TURISMO VISTO DESDE EL CIELO

Montmartre en París

Catedral de palma de Mallorca

Ha vuelto el verano, y con él el turismo... y los medios de comunicación social titulan con gruesos caracteres las villas, los hoteles, las estrellas de cada uno y los gastos, siguiendo la moda de quienes tienen mucho, o de quienes van en el caravan o a campings.

En realidad, el verano ya no cesa o para, o en todo caso el turismo, que se ha impuesto como la primera industria mundial, susceptible con sus acompañantes- la inmobiliaria, la especulación y el urbanismo- intenta repoblar y reconfigurar el planeta.

Cuando hace años se iba de veraneo, uno sabía más o menos los gastos que iba a desembolsar.
Hoy, en el mismo sitio cuesta cinco o diez veces más. Pero el afán de consumo no detiene ya a casi nadie.

El gasto lleva consigo, para los pobres, la petición de créditos bancarios o el ahorro durante el año para pasar una semana de vacaciones. Y un tercio (1/3) se queda en casa porque no le llega el sueldo base para ese descanso necesario.

Se diría que el consumismo del mundo es su muerte bajo forma física o metafísica.

UN IVENTO SATANISTA

El turismo fue inventado por un satanista británico, responsable, por otra parte de Correos en el siglo de las Luces: Lord Dashwood. El y sus comparsas del Hellfire club crearon el famoso “Tour”, reciclado luego por los “Dilectantes y los románticos”. Se hacía un “tour” de varios años a países baratos (los países católicos), y se profanaban lugares santos o moradas aristocráticas como la del Paladio, en la que se organizaban orgías.

A partir del siglo XIX, el ferrocarril pone al alcance de casi todo el mundo el viaje. Empezó el momento de la revolución de los transportes al alcance muchos, pero no de otros muchos también: los pobres que siempre estarán con nosotros.

No está nada mal que a estas alturas del siglo XXI, nos planteemos el problema en términos morales, religiosos y católicos.

Los católicos de verdad se sienten impactados por las legiones modernas del turismo en España, Francia, Italia...

Al inicio del tercer milenio, que será turístico o no lo será, vemos también los lugares santos profanados por legiones de imbéciles y de filmadores... y por

toda clase de zelotes que necesitan “hacer” en algunas horas o días el Camino de Santiago...

Tienen necesidad de recorrer el mundo y pasearse, no tienen otra cosa que hacer: fotografíar, filmar, consumir e irse. Una verdadera plaga de Egipto. Los precios han subido, la naturaleza ecológicamente hablando, se va destruyendo.

MÁS TURISTAS, MENOS CRISTIANOS

Es divertido constatar también ha subido como la espuma al mismo tiempo que la descristianización: la bestia descrita por Falubert, Bloy y Villiers ha consagrado el turismo como formador de la juventud y ahora también con los viajes del INSERSO o ancianos jubilados.

El turismo ha acompañado- y cuando no favorecido- la desvitalización de muchos lugares católicos y de peregrinación. Tal era su función profanadora, que consiste esencialmente en dar perlas a los cerdos, y si es posible arrojarlos al mar.

Esta pornografía del viaje ha afectado también al espíritu de retiro: se va a hacer dos o tres días de retiro o de silencio en un monasterio transformado en habitación de huéspedes (a menos que no se trate de habitación de huéspedes que se hacen pasar por monasterios).

Incluso a la Cartuja llegan mujeres para pasar en ella el fin de semana, como si se tratara de ir a Venecia o Barcelona.

Cristo como san Pablo hablan de corazones sin inteligencia, de espíritus lentos en comprender, capaces siempre de beber leche, porque son incapaces de tomar alimentos más consistentes. Me parece que a eso lleva el turismo: fabricar un rebaño de consumidores sumisos y manipulados, que parodian hasta en sus peregrinaciones la de la Cristiandad. Y transformar el mundo en jardín de niños y en un diablo que habla mediante muchos medios, entre los que sobresale la publicidad.

Este, como te puedes haber dado cuenta, es una visión negativa, pero real en muchos casos del turismo mal empleado y vivido por quienes lo convierten en puro y simple consumo.

Con la intención de que te hagas una idea completa de la Pastoral del Turismo y del. bien que estamos llamado a hacer, siguen ahora documentos sobre la materia.

Mi experiencia personal, durante 21 veranos en Mallorca, es que si se le dedica tiempo y se está disponible a los turistas- es muy importante para esta misión saber idiomas -, es que se trata de un

mundo nuevo y hermoso en el que debe estar presente la Iglesia.

CONAFECTO DE AMIGO, FELIPE SANTOS, SDB
PALMA DE MALLORCA,25 AGOSTO, 2007

COMO LA IGLESIA PUEDE APOYAR Y ACOMPAÑAR A LOS PROFESIONALES DEL TURISMO (TRABAJADORES Y EMPRESARIOS) EN SU SITUACIÓN HUMANA Y CRISTIANA?

Joan Bestard Comas
Sociólogo y Delegado Diocesano de Pastoral de *Turismo* de Mallorca

INTRODUCCIÓN

Los dos verbos escogidos ("apoyar" y "acompañar") para sintetizar el contenido de esta ponencia por parte de los organizadores de esta XIX Asamblea Nacional de Turismo de Santander son muy acertados.

"Apoyo" y "acompañamiento" resumen magníficamente la tarea de la Iglesia en este importante sector de la actividad humana que es el del turismo. El turismo es una industria muy singular: no trata cosas sino personas. Es una fuerza vivo que interrelaciona las personas y está al servicio de la paz y de la concordia entre todos los pueblos de la tierra.

Antes de exponer lo que la Iglesia puede ofrecer a los profesionales del turismo, desearla expresar lo que ella debe ser ante éstos para que pueda ser de verdad creible.

I. ¿Cómo debe ser la Iglesia para ser creíble en su acción

evangelizadora en el campo de la pastoral del turismo?

El apoyo y el acompañamiento de la Iglesia a los profesionales del turismo será creíble y tendrá capacidad evangelizadora sí ésta se esfuerza por adoptar *estas* seis actitudes básicas.

Primera actitud : La Iglesia ha de *estar* anclada *en el mismo corazón* del mundo y muy cerca de los lemas reales de la gente, a la vez que ha de estar abierta el fenómeno de la modernidad sin tomarlo como absoluto. La Iglesia ha de decir "sí" a la modernidad, pero a una modernidad redimida. La Iglesia ha de saber leer e interpretar el nuevo contexto sociocultural en el que hoy los hombres están inmersos. Ha de conocer a fondo la persona que quiere evangelizar y a su vez apreciar, defender y promocionar su historia, su cultura y su identidad. La Iglesia no ha de ser un mundo cerrado sobre si mismo, un gueto, ni ha de construir un mundo paralelo al lado del mundo real. No ha de caer en la tentación de dar respuestas rutinarias a preguntas que nadie le hace. La Iglesia es más evangélica y evangelizadora cuando se abre, cuando consigue expresarse en el lenguaje común de los hombres, cuando se hace activamente presente en los centros de creación , de la cultura, cuando acepta, sin miedo ni complejos, la noble confrontación con todas las corrientes filosóficas, culturales y religiosas en el debate político, cuando comparte, finalmente las angustias y las esperanzas de la humanidad.

Segunda actitud: *La Iglesia ha de recobrar la confianza en la fuerza humanizadora de su mensaje, en el valor liberador y humanizador de la fe.* Solamente si la Iglesia es capaz de presentar a los hombres de hoy el Evangelio en todo su vigor y creatividad originales, podrá aportar un alto grado de humanización a la sociedad actual.

Tercera actitud: *La Iglesia, en el campo turístico, sobre todo a través de su doctrina social, que viene a ser como `el rostro humano de la redención", ha de salir siempre en defensa de la dignidad de la persona humana* y ha de proclamar con f uerza en medio de nuestra sociedad - a la vez que intenta vivirlo coherentemente de puertas adentro - que la persona nunca ha de ser utilizada como un medio, sino siempre respetada como un f in. La persona humana, por haber sido creada a imagen y

semejanza de Dios, posee una tal dignidad que es un f in en sí misma y nunca un mero medio. Dicho más llanamanete: la persona no es un objeto, sino un sujeto; no es algo, sino alguien; no tiene precio, sino dignidad. Y esta defensa clara y decidida de la dignidad de la persona humano, la Iglesia debe hacerla desde una actitud sincera de fraternidad evangélica que sea visible a través de gestos creibles y convincentes. A la Iglesia nadie deberle ganarle en humanidad, nadie deberle ganarle en la defensa y promoción de los derechos humanos, porque la fe en Jesús que ella proclama nos enseña muy claramente que no es voluntad de Dios que haya injusticias, explotación del hombre por el hombre y desigualdades económicas abismales.

No pocas veces, aturdido, me he formulado esta pregunta.- ¿por qué la lucha por la justicia en el mundo ha estado casi siempre ligada a la ideología y al programa de una radical negación de Dios? Formulada esta misma pregunta de otra manera: ¿Por qué los creyentes en Dios no hemos estado siempre en primera línea la hora de defender los grandes valores de la justicia, la igualdad, la libertad, la fraternidad?

La Iglesia y cada uno de sus miembros no podemos ser neutrales en la defensa de la justicia. No olvidemos las clarividentes palabras del Sínodo Mundial de los Obispos, del año 1971: *"La acción a favor de la justicia y la participación en la transformación del mundos e nos presentan claramente como una dimensión consti tuti va de la predicación del Evangelio, es decir, de la misión de la Iglesia..."*.

La Iglesia, por encima de todo dialéctica partidista y respetando la sana autonomía de las realidades políticas, sociales y económicas, ha de salir siempre en defensa del bien común y especialmente de los más marginados de nuestro sociedad.

Cuarta actitud: La **Iglesia ha de ser descubridora y dadora de sentido.** Actualmente nuestro mundo vive una profunda crisis de proyecto de hombre y de sociedad. la moderna sociedad tecnológica y globalizada, altamente racionalizada, mirada en su conjunto, se ha vuelto irracional en múltiples aspectos. La modernidad y postomodernidad ilustradas parece que en algunos puntos se ha vuelto barbarie. Nos encontrarnos, ciertamente, ante la asfixio de un sistema y la crisis de una

civilización en el ámbito planetario. Y precisamente ante esta profundo crisis cultural y moral, la Iglesia, y más en concreto las comunidades cristianas que la integran, si de verdad quieren ser evangelizadoras, deberían ser descubridoras y dadoras de *sentido,* procurando vivir *el* valor de la *autenticidad en* medio de una sociedad en muchos aspectos tarado por la mentira, la hipocresía y la superficialidad, *el* valor del *saber* compartir en un mundo materialista que sólo sabe conjugar el verbo "acaparar" y que se arrodilla ante los ídolos del dinero, del poder y de la comodidad; el valor del *discernimiento crítico* en una sociedad de consumo donde la persona no se mide por lo que es, sino por lo que *tiene y donde* los sutiles mecanismos de dicha sociedad hasta son capaces de domesticar y comercializar lo mismo protesta que se hace contra ello; *el valor* de la creatividad una sociedad cada vez más adormecida en la monotonía y la rutina; *el valor* de la alegría cante tanta gente "quemada", resentida y que no encuentra sentido alguno a la vida, *el* valor de la gratuidad en un mundo donde está todo mercantil izado; *y el* valor de la paz en una sociedad minada por las violencia y la guerra porque la verdad, la justicia, la libertad y la fraternidad todavía son palabras vacías de significado en muchos puntos de la tierra.

Quinta actitud: La Iglesia ha de ser acogedora y s*igno eficaz* de reconciliación, donde todos sepan perdonar y se sientan perdonados. La Iglesia no puede contentarse con educar para lo tolerancia, sino que ha de ser, además, parca el hombre de hoy, un espacio de acogida, de diálogo y de reconciliación. Ahora bien, acoger, dialogar y ofrecer reconciliación a todos no puede significar nunca extender un velo sobre los problemas y las injusticias para no verlos. La auténtico acogido cristiana ha de representar siempre un ofrecimiento de salvación para todos, invitándoles a una conversión sincera del corazón que se traduce en un comportamiento coherentemente cristiano desde el punto de vista ético. la Iglesia, por ejemplo, no puede acoger ni unir desde posiciones de injusticia o de explotación. Mientras los cristianos nos encontremos divididos por barreras de egoísmo y de injusticia, la reconciliación será una palabra vacía. La Iglesia, ante un mundo dividido y roto por el pecado, sobre todo por el pecado social, que es aquél que atenta contra los derechos fundamentales de la persona humana y fomenta envidias, egoísmos, divisiones e injusticias en el ámbito de nuestra

sociedad, ha de ser un lugar de perdón mutuo y de reconciliación fraterna.

Dicha reconciliación es el elemento constitutivo de la Iglesia como tal y a la vez su tarea permanente, nacido de la proclamación de la Bueno nueva de Jesús.

Sexta actitud: ***La Iglesia ha de ser y se ha de presentar ante el mundo como una comunidad unida y corresponsable.*** *Si* de verdad la Iglesia quiere 1 levar a cabo una nueva evangelización ha de ser y se ha de presentar ante el mundo como una ***comunidad unida y corresponsable.*** *Y* esto implica que nadie suplante a nadie en sus responsabilidades, que todos sepamos complementarnos y que todos estemos unidos en el servicio evangelizador. En la Iglesia todos los miembros son necesarios. Nadie sobra. Todos los miembros han de ser activos, si quieren ser coherentes con la misión recibida en los sacramentos del bautismo y de la confirmación. Y, finalmente, los miembros de la Iglesia han recibido diversos carismas, es decir, diversos dones del Espíritu Santo y, consecuentemente, ejercen distintos ministerios, servicios o funciones.

Sólo desde este carnet de identidad, expresado en esas seis actitudes básicas que acabo de explicar, la Iglesia podrá apoyar y acompañar a los profesionales del turismo. Y ¿cómo? Aquí radica el punto neurálgico de la ponencia. Confieso humildemente no poseer una varita mágico para brindaros recetas infalibles. Intentaré ofreceros unos puntos de reflexión que luego desearla ver enriquecidos en el trabajo de grupos que seguirá a esta ponencia.

II. ¿Cómo la Iglesia puede apoyar y acompañar a los profesionales del turismo?

He ahí algunos puntos que destacarlo en el quehacer de la Iglesia en el campo turístico:

Punto primero *: La Iglesia debe comenzar valorando y apreciando el campo en el que están trabajando los profesionales del turismo. "La actividad turística - a*firma Fernando Bayón Mariné, director y coordinador de la magna obra recién publicada, titulada: 50 años *del turismo español. Un*

*análisis histórico y estructural - se ha convertido a finales del siglo XX en un signo de identidad y en un cimiento consolidado de la vida y de la economía españolas. Ha transformado la geografía y las costumbres, ha exigido cambios estructurales en el país, se ha infiltrado en todos los lugares y ha necesitado la par ticipación de muchos sectores y actividades, En definitiva, el turismo es parte substancial de la moderna historia de España"***(1).**

El turismo, además, de ser un factor económico de primera magnitud **(2)** que dinamiza muchos sectores laborales de la vida nacional, favorece una mayor disponibilidad interior de la persona para encontrarse con otras personas, con la naturaleza y con Dios. Estimula la formación cultural, la educación de un espíritu abierto, universal y fraterno; el sentido de la hospitalidad y los funciones ya clásicas del tiempo libre: descanso, diversión y desarrollo integral de la persona humana. El hecho turístico es ciertamente un vehículo de paz que aproxima a los hombres a un mayor entendimiento y convivencia.

El turismo visualiza la globalización imparable del mundo y es un ejemplo claro de la mismo. Es, sin duda, uno de los efectos más peculiares de la globalización y de la caída de fronteras. Pocas industrias han experimentado tan fuertemente el impacto de la globalizaci6n como el turismo. Es un fenómeno. de masas relativamente nuevo y ciertamente represento uno de los principales elementos del tiempo libre que, particularmente en el mundo occidental, va en continuo aumento. En el próximo milenio el turismo será una de las mas importantes actividades económicas del mundo, pero el turismo es mucho más que una actividad económica. Reviste múltiples dimensiones: económica, social, política, ecológica, humana y espiritual. De todas las industrias existentes es la más intensamente interactiva: nos encontramos de f rente a persona que están al servicio de otras personas brindándoles comodidad, sustento, convivencia, transporte y, en definitiva, creación de cultura. Por tal motivo, la cuestión más importante y estimulante para el turismo actual es la de la ética comercial y profesional **(3).**

El fenómeno turístico, entendido como movilidad gozosa,

gratificante y enriquecedora del ser humano, ha favorecido contactos de amistad y comprensión entre los pueblos de la tierra. El turismo es un verdadero y privilegiado medio de comunicación social y de apertura al mundo que favorece la paz.

El turismo, además, nos brinda una ocasión magnífica para vivir prácticamente el ecumenismo, es decir, el acercamientos entre los diversos confesiones religiosas, en un clima de tolerancia, libertad, convivencia, respeto y ayuda fraternal.

El turismo, en su esencia, está lleno de valores éticos porque es encuentro de personas y constituye una forma privilegiada de fraternidad humana universal. Las vocaciones, los viajes, vehiculados por el turismo, dice Juan Pablo II en su último mensaje para la Jornada Mundial U Turismo, el 29 de julio de 2000, *"pueden ser tiempos propicios para colmar lagunas de humanidad y de espiritualidad". Y* en el mismo Mensaje el Papa, con gran fuerza expresivo, nos dice que desearla que el turismo fuera una ocasión de solidaridad y una ocasión *"de encuentros fructíferos.encuentro con Dios, que en la creación y en las obras del hombre nos muestra su amor y su providencia," encuentro consigo mismo, en el silencio de la reflexión y de la escucha interior,* y encuentro con los demás, para construir una convivencia serena entre las personas y los* pueblos" **(4).**

Todos estos beneficios del turismo han enriquecido nuestros pueblos de España, añadiendo diversos cualidades a sus virtudes ancestrales y abriéndolos a nuevos y valiosos horizontes humanos y culturales. La Iglesia quiere valorar debidamente la importancia económica, social y humana del fenómeno turístico y la eficaz labor que están llevando a cabo en este sector un gran número de profesionales. Es una delicada y difícil tarea humana que no trata cosas, sino personas. Es siempre el hombre el verdadero protagonista del turismo. Ahí radica su relevancia: es un ámbito de relaciones interpersonales que exige tacto, delicadeza y "saber hacer". La Iglesia quiere estar solidariamente al lado de los profesionales del turismo (trabajadores y empresarios) y les anima a que den un claro y valiente testimonio cristiano de hospitalidad y de fraternidad. Ellos evangelizan en la medido que ejercen con responsabilidad su trabajo de servicio al turista como si fuera un hermano.

Punto segundo- *La Iglesia ha de mostrar interés y sensibilidad por la problemática concreta de los profesionales del turismo.* Los problemas laborales de los trabajadores del turismo (empleados de los tour-operadores y de las agencias de viajes, guías, conductores de autocares turísticos, empleados y camareros de hoteles y restaurantes) no pueden ser ajenos a la Iglesia. Ésta debe apoyar sus justas reivindicaciones a la vez recordarles las obligaciones laborales que deben cumplir con sentido de responsabilidad. También la problemática del empresario turístico debe ser tenido muy en cuento por la Iglesia. Ellos han invertido con decisión trabajo y capital para sacar adelante su empresa. Tienen derecho a una justa ganancia a la vez que deben cumplir con sus deberes empresariales, siendo justos y equitativos con todos los trabajadores que colaboran con ellos.

Punto tercero. La *Iglesia debe estimular a los profesionales del turismo (trabajadores y empresarios) para que den un trato humano exquisi to a los turistas* La imagen que los turistas se llevaran de España depende en gran porte del comportamiento de los profesionales del turismo. Su responsabilidad es grande. Hoy el turismo se ha supertecnificado. Los grandes movimientos turísticos del verano y del invierno, sobre todo hacia las Baleares, Costa del Sol y Canarios, expresión clara de la globalización económica, funcionen industrialmente. El viaje es vendido por los mayoristas o *tour operadores* como si fuera un producto manufacturado, producido en serie. Es muy significativo el nombre de *"paquete turístico"* que abarca: vuelo charter, autocar hacia el hotel, media o pensión completa en el mismo y viceversa. Es éste un fenómeno sociológico ambivalente: por una parte proporciona vacaciones fáciles y baratas a grandes masas de gente, pero por otra, el turismo - que debería ser una movilidad gozosa, gratificante y enriquecedora para el ser humano - entra de lleno en una gran maquinaria comercial que lo puede adulterar. Mi Obispo de Mallorca, Mons. Teodoro Úbeda, hace yo 26 años en una comunicación que presentó a la Asamblea Provincial de Turismo de Baleares, el 6 de diciembre de 1974, hacia esta precio, aguda y lúcida descripción del problema:

"Muchos turistas son *mentalizados, y en cierta manera dirigidos*

y manipulados ya en su lugar de origen por quienes les "organizan" el tiempo de su ocio y de su descanso en función de planificaciones eminent temen te económicas y al marqen de sus gustos personales y del interés por beneficiar sus valores culturales y humanos Otros deciden por él, el lugar y el modo de sus vacaciones, el sistema de transporte, la manera de ocupar su tiempo, el hotel que va a ocupar, la comida que se le va a servir y hasta las diversiones que va a disfrutar.

A mí, personalmente, me da pena ver a tantos grupos de turistas seguir mansamente los planes prefijados en no se sabe qué lejana oficina, como una multitud sin gusto ni sensibilidad personal

Y después, aquí, en el lugar de su turismo, de su descanso o de su ocio, el turista *es* contemplado *por quienes trabajan a su servicio y quienes le ofrecen las Instalaciones, las diversiones, los transportes, más que como un factor de rentabilidad económica. Qué piensa, qué sien te, qué le gusta, que prefiere, todo esto cuenta menos.*

*Y no pretendo - continuaba afirmando Mons Úbeda en aquella comunicación -describir al "grupo humano turist"' sin defectos y dejándose esquilmar inocentemente. No. Porque también grupo están afectados del grave mal del materialismo consumista ellos mismos desean hacerse valer por lo que pagan. Y exigen por lo que pagan. Y aun exigen sabiendo que no pagan por lo que valen sus servicios o, a veces, con una ofensiva superioridad en razón del valor de su moneda"***(5)**.

Si no superamos estos tres aspectos decadentes de nuestra cultura occidental: la supertecnificación, sin agresiva competitividad y el deseo de máxima ganancia y la masificación y despersonalización de nuestra sociedad, el turista, por desgracia, será considerado más como un factor de rentabilidad económica que como una persona y el mundo del turismo muy difícilmente podrá ser un ámbito propicio donde se cultiven las tres dimensiones fundamentales del ser humano: la dimensión vertical o trascendente; la dimensión horizontal: comunicativa, interrelacional o dialogal y la dimensión de la interiorización personal o de autodescubrimiento de uno mismo.

La Iglesia experta en humanidad, a través de su pastoral de turismo y tiempo libre, debe tender puentes entre personas y pueblos de muy diversos procedencia y debe hacer a los hombres y mujeres de hoy una oferta gratificante de sentido.

La Iglesia debe apostar por el progreso con sentido humano, es decir, con sentido de proporción entre la ética y la técnica. Porque si crecieran los aspectos técnicos sin ir a la par de morales, sería el hombre el amenazado. El progreso tecnológico es un hecho con el que debemos contar y, además, aceptar como positivo, pero no sin discernimiento y preparación, para que sea verdaderamente humano.

III. ¿Cómo ha de ser la pastoral turística?

La pastoral turística que es una pastoral especializada importante en muchas de nuestras diócesis españolas, a mí modo de ver, debe revestir estas seis características:

1ª) Debe ser una pastoral realista.- que conozca en profundidad la problemática que aborda. Una respuesta adecuada a esta batería de interrogantes daría un carácter muy realista a este pastoral especializada: ¿cómo vive el profesional del turismo hoy? ¿Qué historia y qué familia tiene detrás? ¿En qué concretos condicionamientos sociológicos se encuentra? ¿Hasta qué puntos estos condicionamientos inciden sobre su vida cotidiana y la marcan? ¿Qué puntos de referencia tiene el profesional del turismo? Y ¿por qué tiene éstos y no otros? ¿Cuál es su escala o jerarquía de valores humanos y morales? ¿Cuáles son sus concretas aspiraciones? ¿Cuáles son sus problemas reales en el trabajo y en la familia? ¿Cuáles son sus principales proyectos y aspiraciones? Si la Iglesia lleva a cabo una pastoral turística no realista, corre el peligro de dar respuestas rutinarias y anodinas a preguntas que nadie le hace.

2ª) Debe ser una pastoral *bien estructurada* con principios clarividentes y objetivos claros, y con una buena y ágil visión del trabajo. Nuestras Delegaciones Diocesanas de Pastoral del Turismo no lo pueden hacer todo al mismo tiempo. Hay que establecer objetivos a corto, medios y largo plazo y procurar que éstos sean concretos, realizables, flexibles y evaluables.

3ª) Debe ser una pastoral *bien integrada en la* pastoral diocesana. Todas las pastorales especializados, es decir, todos aquéllas que sirven a concretos sectores humanos, deben estar integradas en la ';Pastoral de conjunto" de la diócesis. En la pastoral diocesana no puede haber "reinos de Taifa" ni comportamientos estancos ni islotes inabordables. Las pastorales especializadas han de enriquecer la pastoral general de la diócesis que está compuesta por pastorales territoriales (zonas, arciprestazgos, parroquias) y pastorales especializadas (diferentes sectores de la vida humana). Y no olvidar nunca que la pastoral global es la que ha de llevar a cabo toda la Iglesia particular, el frente de la cual hay un obispo, sucesor de los Apóstoles, que da unidad y cohesión a todo el conjunto. Los pastorales especializadas han de despertar sensibilidades nuevas e importantes en la pastoral global y ésta ha de dar unidad, cohesión y credibilidad a todas las pastorales especializadas o de sector.

4ª) Debe ser una pastoral *humana y humanizadora.* La pastoral turística atiende personas, que a su vez atienden a otras personas. Humanizar el campo del turismo es tarea harto difícil que exige grandes dotes de humanidad y especiales dosis de sana y acertado psicología y pedagogía.

5ª) Debe ser una pastoral que *sepa formar cristianamente personas competentes y responsables.* En la pastoral general y en la pastoral especializado es siempre más importante "formar *personas*` que *"hacer* cosas` Debemos dejar atrás la obsesión por la eficacia *("hacer* cosas") y dar el paso hacia la preocupación por la pedagogía *("educar personas"). LA* pastoral turística debe procurar formar cristianamente buenos profesionales: con personalidad unificada, es decir, capaces de auto-aceptarse con sus cualidades y defectos; con convicciones firmes; responsables; sociables y solidarios; realistas; tolerantes.

6ª) Debe ser una pastoral evangelizadora. La evangelización no es modo o algo circunstancial en la Iglesia, sino el objetivo primordial de su misión en el mundo.

Evangelizar signif ica hacer un ofrecimiento libre de la Buena Noticia de Jesús a un colectivo humano cuyas gentes aun no han recibido el mensaje evangélico o lo han recibido de manera

insuficiente, puesto que apenas han captado el significado que tiene este mensaje en su propia vida . **(6)**

Evangelizar implica proclamar y realizar, ya en este mundo, los valores fundamentales M Reino de Dios, como son la libertad, la verdad, 1,2 justicia y la fraternidad.

Evangelizares hacer presente y potente en las personas, comunidades humanas y procesos de la historia, la fuerza original y transformadora del Evangelio. Es proclamar que la utopía del "hombre nuevo" encuentra su plena realización en Jesús. Evangelizar es repetir hoy y aquí la gesto de los Apóstoles que consiste en crear comunidades vivas de f e, presente en medio de las masas del mundo, y que intentan, con la ayuda del Espíritu, vivir en la sociedad actual la fraternidad evangélico. *"Evangelizar es* como se afirmó en el Congreso Nacional de Evangelización de 1985 - *hacer una oferta convincente y significativa de la forma de vida de Jesús"***.(7)**

En el campo de la pastoral turística conviene sobre todo recordar que la evangelización tiene dos vertientes, implica una dialéctica con dos polos. Primero: la proclamación explícita de Jesucristo. Y segundo, inseparable del primero: compromiso militante en la práctica social de la liberación integral del hombre.

Todo la actividad evangelizadora de la Iglesia tiene como objetivo último hacer presente entre los hombres el Reino de Dios. Y este Reino cosiste en que los hombres vayan aceptando individual y colectivamente un proyecto y un estilo de vida nuevos cuyos principios inspiradores son la paternidad de Dios y la consiguiente fraternidad de los hombres, y cuyas líneas de acción fundamentales son la liberación de todas las cadenas del hombre y la construcción de una sociedad más justa y humano.

La mejor noticia que pueden los hombres escuchar es que Dios quiere eficazmente reinar entre ellos, porque si Dios reina como Padre no puede reinar nada que deshumanice al hombre. Sí Dios reina como Padre, no deben dominar unos hombres sobre otros, unos grupos sobre otros. Si Dios reina como Padre, deben reinar la solidaridad, el perdón y la fraternidad. Si Dios reina como

Padre, el futuro tras la muerte no es el vacío ni el absurdo, sino la vida plena junto a Él.

Aceptar este Reino de Dios exige una transformación radical Es preciso transformar la escala de valores vigente y dominante Se hace necesario trastocar nuestras actitudes ante las personas, los bienes y los poderes de este mundo. Se impone modificar nuestro comportamiento de dominación, de disfrute y de autosuficiencia Hay que crear un nuevo estilo de relaciones humanas inspiradas en la justicia y el servicio a los más pobres y necesitados Hemos de situar todo este cambio en el horizonte de una esperanza en Dios, nuestro Padre. En una palabra, es urgen te con vertirse (c f M t 5, 20) ***(8).***

Nuestra evangelización, para que sea creible y convincente ante las mujeres y hombres de hoy, exige un "precio", es decir, comporta una serie de exigencias en la manera de ser y de vivir y en la forma de hablar y de actuar de nuestro Iglesia y de sus miembros. En efecto, la evangelización, - si de verdad es auténtica - ha de costarnos fuertes renuncias a todo lo que se antievangélico, una clara superación de ciertas ambigüedades, y una opción clara y decidida por el espíritu de las Bienaventuranzas que son la quinta esencia del mensaje de Jesús.

CONCLUSIÓN

Que nuestro pastoral turística sea una pastoral realista, bien estructurado, plenamente, integrado en la pastoral diocesana; una pastoral humana y humanizadora, preocupado por formar cristianamente personas competentes y responsables en el campo turístico y, en definitivo, una pastoral evangelizadora, es decir, capaz de impregnar este importante campo de la actividad humana con los valores evangélicos de la verdad, la justicia, la libertad, la fraternidad y la paz.

Nuestra Iglesia debería promover la formación de personas libres, justas y solidarias en el campo turístico que supieron rechazar las manipulaciones de cualquier ideología económica o política y de los mecanismos de la industria M ocio en la cual los servicios humanos revistan la forma exclusivo de mercancía.

Debemos evitar que el turismo que es, sin duda, un tejido muy rico de relaciones humanas entre personas, poblaciones y culturas diversos se convierta en un simple supermercado de utilidades.

En el campo turístico, la Iglesia debería luchar por el mantenimiento de una ética profesional y laboral inspirada en la justicia social y en la competencia leal. En el mundo de(turismo, la sano oferta de una relación equitativo calidad-precio es fundamental.

El sector humano m& vulnerable en la ramo turística suele ser el de sus trabajadores de base que pueden ser objeto de restricciones en sus salarios y/u objeto de explotación en sus abusivas condiciones laborales.

Los principales exigencias de la ética laboral en el sector turístico, que la Iglesia debe constantemente recordar, son éstos: la formación profesional de los trabajadores, las relaciones humanas en la empresa, el respeto a los personas implicadas en las soluciones técnicas, la justa recompensa en la distribución de los beneficios, la observancia de los pactos y convenios y la responsabilidad compartida.

La Iglesia valora el turismo, y, sin olvidar a los que no pueden practicarlo ya los marginados de la sociedad opulenta, desea para todos los implicados en los servicios turísticos (trabajadores y empresarios) un desarrollo integral como personas, como profesionales y como creyentes.

Finalmente, para que las Iglesias diocesonas puedan ayudar y acompañar a los profesionales *M* turismo, necesitan de una adecuada Delegación de Pastoral *M* Turismo. Ésta debería estar formado por un grupo competente y diversificado de personas (laicos [profesionales del turismo. trabajadores y empresarios], sacerdotes, religiosos y religiosas) que, bien cohesionado y con recursos suficientes, supiera analizar constantemente el fenómeno turístico reflexionados sobre el mismo y, en nombre del Obispo, llevase a término una actuación pastoral eficaz en este campo. Esta delegación podría estar compuesta por un equipo de dirección y un grupo amplio de expertos. Dicha Delegación debería trabajar conjuntamente con las Delegaciones

diocesanos de Ecumenismo, Patrimonio Cultural, Liturgia, Catequesis, Acción Social y Pastoral de la Salud. Convendría que elaborara un directorio de pastoral del turismo y entrara en contacto con todos las parroquias preferentemente turísticas de la diócesis para estudiar su problemática y ayudarlas en la realización de proyectos y acciones pastorales de cara a los turistas y a los profesionales del turismo.

Desearía terminar esta ponencia afirmando que la Iglesia puede perder su *identidad* por adoptar una presencia indiferenciada en medio del mundo, es decir, porque se convierta en una institución mas y emplee unos medios y unas plataformas de poder como podría hacer cualquier institución civil, Pero también puede perder su *significación y su* fuerza por un distanciamiento de] mundo, por no querer entrar en el río revuelto de la historia humano y ofrecer con claridad y valentía una palabra y un gesto de liberación y de salvación. La Iglesia debe ser signo de liberación y de salvación para el hombre y el mundo de hoy y, en nuestro caso, para el profesional del turismo y el mundo artístico. bebe constituirse en un espacio de libertad y de *fraternidad* en donde se haga al hombre de nuestros días una oferta de valores y comportamientos transcendentes, que luego tengo una concreta e incisivo incidencia en la sociedad actual para conseguir, desde dentro, su profunda transformación.

CONCLUSIONES DE LA XIX ASAMBLEA NACIONAL DE PASTORAL DE TURISMO

Los Delegados de Pastoral de Turismo, Párrocos y agentes de zonas turísticas, acompañados y presididos por el Obispo de Santander y Presidente de la Comisión Episcopal de Pastoral D. José Vilaplana y por el Obispo Auxiliar de Alicante y promotor de la Pastoral del Turismo D. Jesús García Burillo, hemos estudiado la situación de los profesionales del turismo: obreros y empresarios y proponemos las siguientes conclusiones:

1. El profesional del turismo, sobre todos en restauración, hostelería y ocio, trabajo para otros que descansan. beben promoverse horarios laborales, descansos y otras condiciones de trabajo que hagan la actividad más humano y compatible con compromisos familiares, culturales y religiosos.

2. Dentro del marco de la información turística es frecuente que el visitante no reciba información religiosa cuando muchos turistas quieren aprovechar su tiempo libre para cultivar sus convicciones cristianas. Las Delegaciones nos comprometemos a dar dicha información.

3. Los profesionales del turismo desean *mejor formación* y es deseable que existan ofertas formativas, compatibles con sus horarios laborales.

4. Los profesionales cristianos del turismo deben tener un perfil claro: deben estar inmersos en la realidad humana y social donde trabajan, deben ser muy sensibles ante la dignidad de la persona humano, deben sentir pasión pro la justicia social y ser portadores de la fuerza solidario del Evangelio en su ámbito laboral.

5. La Iglesia, para ser evangelizadora en el campo de la pastoral del turismo, ha de estar anclada en el mismo corazón del mundo y muy cerca de los problemas reales de la gente; ha de recobrar la confianza en la fuerza humanizadora de su mensaje, en el valor liberador y humanizador de la fe, ha de salir siempre en defensa de la dignidad de la persona humana; ha de ser descubridora y dadora de sentido; ha de ser acogedora y signo eficaz de reconciliación y se ha de presentar ante el mundo como una comunidad unida y responsable.

6. La Iglesia ha de apoyar y acompañar a los profesionales del turismo, valorando y apreciando el trabajo que éstos están llevando o cabo, mostrando interés y sensibilidad por su problemática concreto y estimulándoles a que den un trato exquisito a los turistas.

7. La pastoral turística, que es una pastoral especializada importante en muchas de nuestras diócesis españolas, debe revestir estas características: ha de ser una pastoral realista, Bien estructurado, Bien integrada en la pastoral diocesana, Una pastoral humana y humanizadora, Una pastoral que sepa formar cristianamente personas competentes y responsables, y una pastoral evangelizadora.

8. Por último agradecemos lo hospitalidad y la espléndida

acogida de toda la diócesis de Santander (Obispo, Delegación Diocesana de Pastoral de Turismo, Obispado y Delegaciones) las atenciones recibidas por parte de las Autoridades Administrativas de Santander (Consejería de Turismo, Alcaldía, Cámara de Comercio, Escuela Universitaria de Turismo, Delegación de los Servicios Sociales y otras instituciones) como los Medios de Comunicación Social, por su buen trato informativo.

LEYENDA

1. ESCUELA OFICIAL DE TURISMO, 50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A, 1999, p.11

2. El espectacular desarrollo de la economia espafiolo durante el último tercio de siglo ha tenido entre sus motores más destacados el sector turístico. En 1999 visitaron Espapía 52 millones de turistas extranjeros y, por ese concepto, se obtuvieron unos ingresos en torno a los 5 billones de pesetas. No hay que olvidar, además, que la industria turístico represento alrededor del 10 por ciento del PIB. Eso signif ica que una de cada 10 pesetas que tenemos los españoles procede del turismo, de una manera bastante directa, lo que supone que es la primera industria nacional. El turismo represento también el 10 por ciento del empleo total. En el ránking mundial de ingresos por turismo, también el segundo lugar, después de Estados Unidos: "Ahora lo que importa - a juicio de Elena Pisonero, Secretario de Estado de Turismo - es que *?el turismo espa#o1 avance a* la *mejora* de /a calidad, la desestacíonalización y la diversificación de productos ya que esto conseguiría *dar* solidez *al* sector, estabilidad en el empleo y permitiría *mejorar* en la capacidadpara *planificar su* actividad"

3. Cfr. SPILLANE, J.J., Globalizzazione e *turismo,* en la Civiltà Cattolica 1998 11, pp. 556 y 568-569

4. Cfr. L´Osservatore Romano. Edición Semanal en español (4 de agosto de 2000).

5. ÚBEDA, *T., Comunicación ala Segunda Asamblea Provincial de Turismo, de Baleares a invitación de la Secretaría General de la Asamblea (6 de diciembre de 1974).* Separata de los Boletines Oficiales de las Diócesis de la Provincia Eclesiástica de Valencia, p. 8.

6. Cfr. ROVIRA BELLOSO, J. M".: La *primacía de la evangelización en la* pastoral, en "Pastoral misionera", 45,1980, p. 351.

7. CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA, *Congreso "Evangelización y hombre de hoy , Madrid,* Ed. Edice, 1986, p. 542.

8. OBISPOS DE PAMPLONA, BILBAO, SAN SEBASTIÁN Y VITORIA, Carta Pastoral *de Cuaresma: La iglesia, comunidad evangelizadora", 16* de febrero de 1983, n. 30.

l

TURISMO DE MASAS: ¿EN CRISIS?

Es sabido que las primeras manifestaciones del turismo organizado surgen a mediados del siglo XIX. En el año 1841, Thomas Cook, predicador y vendedor de libros, organizó la primera excursión en tren de Leicester a Longhborough (570 pasajeros). Esta iniciativa exitoso no tardó en aplicarla a otras visitas a lugares pintorescos y diez años más tarde abría la primera agencio de viajes.

A finales de siglo el turismo había dejado de ser un fenómeno exclusivo de la aristocracia o de una minoría y se hablo convertido en una actividad de ocio que empezaba a abrirse a otros sectores de la sociedad. El turista, con los cupones de ferrocarril y de hotel, comenzaba a exigir precios uniformes y unos criterios mínimos de servicio y alojamiento.

En realidad esta estandarización incipiente se convirtió en una

arma de doble filo: por un lado, supuso el inicio de una mayor confort y una disminución del papel U propio turista en la torno de decisiones; y por otro, a la largo, conllevó a una clara simplificación de los elementos de auténtica novedad (descubrimiento y aventura) propios de la esencia U turismo. Era poco probable que el turista experimentase alguno incomodidad, pero también era poco probable que llegase a conocer a fondo el territorio visitado.

Si bien es cierto que Cook fue el promotor de las excursiones guiados y de los viajes à forfait, "todo incluido" (transporte y alojamiento), la consolidación U turismo de masas empezó a alcanzarse a mediados del siglo XX. El nacimiento de los primeros operadores turísticos aéreos y los vuelos chárter en los años cincuenta permiten alimentar de forma continua a flujos importantes de turistas, siendo las metrópolis europeos y el Mediterráneo occidental los principales escenarios de la organización espacial turística.

EL TURISMO DE MASAS. UNA NUEVA ETAPA

En sus inicios el turismo de masas no difiere de las motivaciones recreativas que llevaron a los primeros turistas a viajar con el objetivo de escapar de la cotidianidad y la complejidad y por la necesidad de encontrar países exóticos y diferentes. Pero, a medida que el turismo de masas se acerca a lo clase obrera y su éxito se sustenta en la base de garantizar una vacaciones baratos, la congestión y, al mismo tiempo, la simplicidad y la homogeneidad se convierten en las reglas definitorias de dicho modelo.

Si bien es cierto que actualmente el turismo se ve inmerso en un periodo de profundo transformación, con la progresivo transformación de un modelo turístico tradicional basado en el sol y la playa y con la aparición competitiva de "nuevos turismos", como el turismo rural o el turismo cultural, que algunas veces no son más que el resurgimiento de prácticas tan antiguas como el propio modelo de turismo de litoral. Las estadísticas demuestran que los "nuevos turismos" o los "turismos alternativos" continúan siendo hoy en dio de consumo minoritario, a pesar de que la mirada turístico se centro cada vez más en dichos productos, y que el turismo de masas, asociado

sobre todo al turismo costero de sol y playa, continúa siendo hegemónico y además existe el convencimiento de que en los próximos años este últimos, redefinido, seguirá dominando el mercado internacional.

Lo que en realidad sucede es que, a partir de la crisis de los años 70, asistimos a la transformación de un modelo de producción turística estandarizado a otro modelo más flexible. Es obvio que las mutaciones que han tenido lugar en el seno de la sociedad y en la organización espacial de las actividades productivas han afectado igualmente la lógica y el contenido M turismo masivo. En cualquier caso, lo crisis del modelo tirístico tradicional conlleva una adaptación del consumo de masas a una pluralidad de prácticas turísticas más allá del sol y la playa.

A pesar de que hoy en día hacer un ejercicio de diferenciación entre el turismo de masas respecto a otros turismos es una tarea difícil, es posible dibujar a grandes rasgos un perfil que lo distingue de otros modelos o prácticas existentes, entre dichos rasgos podemos considerar los siguientes:

1. La localización en el medio urbano. El turismo de masas no solamente se desarrolla en los espacios urbanos sino que también induce a un proceso de urbanización, especialmente en las áreas litorales.

2. La maximización del número de visitantes. La valorización cuantitativa frente la cualitativa ha imperado por encima de cualquier otra lógica y es la principal responsable de los procesos de degradación ambiental propios de la mayor parte de los destinos turísticos de masas.

3. El dinamismo y la monofuncionalidad económica. El turismo de masas se ha convertido en uno de los negocios más lucrativos, contribuye al desarrollo económico y al aumento de las rentas, pero también a la desaparición de los actividades económicas tradicionales y a la dependencia económica del territorio respecto el turismo, el cual se erige en la principal y a veces en la única actividad económica.

4. La concentración espacial Por razones especulativos, la oferta turística se concentra sobre el territorio y produce unos

fuertes desequilibrios territoriales. Tiene un carácter nuclear y lineal, especialmente en las zonas costeras.

5. La saturación y falta de renovación de la oferta. Los planteamientos productivistas del turismo de masas, centrados en obtener beneficios a corto plazo, conllevan una rápida degradación ambiente, con el consiguiente descenso de la afluencia de mayor poder adquisitivo. Ante esta ruptura del equilibro precio-calidad, los destinos turísticos de masas sueles decantarse por la política de precios bajos, para así de esta forma mantener una tasa elevada de ocupación.

6. Su madurez. A pesar de lo incipiente del fenómeno turístico, la mayor porte de estos espacios se hallen en el último estadio del ciclo de vida del producto que definió Butler (1980). Tras las diversos fases de descubrimiento, inicio, desarrollo y consolidación, los destinos tradicionales han entrado en la fase crítica de estancamiento en la que aparecen síntomas de saturación. be acuerdo a la lógica del modelo de Butler, esta fase critica puede resolverse de tres formas distintos: por el declive (la incapacidad por competir o el abandono de la práctica turística), el estancamiento (la subsistencia de las fórmulas convencionales con tímidos intentos de reestructuración) o el rejuvenecimiento (la revalorización del producto turístico).

7. Su modernidad y estandarización. El turismo de masas busca la máxima funcionalidad, lo que genera la reproducción de la cotidianidad urbana. Existe una renuncio del territorio - cual hace únicamente la función de soporte de los actividades, turísticos - y sus singularidades, por ello la oferta es rígida y aliena el entorno.

8. Su estacionalidad El turismo de masas va asociado a un turismo vocacional y de temporada corta, especialmente en las zonas litorales.

En la actualidad, existen diferentes modalidades del turismo de masas, según la motivación del viaje, la forma de realizarlo o las características del atractivo turístico. Una posible clasificación puede ser la siguiente:

1. Turismo de sol y playa. Es el grupo más característico y

convencional del turismo de masas, el más pasivo y estacional. Es el menos experto y exigente y el menos especifico en su demanda.

2. Turismo de *nieve y esquí* Es el más activo y especializado.

3. Turismo urbano. Es el más antiguo y que goza de un mayor nivel cultural, por este motivo exige productos de mayor calidad. Es el menos estacional y vacacional.

4. Turismo de *parques temáticos.* Es la nueva modalidad del turismo de masas. Es el más experto y exigente, por ello exige productos de calidad. Es el que celebra más la inautenticidad (la hiperrealidad) y la artificialización del espacio.

Parece ser que no existe un perfil típico del turista de masas, no se puede establecer un patrón único de conducta para todos los practicantes de esta modalidad turística, ya que bajo el nombre de turismo de masas se recogen prácticas muy diversas. Pero, a pesar de esta diversidad, si se puede hablar de una homogeneidad cuando se comparan los turistas de masas, en conjunto, con los que no los son, pues existen rasgos muy diferenciados entre unos y otros, tal como se observa en la tabla 1:

Tabla 1

DIFERENCIAS DE HÁBITOS ENTRE EL TURISTA DE MASAS Y EL TURISTA ALTERNATIVO

	Turista de masas	**Turista alternativo**	
Tipo de turista	Pasivo, estático, ajeno, bajo nivel de formación	Activo, dinámico, participativo, imaginativo, culto.	

Motivos del viaje	Sol y playa, nieve. Vacaciones monotemáticas. Precios bajos	Contacto íntimo con el territorio (naturaleza, cultura, gastronomía local...). Diferentes motivaciones a lo largo del viaje.	
Tipo de demanda	Organizada por operadores turísticos	Individual. Dirigida a grupos muy específicos.	
Tipo de frecuentación	Masificada. Estacional	Exclusividad y privacidad. Repartida a lo largo del año. Controlada según la capacidad de carga.	
Tipo de alojamiento	Estandarizado. Hoteles grandes y sofisticados, apartamentos, residencias secundarias	Sencillo pero confortables e higiénico. Hoteles pequeños y singulares. Alojamientos alternativos (casas rurales, ecocámpings…)	

Actividades realizadas en el destino turístico	Frecuentación de bares y locales nocturnos, parques temáticos… Excursiones en grupo. Descanso en la playa. Esquí alpino…	Senderismo, vela, cicloculturismo, esquí de fondo… visitas a museos, parques naturales…	
Comportamiento e impacto sobre el medio	Ofensivo y agresivo. Explotación incontrolada de los recursos. Crecimiento expansivo. Beneficios a corto plazo.	Defensivo y respetuoso. Valoración controlada y preservación de los recursos. Desarrollo. Beneficios a medio y largo plazo.	

TURISTAS EN LA PLAYA

Es en la organización del espacio turístico de las zonas litorales donde mejor se reflejan las características del turismo de masas, especialmente en las ciudades ex novo. Dichas ciudades han nacido de la nada, en un espacio virgen, en el cual el desarrollo del espacio turístico ha disfrutado de un crecimiento espontáneo, incontrolado y de una política administrativa favorable y permisiva; son una réplica - morf ológica y ambiental, pero no funcional - de la ciudad tradicional. En síntesis, las ciudades del ocio de los espacios del litoral se caracterizan por los siguientes rasgos:

1. Son un simulacro de ciudad, un espacio turístico con apariencia urbana, con mucha gente y pocos residentes, sin personalidad ni identidad colectivo, mucha animación, sobre todo nocturna, y un vida más trepidante de lo corriente.

2. Son el resultado de un proceso de mercantilización del espacio, dando pie a un conflicto de invasión entre lo público y lo privado.

3. Son fruto de una fuerte segregación social y espacial entre la primera y la segunda línea, entre el espacio de consumo y el espacio productivo.

La estructura urbano que presentan es prácticamente clónica: una gran saturación y densidad de la edificación y una homogeneización del paisaje. En cualquier caso, la tipología de construcción y los materiales utilizados son estandarizados y de bajo calidad, los edificios altos y dispuestos en pantalla constituyen el escenario

Pastoral del Turismo en Europa | Fuente: zenit.org
El turismo, una realidad transversal: aspectos pastorales
Conclusiones y Recomendaciones de la reunión de los directores nacionales de la Pastoral del Turismo en Europa, que se celebró en el Vaticano entre el 6 y el 7 de noviembre de 2006

El turismo, una realidad transversal: aspectos pastorales
Conclusiones

1. Todos los participantes en la reunión son conscientes de que el anuncio de Jesucristo, el Señor, es el centro de toda pastoral, también de aquella del turismo, y de que toda su acción tiene como objeto-sujeto la persona humana. En continuidad con las indicaciones expresadas en las recomendaciones del Congreso mundial de Bangkok de 2004, dicha acción ha de ser creativa y realizada con ingenio pastoral.

2. El mismo turismo, realidad compleja y “signo de los tiempos”, requiere una nueva, si no es una primera evangelización, en quienes participan de

distintos modos en ella, también debido a las nuevas formas con que se presenta hoy: escolar, congresual, sanitario, social, “misionero”, deportivo, de grandes eventos (jornadas mundiales de la juventud, acontecimientos deportivos, musicales,...).

3. Las Conferencias episcopales presentes en el Encuentro tienen el deseo de profundizar en la realidad humana del fenómeno turístico, que abarca tantos aspectos de la vida pastoral, por ser transversal, y porque incluye muchos ámbitos de la sociedad y de la misma Iglesia. Es preciso, sin embargo, tener presente que existen distintos modos de enfocar la pastoral del turismo en las Iglesias de Europa del Este y del Oeste.

4. Se ha constatado que, desafortunadamente, subsiste aún una percepción restrictiva del turismo, pues se relaciona sólo con los negocios y el bienestar, lo que dificulta una aceptación adecuada y un desarrollo necesario de la actividad pastoral en el sector.

5. Parece útil, donde todavía no existe, la creación de una estructura nacional capaz de coordinar lo que ya hacen muchas diócesis, para racionalizar y dar eficacia e importancia a la acción de la Iglesia.

6. En la sociedad europea secularizada y siempre más intercultural y multirreligiosa, el turismo puede

llegar a ser un instrumento útil para divulgar los valores evangélicos (y dar a conocer los símbolos característicos de las raíces cristianas del continente), es decir, capaz de construir una sociedad más humana y pacífica. Incluso una visita turística bien dirigida, a las obras de arte y a los lugares históricos de la memoria, puede ser, de hecho, una catequesis natural.

7. Se hace prioritaria la necesidad de un proyecto de formación, incluso desde una perspectiva ecuménica y atenta a la dimensión religiosa, capaz de interactuar, en una especie de alianza, con los distintos sujetos interesados por el mundo del turismo (eclesiales, profesionales, institucionales, educativos, universitarios, empresariales,...), ofreciéndoles a todos nuestra experiencia.

8. Este carácter transversal de la acción puede llegar a ser una prueba de resistencia para la evangelización, pero también un testimonio de apertura, acogida, comunión y diálogo, tanto en el interior mismo de la comunidad eclesial, como en la relación Iglesia-mundo, a la luz de los textos del Concilio Ecuménico Vaticano II (Gaudium et spes).

9. De hecho, la acción de la Iglesia en el mundo del turismo, y su respeto por el carácter transversal, tiene varias correlaciones (por ej., entre distintos sujetos eclesiales, en el diálogo ecuménico, en el

encuentro con las religiones) y se resume y traduce en la “acogida”. Esta última no consiste en un simple ofrecimiento de datos o noticias, sino en un estilo de colaboración, de encuentro, de entendimiento, capaz de derrumbar muros y empalizadas, y de construir puentes de solidaridad y de paz.

10. El carácter transversal del turismo revela la necesidad de encontrar un vínculo que permita darle un valor antropológico y moral, y también una dimensión universal, beneficiándose del Magisterio eclesial.

11. Los agentes y empresarios cristianos del turismo tienen una inmensa tarea por desarrollar, teniendo en cuenta su carácter transversal, para evitar que se salga del “cauce”, produzca negatividad en los sujetos nuevos o más débiles, o comprometa y siembre injusticia en una perspectiva de crecimiento.

12. Una mención y una atención particular merecen las peregrinaciones, sobre todo hacia metas que han contribuido a dar un rostro a Europa: el camino de Santiago, la vía Francígena, la red de los santuarios, los itinerarios de arte y de fe, en un continente tan rico de testimonios de sus raíces cristianas.

13. Una atención pastoral especial, con sus formas originales, merecen los trabajadores del sector

turístico, absorbidos por su trabajo durante toda la alta temporada. Dichas formas de pastoral deben poner de relieve la solicitud de la Iglesia hacia ellos.

14. Desde la perspectiva de una estrategia pastoral de red o, mejor dicho, integrada, la pastoral del turismo encuentra en las comunidades eclesiales, y sobre todo en las parroquias, por su amplia presencia en el territorio, los sujetos de referencia y de síntesis.

Recomendaciones

15. Promuévanse las colaboraciones con las entidades civiles en los distintos niveles (Organismos internacionales, Comisión Europea, Gobiernos, Regiones, Municipios), en nombre de la importancia clave del hombre, teniendo presente que el turismo influye transversalmente en la cultura, la economía, la ecología, los estilos y la calidad de la vida de las personas, etc.

16. Habrá que fomentar, con otros sujetos eclesiales (centros misioneros, de pastoral juvenil, de la familia, de ancianos, de jubilados, de voluntariado), de modo transversal y con un espíritu de comunión, formas originales de turismo con un “rostro nuevo”: turismo gratuito; viajes a bajo costo; turismo en los países de misión; vacaciones de servicio en los países pobres; turismo ecológico; recorridos del

silencio; hospitalidad en los monasterios o en los centros de oración.

17. Habrá que adaptar la realidad de la pastoral del turismo a la evolución de la sociedad y de la tecnología, con la creación, por ej., de un Observatorio interdisciplinario para un turismo de calidad (atento a todas las categorías sociales), formado por teólogos, sociólogos, juristas, economistas, agentes de pastoral, especialistas y técnicos, en comunión con los Pastores de la Iglesia.

18. Habrá que crear sinergias con las instituciones, en todos los niveles, para que la obra pastoral se realice en favor de todas las personas que viven del turismo o lo sufren.

19. Ante la realidad europea, marcada cada vez más por la movilidad de las personas, la misión de los sacerdotes y de otros agentes de pastoral debe ser siempre más cualificada, para adaptarse a una característica imposible de detener, que transforma las comunidades parroquiales, antes estables, en "lugares privilegiados de paso y de encuentro limitado en el tiempo".

20. Estúdiese la posibilidad de caminos de formación para sujetos eclesiales en los planes de pastoral de las Iglesias locales, en los programas de los Seminarios, en una clave interdisciplinaria, y por

lo tanto transversal, verificando con las Universidades católicas y estatales, con las Facultades teológicas y los Institutos de formación, así como con los Centros de investigación, la posibilidad de cursos, masters y seminarios de estudio sobre el turismo y su pastoral.

21. Se hace, por lo tanto, indispensable el estudio de los idiomas en la formación inicial, ojalá con stages en el exterior, con el fin de garantizar una "multifuncionalidad" de los futuros sacerdotes, en un ámbito siempre más intercultural.

22. En medio de la inquietud del hombre moderno, atemorizado por las calamidades naturales (calentamiento global, tsunami,...), es urgente que la Iglesia haga conocer su teología de la creación como base sólida para respetar y proteger, además de valorizar y apreciar, las bellezas y el orden del universo.

23. Será importante establecer mayores sinergias con las asociaciones profesionales (hoteleros, responsables, guías, agentes de turismo, trabajadores del sector, incluso estaciónales,...) para realizar acuerdos comunes con miras a la promoción de un turismo de calidad.

24. En la pastoral del turismo, tanto en la acogida a los visitantes como en la preparación de los fieles al

viaje, habrá que señalar también las injusticias respecto a los que son explotados y experimentan la violación de sus propios derechos, como es el caso de los trabajadores sin protección, de las mujeres, y sobre todo de los menores.

25. La formación de guías o acompañantes debe contemplar, igualmente, la posibilidad de presentar el cristianismo a los turistas que no creen en Cristo.

26. Habría que enfocar mejor el arte de viajar, y además de poner atención a su dimensión de recreo y a su aspecto lúdico, considerar también aquella más sabia de investigación, descubrimiento, curiosidad cultural, en la que el turista puede experimentar una especie de espiritualidad del tiempo libre.

27. El turismo es una posibilidad que se ofrece para reflexionar sobre la realidad del tiempo y animar a los cristianos que están de vacaciones a conciliar el tiempo de descanso con la riqueza de la celebración religiosa, sin limitarla a la Misa del domingo.

28. Por lo que se refiere a la problemática planteada por los matrimonios celebrados en localidades turísticas, es tarea de los Obispos locales darle una respuesta collatis consiliis con los Obispos de los territorios de procedencia de los turistas.

29. Es deseable la creación de un website a nivel europeo, centrado pastoralmente, al que todos puedan acceder y también contribuir. Son importantes las palabras claves: “pastoral” y “turismo”, para acceder más fácilmente. Se ha sugerido comenzar a nivel nacional.

30. Por lo que se refiere a la pastoral del turismo en la ciudad de Roma, eje de la cristiandad, en colaboración también con las autoridades competentes de la Santa Sede, algunos estiman necesario para los peregrinos que participan en la Audiencia del Papa, la posibilidad de lugares de asistencia organizados para las celebraciones eucarísticas de carácter “internacional”.
Además, con el objeto de que todos los peregrinos puedan comprender inmediatamente en su propio idioma las palabras del Santo Padre, se ha propuesto la utilización de material apropiado (pantallas gigantes con el texto en distintos idiomas, radios portátiles,...).

31. Debido a las dificultades de algunas Iglesias locales por la gran afluencia de turistas durante la alta estación y la falta de sacerdotes, se desea que las Conferencias episcopales de Europa dotadas de personal y medios más numerosos, manifiesten su solidaridad para que no falte la asistencia de sacerdotes en la temporada de vacaciones. Ellos

podrían proporcionar así un útil servicio pastoral, combinándolo con el necesario descanso.

32. Es deseable, en la medida de lo posible, la participación del Pontificio Consejo en acontecimientos vinculados a la pastoral del turismo promovidos por las Conferencias episcopales de los distintos países.