

4

Fecha de presentación: marzo, 2019 Fecha de aceptación: mayo, 2019 Fecha de publicación: julio, 2019

Análisis del grado de conocimiento de los estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, acerca de la simbología del arte pictórico religioso de la ciudad de Loja, provincia de Loja-Ecuador

Analysis of the degree of knowledge of the students of Tourism of the National University of Loja, about the symbolism of the religious pictorial art of the city of Loja, province of Loja-Ecuador

Jefferson Sanchez Ruiz¹

juan.j.sanchez@unl.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1946-9795>

Maruxi Loarte Tene²

mloarte@unl.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1033-8115>

Jhohana Larrea Silva³

mloarte@unl.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3472-363X>

Ruben Roman Aguirre⁴

rubenroman@hotmail.es

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6736-2231>

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Sanchez Ruiz, J., Loarte Tene, M., Larrea Silva, J., & Roman Aguirre, R. (2019). Análisis del grado de conocimiento de los estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, acerca de la simbología del arte pictórico religioso de la ciudad de Loja, provincia de Loja-Ecuador. Revista Mapa, 4(15), 59-71. Recuperado de <http://revistamapa.com>

¹ Ingeniero en Administración Turística, Magister Universitario en la Innovación de la Gestión Turística Especialidad, Patrimonio Cultural y Natural, Docente e investigador de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja.

² Ingeniera en Administración Turística, Magister en Planificación Turística, Docente y Ex Coordinadora y Encargada de la Gestión Académica de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

³ Ingeniera Civil, Magister en Gerencia de proyectos para el desarrollo; Docente de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja.

⁴ Ingeniero Comercial, Magister en Evaluación de Proyectos para el Desarrollo; Docente de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja.

RESUMEN

La investigación nace a partir de la necesidad de saber el grado de conocimiento que tienen los estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, acerca de la simbología e iconografía de las obras pictóricas religiosas que se encuentran en las iglesias y museos; mediante la peregrinación de la Virgen del Cisne, un hito importante ya que a partir de esta festividad se logra tener más concurrencia de las personas a las iglesias, donde se encuentra un gran contenedor del objeto de estudio, como es las obras pictóricas que pueden servir como una estrategia para el desarrollo del turismo religioso mediante la interpretación de la simbología e iconografía del arte sacro. Objetivo Medir el conocimiento de los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, acerca de la simbología e iconografía que se encuentra presente en las diferentes iglesias y museos de la ciudad de Loja. Materiales y métodos, mediante el análisis de las preguntas de la encuesta, como de la revisión bibliométrica de artículos científicos de revistas indexadas en Scopus y EBSCO. Resultados, Los estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja no tienen casi ningún conocimiento de la simbología religiosa de las obras pictóricas de las iglesias y museos de Loja Conclusión de acuerdo al cruce de variables se evidencia que el grado de interés y de conocimiento por la simbología religiosa es muy baja.

Palabras claves: arte pictórico, simbología religiosa, iconografía de Loja, turismo religioso

ABSTRACT

The research was born from the need to know the degree of knowledge that the students of Tourism of the National University of Loja have, about the symbolism and iconography of the religious pictorial works that are found in the churches and museums; through the pilgrimage of the Virgen del Cisne, an important milestone since from this festivity it is possible to have more people coming to the churches, where there is a large container of the object of study, such as the pictorial works that can be used as a strategy for the development of religious tourism through the interpretation of the symbolism and iconography of sacred art. Objective To measure the knowledge of the students of the Tourism career of the National University of Loja, about the symbols and iconography that is present in the different churches and museums of the city of Loja. Materials and methods, through the analysis of the survey questions, such as the bibliometric review of scientific articles of journals indexed in Scopus and EBSCO. Results, Tourism students of the National University of Loja have almost no knowledge of the religious symbolism of the pictorial works of the churches and museums of Loja Conclusion according to the crossing of variables it is evident that the degree of interest and knowledge by religious simbología is very low.

Key words: pictorial art, religious symbols, iconography of Loja, religious tourism

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se han acrecentado los debates sobre la presencia de la religión en la escuela. Se ha discutido sobre la legitimidad de la exposición de símbolos religiosos, la pertinencia de la enseñanza confesional o la importancia del estudio de la cultura religiosa. (Gamper, 2010). Donde la iconografía juega un papel importante como ciencia ya que es la descripción de imágenes y tiene una ambición más alta de clasificarlas e interpretarlas. (Réau, 2007) Es necesario abordar la iconografía religiosa, y conocer básicamente lo que es un ícono, palabra que proviene del griego eikon, que se traduce como "imagen". Este es una figura, cuadro o representación; es un signo que de cierta forma sustituye al objeto por analogía con este, como se afirma desde la semiótica; un ejemplo de esto pueden ser los diferentes iconos que se utilizan en computación, que representan archivos o programas que se encuentran en la computadora (Chev Alier, 1986)

También es importante resaltar que el término icono es muy usado en la cultura popular con el sentido general de símbolo. En el caso de la iconografía religiosa, y en general, en las tradiciones de la pintura cristiana, un ícono es generalmente una imagen bidimensional, en la cual aparece pintado un ser santo o un objeto consagrado como Jesucristo, María, los Santos, los Ángeles, la Cruz cristiana, etc. (Melo Maturana, 2007). Por todo esto se puede decir que la iconografía religiosa se destaca por su utilidad y se diferencia así de las demás, ya que no solo busca representar algo sino que contiene significados para los fieles que la contemplan, otorgándole de alguna forma una parte de eso sagrado que quiere poseer.

En diferentes culturas y religiones se han desarrollado un sinnúmero de símbolos, mediante elementos identitarios que son representativos para un grupo social y se han transmitido de generación en generación a través del tiempo. Así como el cristianismo surge de los numerosos cultos antiguos y de las religiones precedentes, así también los comienzos de su arte se nutren de formas de la antigüedad tardía y del acervo común de los tipos de la región mediterránea. Los primeros siglos de creación artística cristiana están precedidos por el signo de la asimilación y transformación de los modelos antiguos en nuevas formas, que más tarde proporcionarían los puntos de partida artísticos esenciales a los países cristianizados de Europa (Hatje, 1995).

Según la concepción actual, Roma, Asia Menor, Siria, Palestina y Egipto participaron en el proceso de gestación del arte cristiano, cuyos comienzos se remontan hacia el año 200, cuando la doctrina cristiana se difunde con rapidez por el Imperio Romano, amenazado por la desintegración interna y los peligros exteriores. (Hatje, 1995). Lo que conlleva a la expansión a otros territorios como

América Latina y así a territorios pequeños como lo es en la ciudad de Loja, provincia de Loja del Ecuador, en la misma dándose una gran producción artística religiosa con un gran simbolismo de diferentes corrientes artísticas que se desarrollaron en Europa pero adaptándola a la nueva cultura indígena la cual iba ser evangelizada.

Este direccionamiento mental, en cuanto a las iglesias que se fundaron en América Latina, posibilita mirar en retrospectiva y determinar cómo las experiencias de lo religioso en los asentamientos humanos de las distintas zonas de los países y territorios se incuban un gran simbolismo artístico pictórico religioso; los creyentes se valieron de las expresiones simbólicas que evidencian el vínculo entre lo humano y lo divino, así como de diversos acontecimientos de la historia de la salvación, para plasmar pinturas, relieves, mosaicos y esculturas y, de este modo, dejar constancia de sus experiencias y creencias. (Bonilla Soto & Santamarí, 2016). El símbolo manifiesta una cualidad o atributo del Ser-Principio-Unidad; si se quiere, manifiesta una ley ontológica, entonces, una verdad: hay cosas que por su propia naturaleza no pueden, ni deben, ser explicadas sino de forma simbólica (Gràcia Bonamusa, 1994).

En cualquier caso, podemos considerar que la presencia y la utilización de símbolos ha sido un componente de los viajes o desplazamientos masivos por motivos religiosos a lo largo de la historia y ya en las peregrinaciones de la Antigüedad y de la Edad Media: así, la figura tradicional del peregrino a Santiago, dotado de una indumentaria y de insignias o emblemas específicos como el bastón (*baculus* en latín), la calabaza a modo de cantimplora, el zurrón en bandolera, la capa o pelerina de cuero, el sombrero de ala ancha, la concha jacobea. (Gil de Arriba, 2006). Ha motivado a desarrollarse una gran actividad turística. Por ello es importante que los estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja tengan conocimiento sobre la simbología religiosa de las obras artísticas del arte sacro que se generó en todo el Continente Americano, para dar a conocer el amplio contenedor del simbolismo que se esconde en las obras pictóricas religiosas y de esta manera generar espacios culturales y mostrar el intercambio cultural que se desarrolló en América Latina como en el resto de los territorios que intervino la conquista española.

Los españoles promovieron una estrategia de conquista espiritual, mediante la propagación de imágenes y santuarios, como fue la de la Virgen de Guadalupe, traída de Extremadura, pero vinculada al mito de su aparición milagrosa al indio Juan Diego. Con esta estrategia se convirtió en el más importante instrumento de evangelización indígena en el periodo colonial, para sustituir la idolatría por la veneración a imágenes católicas (Gruzinski, 1990). La Virgen de Guadalupe hasta la actualidad es un símbolo que condensa la identificación de los más pobres, de los indígenas, y a lo largo de la historia ha sido retomado tanto para promover una mariología compasiva hacia los pobres, como para suscitar

movimientos populares que buscan liberar al pueblo de las condiciones de pobreza e injusticia (Ameigeiras, 2014)

Así mismo en esta época de evangelización en Ecuador en la ciudad de Loja, Parroquia el Cisne se desarrolló una gran creencia en diferentes imágenes religiosas como referencia la aparición de la Virgen del Cisne a los indígenas, que desde la antigüedad y en la actualidad se viene desarrollando una peregrinación por parte de los creyentes de diferentes países desde Perú, Francia, España y otros países extranjeros (Arteaga, 2017), esto es común que celebremos con cierta frecuencia festividades tradiciones que han sobrevivido al paso del tiempo, con la alegría y el entusiasmo de compartir unos días entrañables junto a la familia, los amigos o los vecinos. Algo totalmente lógico, comprensible y hasta saludable, pues son este tipo de conmemoraciones las que contribuyen a reforzar nuestras raíces y nuestra identidad como miembros de un mismo clan (García Lajara, 2016). Actividades que promueven el turismo religioso.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación que determina el análisis de la simbología e iconografía de las obras pictóricas religiosas del arte sacro de las iglesias y museos de la ciudad de Loja se tomó como referencia dos obras pictóricas que tienen elementos iconográficos fáciles de identificar como es las imágenes del cuadro de las almas del purgatorio y la imagen de San Luis Beltrán. Así mismo se hizo una búsqueda bibliométrica de artículos relacionados con la simbología religiosa cristiana mediante el análisis de las preguntas de la encuesta, como de la revisión bibliométrica de artículos científicos de revistas indexadas en Scopus y EBSCO.

RESULTADOS

Tamaño de la muestra

Datos:

N = tamaño de la población (275 Personas)

e = margen de error (0.5)

Z= Nivel de confianza 95%

La investigación se desarrolló para conocer el grado de conocimiento de los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, acerca de la simbología e iconografía de obras pictóricas de arte sacro de las iglesias y museos de la ciudad de Loja. Para el desarrollo del estudio se debió realizar 161 encuestas de acuerdo a la muestra finita con un nivel de confianza del 95%. Las preguntas en su mayoría se enfocaron en la peregrinación de la Virgen del Cisne ya que es importante recalcar que es una de las más grandes romerías religiosas que se realizan en la ciudad de Loja, tanto a nivel local, regional,

nacional e inclusive a nivel internacional, la misma que tiene un gran impacto por el sentido de la religiosidad de las personas que visitan la Parroquia del Cisne donde se encuentra un sinnúmero de obras artísticas que se remontan al siglo XVIII.

Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

Desde que ciudad Usted viaja para visitar a la Virgen del Cisne

Como se puede apreciar en la figura la procedencia de los encuestados en su mayoría son de la ciudad de Loja con un porcentaje del 69,3%, con un 8% de Zamora, seguido de cantones aledaños como Vilcabamba, Catamayo, y cantones de la provincia del Oro como Piñas y Portovelo.

Cuando Usted visita o realiza la peregrinación de la Virgen del Cisne con quien lo realiza

La mayoría de los encuestados lo realizan con su familia que representa el 77,4%, seguido del 9,5% lo realiza con amigos, y el 13% restante lo hacen ya sea solos, con su pareja u otros.

Usted visita a la virgen del Cisne por qué medios de transporte se movilizan hasta llegar al lugar.

El transporte que es más utilizado por los encuestados es en un 48,9% por bus, en un 39,8% lo realizan a través de automóvil, un 8% a través de la caminata y otros medios como 4x4 y avión que generalmente vienen de otros lugares en un 9,1%.

Cuántos años lleva usted visitando a la Virgen del Cisne en su peregrinación

La mayoría de los encuestados llevan haciendo un 80% más de 10 años y el 20% lo vienen realizando ya sea por primera vez o entre dos o tres años consecutivos.

Cuáles son las motivaciones que le impulsan hacer la peregrinación de la Virgen del Cisne

Las motivaciones que se evidencia en un 26% no son de carácter religioso son otras motivaciones que les motiva a realizar la peregrinación, el 23,8% lo realiza por una experiencia espiritual, seguido de un 19% reencontrarse consigo mismo, un 17,9% regeneración espiritual 8,3% por recibir milagros.

Figura: 1 Cuales son las motivaciones de hacer la peregrinación a la Virgen del Cisne



Elaboración: Grupo investigador

De las iglesias que es lo que más le llama la atención

De los 161 encuestados el 72,7% lo que le llama más la atención de las iglesias es la arquitectura, seguido del 12, 5% por la escultura, el 9,1% las obras artísticas religiosas y el 7,5% otros aspectos.

Después de haber realizado el peregrinaje o viaje que otros lugares visita

Los lugares que son más concurridos después de realizar la peregrinación de la Virgen del Cisne son los restaurantes con un porcentaje 34,1%, seguido de un 33% visita plazas y parques, seguido de un 12,5% a iglesias y finalmente en un 20,5% a otras actividades.

Figura: 2 Que otros lugares visitas después de la peregrinación de la Virgen del Cisne



Elaboración: Grupo investigador

Antes de viajar o después de visitar la virgen del cisne usted ha tenido la curiosidad de leer alguna información sobre la simbología religiosa

De acuerdo al análisis de las encuestas realizadas se evidencia un 54,8% tienen la curiosidad de investigar sobre la simbología religiosa y un 45,2% no tiene curiosidad por conocer lo que lleva a la reflexión que se guían por la fe que ha sido inculcada por sus padres o alguna experiencia espiritual.

Conoce el Significado de los elementos que contiene el cuadro de las almas del purgatorio, describa o (si no conoce conteste la siguiente pregunta)

Figura: 3 Cuadro de las almas del purgatorio



Fuente: INPC

Elaboración: Grupo investigador

Se evidencia que el 89,8% de los encuestados no conoce la simbología del arte pictórico religioso que se representa en el cuadro de las almas del purgatorio y el 10,2% si conoce a breves rasgos que representa a 16 personas de las 161 personas encuestadas.

Conoce el Significado de los elementos que contiene San Luis Beltrán en la siguiente pintura (si no conoce conteste la siguiente pregunta)

Figura: 4 Simbología de la obra pictórica de San Luis Beltrán



Fuente: INPC

Los encuestados tienen un total desconocimiento sobre la simbología religiosa de esta obra pictórica con un total de 97,7% que representa 158 personas de las 161, de las cuales tres personas que representa el 1,1% tienen breves conocimientos de la iconografía religiosa.

Indique su ocupación o profesión

En el 100% de los encuestados corresponde a estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Nacional de Loja.

Indique a que genero pertenece

De acuerdo a los encuestados vemos que la mayoría que estudia turismo está representada por el género femenino en un 65,1% y el género masculino en un 34,9%.

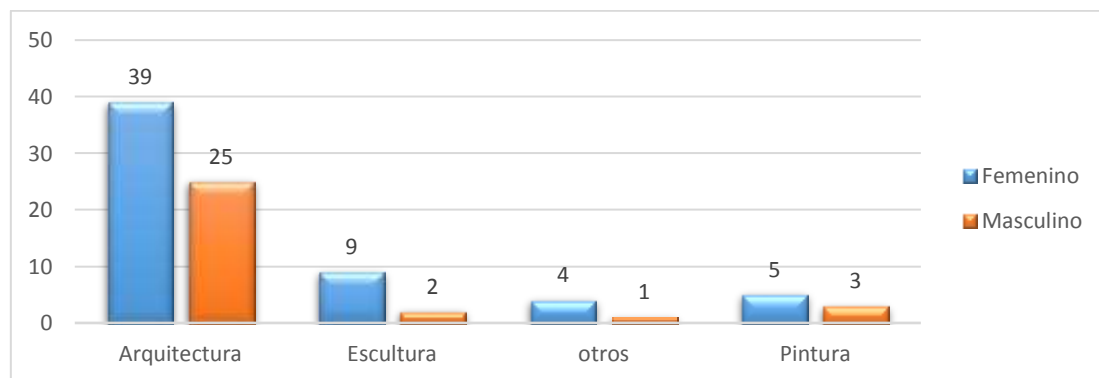
Edad

Las edades que corresponde a los encuestados es de entre rangos de 18-25 años de edad un 82,6%, rangos de edad de 26-35 en un 12,8% y entre rango de edad de 46-56 un 2,3%.

Cruce de variables

Mediante el cruce de variables se determina que el 39% que representa a las mujeres se interesan por la arquitectura de las iglesias y el 25% corresponde al género masculino, en relación a la escultura se evidencia que el 9% el género femenino y un 2% el género masculino, y en relación a la pintura un 5% el género femenino y un 3% el género masculino.

Figura: 5 Nivel de interés por las variables según el género

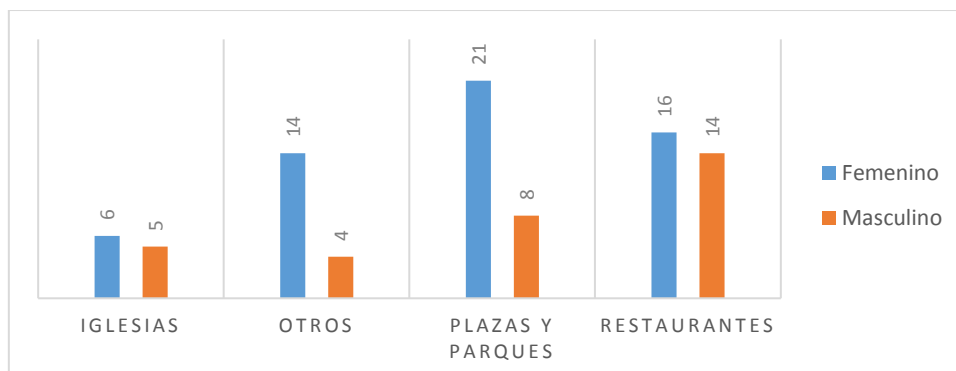


Elaboración: Grupo investigador

Se evidencia que después de realizar la peregrinación de la virgen del cisne sus lugares de interés son visitar plazas y parques en un 21% las mujeres prefieren ir a los parques e iglesias a diferencia del 8% del género masculino, el 16% del género femenino visitan los restaurantes y en un 14% el género masculino y por

último los encuestados visitan las iglesias en un 6% el género femenino y un 5% el género masculino y el resto del porcentajes prefieren otras actividades.

Figura: 6 Lugares de interés después de la visita



DISCUSION

La visión simbólica del mundo, que fue la de los antiguos, los cuales unánimemente se expresaron nada más mediante símbolos y mitos, es la visión ingenua y directa, que supera las mediaciones culturales, por más que tiempo y cultura influyan y condicionen la forma sensible del símbolo. Lo simbolizado no es de ningún modo el símbolo sino aquello inexpresable que no podría decirse de otro modo de no ser por aquella forma que en lo sensible lo manifiesta.

El Cielo no es la Tierra, ni la diestra es la siniestra, ni la montaña es la ciénaga, por más que distintos pueblos y culturas y épocas hayan variado y mezclado los nombres de estas ideas-fuerza. Lo simbolizado está siempre más allá y por encima del vehículo sensible o formal que lo simboliza, de otro modo, Cielo y Tierra, montaña y ciénaga, diestra y siniestra no serían sino agregados de moléculas o de palabras, que no significarían más que una indefinida cantidad de relaciones en la combinatoria horizontal de la lengua. (Chev Alier, 1986). La importancia que tiene la simbología en el aprendizaje en la escuela, colegio o universidad para acrecentar el análisis de lo que está oculto en muchas obras pictóricas religiosas que se desarrollaron en la conquista española.

Los símbolos reciben hoy en día un renovado favor. La imaginación ya no se vilipendia como la loca de la casa. Esta hermana gemela de la razón se ve rehabilitada como inspiradora de los descubrimientos y el progreso. Semejante favor se debe en gran parte a las anticipaciones de la ficción que la ciencia va verificando poco a poco, a los efectos del actual reinado de la imagen que los sociólogos intentan mensurar, a las interpretaciones modernas de mitos antiguos y al nacimiento de mitos modernos, a las lúcidas exploraciones del psicoanálisis. Los símbolos están en el centro, son el corazón de esta vida imaginativa. Revelan los secretos de lo inconsciente, conducen a los resortes más ocultos de

la acción, abren la mente a lo desconocido y a lo infinito. (Chev Alier, 1986) Mediante los símbolos un gran medio que posibilita despertar la imaginación de los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja y más que nada dar a conocer a las personas que visitan el inmenso contenedor artísticos que se desarrolla en la ciudad de Loja una de las ciudades con un gran contenedor de arte sacro que se remonta desde el siglo XVIII, con un gran simbolismo que capto la psique humana de aquella época en las creencias en las cuales se ha venido desarrollando por siglos y en la actualidad desarrollándose una actividad generadora de economía para las comunidades de los sectores que se incubaron iglesias, monasterios, museos y basílicas que hoy en día se ha desarrollado un importante turismo religioso a partir de esta peregrinación.

El turismo religioso, como fenómeno social y económico, ha cobrado interés entre académicos y empresarios por las dinámicas que ha generado en las comunidades receptoras de visitantes. Para los primeros, el interés radica en el estudio de las motivaciones, intereses y necesidades espirituales o culturales que parecen haber despertado los centros religiosos; para los segundos, el impacto económico y las oportunidades de rentas adicionales que generan los visitantes, creando nuevas oportunidades de negocios y fuentes de ingresos y empleo para las comunidades aledañas. (Tobón Perilla & Tobón Perilla, 2013). Lo que concierne a la ciudad de Loja al turismo religioso es muy significativo ya que a nivel de fenómeno social ha cobrado una gran importancia a raíz de la peregrinación de la Virgen del Cisne, ya que vienen de otros países y ciudades a visitar, convirtiéndose muchas de las veces en un turismo religioso a gran escala, pero lo que determina que a nivel de academia y empresarios no le han dado la importancia necesaria ni mucho menos se ha realizado una investigación a profundidad acerca de la simbología religiosa.

Según (Tobón Perilla & Tobón Perilla, 2013), menciona a (Drule, Chis , Bacilam ., & Cioner, 2012), que se realizó un estudio a 1.600 ortodoxos en Rumania, quienes visitaron un monasterio en un lapso de dos años y se encontró que las principales motivaciones de su visita se relacionaban con necesidades de actualización, es decir su deseo de ser mejores personas, también con un deseo de conocimiento, motivación cultural y necesidad de interacción social con otras culturas. Por ello, los autores enfatizan en que existe un amplio segmento de visitantes a lugares sagrados, quienes no tienen motivaciones religiosas, sino de otra naturaleza, relacionadas con necesidades de orden superior o realización (Maslow). Las motivaciones que se evidencia en el estudio es en un 26% no son de carácter religioso son otras motivaciones que les produce realizar la peregrinación, seguido por el 23,8% lo realiza por una experiencia espiritual, un 19% reencontrarse consigo mismo, un 17,9% por regeneración espiritual y un 8,3% por recibir milagros.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de las encuestas realizadas se evidencia un 54,8% tienen la curiosidad de investigar sobre la simbología religiosa y un 45,2% no tiene curiosidad por conocer lo que lleva a la reflexión que se guían por la fe que ha sido inculcada por sus padres o alguna experiencia espiritual. Los símbolos que están en las dos obras pictóricas que se tomaron como referencia los encuestados tienen un total desconocimiento.

Las motivaciones que se evidencia en un 26% no son de carácter religioso si no son otras motivaciones que les motiva a realizar la peregrinación, el 23,8% lo realiza por una experiencia espiritual, seguido de un 19% reencontrarse consigo mismo, un 17,9% regeneración espiritual 8,3% por recibir milagros.

Después de realizar la visita a la Virgen del Cisne el 39% de las personas encuestadas que representa a las mujeres se interesan por la arquitectura de las iglesias y el 25% corresponde al género masculino, en relación a la escultura se evidencia que el 9% el género femenino y un 2% el género masculino, y en relación a la pintura un 5% el género femenino y un 3% el género masculino, lo que nos lleva a determinar que las estructuras físicas tienen un alto impacto en la forma de ver las cosas mas no en el desarrollo del pensamiento. Así mismo después de realizar la peregrinación de la virgen del cisne sus lugares de interés son visitar plazas y parques en un 21% las mujeres prefieren ir a los parques e iglesias a diferencia del 8% del género masculino, el 16% del género femenino visitan los restaurantes y en un 14% el género masculino y por último los encuestados visitan las iglesias en un 6% el género femenino y un 5% el género masculino y el resto del porcentajes prefieren otras actividades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ameigeiras, A. (2014). Símbolos, rituales religiosos e identidades nacionales. CLACSO, 246. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20140224025913/SimbolosRitualesReligiosos.pdf>
- Arteaga, W. (9 de 05 de 2017). *La Virgen de el Cisne*. Obtenido de <http://santuariodelcisne.org/la-virgen-de-el-cisne-mas-de-400-anos-de-historia/>
- Bonilla Soto, L., & Santamarí, L. (16 de 8 de 2016). Levantamiento del inventario de arte sacro, objetos destinados al culto y otras expresiones artísticas de

la Arquidiócesis de San José, 2007 - 2014. *Revista Espiga*, 16. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5703499>

Chev Alier, I. (1986). DICCIONARIO DE LOS SÍMBOLOS. *HERDER*, 554.

Gamper, D. (05 de 03 de 2010). La reLigión en La escueLa: cuLtura, enseñanza y símboLos reLigiosos. *DOXA*, 18. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/la-religion-en-la-escuela--cultura-ensenanza-y-simbolos-religiosos\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/la-religion-en-la-escuela--cultura-ensenanza-y-simbolos-religiosos(1).pdf)

Garcia Lajara, R. (2016). La Festividad de San Anton. Una celebracion con fuertes raices paganas. *Colección Historia de Corral de Almaguer*, 5. Obtenido de https://www.academia.edu/39520564/LA_FESTIVIDAD_DE_SAN_ANT%C3%93N._UNA_CELEBRACI%C3%93N_CON_FUERTES_RA%C3%8DCES_PAGANAS?email_work_card=thumbnail

Gil de Arriba, C. (2006). "Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del Monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria),". *BIBLIOTECA VIRTUAL LEBANIEGA*, 26. Obtenido de <http://www.valledeliebana.info/bvl/items/show/93#?c=0&m=0&s=0&cv=0>

Gràcia Bonamusa, J. (1994). Simbologia Arquitectonica. *Revista SYMBOLOS*, 263. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/ARTICULO%20DE%20PATRIMONIO/Tesis%20Simbolica-Arquitectonica.pdf>

Hatje, U. (1995). *Historia de los estilos artisticos I ; desde la antigüedad hasta el gotico*. España: Istmo.

Melo Maturana, N. (3 de 10 de 2007). La iconografía religioso como un elemento de moda o diseño elemento de moda o diseño. *Palermo*, 127. Obtenido de https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/13%20Maturana.pdf

Réau, L. (2007). *Iconografía de la Biblia-Antiguo Testamento*. Barcelona: Serval.

Tobón Perilla, S., & Tobón Perilla, N. (Noviembre de 2013). Turismo religioso:. *Turismo Sociedad*, 13. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/3724-Texto%20del%20art%C3%ADculo-13972-1-10-20140508.pdf>