

La práctica del turismo religioso durante la pandemia de COVID-19. Un análisis de comunidades de Twitter, derivado de la peregrinación de Amarnath Yatra, India

Rogelio Martínez Cárdenas¹
Ricardo de Jesús Ruiz Aguirre²

RESUMEN

Los turistas religiosos desde hace tiempo han venido incorporando las tecnologías de la información, principalmente las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) en su práctica turística. Sin embargo, producto de las limitaciones en la facilidad para desplazarse de un espacio a otro originadas por el COVID-19, varios sitios de peregrinación religiosa han tenido que modificar al menos de manera temporal la manera en que los peregrinos pueden hacer su visita al santuario; una estrategia que han encontrado ha sido el uso de la tecnología y el internet. Varios santuarios han adoptado esta modalidad, incluso en el caso del catolicismo con el beneplácito de la Santa Sede, al otorgar la indulgencia plenaria a quienes realizan este tipo de peregrinaje. Otros, como el caso de la India, han regresado a la modalidad tradicional a pesar la crisis sanitaria que atraviesa ese país.

El objetivo de este trabajo, es analizar el impacto que la festividad Amarnathji Yatra ha tenido en la red social de Twitter, la decisión del gobierno hindú de permitir esta celebración, a pesar del repunte de contagios de COVID-19 debido a la celebración del Kumbh Mela durante abril 2021. Para el logro de lo planteado, se ha utilizado la metodología del análisis de redes sociales (ARS) para el estudio de relaciones entre actores e intercambios de información entre estos, para ello, se hizo uso del software especializado en redes sociales Gephi 0.9.2. Entre los principales hallazgos obtenidos, se puede observar la preocupación que para los usuarios de la red social de Twitter representa la festividad de Shri Amarnathji Yatra 2021 debido al incremento en la India de casos de COVID-19, así como la importancia y el peso que tuvo entre los usuarios la opinión emitida por un reconocido medio de comunicación como es la cadena multimedia alemana Deutsche Welle (DW).

Palabras clave: Turismo religioso, Turismo virtual, Peregrinación virtual

1 Universidad de Guadalajara / CUALTOS. E-mail: rmartinez@cualtos.udg.mx

2 Universidad de Guadalajara / CUALTOS. E-mail: ricardo.raguirre@alumnos.udg.mx

The practice of religious tourism during the COVID-19 pandemic. An analysis of Twitter communities, derived from the Amarnath Yatra pilgrimage, India.

ABSTRACT

Religious tourists have long been incorporating information technologies, mainly social networks (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) in their tourism practice. However, as a result of the limitations in the ease of moving from one space to another caused by COVID-19; several religious pilgrimage sites have had to modify at least temporarily the way in which pilgrims can make their visit to the sanctuary. One strategy they have found has been the use of technology and the internet. Several sanctuaries have adopted this modality, even in the case of Catholicism with the approval of the Holy See, by granting plenary indulgence to those who make this type of pilgrimage. Others, such as the case of India, have returned to the traditional modality despite the health crisis in that country.

The objective of this work is to analyze the impact that the Amarnathji Yatra holiday has had on the Twitter social network the decision of the Hindu government to allow this celebration despite the rebound in COVID-19 infections due to the celebration of the Kumbh Mela during April 2021. To achieve the above, the methodology of social network analysis (ARS) has been used to study the relationships between actors and information exchanges between them. For this, the specialized software in social networks Gephi was used. 0.9.2. Among the main results obtained, we can see the concern that for users of the social network Twitter represents the holiday of Shri Amarnathji Yatra 2021 due to the increase in India in cases of COVID-19; as well as the importance and weight it had among users, the opinion issued by a well-known media outlet such as the German multimedia channel Deutsche Welle (DW).

Keywords: Religious tourism, Virtual tourism, Virtual pilgrimage

1.- Introducción

El turismo es considerado un fenómeno social complejo cuya comprensión es factible al contemplar sus distintas dimensiones dentro del campo de las ciencias sociales (Ramírez Daza, 2010), debido a que incluye diferentes tipos de prácticas de ocio que pueden ser ejecutadas por los individuos en el momento que hacen un viaje. De acuerdo a los datos publicados para el año 2020 por las Naciones Unidas, el turismo “representa más del 20 % del producto interno bruto (PIB) de algunos países y, en general, es el tercer sector más importante de la economía mundial en materia de exportaciones” (Naciones Unidas, 2020).

La industria turística no ha escapado de los efectos de la economía neoliberal, por lo que generó productos y dotó de significados a diferentes lugares basados en su historia, fiestas populares, tradiciones, gastronomía e incluso en la religión (Timothy y Olsen, 2006; Cohen, 1998, 1984; Wallace, 1998; El-Gohary, 2017; Hung et al., 2017; Shinde, 2017; Alipour, Olya y Forouzan, 2017). Esta tendencia dio como resultado que los viajes por motivos religiosos se volviesen un bien comercializable.

La relevancia social y económica de esta industria, ha impulsado cada vez más a diversas poblaciones a incorporarse a esta actividad como motor de su desarrollo económico, incluso en comunidades o espacios que viven de manera importante de actividades vinculadas a aspectos de carácter religioso. Por esa razón, en las últimas décadas se han creado numerosos productos turísticos de base religiosa que han aprovechado como sustrato el deseo de participar en experiencias místicas, así como para conocer y disfrutar de los elementos vinculados a la religión.

En años recientes, las exigencias del mercado han obligado a los destinos turísticos a renovarse o reinventarse adaptándose a las nuevas necesidades de los turistas, razón por la cual el turismo se encuentra en un proceso de evolución constante. En virtud del momento que vive la humanidad debido a la pandemia, ciertos sectores o actividades sociales y económicas han sufrido un cambio en sus prácticas habituales; la industria turística una de las más afectadas por la limitada posibilidad de viajar, tuvo que adoptar nuevas formas para llevar a cabo su práctica.

Aun cuando el turismo religioso estaba restringido prácticamente en todo el orbe, en la India se permitió la celebración del Kumbh Mela, una de las festividades religiosas que reúne a más personas en el mundo. Este hecho dio como resultado un incremento de contagios de COVID-19 entre la población hindú. A pesar de ello, se autorizó la realización de otra peregrinación durante el verano 2021, el Amarnathji Yatra, donde también participan cientos de miles de peregrinos.

Dada las críticas que a nivel internacional se han hecho por permitir realizar estas festividades, se consideró de interés plantearse como pregunta de investigación la siguiente: ¿cuál es el impacto que ha tenido en la red social de

Twitter la decisión del gobierno hindú de permitir la celebración del Amarnathji Yatra? Para responder esta pregunta, se han propuesto los siguientes objetivos:

- a) Identificar las publicaciones realizadas por los usuarios de Twitter que hacen referencia a la celebración del Amarnathji Yatra
- b) Identificar las publicaciones o usuarios cuya opinión tiene mayor peso en la red de usuarios dada la cantidad de veces que fue retuiteado el mensaje.
- c) Identificar los usuarios más relevantes debido a la posibilidad de difusión de información que tienen por el número de seguidores que poseen.

2.- Turismo Religioso

La asociación de los fenómenos naturales como manifestación de lo divino ha ido relacionada por la humanidad prácticamente desde sus inicios; diversas religiones han institucionalizado muchas de estas creencias en al algún tipo de rito o culto que sus miembros deben practicar de manera periódica. En la actualidad, la peregrinación además de ser una manifestación de carácter religioso, forma parte también de una actividad turística secular. Dada la importancia que ha tomado el turismo basado en aspectos asociados a lo religioso, la Organización Mundial de Turismo (OMT) realizó el evento *Turismo y Religiones: una contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones* en la ciudad de Córdoba, España en octubre de 2007. Entre las conclusiones se menciona que “en un siglo XXI en búsqueda de valores, el turismo religioso y espiritual puede representar una gran oportunidad para las mujeres y los hombres de todas las creencias, filosofías y religiones” (Lanquar, 2007).

No obstante, el turismo religioso sigue siendo un tema no resuelto, un sector tanto académico, como gubernamental y empresarial lo considera más un acto de fe que una actividad turística. Sin embargo, cada vez es más aceptado el hecho de que los peregrinos además de cumplir con sus ritos religiosos, realizan otras actividades de carácter secular en el lugar que visitan, las cuales pueden identificarse de manera clara con el consumo de bienes y servicios turísticos. (Porcal Gonzalo, 2006). “Chaspoul y Lunven (1993) establecen cuatro perspectivas de turismo religioso en función de la demanda:

- *La perspectiva espiritual.* El turismo religioso es un medio para que el individuo pueda acercarse a Dios. Algunos turistas son creyentes y la peregrinación espiritual y el retiro espiritual se incluyen en su parte práctica de la fe. Otros turistas son atraídos por una emoción, un lugar, un clima y su ambiente, que le permiten un diálogo y una consolidación de su fe durante su viaje o visita al lugar sagrado.
- *La perspectiva sociológica.* El turismo religioso es un medio para que el creyente pueda conocer mejor la historia del grupo religioso al que pertenece y unir sus vínculos con la comunidad.
- *La perspectiva cultural.* La visita a los lugares de culto y santuarios es un medio para el individuo, tanto creyente y no creyente, para entender las religiones presentes en las sociedades desde un punto de vista histórico, sociológico, simbólico, etnológico, cultural e incluso desde un punto de vista político.
- *La perspectiva geográfica.* Los directivos de los destinos de turismo religioso observan las modificaciones en los flujos de turistas y tratan de ir adaptándose a la evolución del mercado de turismo.”(Millán Vásquez de la Torre et al., 2010).

Por lo tanto, el turista religioso a diferencia del peregrino tradicional, espera encontrar en el lugar visitado una serie de servicios que le permitan hacer de su estancia algo placentero y que le dejen un recuerdo positivo del lugar visitado. Por ello, al acudir a un lugar considerado como sagrado, busca complementar su visita con una serie de atractivos de tipo artístico, histórico, cultural, social o comercial que vuelven a dicho espacio en un encuentro y convivencia entre diferentes culturas, religiones y doctrinas filosóficas. (Martínez Cárdenas, 2009), esta visión discrepa con la de otros autores que aparejan el turismo religioso al peregrinaje tradicional de manera preponderante, (Ambrosio, 2007; Damari & Mansfeld, 2014; Digance, 2003; García Muñoz Aparicio et al., 2017).

Sin importar la visión que se adopte al respecto, la relevancia del turismo religioso se pone de manifiesto en los 300 millones de viajeros que se mueven cada año en todo el mundo por motivos relacionados con aspectos

de carácter religioso (Oropeza, 2016). La Unesco (2020) informo que la industria del turismo a nivel mundial alcanzo cifras históricas en la reducción de ingresos durante marzo del 2020, esto debido al cierre de las fronteras internacionales que origino la pandemia. El turismo religioso se vio afectado debido a la suspensión de visitas presenciales en templos, iglesias y espacios sagrados, donde se suelen realizar las prácticas religiosas.

2.1.- Turismo y Pandemia

La crisis provocada por el COVID-19 dio como resultado que diferentes tradiciones y prácticas religiosas fuesen suspendidas o modificadas ajustando los servicios que ofrecen a las nuevas condiciones de seguridad sanitaria, que incluyeron un límite en el número de visitantes, el cierre de espacios de visita para reducir el tiempo de estancia de los visitantes, el distanciamiento físico entre personas, entre otros.

De acuerdo con el presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur) “el turismo religioso es importante para México porque cada año deja una derrama económica de al menos 10 mil 200 millones de pesos. México está ubicado entre los 10 primeros países con ese tipo de actividad turística en el mundo” (Notimex, 2019). De acuerdo con el libro *Dimensionamiento del turismo espiritual en México* publicado por la Secretaría de Turismo, entre los sitios de mayor afluencia turística, destacan los santuarios marianos de Nuestra Señora de Guadalupe en la Ciudad de México; el de la Virgen de la Concepción, en San Juan de los Lagos, Jalisco; el de la Virgen de Juquila, en Oaxaca; el de la Virgen de la Expectación, en Zapopan; y el de Virgen del Rosario en Talpa, Jalisco; y en los no marianos, el del Santo Niño de Atocha en Fresnillo, Zacatecas, el de Cristo Rey en el Cerro del Cubilete, Guanajuato; y el del Señor de Chalma en Malinalco, Estado de México.

La pandemia en el caso de México, además de la suspensión de oficios religiosos por el cierre de templos, provocó la cancelación de actos religiosos y sus manifestaciones públicas. Uno de los eventos que mayor número de personas reúne es el tradicional vía crucis que se realiza en Iztapalapa, en la Ciudad de México, al cual asisten más de un millón de personas cada año. Debido a esta restricción, durante los años 2020 y 2021 se llevó a cabo con una

participación mínima de actores. Para que las personas pudieran seguirlo, fue transmitido por televisión y redes sociales. (EFE, 2021)

El Santuario de Plateros ubicado en Fresnillo, Zacatecas, sitio donde se venera al Niño de Atocha, que recibe cerca de un millón de peregrinos al año y fuente importante de los ingresos económicos que recibe esa población, vio afectada de manera importante la economía local debido a la reducción de visitantes debido a la pandemia de COVID-19. Esto a pesar de que el santuario permaneció abierto con las medidas sanitarias necesarias y cuidando la distancia social de los asistentes. (Mejía, 2020)

Ante el cierre de los templos la Arquidiócesis de México aceptó que se oficiaran y transmitieran misas de forma virtual, “desde la Basílica de Guadalupe se oficien y transmitan misas en inglés y sean traducidas al mandarín para los católicos de Estados Unidos, Taiwán y China”. (Figuroa, 2020) Por otro lado, se informó que la Basílica continuaría transmitiendo la misa dominical en español todos los domingos. Además de suspender las peregrinaciones a dicho santuario, “tan solo en la Ciudad de México, en este 2020 se han cancelado más de tres mil peregrinaciones a la Basílica de Guadalupe”(Saldaña, 2020). Debido a la importancia que tiene para la población la fiesta de la Virgen de Guadalupe que se celebra el 12 de diciembre, y con la intención de evitar que las personas acudan al santuario, el Papa Francisco emitió un decreto de indulgencia a quien celebre desde casa a la Virgen de Guadalupe. (Vaticano, 2020). La romería de la Virgen de Zapopan, declarada patrimonio inmaterial de la humanidad por la Unesco, vio modificada la tradición durante el año 2020 por cuestión de la pandemia. Por tal motivo, no se otorgaron permisos para que se realizara la tradicional verbena en el Centro Histórico de Zapopan, lo que afectó a comerciantes ambulantes y dueños de juegos mecánicos que aprovechan esta fiesta del 12 de octubre. Las autoridades eclesiásticas y el Gobierno de Jalisco, para dar continuidad a esta celebración, llamaron a los fieles a realizar una Romería Virtual 2020 desde sus hogares (Gobierno del Estado de Jalisco, 2020). Para que los fieles pudieran seguir este evento, se habilitaron diferentes sitios en internet, tanto por el Arzobispado como por parte de los medios de comunicación de la iglesia católica local, además de la transmisión por los canales de televisión públicos y de cable, asimismo se narró el recorrido por algunas estaciones de radio.

El santuario de San Juan de los Lagos, considerado el segundo en importancia en México, no vio afectada su fiesta en 2020, en virtud de que se celebra el 02 de febrero y la contingencia en México inicio a mediados de marzo. Ante la imposibilidad de poder mantener abierto el santuario, “la Diócesis de San Juan de los Lagos anuncia a través de un comunicado fechado el 21 de este mes [marzo] que, ante la situación de confinamiento físico, se estará realizando la transmisión de diversos rituales religiosos a través de sus plataformas de Facebook”(Navarro Lopez, 2020).

En el año 2021 la fiesta de la Candelaria no pudo ser realizada como es tradicional, con la intención de evitar que las personas acudieran a la fiesta la basílica decidió cerrar sus puertas durante tres días que coincidían con las fechas de mayor llegada de peregrinos. Por su parte el obispo otorgo indulgencia plenaria a quienes realizaran la peregrinación virtual a la basílica de San Juan en la fiesta de la Virgen de la Candelaria.(Olvera, 2021).

Otra peregrinación importante es la de la Virgen de Talpa, cuyo santuario se ubica en la población del mismo nombre. Este santuario recibe cerca de un millón de visitantes anualmente y cuenta con una ruta de peregrinación de 117 kilómetros, que ha sido puesta en valor por la Secretaría de Turismo de Jalisco con el nombre “ruta del peregrino”. Este proyecto pretende motivar a los turistas para que recorran este sendero, y para ello han construido grandes monumentos a lo largo del camino, los cuales fueron diseñados por arquitectos de talla internacional, tanto mexicanos como extranjeros. La romería más grande a esa localidad se realiza durante la Semana Santa, la cual tuvo que ser suspendida por segundo año consecutivo, anunció la Secretaría de Turismo, quien invitó a la población a realizar de manera virtual el recorrido por acuerdo con el Arzobispado, aun cuando no existe pronunciamiento oficial por parte de este último. (Saavedra, 2020)

Después de un año del inicio de los confinamientos masivos en México a causa de la pandemia, la Conferencia del Episcopado Mexicano emitió un comunicado titulado “Vivamos esta Semana Santa en casa”, donde se invita a los fieles a celebrar la Semana Santa a través de los diferentes medios de comunicación y redes sociales, con la finalidad de que las personas no acudan físicamente a los templos para participar en los diferentes ritos y celebraciones que se realizan durante este periodo de tiempo.

No solo México, sino el mundo entero se encuentra en un proceso de readaptación a lo que se ha denominado la nueva normalidad. La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días decidió cerrar las puertas de varios de sus templos y limitar las reuniones. Por su parte, las iglesias evangélicas utilizaron la red de Facebook para seguir difundiendo el culto (Jiménez, 2020). Sin embargo, varias denominaciones desde antes ya hacían uso de medios de comunicación electrónicos como radio y televisión para la transmisión de sus celebraciones, incluso la película chilena “Dios me libre” hace una parodia de cómo algunas iglesias han abusado de estos canales de comunicación. La Iglesia católica optó por ofrecer misas en línea o televisión debido al cierre de los templos, “en Belén, las puertas están cerradas en la Iglesia de la Natividad, considerada el lugar de nacimiento de Jesús” (Kaur, 2020). Incluso se suspendieron las celebraciones de la Semana Santa, una de las solemnidades más importantes del catolicismo.

El Papa Francisco proclamó Indulgencia Plenaria “a los fieles afectados por la enfermedad COVID-19, así como a los trabajadores de la salud, familiares y todos aquellos que, en cualquier capacidad, incluso con la oración, los cuiden” (Card. Piacenza, 2020). De Igual manera, otorgó por primera vez en la historia la Indulgencia Plenaria para el peregrinaje virtual llamado “Lourdes United”, se trató de la primera peregrinación virtual mundial organizada por el santuario de Lourdes, que se llevó a cabo el 16 de julio de 2020. (Monseñor Ribadeau-Dumas, 2020)

Por su parte, el mundo árabe tomó medidas drásticas al grado de que “Arabia Saudita suspendió de forma temporal la entrada a su territorio de peregrinos que acuden a la Meca, una medida “que amenaza las tradicionales peregrinaciones de los musulmanes a los lugares santos del islam, y devasta el turismo religioso en el vecino Irak” (AFP, 2020). El judaísmo también canceló los actos multitudinarios, lo que provocó que diferentes eventos sobre las celebraciones de Purim, una de sus tradiciones más grandes, fuese suspendida, al igual que otras fiestas (Crary, 2020). El hinduismo también sufrió la cancelación de la tradicional peregrinación de Amarnathji Yatra durante el verano 2020 (INDIA NEWS, 2020), sin embargo, durante el año de 2021 sí se permitió que se realizara el festival de Kumbh Mela, que tiene verificativo cada 12 años y está listado por la Unesco como patrimonio de la humanidad. (AP INDIA, 2021), además de que se ha abierto el registro vía internet para

que aquellos que durante los meses de julio y agosto deseen visitar la cueva de Amarnathji:

Este año, Shri Amarnathji Yatra 2021 comenzará el 28 de junio de 2021 y el registro comenzó a partir del 1 de abril de 2021... La capacidad de carga actual por ruta, la disponibilidad de infraestructura en el área de Yatra y teniendo en cuenta todas las demás consideraciones relevantes, se ha decidido que se permitiría a 7500 peregrinos registrarse para Shri Amarnath Yatra - 2021 por día por ruta. (N.D., 2021).

Conforme fue en aumento el número de casos de coronavirus durante el año de 2020 en distintas regiones del orbe, se implementaron nuevas medidas de seguridad sanitaria que afectaron al turismo. La virtualización ha sido una de las alternativas que se puso a disposición de las personas que deseaban continuar participando en eventos vinculados a aspectos religiosos. Por ejemplo, el Instituto Distrital de Turismo de Colombia desarrolló ocho recorridos virtuales sobre turismo religioso, que incluían las principales catedrales e iglesias de Bogotá. El turismo religioso ha tenido que irse innovando y el turismo virtual puede llegar a ser una práctica alternativa permanente para aquellas personas que por distintos motivos no pueden trasladarse de sus hogares a un santuario o sitio de devoción.

3.- Metodología

Para la realización de este trabajo se utilizaron dos tipos de metodologías. En primer lugar, se realizó una revisión de artículos periodísticos y artículos académicos acerca del turismo religioso. En un segundo momento, se realizó un análisis cuantitativo de los Tweets vinculados al turismo religioso mediante el uso de la teoría de grafos. Para ello se utilizó el software Gephi 0.9.2 y el plugin Twitter Streaming Importer, de manera que cada usuario, hashtag, tweet, etc., se representaron como un nodo y los mensajes directos, menciones, retweet se consideraron como aristas.

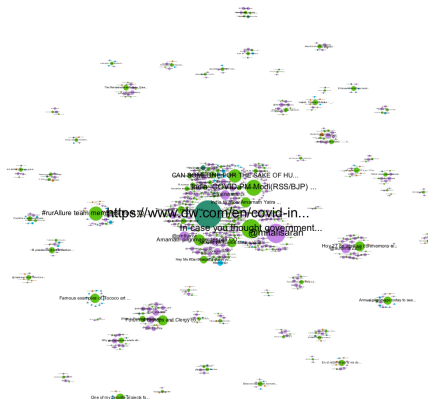
4.- Resultados

El templo ubicado en la cueva de Amarnath es uno de los santuarios más sagrados dentro de hinduismo. Debido a su ubicación a casi 4 mil metros

de altura, gran parte del año está cubierto de nieve, sin embargo, durante el verano cientos de miles de peregrinos arriban a ese lugar. Con fecha del 1º de abril de 2021 se abrió el registro en línea para realizar la peregrinación de Amarnathji Yatra a pesar de que la India está pasando por un momento de alto contagio de COVIV-19 que ha ocasionado una crisis sanitaria en ese país. Por ese motivo se consideró que sería de interés conocer las publicaciones en Twitter relacionadas con esta fiesta.

La búsqueda de datos se realizó el día 27 de abril de 2021 utilizando Twitter Streaming Importer, un plugin del software Gephi 0.9.2. Para obtener la información se utilizaron los términos de búsqueda detallados en la tabla dos. Como resultado de esta pesquisa se obtuvo una red integrada por 706 nodos y 932 aristas, como se muestra en la gráfica uno.

Gráfica 1 Red de Tweets vinculados al turismo religioso



Fuente: Elaboración propia

Tabla 1 datos de los nodos

Campo	Descripción	Uso
created_at	Fecha en que se creó del perfil de usuario	Conocer si se trata de nuevo usuarios o no
description	Descripción colocada por el usuario en su perfil	Conocer si se trata de una institución o un usuario particular
followers_count	Número de seguidores del usuario	Conocer la influencia que tiene el usuario

Tabla 2 de datos de las aristas

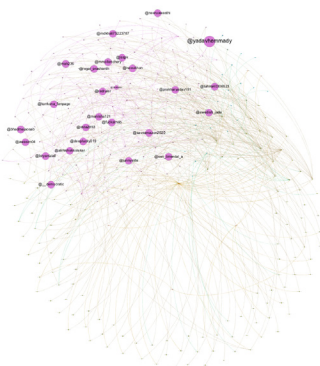
Campo	Descripción	Uso
Clase	Tipo de acción que se realizó en Twitter: <ul style="list-style-type: none"> • Tweet • Retweet • Mention • Hashtag • Quote • Link • Media 	Conocer la interacción realizada por el usuario. Clasificar las interacciones
Origen	Nodo del que surge la interacción	Conocer el grado de influencia de cada nodo, y el rol que desempeña dentro de la red
Destino	Nodo al que se destina la interacción	

Tabla 3 Criterio de búsqueda

Tipo de búsqueda	Lista de Palabras
Palabras de búsqueda	— religious tourism — virtual pilgrimage — pilgrimage — peregrinaje virtual — peregrino — turismo religioso
Tipo de red	Full Twitter Network

Tras aplicar un algoritmo para identificar qué tan fuertemente están conectados los nodos de la red, se identificaron 55 comunidades, de las cuales la mayoría eran muy pequeñas y con nula relación con la peregrinación de Amarnathji Yatra, por lo que se decidió trabajar únicamente con la comunidad mayor, que agrupaba 301 nodos, lo que representa el 43% del total de nodos originales conectados por 469 aristas, lo que significa el 50% de los vínculos.

Gráfica 2 Red de Tweets seleccionados



Fuente: Elaboración propia

Una vez teniendo seleccionada la base de datos, se procedió a realizar el análisis estadístico de la información obteniendo los datos de la tabla 4.

Tabla 4 Clase de interacción realizada

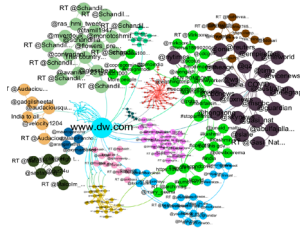
Clase	No de interacciones
Hashtag	20
Link	6
Media	1
Tweet	123
User	151
Total general	301

Fuente: Elaboración propia

El Tweet con mayor número con mayor grado³ y por lo tanto el más conectado en la red se trata de una nota periodística emitida por la cadena multimedia alemana Deutsche Welle (DW), por lo cual puede ser considerado como el más influyente: La publicación hacía referencia al hecho que la India permitiría la peregrinación de Amarnath a pesar del aumento de casos de COVID que tenía ese país.

³ Se refiere a la cantidad de aristas que tiene un nodo.

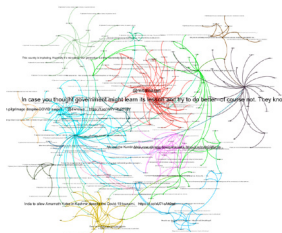
Gráfico 3 Tweet más influyente en la red



Fuente: Elaboración propia

Otra métrica importante para el análisis de redes es la relativa a la intermediación o centralidad que tiene un nodo. En este caso para la determinación de este valor, se utilizó el algoritmo denominado *betweenness centrality*⁴, el cual representa el número de caminos más cortos entre de toda la red que pasan por un nodo en particular. De esta manera, un nodo que presenta un alto valor de centralidad de intermediación significa que posee gran influencia para la transferencia de información a través de la red. Para el caso de estudio, el nodo con la centralidad más alta hace referencia a la complacencia religiosa de gobierno hindú a pesar la escasez de oxígeno que sufre ese país.

Gráfico 4 Centralidad de la red



Fuente: Elaboración propia

4 Mide el número de caminos más cortos (entre cualquier par de nodos en los gráficos) que pasa a través del nodo objetivo. El nodo de destino tendría una alta centralidad de intermediación si aparece en muchas de las rutas más cortas.

El indicador para medir la autoridad que tiene un nodo dentro de una red es una medida relevante que también requiere ser analizada para comprender el peso de la información que transmite un miembro en particular. En este caso fue calculado con el algoritmo conocido como *authority*⁵, que indica qué tan valiosa es la información que contiene el nodo para los demás miembros de la red. En este caso el Tweet emitido por @mitalisaran fue el de mayor autoridad en la red, puesto que alcanzó a una cantidad importante de usuarios que mencionaban la información que compartió o retuitearon el mensaje que emitió.

Figura 5 Autoridad en la red



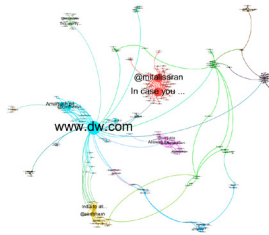
Fuente: Elaboración propia

El índice de *modularidad*⁶ permite identificar estructuras que simulan clústeres. Se denomina clúster a un conjunto de nodos que tienen una fuerte relación entre ellos. Aun cuando existen diferentes grupos dentro de una red, si existe al menos un nodo que vincule a dos grupos, eso permite a la red mantenerse unida. Para este caso, se identificaron 13 clústeres, donde el menor está integrado por 4 miembros y el mayor 57. En este ejercicio los 13 clústeres tienen nexos al menos con otro clúster, por lo que no existe ningún grupo que quede aislado de la red.

5 Hace referencia a valor de la información que es emitido por un nodo en particular. Es decir, mide la importancia que los demás miembros de la red otorgan a la información transmitida por un actor (nodo) específico.

6 Permite medir dividir una red en módulos (grupos, clústeres o comunidades). Las redes con alta modularidad tienen conexiones densas entre los nodos dentro de los módulos, pero conexiones escasas entre nodos otros módulos.

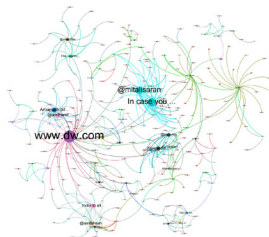
Figura 6 Modularidad de clase



Fuente: Elaboración propia

Otra de las medidas de centralidad que ayudan a entender el comportamiento de una red es el algoritmo conocido como *PageRank Indegree*⁷, que mide la importancia que los demás nodos de la red asignan a un nodo en particular. El cálculo de este indicador, a diferencia de otras medidas de centralidad considera la importancia de las conexiones y no solo el número de ellas. Para el caso de estudio, la nota periodística emitida por la cadena multimedia alemana Deutsche Welle (DW) la de mayor valor, al ser retuiteada varias veces y a su vez los tweets que la citaban también era retuiteados, como puede verse en la siguiente figura 7.

Figura 7 Algoritmo de PageRank



Fuente: Elaboración propia

⁷ Calcula el valor que cada nodo otorga a otros nodos con los que esta conectado. El valor otorgado por nodos importantes se considera más valiosos que el de nodos no tan importantes.

5.- Conclusiones

El turismo religioso ha visto afectada su práctica debido a la pandemia generada por el COVID-19. Ante la imposibilidad de desplazamientos a sitios de fe por parte de los peregrinos o turistas culturales, deseosos de experiencias de carácter místico o de conocer festividades y sitios religiosos por su valor cultural e identitario, algunas religiones y sitios de fe buscaron mantener el contacto con sus fieles mediante el uso de servicios vía internet.

De esta manera redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram o servicios de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram empezaron a ser utilizadas para la transmisión de celebraciones y fiestas religiosas, para que pudieran ser vistas y seguidas por los fieles, situación que favoreció inclusive la internacionalización de algunos grupos y órdenes religiosas. Incluso religiones como la católica, donde la peregrinación tiene una larga tradición y algunas de estas rutas han llegado a convertirse en exitosos productos turísticos (como el caso del Camino de Santiago), tuvo que reconocer y promover las visitas a santuarios mediante recorridos virtuales y transmisiones vía streaming de sus principales celebraciones con la aprobación de la jerarquía católica.

Los peregrinos, los medios de comunicación y las empresas especializadas en turismo también aprovecharon esos mismos canales para emitir sus deseos, comentarios y opiniones con relación a la práctica turística religiosa. Es precisamente esta praxis realizada en Twitter la que fue utilizada por esta investigación, mediante el análisis realizado de los Tweets publicados vinculados al turismo religioso y en particular a la festividad de Shri Amarnathji Yatra 2021. El resultado obtenido muestra como los usuarios de la red, tanto residentes como no residentes de la India, expresaron a través de sus publicaciones la preocupación por el incremento de casos de COVID-19 en ese país, así como por la falta de toma de medidas sanitarias estrictas y la complacencia por parte del gobierno hindú ante la asistencia de miles de peregrinos a eventos religiosos, lo que representa un riesgo potencial para la población india.

La red social de Twitter ha sido utilizada por sus usuarios para expresar opiniones y posiciones en algunos casos contrarias a las decisiones gubernamentales, al igual que para compartir información generada en otros

países, la cual expresa el sentir de los miembros de la red social local. De esta manera, el volumen de publicaciones comunes convierte a la publicación individual en un ente colectivo que alcanza un peso social y llega a conformar una opinión pública que tiene que ser escuchada. Así, de esta manera una publicación no hecha originalmente en esa red social, ya que se trataba de una nota periodística realizada en un portal de noticias de la cadena multimedia alemana Deutsche Welle (DW), fue aprovechada por los usuarios de la red social de Twitter para comunicar su opinión y de esta manera lograr alcanzar un mayor impacto. Esto queda de manifiesto por el número de veces que el mensaje fue retuiteado por otros usuarios, los cuales, aunque no tenían vínculos previos entre sí, llegaron a conformar un gran clúster integrado por pequeños grupos, vinculados por el Tweet que propagaba dicha nota de la cadena DW.

De igual manera, la importancia que tienen los llamados *influencers*, usuarios con un elevado número de seguidores, son fundamentales en la difusión que puede alcanzar un mensaje dentro de la red, como se pudo comprobar en el caso de estudio de este trabajo, puesto que se convierten en el centro de pequeñas redes o clúster que facilitan la propagación de la información y cuyos seguidores se convierten en piezas claves hacer llegar ese comunicado a otros clústeres donde también participan.

Así, la metodología de análisis de redes, permite estudiar al turismo religioso desde una perspectiva diferente a la tradicional, planteando nuevas posibilidades y preguntas para los interesados en el tema, al mostrar cómo los diferentes actores se vinculan y actúan entre sí, al igual, que los temas de interés para los turistas religiosos, que dejan registrados en las redes sociales mediante imágenes, mensajes y hashtag, que se vuelven en valiosos ítems para el análisis del comportamiento de los peregrinos y turistas culturales, así como las opiniones emitidas acerca de sus experiencias. Estos registros en las redes sociales, que los usuarios catalogan mediante hashtag, nos permiten encontrar una amplia gama de relaciones y temáticas no siempre vinculadas con el turismo religioso en los estudios realizados por los teóricos del tema.

El año 2020, marcado por la epidemia de COVID-19 además de los cambios que dejó en la manera de realizar muchas de las prácticas económicas, laborales y sociales para la mayor parte de las personas, planteó nuevos retos para la investigación de fenómenos sociales, debido a los nuevos

condicionamientos para relacionarse entre individuos que implicó esta situación. Por ello, la metodología de análisis de redes sociales toma mayor relevancia en estos momentos.

Referencias

AFP. (2020, February 27). Suspende Arabia Saudita entrada a la Meca por temor al coronavirus. *La Jornada - Mundo*. Recuperado de: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/mundo/2020/02/27/suspende-arabia-saudita-entrada-a-la-meca-por-temor-al-coronavirus-2357.html>

ALIPOUR, H., OLYA, H. G. T., & FOROUZAN, I. (2017). Environmental Impacts of Mass Religious Tourism: From Residents' Perspectives. *Tourism Analysis*, 22(2), 167–183. <https://doi.org/10.3727/108354217X14888192562285>

AMBROSIO, V. (2007). Sacred Pilgrimage and Tourism as Secular Pilgrimage. In *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective* (pp. 78–88). CAB International.

AP INDIA. (2021, April 13). *Kumbh Mela. India celebra fiesta masiva en tiempos de covid-19*. Milenio. Recuperado de <https://www.milenio.com/internacional/kumbh-mela-india-celebra-fiesta-masiva-tiempos-covid-19-fotos>

CARD.PIACENZA, M. (2020, March 20). Decreto della Penitenzieria Apostolica circa la concessione di speciali Indulgenze ai fedeli nell'attuale situazione di pandemia. *Boletín 170*. Recuperado de <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2020/03/20/0170/00378.html>

COHEN, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373–392.

_____ (1998). TOURISM AND RELIGION: A COMPARATIVE PERSPECTIVE. *Pacific Tourism Review*, 2(1), 1–10.

CRARY, D. (2020, March 10). *Coronavirus obliga a cancelar eventos de feriado judío*. Apnews.Com. Recuperado de <https://apnews.com/article/5f76b0aa810143e0b6aa3293039cc11d>

DAMARI, C., & MANSFELD, Y. (2014). Reflections on pilgrims' identity, role and interplay with the pilgrimage environment. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 19, Issue 3,

pp. 199–222). Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.957660>

DIGANCE, J. (2003). Pilgrimage at contested sites. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 143–159. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738302000282>

EFE. (2021, April 1). *Viacrucis en Iztapalapa: el Cristo está listo en el segundo año de pandemia - Infobae*. INFOBAE. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/04/01/viacrucis-en-iztapalapa-el-cristo-esta-listo-en-el-segundo-ano-de-pandemia/>

EI-GOHARY, Hatem. (2017). *Global Perspectives on Religious Tourism and Pilgrimage*. IGI Global.

FIGUEROA, H. (2020, April 24). Basílica de Guadalupe impulsa proyecto de misas online | Excélsior. *Excelsior - Nacional*. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/basilica-de-guadalupe-impulsa-proyecto-de-misas-online/1378078>

GARCÍA MUÑOZ APARICIO, C., PÉREZ SÁNCHEZ, B., & NAVARRETE TORRES, M. del C. (2017). La importancia del turismo religioso en México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3, 131–143.

GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO. (2020). *Romería Virtual 2020 conoce los detalles de esta celebración*. Romería Virtual 2020. Recuperado de <https://www.jalisco.gob.mx/es/gobierno/comunicados/romeria-virtual-2020>

HUNG, K., YANG, X., WASSLER, P., WANG, D., LIN, P., & LIU, Z. (2017). Contesting the Commercialization and Sanctity of Religious Tourism in the Shaolin Monastery, China. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 145–159. <https://doi.org/10.1002/jtr.2093>

INDIA NEWS. (2020, July 22). *Amarnath Yatra cancelled due to spike in coronavirus infections | Hindustan Times*. Hindustan Times, Jammu. Recuperado de <https://www.hindustantimes.com/india-news/amarnath-yatra-cancelled-due-to-spike-in-coronavirus-infections/story-8bxmBaD8mW93ZusNVQST0L.html>

JIMÉNEZ, S. (2020, March 14). El coronavirus obliga a cerrar iglesias convirtiendo a Facebook en el templo virtual. *Los Angeles Times*. Recuperado de <https://www.latimes.com/espanol/california/articulo/2020-03-14/el-coronavirus-obliga-a-cerrar-iglesias-convirtiendo-a-facebook-en-el-templo-virtual>

KAUR, H. (2020, March 9). *Las comunidades religiosas modifican sus tradiciones para prevenir la propagación del coronavirus* | CNN. CNN - Mundo. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/09/las-comunidades-religiosas-modifican-sus-tradiciones-para-prevenir-la-propagacion-del-coronavirus/>

LANQUAR, R. (2007). Turismo y religiones. Una contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones. In *World Tourism Organization* (Ed.), Conferencia de Córdoba de la Organización Mundial del Turismo.

MARTÍNEZ CÁRDENAS, R. (2009). El dimensionamiento del Turismo Espiritual en México. In *Secretaría de Turismo de México*. SECTUR. Recuperado de <https://newsstand.joomag.com/es/dimensionamiento-del-turismo-espiritual-en-méxico-dimensionamiento-del-turismo-espiritual-en-méxico/0813555001360869463>

MEJÍA, I. (2020, April 11). *Emergencia sanitaria pega a turismo religioso*. El Universal - Estados. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/estados/emergencia-sanitaria-pega-turismo-religioso>

MILLÁN VÁSQUEZ DE LA TORRE, Ma. G., MORALES FERNÁNDEZ, E., & PÉREZ NARANJO, L. Ma. (2010). Turismo Religioso: Estudio Del Camino De Santiago. *Gestión Turística*, 13, 9–37. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2010.n13-01>

MONSEÑOR RIBADEAU-DUMAS. (2020, July 16). *Lourdes. Peregrinación virtual este jueves: “un lugar de paz que todos necesitan” - Vatican News*. Vatican News. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/es/iglesia/news/2020-07/lourdes-peregrinacion-virtual-jueves-lugar-paz-todos-necesitan.html>

NACIONES UNIDAS. (2020). *La COVID-19 y la transformación del turismo*. <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>

NAVARRO LOPEZ, E. (2020). Del altar al streaming: la explosión de eventos religiosos en redes sociales en tiempos de COVID-19. *Question/Cuestión*, 2(66), e496. <https://doi.org/10.24215/16696581e496>

N.D. (2021). *Shri Amarnath Yatra 2021 | Schedule Dates*. Welcome Shri Amarnathji Yatra. Recuperado de <http://www.jammu.com/shri-amarnath-yatra/schedule.php>

NOTIMEX. (2019, April 22). *Por turismo religioso hay derrama de 10.2 mmdp*. El Universal - Cartera. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/por-turismo-religioso-hay-derrama-de-102-mmdp>

OLVERA, G. (2021, January 28). Iglesia San Juan de los Lagos. ¿Cómo obtener la indulgencia? *Milenio - Política*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/iglesia-san-juan-lagos-obtener-indulgencia>

OROPEZA, P. (2016). *Dejará visita del papa derrama económica de 2 mil 500 mdp*. Pequeñas Grandes Empresas. Recuperado de <https://grandesempresas.mx/dejara-visita-del-papa-derrama-economica-de-2-mil-500-mdp/>

PORCAL GONZALO, M. C. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio. *Cuadernos de Turismo*, 18, 103–134. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/17831/17191>

SAAVEDRA, V. (2020, March 15). Habrá filtros para regresar a peregrinos que intenten llegar a Talpa - El Occidental | Noticias Locales, Policiacas, sobre México, Guadalajara y el Mundo. *El Occidental - Tendencias*. Recuperado de <https://www.eloccidental.com.mx/local/noticias-coronavirus-covid-19-habra-filtros-para-regresar-a-peregrinos-que-intenten-llegar-a-talpa-6480293.html>

SALDAÑA, I. (2020, December 6). *Concanaco estima 11 mmdp en pérdidas por suspensión de festejos a la Virgen de Guadalupe*. El Universal - Cartera. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/concanaco-estima-11-mmdp-en-perdidas-por-suspension-de-festejos-la-virgen-de-guadalupe>

SHINDE, K. A. (2017). Planning for urbanization in religious tourism destinations: insights from Shirdi, India. *Planning Practice & Research*, 32(2), 132–151. <https://doi.org/10.1080/02697459.2016.1198197>

TIMOTHY, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys* (Vol. 4). Routledge.

UNESCO. (2020). *Cultura & covid-19* (p. 13). UNESCO.

VATICANO. (2020, December 8). *12 de diciembre: indulgencia a quien celebra desde casa a la Virgen de Guadalupe - Vatican News*. Vatican News. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/es/vaticano/news/2020-12/12-diciembre-indulgencia-a-quien-celebra-desde-casa-virgen-guada.html>

WALLACE, T. (1998). Tourism and Religion. *Tourism Culture & Communication*, 1(2), 153–156.