016). Este turismo ha sido un factor de desarrollo económico para muchas ciudades que se caracterizan por tener sitios turísticos religiosos dado el flujo de visitantes que atrae y por ende la reactivación de otros sectores que se involucran como el de los hoteles y restaurantes, comercio, transporte etc., forjando nuevas oportunidades de negocios y fuentes de ingresos para las comunidades aledañas (Ortiz, 2020).

En el contexto internacional, el objetivo de la promoción turística de lugares sagrados se fundamenta en la diversificación de la oferta, la reactivación de economías en crisis y obtención de fondos para la conservación de los lugares que motivan a realizar este tipo de turismo. Millán Vázquez de la Torre et al. (2012) señalan que la oferta de actividades religiosas (sobre todo nocturnas) en los destinos favorecen a sectores como el hotelero, se mejora la accesibilidad al destino y la coordinación de actores implicados. En general, de acuerdo a la literatura científica es posible destacar que a partir del turismo religioso es posible desarrollar estrategias que fortalezcan la actividad económica local (Millán Vázquez de la Torre et al., 2016; Zurita, 2019; Chinchay et al., 2020).

Zurita, Castrejón y Valdez (2019), relacionan la celebración de las festividades religiosas derivadas de la tradición católica, en donde en determinado día dedicado a un santo patrono o advocación de la virgen, se visita y se venera en los templos, esto ha permitido que haya una dinamización “económica y social no solo de los residentes, sino que también genera fascinación de las personas que acuden movidos por la fe, la religiosidad o por simple curiosidad de conocer la devoción que se concede hacia la imagen venerada” (p. 70). Es entonces, una actividad bajo la cual se genera crecimiento económico en lugares de interés turístico-religioso no solo para los lugares donde se realizan las prácticas religiosas sino también para regiones circundantes aportando importantes recursos para la economía regional y nacional (Tobón y Tobón, 2013).

### ***Fiestas patronales y festividades religiosas y su incidencia en el turismo***

De acuerdo con Cárdenas (1977), las festividades populares de los misterios relacionados con la fe católica,

Eran originales y espontáneas, pero no autónomas, porque dependían del cuadro institucional en que nacía y del que se nutría la comunidad cristiana. Tales cuadros eran la parroquia, los lugares de culto, los tiempos litúrgicos, las festividades religiosas oficiales. La legislación y los preceptos de la Iglesia. Sin este marco de referencias no habría surgido la religión popular que de hecho se ha formado a lo largo de siglos, casi como una floración necesaria de la vida católica. (p. 177)

Las fiestas patronales son manifestaciones, representaciones populares que caracterizan a una sociedad; también son consideradas construcciones sociales que responden a condiciones históricas y a procesos complejos de simbolización propios los cuales se transmiten de generación a generación perdurando en el tiempo. El turismo como fuente para el reconocimiento y valoración de las culturas involucra e integra elementos representativos de un territorio en este caso relacionados con la religión y la espiritualidad en ofertas innovadoras que involucren este tipo de experiencias y a todos los actores que de una u otra forma se benefician del desarrollo turístico. La relación de turismo y religión busca un equilibrio entre la vida

agitada de las personas y su necesidad de conexión con un ser superior, la búsqueda de esta conexión a través de las peregrinaciones supone un viaje turístico religioso que se consolida alrededor de santuarios donde se encuentra toda una infraestructura turística y comercial, se podría considerar turístico porque hay un desplazamiento del lugar habitual de residencia y entendiendo las peregrinaciones como viajes por motivos espirituales. Las principales motivaciones de los visitantes de sitios religiosos son: crecimiento personal, intercambio cultural, desarrollo espiritual y por cultura general (Tobón y Tobón, 2013).

### ***Fiesta de Semana Santa, Fiesta en Honor a La Virgen del Milagro y Fiesta del Señor de La Columna en Tunja***

#### **Semana Santa en Tunja**

Celebración que se remonta desde la fundación hispánica, en el Siglo XVI, a finales del Siglo XVI se funda la Sociedad de Nazarenos, quienes desde entonces han tenido a su cargo la organización de todas las actividades, a partir del 2015, la semana Santa en Tunja se declara patrimonio cultural inmaterial de la nación. Cuenta con la participación de aproximadamente 300 nazarenos cubiertos con capirotos y descalzos durante cada procesión (Ver Figura 1).

**Figura 1.** Nazarenos cargando un paso en Semana Santa



Fuente: Tomado de Boyacá 7 días (2019)

#### **Fiesta Virgen del Milagro en Tunja**

En la siguiente figura (ver Figura 2) se muestra el recorrido que tiene la procesión del cuadro de la Virgen del Milagro hasta la plaza principal de la ciudad.

**Figura 2.** Procesión llevando el cuadro de la Virgen del Milagro desde el Santuario de Nuestra Señora del Milagro del Topo



Fuente: Tomado de: <https://virgendelmilagro.ricardoego.com/vm/>

Nuestra señora del Milagro o también conocida como la “Virgen del Topo” es la reina de la arquidiócesis de Tunja y la patrona de la Fuerza Aérea Colombiana, su evento tiene lugar el primer domingo de junio bajo el cuidado de monjas de clausura de la Comunidad de la Inmaculada Concepción. Su historia se remonta a 1628. A partir de la década de 1970, el general José Ramón Calderón, quien era comandante de la Fuerza Aérea Colombiana, acogió la tradición de ensalzar cada año a la Virgen del Milagro.

### **Fiesta al Señor de la Columna**

La celebración se da lugar en la Parroquia de Nuestra Señora de las Nieves, el último domingo de septiembre, en donde se conmemora la Fiesta Arquidiocesana del Señor de la Columna, esta imagen que aparece en la figura 4 es muy venerada por la población local a la que se le atribuyen varios milagros.

**Figura 4. Procesión en honor al Señor de la Columna**



Fuente: Tomado del Twitter <https://twitter.com/AlcaldiaTunja/status/780074260782018560/photo/3>

## **Materiales y Métodos**

### ***Diseño de la investigación***

Se acogió una perspectiva metodológica de corte cualitativa de tipo descriptivo, en donde se tuvo en cuenta 3 de las celebraciones religiosas más importantes llevadas a cabo en la ciudad de Tunja: Semana Santa, Fiesta en Honor a La Virgen del Milagro y Fiesta del Señor de La Columna. La metodología utilizada en este estudio es descriptiva.

### ***Participantes***

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Tunja y se opta por el método de muestreo no probabilístico o por conveniencia en razón a la facilidad de acceso o la disposición de los participantes por ser parte de la muestra (McMillan y Schumacher, 2005). Para el sector religioso, se aplican 3 entrevistas semiestructuradas en cada una de las iglesias en las cuales se desarrollan cada una de estas celebraciones. Para el análisis del sector comercial, se realizan 15 entrevistas, que de igual manera fueron seleccionadas a conveniencia dependiendo de la disponibilidad de tiempo de los empresarios u operadores. No obstante, el criterio para la elección de esta muestra fue el siguiente: en primera instancia, se solicita a la Cámara de Comercio de Tunja (CCT) en el mes de septiembre de 2021 la base de datos sobre los prestadores de servicios turísticos que estuvieran al día con su Registro mercantil y para las empresas directamente relacionadas con el turismo, que además tuviesen a la fecha renovado su Registro Nacional del Turismo (RNT). La clasificación que arrojó la base de datos de la CCT incluyó cinco categorías: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo y ventas de artesanías y/o artículos religiosos. Teniendo en cuenta además la gran cantidad de establecimientos en la base de datos, y la limitación de tiempo y disponibilidad de los mismos se eligió una muestra de cada sector para el desarrollo del presente análisis, cada uno con cercanía a las iglesias donde se celebran las festividades mencionadas especificado así: 3 hoteles, 3 restaurantes, 3 establecimientos de artesanías y artículos religiosos, 3 agencias de viajes, 3 guías de turismo de la ciudad.

Además, se consideró pertinente realizar 1 entrevista adicional al sector público en materia de turismo. En total, se aplicaron 19 entrevistas semiestructuradas para desarrollar el respectivo análisis. La recolección de

información abarcó desde junio a octubre de 2021. La confiabilidad del instrumento se validó por medio del examen de los instrumentos de recogida de la información a través del juicio de una experta en metodología de investigación cualitativa, y Magíster en Patrimonio Cultural.

### Procedimiento

Teniendo en cuenta la formulación de los objetivos investigativos, se elabora el guion con las preguntas que integraron las entrevistas, cuyos participantes aprobaron su consentimiento informado. Posterior a la recogida de la información a través de la grabación de las entrevistas, estas se transcriben en su totalidad por las investigadoras con la intención de aumentar la confiabilidad de los resultados. Para el análisis cualitativo se tuvo en cuenta la técnica de codificación bajo las categorías deductivas trazadas (Miles et al. 2013). A continuación, en el apartado de resultados, se circunscriben las transcripciones literales de los entrevistados, lo que acrecienta la validez descriptiva de los resultados (Maxwell, 2012), pero no se mencionan los nombres de las personas o de los establecimientos por razones de privacidad. Para la recogida de información se empleó la aplicación de grabadora de voz y libreta de notas.

### Resultados

Los datos fueron sistematizados y analizados a través de su categorización e interpretación, resumidos en la Tabla 1.

TABLA 1. CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS Y CÓDIGOS

| Categoría  | Subcategoría  | Código - Indicador - Pregunta   |
|--|---|---|
| Turismo religioso  | Importancia de las festividades religiosas (3)  | ¿Cuáles festividades religiosas considera usted que son las más importantes en Tunja?   |
|  |   | ¿Qué importancia tienen las celebraciones y festividades religiosas en los Tunjanos?  |
|  |   | ¿Piensa usted que es importante que los feligreses y turistas conozcan la historia sobre las celebraciones y fiestas religiosas llevadas a cabo en la ciudad? ¿o considera que no es necesario, sino solamente asistir a los eventos litúrgicos?<br>Por qué |
|  | Peregrinaciones y romerías (1)  | ¿Qué entiende por peregrinación y romería?  |
|  | Costumbres y tradiciones en las celebraciones y festividades religiosas (2)             | ¿Qué prácticas, creencias o tradiciones se mantienen o se han perdido alrededor de las celebraciones y fiestas religiosas?  |
| Desde su opinión, ¿Cree usted que se han ido perdiendo las costumbres y tradiciones populares con respecto a las celebraciones y festividades religiosas en la ciudad? |   |   |
| Pandemia del Covid-19  | Impacto en las celebraciones y festividades religiosas por la pandemia del Covid-19 (1) | Desde su sector ¿Cómo se vio afectado por la no celebración de eventos religiosos en la ciudad durante el 2020?   |
|  | Alternativas de reactivación comercial en tiempos de pandemia del Covid-19 (2)          | ¿Cómo ha transcurrido el 2021 en materia de reactivación económica específicamente de su sector?  |
|  |   | ¿De qué manera el turismo religioso se puede convertir en una alternativa para la recuperación económica de la ciudad?  |

## **Categoría 1. Turismo religioso**

### **Subcategoría 1: Importancia de las festividades religiosas**

Para este análisis se aplicaron 3 entrevistas (2 sacerdotes y 1 monja de clausura) pertenecientes a la Iglesia Católica quienes tienen relación con las iglesias en las cuales se llevan a cabo dichas celebraciones. Esta primera sección se enfoca en cuáles celebraciones y festividades religiosas consideran que son las más importantes en Tunja, a lo que los participantes destacaron:

*“Las celebraciones religiosas obedecen al calendario litúrgico, abarca todo el año y tiene dos celebraciones centrales... la primera es la navidad. Y la otra fecha bien especial es la Semana Santa, la pasión, la muerte y la resurrección del Señor. Y todo el año va girando alrededor de este misterio del Señor... como la Ascensión del Señor, está la fiesta de la Santísima Trinidad, del Corpus, y hay otras relacionadas con la Virgen María. Por ejemplo, aquí en Tunja para nosotros la fiesta en Honor de la Virgen del Milagro, esto es algo muy importante porque reúne muchísima gente que viene de muchas partes”.* (Sacerdote 1).

Otro religioso subrayó otras celebraciones adicionales a las anteriores:

*“Cabe destacar que todas las manifestaciones de nuestra ciudad tienen un contenido y una expresión patrimonial importante, se destaca la Semana Santa, la fiesta patronal y el viacrucis del Alto de San Lázaro con una participación masiva, también está la fiesta de la Virgen del Milagro, patrona de la Arquidiócesis y de la Fuerza Aérea Colombiana, la fiesta del Señor de la Columna y la navidad que conjugan el sentimiento religioso con nuestro folclor”.* (Sacerdote 2).

En suma, las celebraciones y festividades que concentran mayores feligreses y se consideran de vital importancia para la ciudad son: Semana Santa, fiesta de la Virgen del Milagro, la fiesta del Señor de la Columna, Navidad y la fiesta patronal del Alto de San Lázaro, sin embargo, para efectos del presente estudio y análisis solo se consideraron las tres primeras. Continuando con el análisis, durante las entrevistas se les preguntaba a los religiosos la importancia de dichos eventos, estos resaltaron varios componentes respecto de lo que significa y representa asistir a dichas celebraciones:

*“Es un tiempo que vamos a celebrar algo importante y que tenemos que buscar acercarnos a Dios, renovarnos en la fe, tratar de encontrar nuestra espiritualidad, que muchas veces con el tiempo la vamos perdiendo, de ahí la importancia de estos tiempos”* (Sacerdote 1).

Apuntando estrictamente al evento de la Semana Santa, un religioso recalca que es trascendental en el sentido que, *“se invita a la reflexión, arrepentimiento, a querer darle a la vida aportes nuevos, reconociendo que yo fallo, que necesito un cambio... para renovarme”* (Sacerdote 1), además, destaca que la manera como se organiza es diferente a todas las que se llevan a cabo en el país, recalcando la labor de los Nazarenos en las procesiones: *“Eso es algo muy especial aquí en Tunja, eso reúne alrededor de 400 nazarenos”* (Sacerdote 1). Desde otra arista, con respecto a la celebración de la Fiesta de la Virgen del Milagro, una de las religiosas descuellos que para los tunjanos, demás peregrinos y feligreses de otras procedencias, el evento es ocasión para pedir por intercesión:

*Mucha gente que sube de rodillas haciendo como alguna penitencia pidiendo por algo especial a la Santísima Virgen y a depositar en sus brazos, en sus manos divinas, todas las necesidades que tienen en sus hogares* (Religiosa).

En general, los religiosos remarcan frente a los eventos litúrgicos que, *“Toda celebración religiosa que exalte la relación de Dios con el creyente católico es importante. La eucaristía es un símbolo religioso importante*

en la ciudad de Tunja" (Sacerdote 2). En síntesis, dentro de las múltiples mercedes que se derivan de la asistencia a tales eventos se matizan: el acercarse al feligrés a Dios, renovar la fe, propiciar un encuentro con su propia espiritualidad, exaltar la relación hacia Dios y ocasión para pedir por las necesidades.

Ahora, frente al tercer indicador de la primera subcategoría, la percepción de los religiosos en cuanto a sí considera relevante que los feligreses conozcan la historia sobre las celebraciones y fiestas religiosas llevadas a cabo en la ciudad o solamente asistir a los eventos litúrgicos, uno de los participantes relaciona que el hecho de asistir a las celebraciones debe reflejar también interés por la historia y por participar de la memoria de estas: *"Es un deber de quienes participan de la experiencia religiosa conocer lo que están celebrando, no quedarse en el ritualismo religioso"* (Sacerdote 2). No obstante, añade que debe haber una articulación con expertos para dichos eventos pues el destaca que: *"existe la necesidad de quienes tienen el conocimiento en patrimonio para que ayuden a fomentar el reconocimiento del patrimonio material e inmaterial de la ciudad"* (Sacerdote 2).

Por su parte, la religiosa declara que, *"es importante que los feligreses conozcan la historia para que brinden más amor a la Virgen"* (Religiosa, junio de 2021). Finalmente, un sacerdote destaca que, *"es importante tener el conocimiento no solo histórico sino también litúrgico para que no se pierda una Semana Santa sin piedad, sin espiritualidad, es un espectáculo de calle que no tiene verdadero sentido religioso"* (Sacerdote 1).

### **Subcategoría 2: Peregrinaciones y romerías**

Estos dos términos se tuvieron en cuenta en la entrevista ya que se practican al interior de las celebraciones que influyeron en el estudio. Los participantes dieron sus posturas frente a lo que para ellos representan estos dos conceptos, por un lado, uno de los sacerdotes concibe las peregrinaciones como:

*Una invitación a que nos demos cuenta que somos peregrinos en la tierra, caminamos y caminamos hacia la tierra prometida hacia el encuentro con Dios. Nuestra fe nos debe llevar siempre a ese, a llenarnos de esperanza para ese encuentro con Dios* (Sacerdote, junio de 2021).

Siguiendo las palabras del mismo entrevistado, este destaca que la materialización de lo anterior se da lugar en los santuarios:

*Las peregrinaciones buscan el alimentar esa devoción de ir a un santuario y otros sitios especiales, en donde, la idea es puramente religiosa, ir a un sitio a celebrar una eucaristía, aceptar los momentos para por ejemplo confesarse* (Sacerdote 1, junio de 2021).

Desde otra postura, uno de los entrevistados percibió el término desde lo cultural y como un hecho que ha sido dado por generaciones, destacando que la peregrinación: *"hace parte de la dimensión antropológica de todas las gentes y culturas. Los santuarios dan fe de una tradición ancestral"* (Sacerdote 2, junio de 2021), el participante también le atribuye otros propósitos al visitar lugares sagrados, indicando que: *"es una experiencia de encuentro donde se presenta acción de gracias, necesidades y anhelos"* (Sacerdote 2, junio de 2021).

De otra mano, si bien los términos romería y romero provienen de la voz latina "romarius", los que peregrinaban a Roma (Mударra, 2015), los entrevistados dejan entrever la diferencia entre peregrinación y romería, concibiendo que en esta última se lleva implícito elementos populares y culturales incluyendo:

*"Un sentido más folclórico, donde encuentra uno sitios que le brindan una cantidad de cosas, objetos, y creo que a eso se refería un poquito más a cuando la gente iba a pie, para buscar hospedaje y comprar objetos para llevar a sus casas, hay mucho la tradición, los*

*alfondques, los bocadillos, los dulces [...] es algo que muestra que estuvieron en un sitio religioso” (Sacerdote 1, junio 2021).*

En cuanto a los demás religiosos estos expresaron que en las romerías además de visitar los santuarios y las imágenes, se intenta fortalecer la romería al participar en familia con alegría: y en las visitas prevalecen personas que provienen de distintas regiones del departamento: *“Pueblos circunvecinos como: Ventaquemada, Soracá, Chíquiza, Motavita, entre otros, habitantes de la ciudad de Tunja, de los Santanderes, Cundinamarca, Antioquia. En los últimos años han asistido extranjeros”* (Sacerdote).

### **Subcategoría 3: Costumbres y tradiciones en las celebraciones y festividades religiosas**

En este apartado se relaciona la percepción de los religiosos frente a las prácticas, creencias o tradiciones alrededor de las celebraciones religiosas donde los entrevistados develaron disímiles aristas. Con respecto a la conmemoración de la Semana Santa, uno de los sacerdotes enunció que se ha ido disipando el sentido que se tenía como por ejemplo hacia el ayuno y la abstinencia. Concerniente a esto, el relata lo que ha observado frente a épocas anteriores y a la actualidad en el marco de las prácticas populares relacionadas a este evento religioso en particular. En cuanto a la observancia de la abstinencia, expresa que *“ya la mayoría de la gente no le da ninguna importancia, se ha ido es perdiendo cosas que las tenían mucho más en cuenta, eso es parte de lo que pide la Iglesia como signo de arrepentimiento”* (Sacerdote). Frente al ayuno, el religioso percibe que:

*Aquí se concretaba el dejar de comer algunas cosas, y la carne, los viernes. Eso es parte de la tradición y que más bien que las personas están perdiendo. Están acostumbrándose a que van a comer no en sus casas si no a sitios y restaurantes y allá les preparan carne y no tienen el sentido religioso de llevar a que la gente observe [...] Entonces van y comen tranquilamente carne y a veces creen que comer pollo no daña la abstinencia y todo lo que son carnes blancas (Sacerdote 1, junio 2021).*

En adición al ayuno tradicional el sacerdote menciona que se requiere de otras formas de llevar el ayuno, esfuerzos tales como: *“no ver televisión, dejar de fumar, dejar de asistir a determinados sitios, todo eso es un esfuerzo que hacen las personas en razón a su fe, y todo eso a veces distrae de la oración, de la reflexión”* (Sacerdote). Otro asunto importante que recalcó el sacerdote es que las transmisiones en vivo de los eventos litúrgicos en el marco de la Semana Santa en tiempos de pandemia, si bien, representaron una estrategia para llevar el mensaje a los feligreses mientras permanecían las restricciones sanitarias, también afectaron la fe. Conjuntamente, la religiosa declara un punto neurálgico, *“las fiestas como que se han desviado un poquito del camino, del fin, de lo que es la celebración”* (Religiosa). No obstante, en referencia a la Fiesta de la Virgen del Milagro, ella narra que hay miles de fieles y devotos que no han perdido las costumbres de ir a venerarla en su fiesta, a excepción del 2020, pero por motivos de la pandemia y el confinamiento que estuvo cerrada la iglesia, pero ya en el 2021, le festejaron con mariachis y observaba los penitentes que fervorosamente traían sus peticiones a la Virgen.

Por otro lado, en cuanto a los grupos poblacionales que asisten, uno de los religiosos indicó que según su trayectoria *“se nota la poca afluencia de las nuevas generaciones”* (Sacerdote 2), también manifiesta que *“no se ha perdido el hecho histórico, si no el acontecimiento por sí mismo, el hecho histórico se conserva en el dinamismo de la ciudad y en los libros de historia”*. Lo anterior refleja la importancia y necesidad de revitalizar las fiestas para la preservación de la cultura que identifica a la mayoría de la población devota tunjana. Labaca (2016) manifiesta que de las festividades religiosas se desanudan *“valores religiosos, culturales y sociales que hacen recomendable su reconocimiento como Patrimonio Inmaterial por su importancia”* (p. 1).

## **Categoría 2. Pandemia del Covid-19**

### **Subcategoría 4. Impacto en las celebraciones y festividades religiosas por la pandemia del Covid-19**

Se les preguntó tanto al sector comercial como sector religioso acerca del impacto que desde su punto de vista observaron a raíz de la no celebración de dichos eventos durante el confinamiento del 2020 y la reapertura parcial del 2021 bajo protocolos de bioseguridad y acerca de las dinámicas que se dieron bajo estos contextos.

#### **Impacto en el sector religioso**

Una religiosa relató los detalles de la Fiesta de la Virgen del Milagro, y resaltó la diferencia entre el 2020 y 2021 subrayando la masiva presencia de feligreses antes del 2020:

*“No tanto procesiones, porque la pandemia ahorita no podemos hacer, venían peregrinaciones de otros pueblos, de otros departamentos, pero en años anteriores. Por ejemplo, las romerías en el mes de mayo y durante la novena eso vienen muchas peregrinaciones o dentro de la parroquia, por ejemplo, los primeros sábados”* (Religiosa, junio 2021).

Frente al 2021, la religiosa destaca la transición del desarrollo y organización de la fiesta:

*“Este año se realizó con participación de los fieles que nos dejaban entrar, porque por la pandemia el aforo solamente de 60 personas, entonces fue muy poquita gente, pero al igual, por estos medios de comunicación, por el Facebook de la comunidad también hubo mucha participación por el canal Telesantiago [...] Eso es muy bueno porque va a todos los hogares. Estuvo muy bonito y muy animado con mucha fe y devoción”* (Religiosa, junio 2021).

Los religiosos expresaron que las celebraciones y festividades de esta índole se vieron afectadas desde distintas aristas; desde la asistencia de los feligreses:

*“La peregrinación acostumbrada no se realizó, el flujo de personas era alto casi 3000 al año”* (Sacerdote 1).

*“En años anteriores antes de pandemia venían muchas peregrinaciones de pueblos lejanos”* (Sacerdote 2)

Por otra parte, los religiosos expresaban que, a causa de las restricciones en la asistencia a reuniones, las celebraciones religiosas relacionadas a estas tres fiestas en el 2020 se transmitieron vía televisiva (Telesantiago) y Facebook. No obstante, aunque dos de los tres religiosos estaban de acuerdo con esta alternativa de solución que se dio ante las circunstancias, uno de los sacerdotes percibe que, *“la gente va perdiendo el sentido religioso, la misa en este momento no significa mucho para la gente... uno se enfría, de no poder ir a misa, de encontrar que en la televisión la podemos ver... pero no hay el sentido de entrega de dedicar un tiempo para estar en oración”* (Sacerdote 1). Desde lo comercial, una religiosa expresó que la no celebración de la fiesta afectó a los puestos de artesanía, artículos religiosos y gastronomía aledañas a la iglesia, e incluso los elementos que se venden en la misma Iglesia de Nuestra Señora del Milagro para el sostenimiento de la misma.

#### **Impacto en el sector comercial**

##### **Establecimientos gastronómicos (EG)**

Los participantes centraron el impacto de la pandemia mayoritariamente en el aspecto económico, debido a que no recibían turistas, se cerraron las iglesias y prohibieron los eventos masivos durante el confinamiento:

*“La gente no entraba a los restaurantes porque por el aforo, la mayoría comían en sus casas” (EG2); “Como había restricciones de viajes, tampoco feligreses, la afectación de la pandemia fue económica, tocaba pagar servicios, arriendos, nómina, todo eso se siguió pagando igual” (EG3)*

Sin embargo, la afectación a los establecimientos gastronómicos no fue total, ya que algunos aprovecharon las estrategias digitales: *“nosotros implementamos productos por vía internet, página, combos y eso para poder aumentar las ventas” (EG1).*

### **Sector hotelero (H)**

En general el gremio hotelero asintió que ellos fueron unos de los más afectados por la pandemia por la no celebración de eventos religiosos: *“En general la hotelería fue afectada porque los eventos no se realizaron” (H1); “Por el tema de restricciones y de pandemia al no realizar estos eventos que traen muchos turistas pues se ve muy afectada el tema de ocupación en comparación a los años anteriores” (H2); “Hubo una afectación total no tuvimos huéspedes estuvimos con cierre del establecimiento no tuvimos ingresos en ese tiempo” (H3).*

### **Guías de turismo (G)**

Otro de los actores importantes en la actividad turística fueron los guías de turismo, quienes resuelven que su afectación fue también del 100% entre marzo y diciembre del 2020: *“Los eventos religiosos no son solamente espirituales, mueven también la parte económica, llevamos alrededor de 18 meses de pandemia y estamos mirando como reactivarnos” (G1).* Desde otra perspectiva, otro guía expresa: *“Las actividades se vieron afectadas, el evento que tiene más trascendencia es Semana Santa, vienen muchos turistas y es muy reconocido a nivel nacional, los demás eventos no tienen un carácter tan turístico, los templos religiosos sí” (G2).* No obstante, otro de los guías recalcó que la actividad de guianza en Tunja no es muy dinámica, por ende, la afectación no fue tanto por la no celebración de eventos religiosos sino por la pandemia en sí, porque en otros tiempos, resaltan que les es más conveniente en otras ciudades más turísticas del departamento:

*“Tunja es una ciudad de paso turísticamente, pero sí vienen a visitar museos, a la gente le gusta venir, pero generalmente las iglesias están cerradas cuando están abiertas hay eucaristía, es complicado para ingresar a estos sitios, antes de la pandemia era complicado los guías de turismo y la secretaria de turismo han intentado hacer un acercamiento a la iglesia para que permitan hacer visitas guiadas” (G3).*

### **Sector agencias de viajes (AAVV)**

Al igual que los anteriores, durante el 2020 el sector de las agencias de viajes vivió las consecuencias negativas a raíz de las restricciones de viajes por la pandemia: *“Afectó a todo el gremio porque no se podía abrir” (AAVV2); “Se dejaron de recibir visitantes y se presentó el cierre de muchos de los establecimientos” (AAVV3).* En cuanto a la incidencia de la no celebración de eventos religiosos algunas dijeron que no manejaban ese tipo de productos por lo que les fue indiferente en cambio, otras agencias expresaron que los eventos: *“sí son considerables porque llegan muchos visitantes y turistas a la ciudad, todo es un conjunto en donde todos aportan para salir adelante” (AAVV3).*

### **Sector de artesanías y artículos religiosos (AAR)**

Finalmente, en la participación de entrevistados se tuvo en cuenta aquellos que hacían parte de las tiendas de artesanías y venta de artículos religiosos quienes también dieron su punto de vista respecto a la

situación que dejó entrever, por ejemplo, que no solamente los eventos religiosos mueven económicamente a la ciudad sino también los de índole cultural:

*“Afectados porque no venían turistas ni personas de otros municipios al no haber turismo no hay ventas de artesanías, con los eventos sí hay ventas como en el Aguinaldo Boyacense, con el Festival de la Cultura, traían muchos artistas a nivel internacional y nacional, al venir todos los extranjeros conocían la ciudad y se llevaban un recuerdo” (AAR1).*

Por otro lado, destacan que se presenta una falla por parte de la comunidad: *“También falta mucha cultura porque los habitantes cuando llegan familiares los invitan a visitar otros municipios del departamento” (AAR2).* Desde otra perspectiva, uno de los participantes admitió que su afectación no fue del 100% ya que, a partir de la reapertura con protocolos de bioseguridad, por lo menos la comunidad local podía salir a comprar artículos religiosos:

*“Durante el 2020 las personas perdieron ventas, en el 2021 llevamos 5 meses que no nos vimos tan afectados, pero la mayoría de los empresarios expresan que las ventas bajaron mucho” (AAR2).*

### **Avance y reactivación turística y del sector religioso en tiempos de pandemia del Covid-19 y y propuestas de mejora según percepción del sector comercial y religioso**

#### **Sector religioso**

Uno de los sacerdotes manifestaba que la apertura de las iglesias se ha ido dando en la medida que se han permitido los aforos de ingreso a las iglesias. No obstante, respecto al turismo religioso, insiste que se deben desarrollar una manera de turismo diferente en la que se pueda mantener la fe, sin tantas distracciones y que *“muestre lo que tenemos en nuestras costumbres” (Sacerdote 1).* Por otro lado, otro sacerdote demuestra una actitud mucho más optimista, indicando que, *“para el año 2022, se está construyendo una estrategia que permita acoger a los peregrinos, acogidos a las normas”* refiriéndose a las sanitarias (Religiosa).

En últimas, otro religioso destacó que, *“El turismo religioso como parte del desarrollo en la ciudad, requiere que las iglesias santuarios y plazas se acompañen de reinversión de inversión” (Sacerdote 2).*

#### **Sector comercial**

Desde el sector gastronómico, los participantes mencionaron que la reactivación económica al principio del 2021 fue lenta, pero a partir de mitad de año en adelante se ha venido dando un progreso paulatino, si bien, aun no llegan a cifras de años anteriores, el panorama parece mejorar, sin embargo, expresan que en la medida que permitan nuevamente los eventos de tipo religioso y cultural en la ciudad, la economía del sector irá en aumento, no obstante, los entrevistados mencionan algunos retos durante este proceso:

*“Yo creo que sí ha cambiado porque ya dejaron abrir un poco más, todavía se ve arto el desempleo, pero ha mejorado” (EG1).*

*“Ya para esta época, estamos hablando de octubre hemos visto una reactivación, antes estaba muy lento” (EG2).*

*“Va demasiado lento, estancado, los costos se incrementaron, los productos de alimentos y de desinfección... la gente no va muy confiada a los restaurantes por el hecho de que se tienen que quitar el tapabocas para comer y estar cerca a otras personas, entonces todavía no es como antes” (EG3).*

En general el sector gastronómico matizó que los eventos en general en la ciudad de Tunja aportan de manera importante al sector comercial, tanto de índole cultural como religioso: *“Si, porque se reúne mucha gente en la plaza de Bolívar y todo eso hace que conozcan sitios cercanos y visiten restaurantes”* (EG1)

Por otra parte, desde la mirada del sector hotelero, las exigencias de protocolos de bioseguridad como el sello *“Check in”* le permitirán al gremio avanzar en términos de reactivación económica. No obstante, para finales del 2021 el progreso ha sido lento:

*“El hotel tienen en cuenta los protocolos basados en la Secretaría de salud quien dio las pautas, la demanda de huéspedes ha sido muy baja un 20% durante el transcurso del año 2021, ha mejorado en septiembre y octubre en un 30%”* (H1).

*“Ha sido progresivo, al inicio fue una reactivación rápida, hubo épocas en que no venía nadie por el incremento de casos que en los últimos 4 meses se ha visto un aumento, aún no estamos al 100%”* (H3).

*“Tunja es una capital donde todo funciona con la parte política, los eventos los maneja la gobernación y la alcaldía, los eventos han sido virtuales, no hay participación de la empresa privada”* (H2).

En general, el gremio hotelero recalcó que este tipo de eventos les generan ingresos: *“estos eventos traen turismo, utilizan hoteles de perfil alto y hoteles económicos”* (H1), otro de los hoteles expresó que estos eventos *“llama mucho turista, es nuestro cliente fundamental, Tunja no ha tenido ese enfoque de reactivarse a partir de la promoción de los sitios de interés que tiene la ciudad”* (H2). De los 3 hoteles entrevistados solo 1, consideró que los eventos de este tipo no generan dividendo tanto como lo hacen otros: *“los religiosos no mucho, aportan más los eventos culturales como el FIC, el aguinaldo boyacense, la noche de los museos, la semana del Jazz”* (H3). Entre otros aspectos, el gremio hotelero subraya mayor participación y articulación entre lo privado y lo público, destacan las alianzas estratégicas: *“realizar convenios con los hoteles con alcaldía y gobernación”* (H2). Por último, insisten en mayor promoción turística: *“falta mostrar a Tunja como un sitio turístico, lo tienen que seguir promocionando”* (H3).

De otra mano, los guías de turismo quienes tienen mayor apropiación de los eventos religiosos, dejaron distinguir su postura frente a la situación, la mayoría destacaron que las festividades religiosas son importantes, porque: *“fortalecen los procesos, la cultura religiosa y las costumbres”* (G3), también destacaron: *“Claro, Boyacá y Tunja son espirituales y somos católicos no es solo importante para el desarrollo espiritual sino también para el desarrollo económico”* (G1); *“La reactivación ha sido lenta, y más para el turismo religioso”* (G2).

No obstante, los guías manifestaron que las festividades no les benefician directamente, ya que ellos en la ciudad solamente se centran en el recorrido como tal a los templos, museos, lugares con elementos históricos ancestrales, no se centran tanto en hablar de las festividades y las costumbres alrededor de ellas. Entre tanto, uno de los participantes destacó la gestión e interés desde el sector público en apoyar a este gremio:

*“La Alcaldía, la Secretaría de Cultura ha colaborado mucho con el tema de protocolos con el tema de reactivación del turismo con la realización de rutas turísticas gratuitas en el mes del turismo en el 2021, se manejaron redes sociales se visibilizó a nivel regional departamental nacional e internacional, ha sido positivo porque hicieron una convocatoria pública para que guías de turismo participaran en los recorridos”* (G3).

De cara a las alternativas para mejorar y avanzar, los guías proponen: *“Que haya más puntos de información turística, que se desarrollen más actividades y capacitaciones”* (G1). De otro lado, destacan fortalecer las alianzas estratégicas: *“los guías dependemos de las agencias de viajes, de los enlaces de la Secretaría de turismo, el voz a voz [...]”* (G2). Por último, destacan que para poder ofertar la ciudad, primero se debe sensibilizar a la comunidad:

*“Desde la academia sería la capacitación, convocar a los gremios, crear la cultura de que la peatonalización es para desarrollo turístico, las personas están en desacuerdo porque no saben de qué se trata, socializar con los gremios y comenzar desde los niños los saberes para turismo”* (G3).

Desde la mirada del sector de las agencias de viajes (AAVV), una destacó que la no celebración de eventos religiosos le era indiferente, mientras que dos de ellas expresaron que impacta tanto de manera directa como indirecta:

*“Si, en estos eventos llegan muchos visitantes a la ciudad, los cuales adquieren los diferentes servicios turísticos”* (AAVV3).

*“A partir de mitad de año empezó a reactivarse el sector”* (AAVV1).

*“Ahorita todos los planes turísticos cumplen con los protocolos”* (AAVV2).

*“Se ha venido trabajando bastante en la reactivación en el sector, con la realización de eventos en los últimos meses han aumentado la venta de planes turísticos y la reapertura comercial después de la pandemia ha permitido que más personas quieran viajar”* (AAVV3).

En cuanto a las alternativas de mejora para el progreso del turismo en la ciudad estas plantean en definitiva mayor promoción de la misma, situación que también expresaron otros actores del turismo reflejado en las respuestas explicitadas anteriormente, por otro lado, también destacan: *“Realizar campañas de capacitación a trabajadores del sector y promocionar como destino a Tunja”* (AAVV3). También recalcaron la sensibilización a la comunidad como lo enunciaron también los guías de turismo.

Por último, las tiendas de artesanías y ventas de artículos religiosos (AAR), manifestaron que los eventos religiosos como las fiestas le son de beneficio: *“al haber eventos como la semana santa viene mucho turista lo mismo la celebración de la virgen del milagro viene mucho peregrino, al venir turistas las ventas crecen”* (AA3). Frente al avance destacan un proceso paulatino en el segundo periodo de 2021:

*“En los meses de febrero a mayo no se veía a nadie en la ciudad de Tunja, el sector medio se empezó a reactivar a partir de los meses de junio y julio”* (AAR2).

*“Ha mejorado a partir de agosto, a inicio de año la reactivación económica todavía no estaba bien y estaba con el tema de restricción”* (AAR3).

En cuanto a las alternativas que permitan dinamizar la actividad turística, expresaron:

*“Podrían hacer mayor publicidad y mostrar que de la plaza de Bolívar hacia abajo también hay comercio, otros negocios por falta de apoyo los negocios se han trasladado o cerrado, es importante que la administración municipal tenga en cuenta todos los sectores de la ciudad”* (AAR1).

*“Hay que luchar por la ciudad de donde somos, aprovechar que Tunja cuenta con lugares importantes, a parte de los museos que es lo que habitualmente se les ofrece a los turistas”* (AAR2).

*“Que nos tengan en cuenta, no nos tienen en cuenta, para el festival cultural tampoco, no hay apoyo de la Alcaldía, cuando realizan exposiciones de artesanías en la plaza solo tienen en cuenta las artesanías de otros pueblos” (AAR3).*

También destacan que desde la gestión pública se debería mejorar los canales de información ya que no está llegando a todos: *“No hay un sistema de información para nosotros y si la hay no sabemos en donde, debería haber una convocatoria donde uno se pudiera inscribir, nosotros no nos hemos podido presentar” (AAR3).*

De acuerdo con lo anterior, hay posiciones a favor en términos de generación de ingresos a la población comercial por la celebración de festividades religiosas en la ciudad, y otra posición indiferente, no obstante, la balanza se inclina más hacia los aspectos positivos y beneficios que se generan, frente a la percepción indiferente o que no le benefician. Finalmente, los participantes recalcan la importancia de articular la academia en estos espacios en miras del fortalecimiento de la actividad turística:

*Aporte no solo a la parte teórica sino también a la experimental, implementar proyectos para que mejore la demanda de huéspedes a la ciudad de Tunja, que los estudiantes generen eventos en la parte cultural e histórica, las iglesias permanecen cerradas no hay coordinación entre el municipio y el clero (H1).*

*En cada evento que haya en Tunja los estudiantes se vean involucrados directamente en el recibimiento de los turistas. Falta un “brochure” de la ciudad, la principal fuente de saber son los estudiantes de turismo (G1).*

*Aquí estaremos muy atentos y dispuestos tanto para hacer convenios como para recibir la ayuda que nos puedan dar desde la universidad (R2).*

*Acá tenemos cosas de todo Boyacá, desde la academia se podría implementar un programa donde se brinde esa información de convocatorias para los pequeños comerciantes a través de páginas o folletos (AAR3).*

### **Autoridades de turismo**

Adicional y en contraste con la opinión comercial y religiosa, se consideró importante conocer la percepción de las autoridades en turismo de la ciudad. A lo que se optó por entrevistar a la actual Secretaría de Cultura y Turismo de la ciudad de Tunja, ella manifestó que para el avance del turismo religioso aun se presentan algunos retos que también se pudieron vislumbrar en las respuestas de guías de turismo y hoteleros y es lo siguiente:

*Tengo que decirles que tenemos una gran dificultad porque esos templos obviamente están direccionados por Monseñor y se dificulta que estén abiertos. Tuvimos la experiencia en estas rutas que le comentamos de turismo religioso en el mes del turismo, que en algunas ocasiones encontramos cerrada la iglesia, a pesar de haber hecho con ellos la estrategia de haber comentado de tener la disponibilidad en las jornadas y no fue posible, por eso, mientras la iglesia no se comprometa, el turismo religioso que tenemos mucho para mostrar, va a ser muy difícil involucrarlo (Secretaría de Cultura y Turismo, 2021).*

Es realmente un punto neurálgico que coincide con lo que Millán, Pérez y Martínez relacionan: “El turismo religioso es una opción estratégica de desarrollo para muchos destinos. Requiere orientación al turismo, importante inversión de capital privado y público, y predisposición de las autoridades eclesíásticas para adaptarse a las necesidades del visitante” (2012, p. 241). En cuanto a la articulación del sector comercial, la Secretaría corrobora lo que percibían desde el sector comercial: *“una articulación oficial no, nosotros*

*trabajamos en las redes temáticas que permiten articular esos actores turísticos, en este momento estamos en la conformación de esas redes temáticas”* (Secretaría municipal de Cultura y Turismo, 2021). Por último, en cuanto a si existe algún proyecto para el fomento del turismo religioso en esta administración, la entrevistada comentó:

*“Esta administración está muy preocupada no solo por el turismo religioso, nosotros hemos hecho algunos ejercicios que consideramos han sido de gran impacto y han beneficiado a los tunjanos y al sector turístico y es identificar esas rutas turísticas y es así como nosotros durante un mes desde el mes de septiembre hicimos las cuatro rutas turísticas dentro de las cuales está el turismo religioso. Nos llama mucho la atención porque sabemos que tenemos un número importante de iglesias y de templos que podemos promocionar”.* (Secretaría municipal de Cultura y Turismo, 2021).

## Discusión

Este estudio buscó analizar la percepción desde el sector religioso y comercial respecto al impacto de la no celebración de las festividades religiosas más reconocidas de la ciudad de Tunja. Siendo el turismo religioso uno de los tipos más antiguos que incorpora la religión y los viajes (Heydari Chianeh, Chiappa & Ghasemi, 2018) y uno de los más afectados a nivel mundial por el Covid-19 (Nhamo, Dube & Chikodzi, 2020). Tras analizar los resultados se pudo extractar que las festividades de índole religiosa llevadas a cabo en la ciudad de Tunja, son de vital importancia para la conservación de la fe y también como motor de desarrollo económico local y es posible colegir que dichas festividades como atractivos de interés contribuyen a dinamizar la actividad turística en tales fechas.

En cuanto a esta práctica del turismo, desde la mirada de los religiosos cabe resaltar la postura que converge frente a los elementos: “Turismo y religión”: *“Ahí está la dificultad del turismo”*, refiriéndose a que la gente en este tipo de celebraciones y festividades religiosas dice: *“yo voy a disfrutar, voy a mirar”* y añade que esto *“no llevan el sentido religioso”* más bien destaca que estos eventos deberían incentivar a que las personas pudieran expresar su fe, desde esta visión la actividad turística solamente permite ver las procesiones como un espectáculo, en vez de ser *“un tiempo religioso, que no es de venir a bailes, espectáculos, teatros [...] todo para distraer a la gente, y a veces para evitar que vayan a las iglesias”* (Sacerdote 1). No obstante, desde la posición religiosa también resaltaron aspectos que se deberían tener en cuenta en la actividad turística:

*“Al turismo ¿a qué se les trae? A que conozcan las bellezas que tenemos en los templos... entran y encuentran ahí alguna explicación, de que esto es de arte de no sé qué, esto es más o menos de tal fecha, de quien lo hizo, entonces dan una información... y síganle por allí... hasta que la gente ya está cansada... pero no tienen un sentido religioso, a veces hace falta que digan esta catedral... ha mantenido tal tradición y el sentido de este sitio es venerar, manifestar la fe, todo eso, ese aspecto no lo hay cuando hablamos de turismo, sino es algo de divertir.* (Sacerdote 2).

Las fiestas de carácter religioso, si bien están orientadas a robustecer y acercar al feligrés a Cristo, pueden beneficiar al comercio local. Por ejemplo, en la investigación de López (2021), se destaca la Navidad (la fiesta religiosa principal del distrito de Acobamba, Perú) como aquella donde se *“resalta el carácter cristiano para reforzar la fe de los pobladores”* (p. 92). Desde el punto de vista de otro sacerdote entrevistado, destaca que *“la ciudad de Tunja tiene una demanda limitada de bienes y servicios para los turistas”* y propone que deberían plantearse estrategias o actividades dentro de la dinámica del turismo donde combine ambos elementos, permitiéndose: *“la recuperación de aspectos como la fe, cultura, ciencia y arte... El turismo*

*religioso requiere de una buena difusión, crear alrededor de los bienes muebles e inmuebles una experiencia de vida” y añade que esto no se logra de la manera tradicional, declara que “no se puede limitar a la entrega de material religioso”. En complemento de lo anterior, el participante relaciona que, “es importante formar e informar sobre la riqueza y la experiencia religiosa de la ciudad”. Finalmente, se aprecia una actitud conexa al mencionar que le “gustaría participar en una experiencia que permita experimentar de cerca el encuentro profundo entre fe y cultura que contribuyan al mejoramiento de los centros de culto” (Sacerdote 2). Es decir, relaciona la actividad del turismo religioso como un medio que preserva la cultura.*

De acuerdo con López (2021) frente a cómo podría ofertarse la festividad de la Navidad como producto turístico, enfatiza que:

Este recurso turístico tendría que enlazarse con otros recursos y actividades turísticas de la región Huancavelica e incluso con otras regiones como Junín y Ayacucho para combinar actividades; por ejemplo, en Ayacucho se habla de la ruta de la papa. En Acobamba también existen actividades relacionadas con la agricultura. Entonces es posible combinar actividades. (López, 2021, p. 107)

En contraste con lo anterior, en Tunja se podrían crear productos turísticos de índole religioso que permitan dinamizar no solamente la economía local sino también exponer la riqueza histórica, cultural, religiosa y ancestral que envuelve a la ciudad. Incluso podría proyectarse actividades, que como lo mencionaba uno de los clérigos, una “experiencia religiosa”, es decir, que las festividades puedan ser una vía para el desarrollo local pero también una vía para el fortalecimiento de la espiritualidad. Para ejemplificar, en la investigación de Cevallos (2012) subrayan que:

Las fiestas de San Pedro y San Pablo contribuyen a despertar el fervor religioso, las relaciones sociales y los aspectos económicos en la comunidad; en lo religioso favorecen aspectos culturales vinculados a la fe y al mantenimiento de actividades tradicionales (p. 106)

Si bien, el COVID-19 permeó la esfera económica también lo hizo en el plano religioso y en la actividad turística relacionada con las distintas religiones, en este sentido, respecto de la reactivación tanto económica como del sector religioso se requiere de algunos elementos importantes como lo infiere Carvajal y Martínez (2022), esta depende de varios actores, “la cooperación de todos los involucrados en el turismo religioso —autoridades locales y religiosas, comerciantes, hoteleros y viajeros” (p. 10). En este sentido, Mosier (2020) añade otro elemento trascendental, la fe, como una de las estrategias de recuperación del turismo religioso en cuanto al impacto psicológico que ha supuesto al feligrés el cierre de los lugares sagrados, por lo que “puede ser una fuerza impulsora para una recuperación rápida una vez que la pandemia desaparezca” (p. 9).

## **Conclusiones**

Tras los hallazgos se pudo observar que el impacto por la no celebración de las fiestas de índole religioso afectó de manera negativa no solamente en la economía local sino también en la fe de los católicos que asistían a dichas celebraciones. Desde la mirada de los religiosos se percibe que se han ido perdiendo en cierta medida las costumbres y prácticas populares que se llevaban alrededor de las fiestas patronales como en las romerías, sobre todo, en los grupos generacionales más recientes. Si bien, el sector religioso también expresó que se vio afectado por el cierre de las iglesias, no obstante, las misas y festividades que se realizaban año tras año fueron transmitidas por televisión y redes sociales, empero, manifiesta que no representaba lo mismo, y que la fe se va perdiendo por situaciones como estas. Por lo anterior, es posible colegir la importancia y urgencia de preservar las costumbres de las romerías y prácticas populares

tunjanas alrededor de los eventos religiosos al través del turismo. Retomando lo que argüía uno de los religiosos, es necesario transformar la manera en la que se practica el turismo religioso en la ciudad y llevarlo al punto de ofertar una experiencia religiosa y de piedad, que al mismo tiempo le enriquezca en lo histórico, pero mucho más en el plano cultural.

Desde el aspecto comercial, la incidencia de la pandemia por la no celebración de festividades religiosas fue mayoritariamente negativa, puesto que, las ventas bajaron, hubo sectores más afectados que otros, entre los de mayor afectación se destacan los guías de turismo, las agencias de viajes y los hoteles. En cuanto a los establecimientos gastronómicos, estos pudieron optar por ventas a domicilio, y los establecimientos de ventas de artículos religiosos pudieron reaperturar solamente a partir de la implementación de los protocolos de bioseguridad, ya que la población tunjana es muy devota y requería comprar algunos elementos que allí se vendían.

De otra mano, el ejercicio investigativo permitió reconocer diversas estrategias que permiten fortalecer la actividad turística de la ciudad, propuestas derivadas desde los mismos actores involucrados del turismo, alternativas como: la articulación de todos los actores como el sector público, privado, religioso y academia; futuras líneas investigativas relacionadas a productos turísticos de tipo religioso que no solamente se centren en feligreses católicos, sino que también signifiquen una oferta atrayente para el enriquecimiento histórico y cultural de visitantes y turistas, nacionales y extranjeros, representado en una experiencia espiritual, sin importar el tipo de religión que profese. Ya que como lo subraya Alzamora (2020), el turismo religioso: “promueve la cultura y el aprendizaje, además, no solamente lo pueden practicar feligreses, sino también todas las personas que deseen conocer mucho más acerca de una cultura y llenarse de conocimiento y aprendizaje a través de esta” (p. 10). También los participantes proponían que la actividad turística debiera involucrar bienes patrimoniales tangibles como también elementos intangibles como son: la tradición, la memoria cultural y los sentimientos, especialmente, resaltando el aspecto espiritual, la historia y las costumbres alrededor de lo que se conmemora. Desde la visión del sector comercial, se resalta las sugerencias de mejorar el sistema de información desde el sector público en donde todos los actores sean tenidos en cuenta.

## Referencias

- Bagheri, M., Mobasheri, A. A. and Nikbakht, A. (2022). Recovery Strategies to sustain religious tourism Post-COVID-19: Evidence from Iran. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(1), 61-78. DOI: <https://doi.org/10.21427/7vk5-6361>
- Cárdenas, E. (1977). La fiesta: expresión de fe popular. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/teoxaveriana/article/view/26937/22669>
- Carranza, R., Millán, M.G. y Martínez, R. (2011). *El turismo religioso en los Altos de Jalisco y Andalucía: comparación de la oferta y la demanda en dos santuarios marianos*. Documento presentado en las IV Jornadas de Investigación en Turismo. Sevilla, España.
- Carvajal Camet, Z. S., & Martínez Cárdenas, R. (2022). El impacto de pandemia COVID-19 en el turismo religioso de Jalisco, México. *Sémata: Ciencias Sociales e Humanidades*, (33), 1-13. <https://doi.org/10.15304/semata.33.7900>
- Cevallos, S. R. (2012). *La fiesta de San Pedro y San Pablo como eje de desarrollo turístico de la parroquia Machalilla del cantón Puerto López*. [Trabajo de grado, Universidad San Gregorio de Portoviejo]. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/1072>
- Chinchay-Villarreyes, S., Cango, J., Aldana, A. y Seminario, R. (2020). Estrategias de promoción para el

- fomento del turismo religioso en Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 272-283. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33247>
- Esteve, R. (2002). *Turismo y religión*. Aproximación a la historia del turismo religioso. Universidad de Málaga.
- Heydari Chianeh, R, Chiappa, G. D and Ghasemi, V (2018). Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(2), 204-214. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414439>
- Labaca, M. L. (2016). Las Festividades Religiosas: manifestaciones representativas del Patrimonio Cultural Inmaterial. *RIIPAC*, 8(2016) 1 -177. <http://www.eumed.net/rev/riipac>
- López, D. (2021). Identidad cultural y el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Acobamba – Huancavelica. [Trabajo de grado, Universidad Nacional de Educación]. <http://hdl.handle.net/20.500.14039/5544>
- McMillan, J. H. y Schumacher, S. (2005). *Investigación Educativa*. Madrid: Pearson.
- Maxwell, J. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach*. Los Angeles, United States. Sage publications.
- Miles, M., Huberman, M. y Saldaña, J. (2013). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. Thousand Oaks, California. Sage publications.
- Millán Vázquez de la Torre, M.G., Pérez Naranjo, L. y Martínez Cárdenas, R. (2012). Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso. Una comparación de estudios de caso. *Cuadernos de turismo*, 30, 241-266. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160741>
- Millán Vázquez de la Torre, G., Pérez, L. M., y Martínez Cárdenas, R. (2016). Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos. *Revista De Ciencias Sociales*, 22(1). <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i1.24898>
- Mora, V., Serrano, R., & Osorio, M. (2017). El vínculo turismo-peregrinación. Un acercamiento desde la producción científica en inglés y español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 86-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324198>
- Mosier, W., Elhadary, T., Elhady, I. A., Safaei, M. (2020) Crisis Management and The Impact of Pandemics on Religious Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8 (7), 9-22. <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol8/iss7/3/>
- Mudarra, T. (2015). Las Romerías como hechos sociales. *International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality*, 1-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8009418>
- Naranjo, M. R., y Martínez, M. A. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(Especial 5), 359-375. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38169>
- Nhamo, G, Dube, K and Chikodzi, D (2020) *Counting the Cost of COVID-19 on the Global Tourism Industry*. Springer, Cham.
- Cham OMT (2014). El turismo puede proteger y promover el patrimonio religioso. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-12-11/el-turismo-puede-proteger-y-promover-el-patrimonio-religioso>
- OMT (2016). Turismo religioso, catalizador del diálogo intercultural. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2016-11-24/turismo-religioso-catalizador-del-dialogo-intercultural>
- Ortiz, N. (2020). Turismo Religioso: Un camino hacia la espiritualidad y el crecimiento económico. *Revista Orinoquía, Ciencia y Sociedad*, 4, 8-10.
- Puebla, J. (2012). Consideraciones en torno a los santuarios católicos de México y el turismo religioso: el caso

de San Juan de los Lagos. En R. Martínez (Eds.), *Turismo espiritual: una visión Iberoamericana* (95-108) Tepatitlán de Morelos, Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 95-108.

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839290106Y>

Tobón, S., y Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14, 237-249. <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184014.pdf>

Vatican News. (25 marzo 2021). *Los católicos crecen en el mundo: son mil 345*. *Vaticannews.va*. <https://www.vaticannews.va/es/iglesia/news/2021-03/cattolico-crecen-en-el-mundo-1345-millones.html>.

Zurita, E., Castrejón, C. y Valdez, H. (2019). Análisis del turismo religioso para establecer una estrategia de mercadotecnia turística en Celaya, Guanajuato. *Revista CIMEXUS*, 14(2), 67-86. DOI: <https://doi.org/10.33110/cimexus140204>