

1

La procession du silence à San Luis Potosí (Mexique)

Dr. Rogelio Martínez CARDENAS

Abstract

In the year 1954, is carried out for the first time a silent procession in San Luis Potosi with similar characteristics to that currently takes place every year in this city. That is, with the participation of Nazarenes, ladies and penitents carrying religious fervor and shoulders image of Christ Crucified and Our Lady of Solitude, similar to the famous procession is being held in Seville, Spain.

At present the Procession of Silence is an event organized by the church, which maintains a high sense of devotion, but because his majesty has achieved great social recognition, which has resulted in a huge number of people attend the city San Luis Potosi during the holidays, with the intention of being able to witness the event.

Due to the strong position it already has the Procession of Silence as a tourist attraction both nationally and internationally, the state government of San Luis Potosi in 2010 organized a program of artistic and cultural activities around religious event.

The cultural arts festival was held from 28 March until 11 April, the procession was held on 02 April. This allowed a tourism promotion covering not only traditional and devotional expression Potosi, but the city itself as a whole.

Resumen

En el año de 1954, se lleva a cabo por primera vez una procesión del silencio en San Luis Potosí con características similares a la que hoy se realiza año con año en esta ciudad. Es decir, con la participación de nazarenos, damas y penitentes llevando a hombros con fervor y religiosidad imágenes de Cristo Crucificado y de Nuestra Señora de la Soledad, de forma similar a la famosa procesión que se realiza en Sevilla, España.

En la actualidad, la Procesión del Silencio es un evento organizado por la iglesia, que mantiene un alto sentido devocional, pero debido a su majes-

tuosidad ha alcanzado un gran reconocimiento social, lo que ha dado como resultado que una enorme cantidad de personas concurren a la ciudad de San Luis Potosí durante los días santos, con la intención de poder ser testigos de dicho evento.

Debido al fuerte posicionamiento que ya tiene la Procesión del Silencio como atractivo turístico tanto a nivel nacional como internacional, el gobierno del estado de San Luis Potosí organizó durante el año 2010 un programa de actividades artísticas y culturales alrededor de este evento religioso.

El festival artístico cultural se realizó a partir del 28 de marzo y hasta el 11 de abril, la procesión se llevó a cabo el día 02 de abril. Esto permitió realizar una promoción turística que abarcara no sólo la ya tradicional manifestación devocional potosina, sino a la ciudad misma en su conjunto.

Origines

La ville actuelle de San Luis Potosí fut jadis peuplée par les indiens Guachichiles, un peuple nomade qui se déplaçait dans cette région depuis le XIII^e siècle de notre ère. Ce ne fut qu'à partir du 3 novembre 1592 que le Frère Diego de la Magdalena fonda le village de San Luis Mesquitique, à l'endroit même où, en l'an 1583, s'étaient établis les Guachichiles.

Le village prit donc le nom de San Luis en l'honneur de Saint Louis, Louis IX, roi de France, et le 30 mai 1656, devint officiellement une ville. De par la même occasion, San Luis Mesquitique se transforma en San Luis Potosí en reconnaissance de la richesse du sol de cet endroit, plus précisément des mines de El Cerro de San Pedro, lesquelles étaient comparées à cette époque, aux mines de Potosí en Bolivie.

En devenant une ville, San Luis Potosí se vit attribuer des armoiries, lesquelles portent une colline aux champs d'azur et d'or, deux lignes argentées et deux dorées sommées de l'image de Saint Louis.

De nos jours, l'industrie minière est en plein essor surtout en ce qui concerne l'extraction du cuivre, du plomb, de l'argent et de l'or. Cependant, la production industrielle joue un rôle de poids dans l'économie de cette ville.

Origines de la procession

Durant XVIII^e siècle, la présence de l'Ordre du Carmel fut très importante dans San Luis. C'est grâce à ces religieux si plusieurs temples ont été érigés et que ces derniers ont été distribués géographiquement de façon

à permettre de parcourir en toute facilité le circuit des processions, activité qu'ils avaient eux-mêmes promue.

Contrairement au pèlerinage où les croyants effectuent un voyage d'un lieu de dévotion à un autre, la procession est un circuit fermé, *i.e.*, le point de départ et le point d'arrivée sont les mêmes. C'est une manifestation publique de la foi des croyants qui participent à ce cortège.

Même si les Carmélites ont institué les processions en Amérique dès l'époque coloniale, ce n'est qu'à partir de 1954 que la première procession du silence, telle qu'elle est connue aujourd'hui, eut lieu à San Luis Potosí. Les caractéristiques de cette procession qui se répète d'année en année dans la ville de San Luis Potosí sont similaires à celles de Séville en Espagne. C'est un cortège auquel participent avec ferveur et religiosité les *nazarenos*, les dames et les pénitents qui portent sur leurs épaules des statues du Christ crucifié et de Notre-Dame-de-la-Solitude.

La procession du silence à San Luis Potosí n'a lieu que le Vendredi Saint ou le Vendredi des Douleurs contrairement à la procession qui a lieu à Séville en Espagne, qui dure toute la Semaine Sainte. C'est la procession du silence la plus importante.

La procession du silence acquit une notoriété rapide grâce à l'idée qu'a eue le carmélite Frère Nicolás Garcia d'inviter un groupe de toréadors de Potosí à former une confrérie et à participer à la procession. Ceci motiva l'intérêt des gens pour non seulement aller voir la procession mais aussi rencontrer personnellement les grandes figures taurines qu'ils admiraient.

À partir de cet heureux événement, la procession pris la tournure qu'elle possède aujourd'hui, et ceci lui a permis de devenir, plus qu'un événement local purement religieux, la procession la plus importante du Mexique et l'un des principaux attraits touristiques pour les visiteurs. L'intérêt que suscite cette procession est tel qu'actuellement elle fait partie de l'ensemble des activités culturelles qui ont lieu à San Luis Potosí dans le cadre de la promotion touristique de la Semaine Sainte

Revue de la littérature

La promotion des activités touristiques associée aux aspects de caractère religieux est très différente de celle qui diffuse seulement des activités de loisirs.

Les touristes intéressés aux loisirs « ont beaucoup plus de possibilités de choisir et d'exiger davantage des variantes du produit touristique avant de se décider à visiter un lieu pour la première fois ou d'y retourner. De ce fait, le développement touristique doit se baser sur des critères de durabilité pour le bénéfice de tous les acteurs impliqués, il doit également être économiquement viable, écologiquement durable, socio-culturellement

acceptable et hautement satisfaisant » (Álvarez García et Espinoza Garcés, 2008).

Au Mexique, les pèlerins font face à une offre touristique très pauvre sur les sites de foi. Ils sont pratiquement obligés de retourner à leur lieu d'origine aussitôt qu'ils ont rempli leur engagement de caractère dévotionnel.

C'est pour cette raison que la planification touristique cherche à offrir au pèlerin qui arrive sur un lieu de foi la possibilité de se convertir en touriste en mettant à sa disposition une gamme de produits touristiques qui se trouvent sur ces lieux-mêmes. Pour ce faire, il « est important de marquer la distinction entre le mythe, l'offre immatérielle, l'ensemble des représentations mentales dirigées à une clientèle et l'offre matérielle tel l'hébergement, équipement de toute sorte, par lesquels le pèlerin peut se transformer en touriste ou simple excursionniste » (Andrés Sarasa et Espejo Marín, 2006).

Ce n'est pas une tâche facile étant donné que la conversion du mythe religieux en produit touristique exige trois étapes fondamentales qui conduisent à la revitalisation et à la réhabilitation du capital image de la ville. La première étape, qui est une bonne solution mais pas une panacée, mise sur les exigences de rénovation des infrastructures puisqu'il est important que la ville se modernise afin qu'elle puisse affronter la nouvelle problématique et se transformer en ville touristique. La deuxième étape vise à trouver une spécialisation qui fasse que la ville devienne compétitive dans son contexte immédiat. Trouver la pierre angulaire dans la configuration de la nouvelle image permet de donner à la ville suffisamment d'instruments pour diversifier ses activités qui sont propres à la transversalité du touriste. La troisième étape, la plus importante, part de l'idée que le développement territorial endogène est la meilleure solution pour que la ville évolue de façon durable.

Créer un environnement de qualité ne signifie pas [sic] poser quelques bancs, des pots de fleurs et des poubelles ici et là, et faire que les grandes places publiques deviennent des terrains de stationnement et que la zone alentour se privatise par la construction de café-terrasses, de bars et de snack-bars qui ont des effets écologiques négatifs sur l'environnement en général puisqu'ils suppriment la fonction sociale traditionnelle des places publiques en plus de générer des nuisance sonores et des problèmes collatéraux qui finissent par détruire la vocation résidentielle de la zone. La récupération d'un milieu urbain adéquat qui respecte les exigences requises par la nouvelle fonctionnalité doit reposer au moins sur les actions suivantes :

- préserver l'héritage architectural, incluant le tracé des rues, qui constitue la raison d'être de l'image touristique ;
- planifier de façon intégrée l'ensemble urbain ;
- enrayer la contamination urbaine ;
- « toute planification intégrée doit tenir compte que sans de bonnes infrastructures physiques qui relient la ville aux centres touristiques, il est

très difficile d'assurer le succès convoité » (Andrés Sarasa et Espejo Marín, 2006).

Pour qu'un lieu de foi se transforme en un centre d'attraction touristique religieux, la participation, aux trois niveaux du secteur gouvernemental, *i.e.*, fédéral, étatique et municipal, de la société locale, en l'occurrence de ceux qui sont affectés par ou ont bénéficié du premier projet de développement touristique, et du clergé, est indispensable. La participation du clergé est de grande importance, puisque c'est ce dernier qui administre le facteur dévotionnel qui est à l'origine du désir qu'éprouve la personne de visiter la localité.

Pour mener à bien la promotion touristique, il ne suffit pas d'avoir de l'argent pour investir (capital économique), il est également nécessaire d'avoir le « capital social » qui nous fournit toutes les informations, à savoir où investir, quels sont les terrains qui peuvent être modifiés ; et, en plus, obtenir de la part des agents économiques l'information afférente à la planification urbaine. De plus, il est nécessaire de disposer du « capital culturel » « qui nous permet non seulement de comprendre les secrets techniques compliqués de la planification urbanistique mais qui nous aide à comprendre également qu'une culture distincte peut être perçue par certains comme un attrait touristique et qui par d'autres, comme un espace improductif » (Santana Turégano, 2007).

Convertir un espace considéré comme socialement improductif en un lieu que l'on désire visiter, relève du développement d'un produit touristique. « Un produit touristique ne peut être identifié a priori par la "valeur de loisirs naturels" d'un paysage, d'un littoral, d'un champ enneigé, d'un espace rural vide parce qu'il est marginal, d'un monument classifié ou d'un centre urbain ancien. Il s'agit ici tout simplement de paysages ou de lieux que l'homme ignore, exploite, abandonne ou rentabilise en fonction de ses besoins sociaux » (Millán Escriche, 1998).

Il s'agit précisément de rentabiliser les différents espaces qui permettent au visiteur de séjourner plus longuement dans le lieu, sans que ce désir de convertir tout l'espace en produit touristique affecte la dynamique sociale du lieu. En effet, contrairement aux autres activités économiques, les touristes « consommateurs » arrivent sur le lieu où se trouve le « produit », ce qui rend l'activité touristique particulièrement fragile et vulnérable aux changements qui se produisent dans l'environnement naturel, culturel et économique. Le tourisme à grande échelle peut altérer complètement le caractère d'une communauté et la convertir en une « mise en scène » avec des acteurs qui représentent les habitants de l'endroit et les autochtones, parce que ces derniers fuient vers d'autres lieux à l'approche de la saison touristique » (Toselli, 2004).

Un segment de l'église catholique, qui utilise un argument similaire contre la promotion du tourisme religieux, considère que ce type de tourisme dénature le sens originel des pèlerinages et des fêtes religieuses, expressions de dévotion et de foi, en un spectacle purement commercial.

C'est pourquoi le tourisme religieux doit trouver le juste milieu « lorsque la ville souhaite se convertir en lieu touristique et réinventer son histoire. Celle-ci doit éviter de penser plus aux visiteurs et aux investisseurs, qu'aux résidents mêmes. La matérialisation du produit touristique ne doit en aucun cas dévaloriser l'essence véritable du mythe qui appartient aux racines profondes des gens qui habitent la ville » (Andrés Sarasa et Espejo Marín, 2006).

Contrairement à la position adoptée par le clergé, il y a ceux qui, à l'inverse, considèrent que la société fait face à un « retour aux sources, à la Mère, dans un monde qui devient de plus en plus technifié et agnostique, ce qui suppose le retour à la foi dans la rencontre des dieux, de la nature, d'une forme de faire du tourisme religieux, dans lequel religion et fête vivent en parfaite harmonie » (Mariscal Galeano, 2007).

Malgré l'essor du tourisme religieux, il existe encore des débats sur ce qu'est en réalité le tourisme religieux. J.-E. Parrellada, lors de la Conférence épiscopale espagnole, s'est posé la question de savoir ce qu'est le tourisme religieux, étant donné que le tourisme, les pèlerinages et l'expérience religieuse possèdent leur propre identité et qu'il n'existe aucune confusion entre eux.

Ceci étant, nous avons donc un premier rapprochement, à savoir que le tourisme ne constitue pas un pèlerinage. Celui-ci est tout à fait différent. Il existe depuis des siècles, et il utilise les moyens et les infrastructures de chaque époque, alors que, dans le temps présent, ces moyens et infrastructures portent le nom de « moyens et infrastructures touristiques ».

« [Le] tourisme religieux cache des ambivalences internes et si nous ne sommes pas attentifs, il a tendance à modifier subrepticement la pratique traditionnelle des pèlerinages et le concept du tourisme même. C'est une réalité grandissante, selon une des principales conclusions de la Conférence Internationale sur *Le tourisme, les Religions et le Dialogue avec les Cultures*, qui s'est tenue sous l'égide de l'OMT, à Cordoba en Espagne en octobre 2007 » (Parrellada, 2009).

Il est donc facile de percevoir les destinations clairement identifiées comme espaces religieux et qui relèvent du tourisme religieux. Ce qui est plus difficile, c'est de connaître les raisons pour lesquelles les visiteurs se rendent sur ces lieux, puisqu'il existe un mélange de pèlerins authentiques, qui sont motivés par la foi, et de touristes, qui profitent de leur visite pour se rapprocher du lieu sacré, motivés par le patrimoine et la culture du site, en marge du fait religieux.

Les études de l'anthropologue V. Smith (1992) montrent que la relation entre pèlerinage et tourisme peut être représentée par deux points d'une ligne, au centre de laquelle se situe une gamme impressionnante de combinaisons sacrées-séculaires qui engloberaient le tourisme religieux.

« La relation la plus étroite entre touriste et pèlerin pourrait être celle de touriste "existential" ou touriste "spirituel" » (Cánoves Valiente, 2006).

Cependant, Parrellada n'est pas d'accord avec cette vision et affirme que l'« élément clé qui définit le tourisme religieux est la motivation reli-

gieuse. Nous savons pourtant que la motivation religieuse coexiste avec la curiosité ou l'intérêt culturel des visiteurs qui essaient de comprendre ce monde si différent du leur » (Parellada, 2009).

Parellada prône une définition du tourisme religieux où le point central repose sur l'expérience religieuse. « Par tourisme religieux, on entend ce type de touriste motivé par la visite des lieux sacrés (sanctuaires, couvents, monastères, églises, ermitages, cathédrales, etc.), [...] ou [il participe] à des célébrations religieuses (Semaine Sainte de Séville, par exemple) pour découvrir le *genius loci*, i.e., l'essence religieuse, le message transmis, la valeur historique et la beauté artistique. Ceci n'exclut pas mais plutôt inclut, dans bien des cas, la prière et la célébration des sacrements » (Parellada, 2009).

Un fait indéniable est qu'il existe « une sécularisation des pèlerinages et des voyages religieux et spirituels dans la mesure où ils répondent à de nouvelles expectatives de la population et de la clientèle touristique dans un monde moderne plus festif, ouvert et libre » (Lanquar, 2007).

Avec le développement de nouveaux produits touristiques, les lieux sacrés se sont transformés en points de rencontre pour les touristes motivés par le pèlerinage, la recherche d'expériences religieuses, l'appréciation du lieu comme espace comme tel et son sens culturel, et un nombre incalculable de personnes motivées par la curiosité du sacré.

Un pèlerinage peut se définir comme un voyage entrepris pour arriver à un lieu considéré sacré. Donc, le tourisme religieux doit être considéré comme un voyage touristique où l'élément religieux constitue un des objectifs primordiaux. Ce qui différencie un concept de l'autre tient aux raisons qui poussent le voyageur à entreprendre son voyage. Dans le cas d'un pèlerinage, il s'agit d'une raison religieuse, de l'arrivée sur le lieu sacré, tandis que pour le tourisme, le lieu sacré est visité pendant le voyage mais n'est pas la finalité du voyage.

Même si « les motifs religieux sont présents, la visite peut se transformer en un séjour totalement laïc. Ceci a permis d'augmenter le nombre de visiteurs et de laïciser le lieu » (Cánoves Valiente, 2006).

L'intention derrière la promotion d'un lieu de foi en lieu de tourisme religieux n'est pas seulement d'attirer les touristes laïcs, mais « il faut reconnaître que même si la motivation primordiale d'un pèlerinage possède un fond religieux important, la personne qui entreprend le voyage participera à des activités non seulement religieuses mais touristiques également, surtout pendant son séjour sur les lieux de destination.

Cette possibilité de pratiquer des activités « touristiques » tout au long du trajet et sur les lieux sacrés, est conditionnée par les caractéristiques du parcours et de la destination, et plus concrètement par les services et les infrastructures touristiques qui sont sur place ainsi que par l'état dans lequel se trouve le processus de transformation des ressources en produits » (Porcal Gonzalo, 2006. 103).

« Durant les dernières années, nous assistons à un changement de tendance en ce qui concerne la demande touristique, et l'offre doit s'adapter

à cette nouvelle situation et doit également se positionner dans des zones qui, jusqu'à présent, étaient éloignées des foules touristiques. Parmi ces nouvelles contributions se trouve la création de routes touristiques qui peut être défini comme la création d'un regroupement d'activités et d'attraits qui encouragent la coopération entre différents domaines et qui servent de véhicule pour stimuler le développement économique à travers le tourisme » (Briedenhann y Wickens, 2003). Ceci signifie que les routes touristiques doivent présenter une série de caractéristiques qui les habilitent comme destination touristique. De fait, plusieurs routes ont déjà fait l'objet d'une classification sur de telles bases, s'agissant des vikings (Halewood et Hannan, 2001), des fantômes (Inglis et Colmes, 2001), des brigands (López-Guzmán et al., 2007), ou de sites géographiques mentionnés dans la littérature (Herbert, 2001).

Selon Herbert (2001), la conception d'une route touristique doit être basée premièrement sur le besoin même de construire cette route et, deuxièmement, sur sa commercialisation postérieure, ce qui doit permettre au demandeur et à l'offrant d'établir une relation d'échange du produit touristique. Par conséquent, la construction d'une route touristique doit en premier lieu avoir un objectif concret qui réside dans ce que l'on attend de cette route. Il est ensuite nécessaire que les offrants (si l'on se souvient bien, le produit touristique est vendu par différentes entreprises) indiquent les valeurs et les priorités nécessaires pour la construction de la route, ses possibles prolongations et modifications. Dans un troisième temps, lorsque le produit est sur le marché, il faut rechercher si la demande touristique accepte le produit ou, sinon, il faut établir des moyens d'améliorer et de modifier ledit produit. Enfin, les créateurs de la route doivent interpréter les données qu'ils reçoivent peu à peu des touristes mêmes. Cette dernière étape doit être développée tout au long de l'élaboration du produit afin de pouvoir mieux l'adapter aux attentes des voyageurs.

Cependant, il ne faut pas oublier qu'une route touristique est un élément productif qu'il faut vendre et que, comme tel, « il est sujet à une série de variables, qui inclut même le marketing » (López-Guzmán Guzmán et Sánchez Cañizares, 2008).

Lorsque l'on parle des routes du tourisme religieux, nous faisons référence au patrimoine culturel, dont relève le patrimoine religieux. En ce qui concerne ce dernier, le tourisme religieux constitue un mélange d'intérêts, de possibles conflits, de négociations, mais aussi d'opportunités pour tous, les habitants autant que les visiteurs.

Le patrimoine culturel, selon les définitions officielles et traditionnelles de l'UNESCO, se compose de bien immeubles, immeubles, monuments, ensemble de constructions, lieux de valeur historique et esthétique, sites archéologiques, livres, objets et œuvres d'art. Depuis peu, on parle également du patrimoine immatériel, intangible, éphémère, composé de théories scientifiques et philosophiques, de littérature, de religion, de rites, d'histoire orale, musique, danse, coutumes, croyances, système de connaissances philosophiques et spirituelles. « Nous considérons les images reli-

gieuses, les temples, les villes, les croyances religieuses, les célébrations et les dévotions comme faisant partie du patrimoine culturel. Il s'agit du patrimoine culturel religieux » (Fernández Poncela, 2010)

Même lorsque nous parlons de différents éléments qui peuvent être identifiés comme faisant partie du patrimoine culturel, la création de la route touristique cherche, grâce à l'itinéraire suivi par le pèlerin, à développer l'économie d'une région. Nous pouvons donc nous référer à cet ensemble de composantes matérielles et immatérielles comme « patrimoine commercial centré sur la vente et consommation par le visiteur, le touriste, y compris le pèlerin. Il s'agit d'une ressource économique où les entrepreneurs, les hôteliers, les transporteurs, les commerçants et les autorités politiques et religieuses locales se prononcent sur la question. La récréation et le spectacle font partie de la consommation touristique (Santana, 1997), tout comme le faisait la consommation identitaire (García Canclini, 1993). L'exploitation commerciale existe (Santana, 1997), mais il existe également des opportunités de développement (Robles Salgado, 2004), la possibilité pour la population d'accueil de devenir rentable et même de jouir des « avantages économiques » (Mariscal, 2007), et l'engagement positif du territoire et des communautés locales (Lanquar, 2007). En plus de bénéficier au secteur privé et aux autorités politiques, l'exploitation commerciale peut devenir une source de revenus pour les populations locales (Ostrowsky, 2002), sans oublier le sentiment qu'éprouvent les habitants d'appartenir non seulement à un endroit considéré « important » (Fernández Poncela, 2010) au regard de la planification urbanistique, mais aussi d'être reconnus comme culture distincte qui possède un attrait ou une ressource touristique qui pour d'autres n'est qu'un espace improductif.

Résultats

De nos jours, la Procession du Silence est toujours un événement organisé par l'Église et revêt une connotation dévotionnelle très élevée. Cependant, sa dimension spectaculaire a atteint une popularité telle qu'un grand nombre de personnes se rendent à la ville de San Luis Potosí pendant les jours saints, avec l'intention de pouvoir assister à cet événement.

L'intérêt suscité par cet événement est tel qu'il a été nécessaire de créer un organisme pour s'occuper de l'organisation de la Procession. C'est ainsi qu'en 1966, l'*Asociación Civil Tradiciones Potosinas* [l'Association Civile des Traditions de San Luis Potosí] a vu le jour. Depuis lors, elle est responsable de la logistique, l'organisation et la diffusion de l'événement.

Aujourd'hui, la procession parcourt 23 pâtés de maisons qui représentent le circuit autour du centre-ville (quartier historique) où se trouvent les temples construits par les prêtres de l'Ordre du Carmel. L'année 2010 a

vu défiler la cinquante-septième procession, représentant 31 confréries, portant chacune des couleurs et des costumes différents, et arborant leur étendard en tête de leur rassemblement.

Avec lenteur et dans le silence, rompu seulement par le bruit naturel des pas des pèlerins sur le sol, pèlerins aux pieds nus ou enchaînés en signe de pénitence, les membres des confréries avancent entre la multitude des spectateurs. En l'an 2010, 2 500 participants ont représenté ces confréries et le parcours dura près quatre heures.

Afin que les spectateurs puissent observer la procession sans l'interrompre, l'Association Civile des Traditions de San Luis Potosí a placé, tout au long du parcours, des sièges qu'elle loue aux personnes qui veulent être plus à l'aise pour voir défiler le cortège. Les recettes de ces locations sont destinées à répondre aux dépenses de l'Association au profit de son bon fonctionnement : organisation de la procession, publication de livres,

Liste des confréries et de la représentation dont ils sont responsables

Nom de la Confrérie	Responsabilité
Cofradía de Nazarenitos y Macarenitas	Sources des futurs membres des confréries
Cofradía del Cristo Roto	1 ^{er} mystère douloureux : « La prière au Mont des Oliviers »
Cofradía de San Agustín	Jésus est attaché à une colonne
Cofradía del Montecillo	2 ^e mystère douloureux : « La flagellation du Seigneur »
Cofradía de la Humildad	3 ^e mystère douloureux : « Jésus est couronné d'épines »
Cofradía del Ecce Homo	1 ^{ère} station du chemin de la croix « Jésus est présenté au peuple »
Cofradía de la Preciosa Sangre	4 ^e mystère douloureux : « Jésus est chargé de sa croix »
Cofradía del Encuentro	4 ^e station du chemin de la croix : « Jésus rencontre la Vierge Marie »
Cofradía de Tlaxcala	5 ^e station du chemin de la croix « Simon de Cyrène aide Jésus à porter sa croix »
Cofradía de la Pasión	6 ^e station du chemin de la croix « Véronique essuie le visage de Jésus »
Cofradía Guadalupeana	8 ^e station du chemin de la croix « Jésus parle aux femmes de Jérusalem »
Cofradía de la Santa Cruz	10 ^e station du chemin de la croix « Jésus est dépouillé de ses vêtements »
Cofradía del Refugio	5 ^e mystère douloureux « Jésus est crucifié et Marie est au pied de la croix »
Cofradía Carmelita	12 ^e station « Jésus meurt sur la croix »
Chirimía i Teponaxtle	12 ^e station « Jésus meurt sur la croix »
Cofradía del <i>Descendimiento</i>	13 ^e station « Jésus est détaché de la croix »
Cofradía Franciscana	14 ^e station « <i>Jésus est mis au tombeau</i> »
Cofradía del Santo Entierro	14 ^e station « Jésus est mis au tombeau »
Cofradía de la Soledad	« Notre-Dame de la Solitude »

coordination d'activités culturelles associées à la conservation et sauvegarde des traditions de San Luis Potosí.

Malgré la large médiatisation touristique générée autour de la Procession du Silence de San Luis Potosí, celle-ci conserve son sens mystique et dévotionnel grâce aux membres des confréries qui mettent sur pied la représentation soit d'un mystère douloureux du Saint Rosaire soit d'une station du Chemin de la Croix.

Les statues utilisées lors de ces représentations sont celles qui parent normalement les autels des églises qui participent à la procession. Certaines de ces statues à taille humaine sont placées sur des plateformes très lourdes qui sont portées, dans certaines occasions, par vingt membres des confréries.

Vu le positionnement national et international qui est maintenant celui de la Procession du Silence en tant qu'événement touristique, le gouvernement de l'État de San Luis Potosí a organisé en 2010 un programme d'activités artistiques et culturelles autour de cette manifestation religieuse.

Le festival artistique et culturel a eu lieu du 28 mars au 11 avril et la procession le 2 avril. Ceci a donc permis que le programme d'activités couvre non seulement l'événement religieux traditionnel, mais également des activités recherchées par les touristes qui venaient à San Luis Potosí à titre de spectateurs et qui, grâce à la diversité des activités offertes, ont prolongé leur séjour dans la ville.

Le programme d'activités comprenait la présentation de films, des visites guidées des centres d'intérêt de la ville, des ateliers d'art populaire, musique dansante, concerts et spectacles musicaux, conférences et expositions, en plus des rites religieux typiques de la Semaine Sainte. Ces activités ont permis l'afflux dans la ville d'un tourisme aux intérêts diversifiés, ce qui l'a rendue plus intéressante pour les visiteurs.

La Procession du Silence qui a lieu à San Luis Potosí offre en l'occurrence le meilleur exemple de résultats que peut atteindre la planification touristique en proposant aux visiteurs des produits de grand attrait et intérêt. Elle permet en outre de démythifier le fait qu'au Mexique les activités organisées par le clergé ne peuvent coexister et s'intégrer aux activités purement touristiques organisées par les autorités civiles dans le cadre d'un grand événement qui vise à rassembler dans le même espace touristes et membre de la communauté locale, dont l'intérêt est de profiter des événements culturels, dévotionnels ou des deux conjointement.

*

* *

En raison du changement de paradigme de la consommation, l'activité touristique actuelle fait face de plus en plus à une grande diversification d'intérêts de la part des touristes, en ce qu'il existe un important volet de touristes qui ne veulent plus seulement passer leur temps libre de façon oisive, mais qui entendent vraiment profiter de leur temps disponible. Ils

exigent alors des produits qui leur permettront valoriser de manière optimale leur temps libre pour le consacrer à des activités qui leur seront profitables.

Le programme de la Semaine Sainte à San Luis Potosí s'inscrit dans le cadre de ce nouveau segment de tourisme, puisqu'il cherche à offrir aux touristes une grande variété d'options alternatives qui leur permette de faire bon usage de leur temps libre.

Cette procession, qui symbolise à l'origine l'expression d'une dévotion, s'est transformée avec le temps et, du fait de ses caractéristiques particulières, est devenue un événement unique, qui suscite chez beaucoup de gens le désir d'y assister et d'y participer.

Aujourd'hui, les participants à la Procession du Silence ne sont pas seulement ceux qui souhaitent vivre une expérience de foi, mais également ceux qui viennent en grand nombre du pays et de l'étranger pour connaître cet événement, qui a dépassé son sens religieux et a atteint une dimension de festive relevant de la culture populaire.

L'Association Civile des Traditions de San Luis Potosí s'est appuyée sur ce constat pour élaborer le programme de la Semaine Sainte à San Luis Potosí, où se conjuguent activités religieuses et activités purement touristiques, en offrant aux visiteurs une large gamme de possibilités d'utilisation de leur temps libre.

Bibliographie

- Álvarez García, R., & Espinoza Garcés, Y. (2008), Turismo y desarrollo local. Proyecto para convertir « Cocodrilo » en pueblo turístico sostenible en un área protegida de la Isla de la Juventud (Cuba). *Cuadernos de Turismo*, n° 22, 9-33.
- Andrés Sarasa, J. L., & Espejo Marín, C. (2006). Iteracción mito religioso/Producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, n° 18, 7-61.
- Cánoves Valiente, G. (2006), Turismo religioso en Monserrat: montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo* 18, 63-76.
- Fernández Poncela, A. M. (2010), El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, n° 2, 375-387.
- Lanquar, R. (2007), La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual. *Resumen del informe general de la OMT sobre Turismo y Religiones: una contribución al diálogo de las religiones, culturas y civilizaciones* (p. 1-9), Córdoba, España, OMT.
- López-Guzmán Guzmán, T. J., et Sánchez Cañizares, S. M. (2008), La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 6, n° 2 especial, 159-171.

- Mariscal Galeano, A. (2007), A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía. El caso de la Romería del Rocío. *II Jornadas de sociología. El fenómeno religioso. Presencia de la religión y la religiosidad en las sociedades avanzadas* (p. 1-16), Sevilla, España, Centro de Estudios Andaluces.
- Millán Escriche, M. (1998), Análisis de la dinámica de un municipio impactado por el turismo rural. El ejemplo de Moratalla. *Cuadernos de Turismo*, nº 1, 99-115.
- Parellada, J.-E. (2009). El turismo religioso. Sus perfiles. *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo* (p. 1-27). Ávila, España: Conferencia Episcopal Española.
- Porcal Gonzalo, M. C. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javerías como caso de estudio. *Cuadernos de Turismo* 18, 103-134.
- Santana Turégano, M. Á. (2007). Turismo, economía y planificación urbana: una relación compleja. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 5, nº 1, 53-67.
- Toselli, C. (Febrero de 2004). *Algunas tendencias del turismo cultural en la Argentina. El patrimonio « olvidado » como recurso turístico*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2008, de Travelturisme: <http://www.travelturisme.com/estudios/historico/estudios29.html>

