

TURISMO RELIGIOSO Y PEREGRINACIONES: ANÁLISIS CUALITATIVO PARA UN CASO DE ESTUDIO DEL CAMINO DEL TÍBET

Religious Tourism and Pilgrimages: Qualitative Analysis of a Case Study of the Pilgrimage Road to Tibet

Mingdi Li¹

¹Universidad Rey Juan Carlos. m.li4@alumnos.urjc.es

Resumen

Este trabajo se centra en el análisis de la relación entre la peregrinación y el turismo religioso del Camino del Tíbet en China. Desde el siglo VII d.C. el Camino del Tíbet es una ruta religiosa y de peregrinación del budismo, hasta que a partir de los años ochenta del siglo XX también se ha establecido como una ruta turística consolidada. El objetivo de este trabajo es comparar su peregrinación y el turismo religioso donde se establecen las tipologías de sus visitantes y peregrinos. A través del análisis de contenido de los blogs turísticos, productos de agencias de viaje y estudios existentes, enfocando en las motivaciones, actividades y preferencias de los viajeros, se configuran las identidades de sus tipos de peregrinos que no se pueden definir de forma simplista como los turistas de masas o peregrinos en general.

Palabras clave: análisis de contenido; turismo religioso; peregrinación tibetana; blogs turísticos; agencias de viaje.

Abstract

This study focuses on the analysis of the relationship between pilgrimage and religious tourism of the Pilgrimage Road to Tibet in China. Since the 7th century AD, this Road is a religious and pilgrimage route of Buddhism, until from the eighties of the 20th century it has also been established as a consolidated tourism route. The purpose of this study is to compare the pilgrimage and religious tourism in Tibet where the types of their visitors and pilgrims are established. Through the content analysis of tourists' blogs, tourism products from travel agencies, existing studies, by focusing on the motivations, preferences and activities of the travelers, the identities of these types of pilgrims are configured which cannot be defined simply as general massive tourists or pilgrims.

Key words: content analysis; religious tourism; Tibetan pilgrimage; tourist blogs; Travel agencies.

1 Introducción

La relación entre turismo y peregrinación ha sido analizada por distintos autores en casos diferentes como, por ejemplo, el Camino de Santiago. El proceso de adopción de medidas y reestructuración de este camino se ha convertido en un caso paradigmático para estudiar y realizar este tipo de investigaciones desde varias perspectivas. Pero el estudio en el caso de otro tipo de cultura como la budista, todavía es escaso. La peregrinación es uno de los fenómenos más conocidos en la cultura religiosa que existe en todas las religiones principales del mundo: el budismo, el hinduismo, el islam, el judaísmo y el cristianismo (Collins-Kreiner, N. y Kliot, N, 2000), y el turismo de peregrinación es un fenómeno universal e intercultural que no sólo pertenece a la cultura cristiana (Leira López et al., 2010), por lo que debe abrirse el análisis a otros ejemplos como el que nos ocupa. Este es el caso del Camino del Tíbet, visitado cada año por millones de personas, dirigido a la ciudad de Lhasa, considerada el destino más sagrado por los creyentes budistas tibetanos. Su culto ha experimentado un auge en las últimas décadas por su apertura y desarrollo turístico.

El presente artículo tiene como objetivo comprender el nexo "peregrinación-turismo religioso" del caso de Camino del Tíbet, desde la perspectiva de los viajeros hoy en día, que podrían

clasificarse de manera diferente en términos de sus motivaciones y experiencias de viaje. Se pretende dar cuenta de los varios modelos de viajes religiosos en el contexto amplio de la peregrinación y el turismo religioso, puesto que las investigaciones académicas que han comenzado a enfocarse en la experiencia personal de los peregrinos son muy recientes (Collins-Kreiner, 2009).

En la estructura de este artículo se plantea un breve estado de la cuestión sobre la relación entre turismo y peregrinación hacia los destinos sagrados como parte del turismo religioso. A continuación, se expone la evolución reciente del turismo en Tíbet desde los años ochenta y la apertura del ferrocarril Qinghai-Tíbet en Julio de 2006 (Su y Wall, 2009). Ésta ha sido una importante iniciativa de desarrollo del patrimonio cultural y turismo secular. Posteriormente se analizará la construcción y transformación del Camino del Tíbet, la configuración de las identidades de sus tipos de visitantes y las interpretaciones de los viajes al Camino del Tíbet. Finalmente se incluirán algunas conclusiones sobre el concepto del nexo turismo religioso-peregrinación y la reinterpretación de este camino sagrado.

1.1 El turismo, el turismo religioso y la peregrinación

Tradicionalmente se ha asumido que la peregrinación era un fenómeno muy diferente del turismo (cf. Palmer, Begley y Coe, 2012; López, 2013). Se ha atribuido al término turismo una cierta superficialidad o frivolidad, mientras que la peregrinación se considera como algo serio, auténtico y legítimo (Plaffenberger, 1983). Bauer (1993) conviene con la afirmación de Jan Pach (1992) de que la peregrinación no es una excursión turística, sino un retiro espiritual que exige un sacrificio y obedece a motivaciones profundamente religiosas, de ahí que el fenómeno de la peregrinación sea por completo distinto al del turismo.

A pesar de todos los esfuerzos por distinguir peregrinación y turismo, cabe aclarar que hoy los límites entre ambos conceptos son muy difusos porque ambos han ido evolucionando y cada vez es más difícil diferenciarlos (Millán, Pérez, 2017). Hoy en día la peregrinación matiza su sentido religioso al entrar en contacto con el turismo, se redefine y se resignifica convirtiéndose en un fenómeno social complejo y polisémico (cf. Collins-Kreiner, 2014; Feldman, 2017; Sousa et al., 2017; Pereiro, 2019). Se convierte en un fenómeno más espiritual, turístico y post-secular.

Los estudios iniciales de la mezcla entre turismo y peregrinación comenzaron a surgir en los años 70, cuando MacCannell (1973) argumentó que el turista, como el peregrino, también estaba buscando algo diferente, que es la autenticidad. Posteriormente en esa década, Graburn (1977) caracterizó el turismo como un tipo de ritual, defendiendo la existencia de procesos paralelos tanto en peregrinación formal como en el turismo, que podrían interpretarse como "los viajes sagrados". Estos viajes están dirigidos a la autotransformación y obtención de conocimientos a través de lo extraordinario y lo sagrado. A partir de esa década, las investigaciones se han centrado en la complicada relación económica, política, social, psicológica y emocional entre la peregrinación y el turismo. Y las teorías se han enfocado en diferentes tipologías de turistas y peregrinos como parte de la diferenciación entre experiencias relacionadas con la visita en lugares religiosos y la vida real de peregrinos (MacCannell, 1973; Cohen, 1979; Smith, 1992, 1989).

En el año 1992 apareció por primera vez la teoría de que los peregrinos y los turistas son actores distintos situados en dos extremos opuestos, en concreto Smith (1992) propone establecer un continuo en el que sitúa a la peregrinación en un extremo y al turismo en el

otro, atribuyendo un carácter sagrado al primero y secular al segundo. Entre los dos extremos existen combinaciones en las que se mezclan en grados diversos el componente sagrado y el secular, con un área central comúnmente denominada turismo religioso, donde reflejan las múltiples y cambiantes motivaciones de los viajeros, cuyos intereses y actividades puede pasar del turismo a la peregrinación, y viceversa, sin que ellos se dieran cuenta de sus cambios, como indicaron Jackowski y Smith en 1992. En esta perspectiva, el turismo religioso se refiere a las actividades de peregrinación tanto de los creyentes religiosos como de los turistas en general que visitan lugares sagrados.

1.2 La relación entre el turismo religioso y la peregrinación, y las tipologías de los viajeros en destinos religiosos

El turismo religioso ejerce como puente conceptual entre el turismo y la peregrinación. De acuerdo con Colin Turnbull (1981a, p.14), la peregrinación tiene "un sentido que pertenece más al ámbito religioso o espiritual más que al cultural", mientras que el turismo religioso implica ambos sentidos religiosos y culturales. Las peregrinaciones varían en tamaño y duración dependiendo de la ubicación de los santuarios y templos con respecto al lugar de origen de los peregrinos, pudiendo ser locales, regionales, nacionales o internacionales. Y sus relaciones con el turismo religioso dependen de las tendencias o preferencias de los sentimientos y percepciones cuando hacen los viajes según sus tipos de visitantes.

Por ejemplo, según lo que observado por Turnbull (1981b), el peregrino hindú a las cabeceras del Ganges centra preferentemente su atención en un edificio que es el santuario, mientras que el turista está más impresionado por la belleza natural del sitio y la magnitud de los procesos físicos que crearon tal cadena de montañas; En Varanasi, el peregrino percibe la ciudad como una de las más bellas de India por su valor simbólico y religioso, mientras que el turista la considera una de las más sucias.

Al igual que Smith, Nolan y Nolan clasifican a los visitantes que acuden a lugares religiosos en tres categorías: los peregrinos auténticos, los turistas que participan en el turismo religioso, y los turistas de masas que eligen algún lugar religioso como su destino turístico (Nolan y Nolan, 1992). Según Pereiro (2019), el turismo reconfigura lo sagrado en su relación con la peregrinación, así crea una categoría diferente de experiencia, lo que se denomina

turiperegrinación (cf. Smith,1992: 4), sus visitantes también pueden llamarse “turi-peregrinos”.

Para dilucidar cuáles son las características generales de los tres tipos de viajeros, se comenzará por definirlos, y a partir de ahí se caracterizará cada tipología lo más precisamente posible.

La definición inicial de peregrinaje es la habitual en la literatura especializada, según la cual es “un viaje resultado, externamente de causas religiosas, a un lugar santo, e internamente por propósitos espirituales de auto-comprensión” (Barber, 1993: 1). El viaje como tal puede estar motivado por el cumplimiento de un mandamiento religioso, o bien por el afán de satisfacer algún deseo o limpiar pecados. En general el peregrino va “en busca de la santidad, la verdad y lo sagrado” (Collins-Kreiner, 2010).

Los turi-peregrinos también están motivados por aspiraciones religiosas como rezar y hacer súplicas, pero combinan sus visitas con viajes a otros lugares y espacios para actividades no necesariamente religiosas (Tobón Perilla, S. y Tobón Perilla, N. 2013). Buscan conocimientos o significados espirituales y religiosos que estén integrados en la vida cotidiana, espacios para repensar el sentido de la vida humana. Su experiencia es, obvia y notablemente, diferente de las “vacaciones ordinarias”, con especial referencia al turismo de playa y sus manifestaciones de masas.

Los turistas de masas son los que aprovechan el viaje para acercarse a lugares religiosos, pero no tienen motivaciones espirituales como la búsqueda del sentido de la vida ni aspiraciones religiosas, su motivación es simplemente la contemplación, el ocio y la fruición del paisaje (Padin C, Svensson G, Wood G, 2015). Ellos buscan entrar en contacto con entornos que antes no han experimentado, así como experiencias turísticas auténticas.

1.3 El Camino del Tíbet, su peregrinación y el turismo religioso.

El elemento religioso y de peregrinación ha estado presente en el Camino del Tíbet desde sus orígenes. En el siglo VII d.C. el budismo entró en el Tíbet y su desarrollo inició la peregrinación tibetana y el Camino para venerar a la estatua de Siddhartha Gautama en Lhasa (Wang, 2019).

El budismo se introdujo como religión oficial del estado durante el gobierno del Rey del Tíbet, Songsten Gampo, fue atraído e impulsado por sus dos esposas budistas, una princesa china y una princesa nepalí. Después de una serie de luchas con la religión nativa Bön, el budismo se mezcló con las tradiciones de Bön, llegando a formar el budismo tibetano que tiene sus propias características (Sun, 2008). Y a partir de la mezcla entre la religión Bön y el budismo, la peregrinación de los creyentes religiosos incluyó tanto la veneración a los Budas budistas como a los dioses de la naturaleza procedentes de la religión Bön (de las montañas y los lagos sagrados).

Así que, la peregrinación tibetana se desarrolla en relación al culto en los lugares sagrados, que, según la tradición, forman un mundo espiritual junto con los budas. Estos destinos físicos son principalmente montañas, lagos y templos. Gracias a las condiciones naturales de la región, los lagos y las montañas fueron identificados como sagrados ya que se creía que eran moradas de poderosos dioses. Al final estos destinos físicos se convierten en símbolo de los dioses misteriosos y sagrados del Tíbet. Tal como el Buda declaró en la Gautamiya Śāstra, "Todas las montañas, todos los ríos, lagos sagrados, tirthas (lugares de peregrinación), las moradas de videntes, corrales y templos de dioses son lugares que destruyen el pecado" (Bharati, 1963, p.137). Así, los peregrinos visitan los lugares sagrados budistas con la esperanza de que la peregrinación pueda purificar su karma negativo (causado por las acciones negativas cometidas previamente) y obtener el mérito necesario para generar nuevas semillas para alcanzar la iluminación. El peregrino debe caminar hacia el lugar sagrado, y la tradición antigua establece que se hará mediante postraciones periódicas con el cuerpo entero cada docena pasos. En este caso la peregrinación puede durar incluso varios años.

Una vez que el peregrino llega al lugar sagrado, realizará ciertas rituales y prácticas. La kora es lo que deberían efectuar todos. Es una forma de peregrinación sagrada que realizan los tibetanos y que consiste en girar alrededor de un lugar sagrado como un templo budista o una montaña sagrada para purificar el karma, siempre en el sentido de las agujas del reloj. Es la forma en que un budista expresa su piedad y su unión con el universo para obtener beneficios espirituales, mentales y físicos. Además de realizar la kora, los peregrinos recitan mantras y oraciones, hacen postraciones, giran las ruedas de oración, ofrecen sustancias

como agua, combustible para lámparas, se quema el incienso, etc. Con el desarrollo de la historia tibetana, la peregrinación ha formado gradualmente los destinos estables, las rutas, los horarios, y rituales fijos (Chen, 2006).

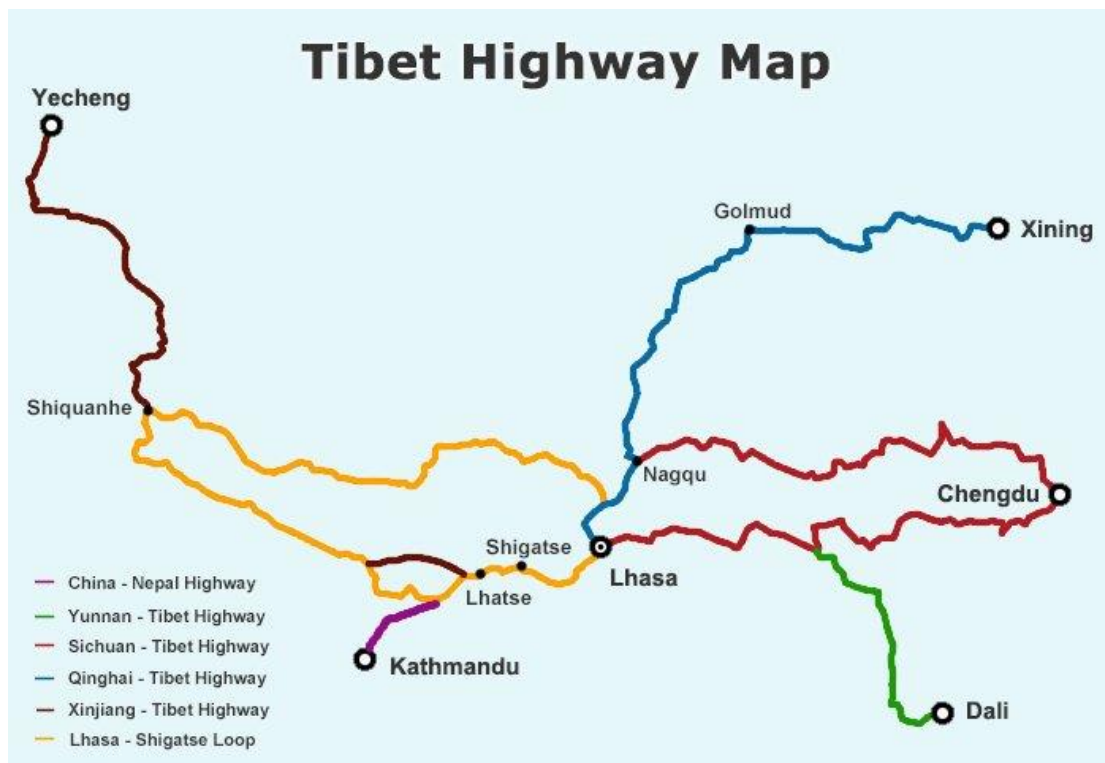
Durante la primera etapa de difusión del budismo en Tíbet (siglos VII-IX), no se encuentran restos de prácticas de peregrinación budista. Las primeras fuentes mencionadas son de la segunda etapa de difusión (finales del siglo X al XI), pero no se puede ubicar una fecha exacta (Kalmar, 2017).

1.4 El turismo religioso contemporáneo del Camino del Tíbet

Desde el principio de la década de los noventa, el gobierno central de China ha abierto el Tíbet al turismo, al tiempo que coopera con la UNESCO en los esfuerzos para restaurar y preservar importantes sitios culturales y religiosos tibetanos en nombre del Patrimonio Mundial (Shepherd, 2006). Gracias a la apertura de la región a los turistas por el gobierno central de China (Cui et al., 2014), se fue conociendo gradualmente por la gente de fuera. Hasta hoy en día, la ciudad de Lhasa ha sido un destino sagrado tanto para los tibetanos como para los turistas (Zhong y Zhang, 2012).

La ciudad de Lhasa, destino final del Camino del Tíbet, está inscrita en la primera lista de 24 ciudades de prestigio histórico y cultural publicada en 1982 por el Consejo de Estado de China. Como ciudad turística mundialmente conocida, Lhasa atrae cada año a millones de turistas de todo el mundo. Lhasa se encuentra en la zona remota del oeste de China, rodeada por numerosas montañas. Hasta la víspera de la Liberación Pacífica (1951), en Lhasa no existían carreteras que condujesen al mundo exterior, a excepción de un sendero que se comunicaba entre el Palacio Potala y NorbuLinka (An, 2003). Desde el año 1950, las autopistas nacionales Sichuan-Tíbet, Qinghai-Tíbet, Yunnan-Tíbet se construyeron gradualmente. En la actualidad, para entrar al Tíbet hay 5 carreteras principales desde varias ciudades de China (principalmente de las provincias occidentales) y una línea de ferrocarril Qinghai-Tíbet.

Mapa 1. Tibet highway map



Fuente: <https://www.tibettravel.org/how-to-get-to-tibet/>

A través del mapa1 se puede observar que la ciudad de Lhasa constituye el nudo de comunicaciones del Tíbet. Con el avance de las carreteras, el Camino del Tíbet ha conectado los diversos lugares sagrados para impulsar el turismo religioso de sus alrededores. Y ha vinculado los lugares inscritos en el Patrimonio Mundial. El Palacio de Potala, también conocido como el palacio de invierno del Dalai Lama, es uno de los lugares sagrados más importantes de la meseta y fue declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 1994. El Templo o Monasterio de Jokhang, construido en el siglo VII d.C. y abierto a los turistas en el año 1999, como el más famoso de los templos budistas de Lhasa, también fue declarado por la Unesco Patrimonio Mundial en el año 2000, junto con el Palacio Norbulingka en el año 2001.

En este sentido, el gobierno chino comenzó a tomar medidas para promocionar el turismo al Tíbet como un tipo de turismo de peregrinación, para así combinar el desarrollo de la economía local con la promoción de la peregrinación tibetana. En la actualidad, se conservan más de 1.700 monasterios y sitios religiosos abiertos en Tíbet, con 45.000 monjes viviendo en ellos (Tian, 2011).

La ciudad de Lhasa y sus alrededores cuentan con más del 40% de instalaciones turísticas e itinerarios principales turísticos del Tíbet (Niu, 2002). Desde el año 1992, el gobierno central ha desarrollado tres rutas turísticas desde Lhasa hasta el templo Radreng-Kloster, el templo Tolung Tsurpu y al templo Bri Gung Mthil. En el año 1993, se abrió la ruta turística circular entre el este y el oeste, y lanzó los programas turísticos de organizar las visitas a las familias locales tibetanas, así como el Festival de Zho Ston, uno de los más importantes festivales para los tibetanos (data del siglo XI, cuando surgió como una ceremonia religiosa por la que los habitantes locales ofrecían yogurt a los monjes que terminaban sus retiros de meditación). Hasta hoy en día durante la semana de Zho Ston se presentan óperas tibetanas todos los días, como se ve en la foto 1.

Foto 1. Festival de Zhon Ston



Fuente: <https://www.mafengwo.cn/i/10290282.html>

Desde ese momento, el circuito triangular de turismo cultural Lhasa-Shigatse-Zedang se convirtió en la ruta turística más importante del Tíbet. En el año 1997, el Ministerio Nacional de Turismo de la República Popular de China con la Junta de Aviación Civil de China, patrocinaron el programa del "Año turístico 97" que afectó a 15 rutas turísticas en total. Entre ellos, la ruta por donde pasa el Palacio Potala, Norbulingka, el Templo Jokhang, el Templo

Sera y el Templo Zashlunpo en Shigatse, se considera como la ruta nacional para el turismo religioso y de peregrinación del Tíbet (Lao, 1996). Las actividades turísticas de las líneas desarrolladas están principalmente centradas en las visitas culturales, para conocer la antigua cultura religiosa tibetana, las costumbres étnicas y el paisaje natural de las montañas nevadas en el Tíbet.

Durante los últimos años, con el apoyo del gobierno del país y la región autónoma, y con el fin de promover el crecimiento de la economía local, se hace el esfuerzo de impulsar el turismo como el motor principal de crecimiento económico del Tíbet. En el año 2018, Tíbet por la primera vez recibió más de 30 millones de turistas (33.687.000 personas), el año del mayor aumento desde 2013 (Xinhua News y Xiao, 2019).

2 Metodología

La metodología utilizada en este estudio comprende dos fases. La primera es de carácter cualitativo, y está centrada en el análisis de la información obtenida en las redes sociales, concretamente del análisis de textos publicados en blogs y de los productos de viajes en grupo organizados por las agencias turísticas. La segunda es de carácter descriptivo, y está basada en fuentes bibliográficas puesto que apenas hay datos publicados sobre la peregrinación de los tibetanos. En este sentido, la investigación tiene un enfoque cualitativo que, al imbuirse de las fuentes escritas, permite comprender y darle un sentido al fenómeno de la peregrinación de manera completa (cf. Torres, Alvarado y Alfonso, 2021).

Las experiencias extraídas del caso del Camino del Tíbet han sido analizadas según las motivaciones y los objetivos de los turistas, en contraposición con la peregrinación de los propios tibetanos, destacando las diferencias entre unos y otros (Zhang, 2003; Xie, 2006; Zhong y Zhang, 2012). Puesto que los peregrinos tibetanos son muy diferentes de los peregrinos que vienen de una sociedad moderna y más desarrollada, en primer lugar, los peregrinos del Camino del Tíbet se dividen en tibetanos y no tibetanos. A partir de aquí, los no tibetanos se clasifican como turistas de masas, turistas-peregrinos con búsqueda de experiencias profundas, y peregrinos auténticos. Entre ellos, la gran mayoría son turistas-peregrinos con experiencias profundas o turistas de masas (Gan, Lu y Wang, 2013).

Respecto a la conceptualización de las experiencias profundas de los turi-peregrinos, según el estudio de Zhong y Zhang, se hace un análisis sobre las características de los viajes del turismo de peregrinación del Camino del Tíbet mediante artículos en blogs. A través de la investigación de los artículos encontrados, los autores concluyen que estos viajes de peregrinación en el Tíbet desarrollan un tipo de turismo con experiencias profundas y espirituales por cuenta propia. Para conocer mejor el Camino y para poder sentir la experiencia de un viaje de peregrinación, la duración de este tipo de viajes suele ser mayor y la sensación que obtienen es más profunda que los turistas quienes viajan de “vacaciones ordinarias” (Zhong y Zhang, 2012). Ellos perciben que cumplen con el espíritu de la peregrinación, pero son muy diferentes de los peregrinos auténticos. Es decir, se asocia al turista como un peregrino que realiza su viaje de forma profunda e individual, en definitiva, un viaje de turi-peregrinación. Retomando los conocimientos del estudio de Zhong y Zhang, en este estudio, se han analizado los viajes por cuenta propia como el tipo representativo de los viajes de turi-peregrinos a partir del análisis de blogs turísticos.

En segundo lugar, se asumirán los viajes organizados por las agencias turísticas como el tipo representativo de los viajes de turistas de masas. Los turistas que viajan por libre tienen mayor libertad y pueden ir a cualquier lugar que les interese, lo que crea una diferencia con los turistas que adquieren viajes organizados (Cui et al., 2014). Como se señaló antes, los turistas de masas suelen tener como principal motivación el ocio y la contemplación. Debido a las dificultades geográficas y climáticas del Tíbet, es más fácil para la mayoría de ellos contratar una agencia de viaje que les organice el itinerario. Los viajes organizados por agencias turísticas se centran principalmente en visitas a entornos naturales y actividades culturales, de ocio y folklore, como puede concluirse del análisis de los servicios y contenidos de las ofertas turísticas que se analizarán en el capítulo próximo. Por las razones mencionadas, las agencias de viajes pueden satisfacer cumplidamente las necesidades de los turistas de masas del Camino del Tíbet. Este es el método que mejor captura, en su estado actual, el fenómeno de este tipo de peregrinación y turismo religioso al Tíbet.

Rinschede (1992) explica que en el contexto del turismo religioso las creencias afectan al comportamiento durante el viaje. Aquellos cuya motivación principal es religiosa tienden más a viajar con familiares o grupos organizados (Millán, Pérez, 2017). Sin embargo, el caso

de este tipo de viajeros del Camino del Tíbet es ligeramente distinta. Así lo constata el estudio de campo de Zhang (2017), para el caso de los viajeros cuyo destino es el colegio budista La Rong Wu Ming. Zhang explica que, durante su investigación en el campo, los peregrinos auténticos rechazaron el cuestionario y se centraron en sus propios rituales religiosos o prácticas espirituales y apenas participaron en actividades turísticas durante el viaje (Zhang, 2017). De donde puede inferirse que, probablemente, no serían proclives a adquirir viajes al Tíbet organizados por agencias turísticas, porque se sitúa fuera del turismo, para vivir una experiencia meramente religiosa.

3 Recopilación de datos y análisis

3.1 Los viajes por libre de los turi-peregrinos

El análisis de este estudio se centra en los blogs que se han obtenido de la web Mafengwo (del número 1 al 30 en la tabla 1) y de la web Qunar (del siguiente número 31 al 37), dos plataformas principales en que los turistas publican blogs turísticos. A partir de los blogs más populares, se ha estudiado la estructura de diferentes tipos de viajes de los turi-peregrinos, según recoge la siguiente tabla 1.

Tabla 1. Blogs turísticos

NO	NOMBRE DEL AUTOR	SEXO	FECHA DEL INICIO DEL VIAJE	TIPO DE VIAJE	TRANSPORTE	GASTO	DURACIÓN
1	Guxing Duying	M	15/09/2019	Viaje con amigos	Bicicleta	20000	29 días
2	Da Mowang	M	16/07/2019	Viaje solo	Bicicleta	6000	29 días
3	Xiao Yu	M	27/04/2019	Viaje con amigos	Bicicleta	4000	25 días
4	Mr. Muyi	M	14/05/2020	Viaje con amigos	Coche	9000	12 días
5	Keany	F	21/09/2019	Viaje con amigos	Coche	8000	15 días
6	Lianzi	F	03/08/2018	Viaje familiar	Coche	3500	17 días

7	Anran Sarah	F	15/05/2018	Viaje solo	Tren	5000	30 días
8	G33	F	22/02/2018	Viaje solo	Avión+Tren	4500	20 días
9	Lan Yangyang	F	08/06/2020	Viaje con familia	Coche	3500	12 días
10	King de Jiuyi	M	03/09/2018	Viaje con pareja	Coche	20000	27 días
11	Aries	F	01/06/2018	Viaje con amigos/ viaje solo	Coche	8000	15 días
12	Xiao Binghu	F	18/08/2019	Viaje con familia	Coche	12000	16 días
13	Youcaihenman g	M	09/07/2019	Viaje con amigos	Bicicleta	5500	22 días
14	C	F	29/03/2018	Viaje con amigos	Tren+Coche	8800	11 días
15	Qing Xiaobai	F	01/09/2018	Viaje con pareja	Coche	10000	15 días
16	Chen Shuang	F	18/08/2018	Viaje con amigos	Coche+Tren	8000	15 días
17	Hyydr	M	16/06/2018	Viaje con amigos	Coche	13000	14 días
18	Lvxingde Dalongmao	M	21/06/2020	Viaje con amigos	Bicicleta	5000	23 días
19	Gao Yihan	M	05/09/2020	Viaje con amigos	Coche	9000	15 días
20	Die Hun	F	20/05/2020	Viaje con pareja	Coche	14000	28 días
21	A hao	M	01/04/2020	Viaje solo	Coche	8888	23 días
22	Wendy	F	07/08/2020	Viaje con amigos	Coche	15000	10 días
23	Zhui Guangzhe	M	11/05/2019	Viaje con amigos	Coche	8000	9 días
24	Putishuxia	M	05/08/2020	Viaje con amigos	Coche	10000	15 días
25	Citrustt	F	04/01/2020	Viaje con pareja	Avión+Coche	8787	17 días

26	Feizhou Xiongying	M	18/03/2019	Viaje amigos con	Coche	6400	19 días
27	Gzlw	M	11/05/2019	Viaje amigos con	Bicicleta	7816	11 días
28	Qingchun	M	01/11.2019	Viaje familia con	Coche	9500	23 días
29	K.K	M	21/07/2019	Viaje amigos con	Bicicleta	8000	28 días
30	Cao Benrong	F	01/10/2018	Viaje amigos con	Coche	12000	12 días
31	Prcj9307	M	12/08/2020	Viaje amigos con	Coche	9500	15 días
32	Nishui Deyu	F	28/04/2020	Viaje amigos con	Coche	9000	14 días
33	Tinanan20	F	20/01/2019	Viaje familia con	Coche	7500	21 días
34	dqsr9724	M	18/08/2019	Viaje solo	Coche	5000	14 días
35	Wusong luguo	M	04/06.2019	Viaje familia con	Coche	18000	21 días
36	Vivi	F	13/07/2018	Viaje amigos con	Coche	6500	14 días
37	Yang Yang	F	08/04/2018	Viaje amigos con	Coche	5000	8 días

Fuente: elaboración propia según los blogs obtenidos

A través de los 37 artículos, se ha llegado a la conclusión de que todos los turi-peregrinos han hecho el viaje por cuenta propia, y, no mencionan tener creencias religiosas (no son budistas participantes), la mayoría (67.5%) de ellos viajan en coche y la estancia de los viajes es de 8 a 30 días, con una duración promedio de 18 días, el gasto mínimo es 3500 yuanes (473 euros, Lianzi/ Lan Yangyang) y máximo 20.000 yuanes por cada persona (2702 euros, Guxing Duying). Los motivos son variados: curiosidad, conocimiento religioso y cultural, motivaciones espirituales, buscar el significado de la vida, lanzar un desafío, tener una experiencia especial etc.

Con el propósito de generar una tabla de las palabras más frecuentemente utilizadas en los blogs, se ha utilizado el software online Mini Tag Cloud y se ha elaborado la tabla siguiente. Para ello, se han recogido y copiado los 37 artículos de la muestra de blogs en un documento único de texto (en formato “doc”), se han eliminado los elementos irrelevantes para el análisis y se han homogeneizado los nombres de los lugares famosos mencionados frecuentemente en los artículos. El resultado es un documento de 421 páginas y 455,122 palabras. Tras segmentar las palabras, se utilizó la función “análisis de frecuencia de palabras” para obtener la tabla. Ordenadas de frecuencia mayor a menor, la tabla muestra 86 palabras de alta frecuencia relacionadas con el tema de esta investigación, tal como traduce y recoge la tabla 2.

Tabla 2. Frecuencia de palabras

VOCABULARIO	FRECUENCIA	VOCABULARIO	FRECUENCIA	VOCABULARIO	FRECUENCIA
Lhasa	696	Sentirse	77	Incienso tibetano	29
Altitud	548	Visitar	75	Colegio Tibetano	28
Paisaje	389	Montaña Mila	74	Impresionante	27
Palacio Pótala	349	Montaña Haizi	73	Banderas de oración	25
Montaña nevada	257	Calle Bakuo	73	Montaña Jianzi	25
Hotel	256	Deseo	70	Libertad	24
Tibetano	251	Río Yaluzangbu	68	Paraíso	23
Meseta	205	Lakeside	68	Cielo de estrellas	22
Monte Everest	203	Templo	67	Lago Manasarovar	22
Lago Nam	168	Belleza de paisaje	65	Shigatse	22
Mirador	165	Blog	62	Lago	21

Atracción turística	162	Emocionante	59	Natural barrier	20
Glaciar	159	Pico Namjagbarwa	54	Té con mantequilla	20
Lago YamdrokTso	147	Luz solar	52	Naturaleza	20
Fotografiar	130	Hotpot	50	Pico	20
Lago Ranwu	138	Lástima	50	Drone	20
Templo Jokhang	129	Montaña Erlang	50	Esperanza	19
Ya Ding ¹	128	Gran cañón	50	Feliz	19
Montaña Zheduo	114	Montaña alta	48	Bello/a	19
Río Nu	113	Plaza	46	Matsutake	18
Pradera	100	Cómodo/a	46	Apreciar	18
Cielo	97	Cultura	45	Templo Sera	15
Hiking	94	Cima de la Montaña	41	Sueño	14
Hermoso/a	93	Impactante	39	Buda	14
Flor de melocotonero	92	Carne de Yak	37	Gongbo'gyamda	14
Río Jinsha	83	Valle Jiuzhaigou	37	Festival zhoston	14
Río Ya	81	Lago Qinghai	35	Leyenda	13
Yak	78	Misterioso/a	35	Makye ame ²	13
Sol	78	Corazón	32		

Fuente: elaboración propia según el resultado de análisis

¹ Yading está en el suroeste de la provincia de Sichuan. Es un lugar importante de peregrinación tibetana que comprende tres picos santificados por el quinto Dalai Lama.

² Un restaurante tibetano famoso en la calle Bakuo, en donde vivió Cangyangjiacuo, el sexto Dalai Lama.

Como se observa en la tabla 2, los principales destinos de los turi-peregrinos son puntos turísticos populares como Lhasa, el Palacio Potala, el lago YamdrokTso y el Templo Jokhang. A continuación, vendrían Shigatse, Linzhi, el campamento del Monte Everest, el lago Nam y otros destinos turísticos. Las palabras mencionadas con mayor frecuencia se centran en las montañas, los ríos, los lagos y templos, los palacios y santuarios, y reflejan las preferencias de los lugares que visitan, de donde se deduce, en primer lugar, que a los turi-peregrinos les gustan los paisajes naturales de montañas nevadas y lagos sagrados de la meseta. Es evidente, asimismo, la relevancia que tiene el contacto con la naturaleza, y algunos reconocen que fue la vivencia más importante del Camino. En segundo lugar, tienen relevancia los templos y las pagodas, el conocimiento del buda y la cultura local. Y en tercer lugar está el entorno religioso y social de las festividades, conmemoraciones y costumbres religiosas.

En cuanto a las actividades a las que se entregan durante la estancia, el análisis de los blogs refleja que a la mayoría de turi-peregrinos les gustan las actividades relacionadas con la cultura tibetana y el folclore. Por ejemplo, beber té con mantequilla, comer tsampa, ver óperas tibetanas o escuchar sesiones de debate de los monjes tibetanos. Además, los turi-peregrinos también están interesados en las fiestas/celebraciones locales, por eso una parte de ellos elige visitar el Tíbet durante festividades como el "Festival del zho ston" o el "Festival de caballos". En orden de frecuencia, el segundo tipo de actividad más común comprende las que se desarrollan al aire libre: excursiones, hiking o acampada. En tercer lugar aparecen las actividades más modernas: ir a los bares y cafés tibetanos de Lhasa y así integrarse rápidamente en la vida local, o ver el espectáculo famoso "La princesa Wencheng", una superproducción teatral, basada en la historia del matrimonio de la princesa Wencheng con el gobernante local del Tíbet.

La experiencia del Camino, con sus actividades y visitas, y bajo la influencia de la cultura, la religión y la naturaleza del Tíbet, produce una serie de emociones a los turi-peregrinos. Adjetivos como "impactante", "feliz", "impresionante" o "emocionante" reflejan sus emociones durante el Camino. De ahí que lo describan como una "peregrinación" a pesar de que se involucren en actividades que, para el peregrino tradicional, no serían parte de la peregrinación al carecer de un significado religioso. En realidad, la peregrinación moderna

de los turi-peregrinos es una peregrinación secular que busca (y encuentra) el poder de fascinación de la naturaleza, de la cultura religiosa y del entorno social del Tíbet.

3.2 Los viajes organizados de los turistas de masas

El análisis de los viajes de turistas de masas se basa en las ofertas turísticas más vendidas de la ruta Sichuan-Tíbet, que se han obtenido de la web Mafengwo (del número 1 al 13) y de la web Qunaer (del número 14 al 20). En total son 20 ofertas turísticas de 15 agencias de viaje diferentes. Según recoge la tabla 3, se ha resumido la información de cada producto turístico de acuerdo a la siguiente clasificación: número de personas del grupo, precios estimados del viaje y transporte incluido en el mismo.

Tabla 3. Productos turísticos de agencias de viajes

NO.	NÚMERO DE PERSONAS	PRECIO ESTIMADO (RMB)	TRANSPORTE	DURACIÓN	ITINERARIO	AGENCIA
1	5	5680	Coche	9 días	Lhasa-Lhasa	Zuimei Tíbet
2	6-14	6888	Coche+Avión (ida y vuelta)	8 días	Lhasa-Lhasa	Silu Lvxing
3	4-6	2480	Coche+Avión/Tren (ida y vuelta)	7 días	Lhasa-Lhasa	Konggang Guolv
4	4-6	3980	Coche+Avión (ida y vuelta)	10 días	Chengdu-Lhasa	Lvxing Tianxia
5	4-6	1880	Coche+Avión/Tren (ida y vuelta)	10 días	Chengdu-Lhasa	Leshu Lvxing
6	2-12	3450	Coche+Avión/Tren (ida y vuelta)	10 días	Lhasa-Lhasa	Tíbet Fenghuang Lvyou
7	2-7	6280	Coche+Avión (ida y vuelta)	12 días	Lhasa-Lhasa	Lingshicha Dingzhi
8	4-6	6800-9940	Coche+Avión (ida y vuelta)	13 días	Chengdu-Lhasa	Lvyou Didai

9	2-6	7580	Coche+Avión (ida y vuelta)	8 días	Lhasa-Lhasa	Maiqu Lvxing
10	2-6	5280	Coche+Avión (ida y vuelta)	11 días	Chengdu-Lhasa	Dingding Mao
11	4-6	7610-7860	Coche+Avión (ida y vuelta)	17 días	Chengdu-Lhasa-Xining	Lvyou Didai
12	2-6	4980	Avión (ida)+Coche	11 días	Chengdu-Lhasa	Dingding Mao
13	4-6	5180	Avión (ida)+Coche	11 días	Chengdu-Lhasa	Dingding Mao
14	2-6	6390	Coche+Avión (ida y vuelta)	12 días	Chengdu-Lhasa	Leshu Lvxing
15	2-6	5998	Coche+Avión (ida y vuelta)	10 días	Chengdu-Lhasa	Zangyu Lvxing
16	2-6	7255	Coche+Avión (ida y vuelta)	15 días	Chengdu-Lhasa	Zangyu Lvxing
17	5-8	4797	Avión (ida)+Coche	11 días	Chengdu-Lhasa	Saner Guo
18	4	8831	Coche+Avión (ida y vuelta)	10 días	Chengdu-Lhasa	Youyu Lvyou
19	2-6	6524	Coche+Avión (ida y vuelta)	11 días	Chengdu-Lhasa	Silu Lvxing
20	4-6	5070	Avión (ida)+Coche	13 días	Chengdu-Lhasa	Zhongqinglv Zaixian

Fuente: elaboración propia según las ofertas turísticas de las agencias de viaje

Los trayectos planteados por las agencias turísticas normalmente se dividen en dos tipos. Uno de Chengdu a Lhasa siguiendo la carretera Sichuan-Tíbet, que parte de la ciudad de Chengdu (capital de la provincia Sichuan) y finaliza en la ciudad de Lhasa. La promoción de este trayecto ensalza el paisaje natural del Camino y la promesa de aventuras. El otro empieza directamente en Lhasa y termina en el mismo sitio. Se centra en los lugares famosos del Tíbet, los circuitos turísticos alrededor de Lhasa y las experiencias de ocio y cultura tibetana. Todos los trayectos disponen de guías locales, coches, hoteles y servicios personalizados.

Según se reconoce en la tabla 3, el trayecto de los viajes organizados por agencias turísticas por lo general se reduce a entre 10 y 13 días, y a 17 días como máximo. Los grupos se forman por 2-6 personas, 14 como máximo, y se organizan durante todo el año, a cada grupo se le ofrece un guía y coche. Los precios estimados son de rangos dispares, desde 1.880 yuanes (254 euros) hasta 9.940 yuanes (1343 euros). Además, la mayoría de las agencias ofrecen billetes de tren o avión de ida y vuelta desde la ciudad de donde se parten hasta Chengdu o Lhasa, según su itinerario.

La mayoría de turistas del Camino del Tíbet tienen conocimientos muy pobres sobre el budismo tibetano porque vienen de otras zonas fuera del Tíbet. En la mayoría de los casos, el grado de conocimiento de la cultura budista tibetana depende de las gestiones presentes en los puntos turísticos y de la profesionalidad de sus guías.

Las agencias turísticas también ofrecen servicios extra gratuitos como el uso de drones y cámaras profesionales de fotografía, o actividades de descanso y ocio, por ejemplo, visitas a aguas termales, rutas a caballo, senderismo, paseos en globo/barco o helicóptero, etc. Se centran en lugares de interés turístico y otras experiencias turísticas comunes. Al mismo tiempo, algunos recorridos se diseñan para agregar un elemento misterioso de la religión, y aunque estos recorridos generalmente implican espiritualismo y misticismo, se clasificarían mejor como actividades turísticas culturales y de folclore.

Tabla 4. Ejemplo de itinerarios del trayecto Chengdu-Lhasa (número 14)

DÍA	LUGARES DE VISITA	ACTIVIDADES
Día 1	Ciudad de salida-Chengdu	Recogida en el aeropuerto y visita de la ciudad de Chengdu
Día 2	Chengdu-Ya'an-Luding-Hailuogou	Visita al Puente Luding (media hora), al Glaciar Hailuogou, y a aguas termales
Día 3	Hailuogou-Kangding-Xinduqiao	Mañana: Visita al Geoparque Nacional Hailuogou de la provincia de Sichuan, cruzando el bosque primitivo hasta los glaciares (3-4 horas) Tarde: salida destino a Xinduqiao

Día 4	Xinduqiao-Litang-Montaña Tu'er- Montaña Hai'zi-Daocheng /Xiangge Lila	Noche: Asistencia a las fiestas locales de Yading (incluida cena tibetana)
Día 5	Atracción turística Yading de la ciudad Daocheng	Visita a la zona turística de Yading, visita al templo Chonggu, desplazamiento en coche hasta una hacienda de ganado vacuno, paseo a caballo (3 horas de ida y vuelta) o a pie (6-7 horas) hasta Niunai Hai
Día 6	Yading-pueblo Daocheng-pueblo Litang-pueblo Batang-pueblo Mangkang	Sesión de fotos del césped rojo (un paisaje estacional que solo aparece entre el mes de septiembre y noviembre). En Mangkang ya se entra en el Tíbet
Día 7	Pueblo Mangkang-Pueblo Zuogong-Pueblo Basu	Visita a la montaña Dongda y a las 'Nujiang 72 vueltas' (La carretera sinuosa de Sichuan al Tíbet, con más de 180 curvas abiertas y cerradas)
Día 8	Pueblo Basu-Lago Ranwu-Glaciár Midui-Pueblo Bomi	Visita al lago Ranwu y al glaciár Midui
Día 9	Pueblo Bomi-Tongmai-Linzhi	Escalada a la montaña Sejila (4702 metros de altura). En la cumbre se divisa el pico Nanjia Bawa
Día 10	Linzhi-Pueblo Gongbu Jiangda-Lhasa	Paseo por el entorno fluvial del Río Niyang, llegada a la plaza del palacio Pótala
Día 11	Lhasa-Lago Yamdrok Tso-Lhasa	Visita al lago YamdrokTso
Día 12	Lhasa	Desplazamiento al aeropuerto

Fuente: elaboración propia según información de la agencia de viajes "Leshu Lvxing"

Tabla 5. Ejemplo de itinerarios del trayecto Lhasa-Lhasa (número 3)

DÍA	LUGARES DE VISITA	ACTIVIDADES
Día 1	Lhasa	Recogida en el aeropuerto y descanso en hotel
Día 2	Lhasa	Degustación de café en el palacio Pótala, visita al templo Johkang y la calle Bajiao, prueba de vestidos tibetanos con sesión de fotos
Día 3	Lhasa-Montaña Mila - Basongcuo-Linzhi	Rito de colgar banderas de oración en la montaña Mila; paseo en barco por el lago Basongcuo, un distrito turístico del nivel más alto a escala nacional
Día 4	Linzhi-Lulang-Cañón Yalu Zangbu-Susong	Degustación del famoso plato típico Ishinabe Rouland, senderismo en el valle Yalu Zangbo, alojamiento en un hotel con vistas al río

Día 5	Suosong-La piedra Wolong-Lamulacuo-Jiacha/Zedang	Paseo en globo por el pueblo Suosong, visita al lago LamuLacuo, que según Las leyendas los devotos pueden ver su futuro y su pasado en el reflejo de las aguas del lago
Día 6	Jiacha/Zedang-Valle Dagu-Lago Yamdrok Tso-Lhasa	Observación de la fauna de la zona (macacos), paseo por el lago YamdrokTso
Día 7	Lhasa	Desplazamiento al aeropuerto

Fuente: elaboración propia según información de la agencia de viajes "Leshu Lvxing"

Según el diario de dos trayectos como ejemplos en la tabla 4 y 5, y teniendo en cuenta los atractivos, los servicios y las actividades mencionadas anteriormente, se concluye que los destinos finales de los turistas de masas son la ciudad de Lhasa y sus alrededores. El fin es disfrutar el paisaje del Camino, sin motivaciones espirituales explícitas (una parte de los turistas no siguen el trayecto de los peregrinos), aunque reconocen a Lhasa como ciudad sagrada, centro espiritual y destino de las peregrinaciones tibetanas.

A pesar de que por lo general tienen una perspectiva secular y sus motivaciones son el ocio o el descanso, es inevitable que estos pequeños grupos de turistas visiten los templos para hacer solicitudes específicas a los budas, y que visiten también los lugares religiosos regularmente en cuanto son actividades programadas en las excursiones, o bien simplemente por curiosidad.

A pesar de esto, sus actividades están imbuidas de significados. Por ejemplo, quemar incienso en un templo de Lhasa o colgar banderas de oración. Estos significados quedan reservados para la persona que visita el lugar y que percibe y siente, o no, el hecho espiritual y religioso, según sus convicciones (Cánoves Valiente, 2006).

El análisis afirma que los turi-peregrinos son peregrinos experimentales que hacen el peregrinaje como una experiencia religiosa, espiritual y cultural en busca de sí mismos. Sus deseos y necesidades están esencialmente relacionados con la religión, pero de modo difuso y sin un objetivo claramente establecido. Una parte de sus visitas contiene elementos recreativos, aunque esta clase de turistas declara que tales viajes tienen efectos mental y espiritualmente reparadores. Los turistas de masas son turistas experienciales motivados por la búsqueda de experiencias auténticas donde prevalece la búsqueda de sentido fuera

de la sociedad en la que viven. Ellos son más exigentes en términos de servicios, necesidades y deseos en el destino (De Sousa, 1993).

3.3 La peregrinación de los peregrinos tibetanos

Entre los peregrinos auténticos, el número de los peregrinos no tibetanos sigue siendo escaso (Gan et al., 2013), así que, en este apartado se tratará principalmente de los peregrinos tibetanos.

En 2010, el autor Chen Guodian realizó un estudio centrado en los visitantes tibetanos mediante encuestas en el palacio Potala y el templo Jokang. Una de las preguntas en la encuesta fue la motivación de su viaje. Según las respuestas que ha obtenido, 34.29% de los peregrinos locales señalaron que buscaban obtener mérito para sí mismo y sus familiares, 29.52% de los peregrinos han dicho que es por sus creencias religiosas como budistas devotos, Lhasa es el lugar más sagrado del mundo para ellos. 22.86% de los peregrinos han dicho que es para su vida próxima, 11.43% de los peregrinos viene en los días especiales cuando hay ceremonias o fiestas religiosas, 5.71% de los peregrinos vienen por su familia, 2.86% de los peregrinos vienen para limpiar sus pecados, y 2.86% de ellos espera pedir la bendición del buda para mejorar económicamente, 1.9% para conocer la historia tibetana, 1.9% es por el arreglo de los templos (Chen, 2010). Todos ellos creen que el sufrimiento de la kora y las dificultades del Camino son útiles como muestra de veneración, y es "bueno para la salud, un regalo de los dioses".

Este mismo autor también ha realizado estudios sobre la religiosidad de las familias budistas tibetanas, analizando la rutina diaria de una familia procedente de un pueblo de Shannan. De igual modo, ha generado la rutina de las prácticas religiosas budistas de esta familia durante todos los años. Una parte de ésta tiene un carácter diario: en los días normales, siempre se levantan a las 7 por la mañana, recitan ante la mesa donde pone la estatua de Buda, cambia el agua santa, prepara el incienso y enciende la lámpara de mantequilla, después de un día de trabajo, vuelven a casa, recitan y hacen kowtow al buda antes de acostarse. El peregrinaje es propio de momentos concretos como las festividades: en el día festival de abril cuando tiene lugar la fiesta de Sagadawa (día 15 del cuarto mes del calendario lunar tibetano, celebración del nacimiento, iluminación y parinirvana de Buda), por la mañana cogen el tractor para ir al templo Sangding, recitan y hacen las koras alrededor

del templo. Por la tarde bailan, cantan y participan en las actividades festivas. Cada año van a caballo al lago Yamdrok Tso, tardando 15 días en total en el camino. Cuando llegan, peregrinan al lago: se arrodillan, se tumban y extienden los brazos hasta tocar con la frente el suelo mientras musitan una oración hacia el lago, luego hacen las koras en caballos, visitan los templos cerca del lago y veneran allí. Finalmente, cada año acuden tres veces a los templos budistas de Lhasa para realizar las prácticas religiosas, esta vez en autobús, tardando normalmente 5 horas en el camino (Chen, 2006).

En el Camino del Tíbet, el peregrino auténtico es aquella persona cuya motivación personal es cumplir fervorosamente el viaje religioso, según las prácticas propias del budismo tibetano y realizando un esfuerzo físico siguiendo una ruta establecida para llegar a la meta final, que es alcanzar los templos de Lhasa. Ellos tienen sus rutinas fijas y determinadas, consideran el lugar donde peregrinan como un fin de su devoción, en concreto, los templos, santuarios, las montañas y los lagos. Sin embargo, los turistas y turi-peregrinos, valoran los lugares físicos como un medio para realizar su camino espiritual o cultural (cf. Propin y Sánchez, 2011).

El turismo religioso moderno también está influyendo en las peregrinaciones de los tibetanos, según el estudio de Buffetrille (2003), a través de investigar las peregrinaciones tibetanas en los años santos (el año de caballo) respectivamente el año 1990 y el año 2002. La construcción de las carreteras en los lugares sagrados del Tíbet ha cambiado algunas rutas tradicionales de los peregrinos tibetanos, y han causado una reducción del espacio de las tierras sagradas, de forma que se cambian los comportamientos de los peregrinos y la forma de hacer las ceremonias. Algunos monjes y lamas se aprovecharon de la modernización: los monjes del monasterio Lung skya (en el pueblo dGa 'bde, la Prefectura Autónoma Tibetana mGo log) se desplazan ya en camión para realizar la peregrinación. Su lama, rGya bla Ngag dbang pad ma rnam rgyal, viaja en jeep, enfatizando así la diferencia de clases entre los monjes normales y su maestro.

4 Resultados

El modelo conceptual de tipificación de visitantes, propuesto por Smith, constituye un soporte esencial, en la medida que permite apreciar las diferencias entre las personas que acuden a un lugar sagrado (Propin y Sánchez, 2012). Aquí se ha pretendido exponer cómo la religiosidad es fe y consumo también, al igual que el turismo es recreación -en ocasiones comercializadas-, pero es también fuente de amparo psicológico y espiritual, de empleo y supervivencia material. De acuerdo con la teoría de Colin Turnbull que antes se ha presentado, en el fenómeno del turismo religioso, además de las motivaciones netamente religiosas, incluye un interés cultural en términos de conocer lugares históricos o profundizar sobre las raíces de un credo religioso (Tobón Perilla y Tobón Perilla, 2013). En el caso del Camino del Tíbet, el enfoque cultural consiste en realizar la visita a los lugares sagrados buscando valores sociales y culturales, atrayendo a diferentes tipos de viajeros.

La demanda de experiencia y autenticidad, de elementos que alimenten la diferencia y la identidad, fomenta los procesos asociados al desarrollo del turismo religioso y cultural del Camino del Tíbet. Para los tibetanos, el valor económico del budismo, idea introducida por el turismo, es todavía muy nueva. A diferencia del Sudeste Asiático o Nepal, el turismo es un fenómeno socioeconómico relativamente nuevo. Aparte de una determinada clase de la sociedad de Lhasa (élites tibetanas, funcionarios gubernamentales y empresarios), los tibetanos consideran inapropiado asociar el budismo tibetano con valores mundanos y actividades económicas. Sin embargo, las prácticas y orientaciones económicas relacionadas con el budismo siempre existían en el Tíbet tradicional y premoderno, y todavía existen hoy en día, por ejemplo, en las actividades económicas relacionadas con la peregrinación como se ha presentado en esta investigación. Lo que es diferente de la era anterior es que el desarrollo del turismo ha traído, como consecuencia, una introducción sistemática de valor económico en el núcleo de la cultura tradicional tibetana (Daisuke Murakami, 2008).

Al mismo tiempo, se debe destacar que el turismo religioso y de peregrinación del Camino del Tíbet, relacionado con el fervor y las creencias “profundas”, basados en la comprensión de las tradiciones budistas y los elementos sagrados religiosos, se encuentra todavía en un estado embrionario, comparando con el turismo religioso en otros destinos sagrados que

están bien promovidos. Por lo tanto, se puede hacer más para promover su sentido religioso budista, como el autor Xu (2011) quien ha propuesto, que "la pagoda y las campanas de los templos transmiten un cierto tipo de sabiduría budista, que te recuerdan los días pasados y te animan a desafiar a nuevos límites".

5 Conclusiones

El Camino del Tíbet es un camino importante en lo relativo al turismo religioso y de peregrinación en China. Se han destacado los aspectos estéticos y de folklore dentro de la tradición tibetana, que se ponen en un primer lugar como representativos de la auténtica cultura tibetana (Murakami, 2008). Es necesario implicar de lleno al Camino del Tíbet en el mercado turístico conservando aquellos aspectos que le dan originalidad, atractivo y misterio.

Antes se ha mencionado que muchos turistas que llegan al Tíbet tienen escasos conocimientos sobre el budismo tibetano. Esta debilidad ofrece la oportunidad de avanzar en la creación de infraestructuras que proporcionen una introducción y explicaciones a los visitantes que enriquezcan y den valor añadido a la experiencia turística. En otros contextos donde ocurre circunstancias semejantes, la experiencia ha sido muy positiva: en las comunidades Amish de América del Norte, los centros de interpretación para visitantes proporcionan información sobre la comunidad y solicitan que respeten su privacidad (Ryan, 2003); mientras que, en Lo Pin, en la isla de Lantau (Hong Kong), un espectáculo multimedia inmersivo, *Walking With Buddha* (caminando con el buda), lleva al visitante a experimentar la vida de Siddhartha. En el caso del Camino del Tíbet deberían considerarse soluciones semejantes adaptadas que se consideren como parte de un programa de gestión turística con el fin de familiarizarse con la religión y la cultura, y así mejorar la experiencia turística. Un centro de interpretación puede ser una herramienta útil para informar y entretener a los visitantes con el fin de reducir el impacto ambiental (Weaver, 2005).

Mientras tanto, el Camino también se enfrenta a los retos de la turi-peregrinación producida por el turismo. El budismo tibetano tiene su fundamento en las prácticas budistas tradicionales bajo la bendición de los monjes. El desarrollo turístico puede influir en la

elevada imagen y posición del budismo tibetano en sus creyentes, haciendo que el turismo religioso del Tíbet pierda parte de sus recursos y ventajas.

Si los nudos entre la religión y el turismo religioso son fuertes y se potencian entre sí, la peregrinación aumenta el valor del patrimonio cultural y los monumentos, dando valor añadido al turismo religioso. Y la fe y la devoción dependen del mismo entorno y el mismo paisaje impactante (Lucarno, 2016). Los esfuerzos de renovación del desarrollo turístico se tienen que combinar con la necesidad de mantener la imagen tradicional como centro religioso y de peregrinación del Tíbet, conservando el estilo y la forma de presentación original de sus recursos naturales y culturales a la vez, para poder satisfacer las necesidades de los turistas.

El turismo religioso y de peregrinación es una modalidad de turismo cada vez más en auge que mueve a millones de personas. El Camino del Tíbet es un camino histórico y transformado que crea una nueva representación de los sitios religiosos y tradicionales del Tíbet gracias a un proceso político, económico, estratégico, pero también social y cultural. Por ello, han surgido nuevas formas de viajes como la turi-peregrinación y una nueva espiritualidad laica, más que una simple revitalización del pasado y la tradición, ampliando hoy su sentido inicial religioso del budismo hacia nuevos sentidos espirituales, culturales y turísticos. Por lo tanto, se observa cómo el turismo centrado en los recursos religiosos y culturales se ha convertido en un motor de desarrollo económico del Tíbet (Niu, 2002), y a su vez se constituye en un recurso turístico para el resto de viajeros. En definitiva, el futuro del Camino del Tíbet como un camino de peregrinación y turismo religioso debe estar preparado para experimentar nuevas transformaciones.

El estudio que se ha presentado también tiene sus limitaciones. Ante todo, porque solo se ha podido disponer de muestras limitadas, en la medida en que los datos oficiales sobre el flujo de peregrinos/visitantes al Tíbet son escasos y, cuando existen, no están desagregados, lo que impide su análisis exhaustivo. No obstante, los datos con los que se ha trabajado han permitido desarrollar un análisis específico del turismo religioso y la peregrinación al Tíbet, que constituye un fenómeno novedoso que todavía no está bien estudiado y a cuyo conocimiento esta investigación pretende contribuir.

Referencias bibliográficas

- An, C.D. (2003): *Travel Guide to Tibet of China*. Wuzhou Communication Press.
- Barber, R. (1993). *Pilgrimages (Peregrinaciones)*. The Boydell Press.
- Bauer, M. (1993). Tourisme religieux ou touristes en milieu religieux. Esquisse d' une typologie. *Tourisme religieux, Les Cahiers Espaces*, 30, 24-37.
- Bharati, A. (2006). Pilgrimage in the Indian Tradition. *History of Religions*, 3(1), 135-167
- Buffetrille, K. (2003). The Evolution of a Tibetan Pilgrimage: The Pilgrimage to A myes rMa chen Mountain in the 21st Century [ponencia]. 21st Century Tíbet Issue. Symposium on Contemporary Tibetan Studies, Taipei Taiwan: Mongolia-Tibet Commission.
- Cánoves-Valiente, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo*, (18), 63-76.
- Chen, G.D. (2006). The Sacred Sites Complex of the Tibetan Buddhist Pilgrims, *Religious studies*, (1).
- Chen, G.D. y Liu C.F. (2010). An analysis of the pilgrims' selfhood of Tibetan Buddhism. *Journal of Southwest University for Nationalities (Humanities and Social Science)*, (4).
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourism experience. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Collins-Kreiner, N. (2009). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30(1), 153-164.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Current Jewish pilgrimage tourism: Modes and models of development. *Tourism Preliminary Communication*, 58(3), 259-270.

Collins-Kreiner, N. (2014). Pilgrimage and Mobilities: The 'Pilgrimage Turn'. In Lois-González, Santos Solla and Taboada-de-Zúñiga (Ed.) *New Tourism in the 21st Century. Culture, The City, Nature and Spirituality*. Cambridge, Cambridge University Press.

Collins-Kreiner, N., y Klot, N. (2000). *Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioural characteristics of Christian pilgrims*. *GeoJournal*, (50), 55-67.
<https://doi.org/10.1023/A:1007154929681>

Cui, Q.M., XU, H.Z., y YANG, Y. (2014). Secular pilgrimage: Tourist experience in Tibet. *Tourism Tribune*, 29(2).

De Sousa, D. (1993). Tourism and pilgrimage: Tourist as Pilgrims? *Contours*, 6(2).

Feldman, J. (2017). *Key figure of mobility: the pilgrim*. *Social Anthropology*, 25(1), 69-82.
<https://doi.org/10.1111/1469-8676.12378>

Gan, L., Lu, T.L. y Wang, X. H. (2013). An empirical study of the domestic tourists' perception on tibet's tourism image. *Tourism Science*, 27(2), 73-82

Graburn, N. 1992 (1977). Turismo: el viaje sagrado, en V. L. Smith (ed.). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Endymion.

Jackowski, A., y Smith, V. L. (1992). *Polish pilgrim-tourists*. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 92-106. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90109-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90109-3)

Kalmar, B. (2017). Re-imagining Tibetan Buddhist Pilgrimage Culture in India. *Journal of the Irish Society for the Academic Study of Religion*, 5, 40 – 68.

- Leira, J., Rego, G., y Santos, A, M. del P. (2010). Pilgrimages and tourism. The Camino de Santiago (The Way of St James). *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 3(1), 39-48.
<https://doi.org/10.17979/rotur.2010.3.1.1243>
- Lopez, L. (2013). *How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last?* *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 1(1) Article 2. <https://doi.org/10.21427/D7C133>
- Lucarno, G. (2016). *The camino de santiago de compostela (spain) and the via francigena (italy): a comparison between two important historic pilgrimage routes in Europe.* *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4(7), 48-58.
<https://doi.org/10.21427/D7Z30X>
- Maccannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Millán, G., y Pérez, L. M. (2017). *El Turismo Religioso en Distintas Zonas Geográficas de España: Características de Los Turistas.* *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 75, 29-54. <https://doi.org/10.21138/bage.2491>
- Murakami, D. (2008). Tourism Development and Propaganda in Contemporary Lhasa, Tibet Autonomous Region (TAR), China, *Asian Tourism*, 55-67.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045356-9.50009-6>
- Niu, Y. F. (2002). Tourist resources and tourism development in Tibet. *Resources Science*, 24 (2), 31-36.
- Nolan, M. L., y Nolan, S. (1992). *Religious sites as tourism attractions in europe.* *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68-78. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90107-Z](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90107-Z)

- Padin, C., Svensson, G. y Wood, G. (2015). *A model of pilgrimage tourism: process, interface, people and sequence*. *European Business Review*, 28(1), 77-95.
<https://doi.org/10.1108/EBR-01-2015-0003>
- Palmer, C. T., Begley, R. O. y Coe, K. (2012). In Defence of Differentiating Pilgrimage From Tourism, *International Journal of Tourism Anthropology*, 2(1), 71-85.
<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJTA.2012.046062>
- Pereiro, X. (2019). Tourism and Pilgrimage, Two Sides of The Same Currency: The Portuguese Inland Way of ST James. *Cuadernos de Turismo*, (43), 407-434.
<https://doi.org/10.6018/turismo.43.16>
- Plaffenberg, B. (1983). *Serious pilgrims and frivolous tourists the chimera of tourism in the pilgrimages of Sri Lanka*. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 57-74.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90049-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90049-X)
- Propin, E. y Sánchez. Á. (2011). Turismo y magnetismo espiritual: la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas. En R. Martínez (Ed.), *Turismo espiritual. Una alternativa de desarrollo para las poblaciones* (pp. 13-27). Universidad de Guadalajara.
- Propin, E. y Sánchez. Á. (2012). Tipología de visitantes en el santuario del Niño de Atocha, Plateros, Zacatecas. In R. Martínez. *Turismo espiritual II. Una visión iberoamericana* (pp. 110-124). Universidad de Guadalajara.
- Rinschede, G. (1992). *Forms of religious Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Ryan, C. (2003). *Recreational tourism: demand and impacts*. Channel View Publications.

- Shepherd, R. J. (2006). *Unesco and the politics of cultural heritage in Tibet*. *Journal of Contemporary Asia*, 36(2) 243-257. <https://doi.org/10.1080/00472330680000141>
- Smith, V. (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1-17. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90103-V](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90103-V)
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests—The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Sousa, B., Malheiro, A. y Simoes, C. (2017). Experience and touristic marketing on religious and pilgrimage contexts: the illustrative case of Caminhos de Santiago. *Journal of Tourism & Development*, 1(27/28), 789-800. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.8831>
- Su, M. M. y Wall, G. (2009). The qinghai-tibet railway and tibet tourism: travelers' perspectives. *Tourism Management*, 30(5). 650-657. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.024>
- Sun, L. (2008). The Location of Tibetan Buddhism and its Early Features, *Journal of Tibet University*, 23(1), 60-68.
- Tian, F. Q. (2011). Strategy and Countermeasures for the Development of Tibetan Buddhist Cultural Tourism. *Guizhou Ethnic Studies*, 32 (138), 94-100.
- Tobón, S. M., y Tobón, N. (2013). Religious tourism: social and economic phenomenon. *Turismo y Sociedad*, 14, 237-249.

- Torres, K. M., Alvarado, N. G., y Alfonso, N. E. (2021). Typology of visitors to religious tourism destinations from scientific production. *Revista Habitus: Semilleros de investigación*, 1(2), e12176. <https://doi.org/10.19053/22158391.12176>
- Turnbull, C. (1981a). A Pilgrimage in India. *Natural History*, 90 (7), 14-81.
- Turnbull, C. (1981b). Holy Places and People of India. *Natural History*, 90 (9), 76-81.
- Wang, B.Y. (2019). The historical origin of Tibetan culture -- Based on the analysis of Tibetan Buddhism believes. *Journal of Luohe Vocational Technology College*, 18 (1), 63-66.
- Weaver, D. B. (2005). Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 439-455. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.08.003>
- Xie, Y. J. (2006). *Research on Tourism Experience: A Phenomenological Perspective*, China Travel & Tourism Press.
- Xinhua, y Xiao, F.T. (2019). The Winter tour in Tibet during the Spring Festival holiday, increased both tourists' number and the tourism revenue in Tibet. *Tibet Tourism*, 3, 11-11.
- Xu, F. (2011). Religious tourism in China: Domestic, inbound and outbound religious tourism. In F. X (Ed.), *Religious tourism in Asia and the Pacific* (pp. 99-110). United Nations World Tourism Organization.
- Zhang, X. P. (2003). Tourism is a modern pilgrimage, *Journal of Yunnan University for Nationalities (Social Sciences)*, 04. DOI: 10.13727/j.cnki.53-1191/c.2003.04.020

Zhangy, Y. Z. (2017). Research on Tourist Well-being in Religious Pilgrimage Site: A Case study of Larong Wuming Buddhist Colleague. [Master's Thesis, Universidad Tecnológica del Sur de China]. [Tesis no publicada].

Zhong, S., y Zhang, W. (2012). Sacred Journey: Pilgrimage Tourism Experience in Tibet, *Tourism Forum*, 5 (4), 11-15.