

Impacto socioeconómico dos itinerarios culturais: o Camiño de Santiago e outras rutas de peregrinación

Rubén Camilo Lois González^a / John Eade^b / Adolfo Carballo-Penela^c (Eds.)*

^a Universidade de Santiago de Compostela, Departamento de Xeografía, Área Análise Xeográfica Rexional, Praza da Universidade 1, 15703 Santiago de Compostela, España

^b University of Roehampton, Department of Social Sciences, London SW15 5SL, UK

^c Universidade de Santiago de Compostela, Departamento de Organización de Empresas e Comercialización, Campus Norte, 15782 Santiago de Compostela, España

O pensamento económico, social e territorial evolucionou moito ata converter as peregrinacións e as viaxes culturais seguindo un itinerario nun novo elemento de análise e reflexión. Por unha banda, un concepto clásico, vinculado a unha práctica relixiosa concreta, con aparencias tradicionais, transfórmase nun motivo de atracción e de mobilización de decenas de miles de persoas en todo o mundo (Coleman e Eade, 2004; Lois González, 2013). Un conxunto de homes e mulleres que, independentemente das súas crenzas, posicións políticas ou ideolóxicas, deciden desprazarse para reencontrarse coa natureza, coa paisaxe e para gozar dunha serie de experiencias vitais diferentes. Todo isto a través da mobilidade lenta e pautada, e da dispoñibilidade de tempo (Greenia, 2014). Esta mobilidade particular anima industrias, como as vinculadas á práctica deportiva e ao trekking, o consumo de vestimentas e calzado específico, impulsa a demanda de alimentos enerxéticos e implica unha preparación física. De feito, expresa unha nova forma de comportamento colectivo, arraigado nas sociedades contemporáneas, que busca romper coa vida cotiá apresurada do mundo urbano, coas xornadas preestablecidas, para descansar e reencontrarse con experiencias sensitivas e con tempo persoal de reflexión (Lois González, Castro e Lopez, 2016; Urry, 2000). A noción sociolóxica da mirada do turista alcanza aquí toda a súa dimensión. Pero ademais, e en terceiro lugar, os itinerarios culturais favorecen procesos de desenvolvemento local en poboacións situadas ao longo dunha liña, dun eixe, que se debe de percorrer lentamente (Pileri e Moscarelli, 2020; Urry e Larsen, 2011). Sen dúbida, serven para rescatar moitos territorios rurais periféricos e declinantes, para animar a súa diversificación económica, e para a xeración de emprego e riqueza.

Os conceptos 'peregrinación' e 'peregrino' renováronse por completo na época contemporánea. Tócase como pretexto un antigo camiño ou ruta cara a unha cidade ou a un santuario, unha rede de localidades relacionadas por unha tradición, unha historia ou un produto cultural importante, e obtense un primeiro pretexto para camiñar, desprazarse en bicicleta ou percorrer tranquilamente un territorio non moi masificado (Lois González, Castro e Lopez, 2016; Morinis, 1992). Como se estudou, os itinerarios culturais e os camiños de peregrinación reinterpretados constitúen unha oportunidade para que un conxunto de espazos perdedores da urbanización e dos procesos de concentración económica se convertan en atractivos; e os atractivos dos lugares tradúcense inmediatamente en rendibilidade (Fernández, Fernández Méndez e Riveiro, 2021). Pola súa banda, o peregrino contemporáneo é urbano, asalariado e relativamente educado. Busca coa camiñada desconectar dos seus ritmos habituais de vida, reconectar co mundo das experiencias, co descanso e o pracer sosegado. Non é xa un pecador necesitado de perdón,

* rubencamilo.lois@usc.es; j.eade@roehampton.ac.uk; adolfo.carballo@usc.es

senón unha persoa hedonista que trata de romper co estrés e a velocidade do mundo actual (Collins-Kreiner, 2010; Eade e Sallnow, 1991). Como no pasado, a ruta de peregrinación é unha metáfora da vida, e a realización do itinerario ou o Camiño implica liminaridade, rito de paso dun período da existencia a outro. Así mesmo, supón *communitas*, coñecer a outros e sentirse membro dun grupo de persoas con inquietudes similares que decidiron romper coa monotonía cotiá (Turner, 1974; Turner e Turner, 1978).

Neste renacemento contemporáneo das rutas de peregrinación ou na creación da marca *Itinerario Cultural*, o Camiño de Santiago foi o primeiro exemplo incuestionable do novo significado que este produto cultural adquiriu en Occidente e, máis concretamente, en Europa. A súa recuperación, cando menos o seu rescate do esquecemento, produciuse por unha serie de decisións relixiosas (a reivindicación da igrexa de masas) e políticas (o seu uso primeiro polo franquismo e logo pola España democrática necesitada de avais de europeidade), que o volveron a resituar (Lois González, 2013; Lopez, Lois González e Castro, 2017). Con todo, o elemento determinante foi a decisión dunha Comunidade Autónoma como a galega, necesitada de afirmación e interesada pola súa promoción turística nunha contorna altamente competitiva. A Xunta de Galicia acabou por delimitar definitivamente o Camiño, levantou unha rede completa de albergues públicos e lanzou unha campaña promocional do novo destino *Xacobeo* bastante orixinal e sen precedentes (Pichel-Pichel, 2004; Xunta de Galicia, 1996). Creou o moderno itinerario cultural, que foi recibindo importantes recoñecementos simbólicos por la Organización das Nacións Unidas para a Educación, a Ciencia e a Cultura (UNESCO) e o Consello de Europa, á vez que se pechaba un inédito marco de colaboración institucional co Goberno central e mais co Concello de Santiago de Compostela que, entre outros froitos, permitiría a creación e o funcionamento consensuado do Consorcio de Santiago (orientado á rehabilitación e embelecemento da cidade de destino) (Lois González e Santos, 2015; Turismo de Santiago de Compostela, 2004). En paralelo á actuación desde Galicia, outras comunidades autónomas necesitadas de mellorar o seu atractivo turístico e de singularizarse cara ao exterior tamén emprenderon campañas de captación de peregrinos, de recuperación patrimonial e de mellora das contornas da vía, desde Navarra ou Aragón até Castela e León e Asturias, pasando pola Rioxa, País Vasco e Cantabria.

O exemplo do Camiño serviu para afirmar eixes de desenvolvemento local e turístico en función dunha liña. Este modelo non só se materializou na ruta xacobeá, senón que na prefectura montañosa de Wakayama en Xapón sucede o mesmo co Kumano Kodo, en México co Camino Real de la Tierra Adentro, en Suecia e Noruega coa ruta cara ao santuario de Níðaros en Trondheim, e por suposto en Italia coa Vía Francíxena. A actividade destas rutas anima a vida económica de múltiples localidades, moitas veces en declive e envellecidas, crea posibilidades de negocios e conforma unha senda bastante orixinal cara ao desenvolvemento e á xeración de riqueza (Collins-Kreiner, 2010; Pileri e Moscarelli, 2020). O Camiño de Santiago resucitou aldeas e vilas moribundas en León, Palencia ou Lugo, e serve de modelo para que este proceso se repita na Toscana ou na Lombardía, en Querétaro ou nas proximidades de Koyasán. Ademais, non se trata tan só de activar a economía, senón que en paralelo se reanima a vida social e se intervén na conservación e mellora do patrimonio.

Como reflexión final, os itinerarios culturais, e en especial o Camiño de Santiago, asócianse a conceptos que hoxe en día se revitalizaron e que facilitan tanto o bo manexo dunha economía máis respectuosa co medio como un sentimento colectivo de calidade de vida e benestar. Por unha banda, percorrer as rutas é saudable, implica facer exercicio e, tal e como se está a percibir, isto tradúcese nuns riscos moi limitados de enfermidade ou de contaxios. Por outra, trátase de eixes sustentables por definición. As rutas mantivéronse por xeracións, por séculos, sen variacións demasiado intensas. Tamén adoitan asociarse a paisaxes bastante coherentes coas condicións bioclimáticas, espazos ben ordenados e pulcros. Por último, os itinerarios manteñen os equilibrios ecolóxicos ancestrais, en tanto que a súa degradación suporía unha importante perda de atractivo para a ruta e, en certa medida, a conduciría a unha crise (Creswell e Merriman, 2011; Maddrell e della Dora, 2013).

No presente número especial inclúense un total de doce artigos de procedencia e autoría diversa, pois xunto cunha maioría de textos referidos a España, destacan as achegas realizadas desde Italia e nun caso desde Alemaña. Aínda que se constata unha variedade de orixes académicas dos investigadores e

investigadoras, tanto os economistas como os xeógrafos, sociólogos, antropólogos, politólogos e urbanistas que colaboraron coinciden en analizar o impacto socioeconómico dos itinerarios culturais e das rutas de peregrinación.

A importancia do Camiño de Santiago fixo que a maioría dos artigos incluídos neste número analicen diferentes cuestións relacionadas con esta ruta.

Cinco artigos consideran todo o Camiño de Santiago ou os peregrinos que chegan a Galicia como unidade xeral de análise. Rossella Moscarelli analiza a cantidade de fondos públicos utilizados para relanzar o Camiño ao longo dos anos, e tamén analiza o impacto do lado turístico da ruta no desenvolvemento económico do territorio. Iria Caamaño Franco e María Andrade-Suárez estudan a construción da imaxe do Camiño de Santiago e do Xacobeo a partir do exame da súa cobertura mediática na prensa española. Os resultados deste estudo subliñan que os medios de comunicación destacan a dimensión cultural, turística e postsecular da ruta.

Tras sinalar que a COVID-19 alterou as relacións globais, os equilibrios territoriais e a mobilidade, Lucrezia Lopez e Rubén C. Lois González examinan os impactos da COVID-19 no Camiño de Santiago, realizando interesantes reflexións sobre o futuro da ruta na era post-COVID 19.

Centrándose principalmente nas chegadas de peregrinos á rexión galega, o artigo de Manuel González-Gómez e Xerardo Pereiro examina o fluxo de peregrinos a Santiago de Compostela que parte de Portugal e mais o fluxo de turistas internacionais cara a Galicia. Destacan que o número de peregrinos internacionais que chegan a Santiago aumentou nos últimos anos, destacando a importancia dos peregrinos do Camiño Portugués. Pere Mercadé-Melé e Jesús Barreal Pernas utilizan a análise de modelos de clases latentes para segmentar os turistas internacionais con motivacións relixiosas que chegan a Galicia. Esta análise distingue seis grupos de turistas con diferenzas significativas na duración da estada e no gasto diario, o que axuda ás empresas turísticas a crear diferentes nichos de mercado en función do perfil do turista.

Dous artigos adicionais céntranse en dúas das diferentes rutas que compoñen o Camiño de Santiago: o Camiño de Nós e o Camiño Primitivo de Santiago en Asturias. Noelia Araújo Vila, José Antonio Fraiz Brea e Diego Rodríguez-Toubes Muñiz examinan as motivacións que levan ao turista a emprender o Camiño Nós e o peso do consumo turístico nesta experiencia. Descubriron que o lecer é a principal motivación para percorrer o Camiño. O traballo de Marta Magadán Díaz e Jesús I. Rivas García avalía as percepcións dos impactos económicos e sociais do Camiño Primitivo de Santiago nalgunhas poboacións da rexión de Asturias, subliñando que a ruta potencia o coñecemento do patrimonio, a riqueza e a tradición das localidades, promovendo tamén que se desenvolvan máis eventos culturais nos lugares polos que atravesa a ruta.

Aínda que a análise do Camiño de Santiago desempeña un papel relevante neste número, os investigadores tamén lles prestaron atención a outros itinerarios culturais diferentes en España e Italia. Francisco José Morales Yago centra a súa investigación no Camiño de Caravaca de la Cruz e Levante. Esta ruta sitúase na rexión de Murcia e é considerada a primeira ruta cultural espiritual de España. Esta investigación destaca o potencial de Caravaca de la Cruz como destino turístico, sinalando algunhas accións para consolidar a cidade como un destino sólido. Nun estudo similar, Ana Moreno-Lobato, José Manuel Hernández-Mogollón e Elide Di-Clemente examinan o potencial da rede de rutas culturais do emperador Carlos V como destino turístico, subliñando que unha maior participación do sector privado na promoción das rutas sería positivo por producir un maior impacto económico.

Destacando a relevancia dos itinerarios culturais en Italia, Anna Trono e Valentina Castronuovo sinalan o papel da Vía Francígena do Sur na conservación e mellora do patrimonio cultural e paisaxístico nas rexións estudadas, Puglia e Campania. Tamén destacan o papel do itinerario na promoción de actividades económicas e produtos locais, ao tempo que sinalan algúns retos para consolidar a ruta. O traballo de Gavino Mariotti, Maria Veronica Camerada, Salvatore Lampreu e Silvia Carus describe o potencial turístico das formas relixiosas, centrándose no Camiño de Santu Jacu, que atravesa a rexión italiana de Sardeña. Esta investigación subliña o papel da ruta como instrumento para promover un turismo sustentable, responsable e respectuoso coas tradicións locais.

Finalmente, o estudo de Mariano Barbato examinou as relacións e as tendencias de poder dentro do triángulo dos xestores dos lugares visitados, comerciantes e peregrinos en dous destinos de peregrinación: Roma, durante o Xubileo do Papa Francisco, e Altötting, despois da renuncia do Papa Benedicto XVI.

Bibliografía

- Coleman, S., e Eade, J. (Eds.). (2004). *Reframing pilgrimage. Cultures in motion*. London, UK: Routledge.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Anal. of Tourism Research*, 37(2), 440-456. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>
- Creswell, T., e Merriman, P. (2011). *Geographies of mobilities: Practices, spaces, subjects*. Farham, UK: Ashgate.
- Eade, J., e Sallnow, M. J. (Eds.). (1991). *Contesting the sacred. The anthropology of Christian pilgrimage*. London, UK: Routledge.
- Fernández, M., Fernández Méndez, D., e Riveiro, D. (2021). El impacto del Camino de Santiago a escala local: la percepción de los residentes de dos municipios gallegos. *Cuadernos de Turismo*, 47, 37-63. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.474001>
- Greenia, G. (2014). What is pilgrimage? In L. D. Harman (Ed.), *A sociology of pilgrimage. Embodiment, identity, transformation* (pp. 8-28). London, Ontario: Ursus.
- Lois González, R. C. (2013). The *Camino de Santiago* and its contemporary renewal: Pilgrims, tourists and territorial identities. *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal*, 14, 8-22. DOI: <https://doi.org/10.1080/14755610.2012.756406>
- Lois González, R. C., Castro Fernández, B. M., e Lopez, L. (2016). From sacred place to monumental space: Mobility along the Way to St. James. *Mobilities*, 11(5), 770-788. DOI: <https://doi.org/10.1080/17450101.2015.1080528>
- Lois González, R. C., e Santos, X. M. (2015). Tourist and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2), 149-165. DOI: <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.918985>
- Lopez, L., Lois González, R. C., e Castro Fernández, B. M. (2017). Spiritual tourism on the way of Saint James the current situation. *Tourism Management Perspectives*, 24, 225-234. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.015>
- Maddrell, A., e della Dora, V. (Eds.). (2013). *Culture and religion. An Interdisciplinary Journal*, 14(1). *Special Issue. Spaces of Renewal*.
- Morinis, A. (Ed.) (1992). *Sacred journeys. The anthropology of pilgrimage*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Pichel-Pichel, J. M. (2004). *Arquitectura en el Camino, 1994-2004*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Pileri, P., e Moscarelli, R. (Eds.). (2020). *Cycling & walking for regional development: How slowness regenerated marginal areas*. Chan, Switzerland: Springer.
- Turismo de Santiago de Compostela. (2004). *Plan de marketing estratéxico del turismo*. Santiago de Compostela: INCOLSA, Concello de Santiago.
- Turner, V. (1974). Liminal to liminoid, in play, flow, and ritual: An essay in comparative symbology. *Rice Institute Pamphlet-Rice University Studies*, 60(3), 53-92.
- Turner, V., e Turner, E. (1978). *Image and pilgrimage in Christian culture*. New York, NY: Columbia University Press.
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. London, UK/New York, NY: Routledge.
- Urry, J., e Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. London, UK/Los Angeles, CA: Sage.
- Xunta de Galicia. (1996). *Lei de protección dos camiños de Santiago*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia. Recuperado de: http://www.parlamentodegalicia.es/sitios/web/BibliotecaLeisdeGalicia/Lei3_1996.pdf