

LOS CAMINOS DE SANTIAGO EN LA OFERTA TURÍSTICA GALLEGA

José Manuel Santos Solla
Departamento de Geografía
Universidad de Santiago

1. Introducción

Mucho se ha escrito últimamente (sobre todo a raíz del año Jacobeo de 1993) sobre el Camino de Santiago como alternativa y producto turístico (MARCHENA, CAMPESINO, SANTOS, 1993) enmarcándolo en el contexto de las nuevas motivaciones de la demanda (VERA, 1993). Estudios y congresos los hubo en abundancia, analizándose su importancia y significación desde muy diversos puntos de vista, si bien a menudo el tema era sólo una disculpa para afrontar otro tipo de cuestiones diferentes. Los resultados obtenidos del año Santo de 1993 permitieron generalizar acerca del éxito que tuvo tal acontecimiento, superándose, con creces, el número previsto de peregrinos y turistas en general. Esto estimuló la continuidad del proyecto que ahora se dirige al año 1999 bajo el lema "Camino del 99". Los objetivos esta vez son más ambiciosos y ha mejorado la planificación, para lo que también cuenta la experiencia previa. Se espera que la accesibilidad por carretera sea mucho más elevada gracias a la construcción de las autovías de enlace con la Meseta; se confía en que la red de albergues, la información y las condiciones de tránsito del Camino se consoliden en sentido positivo; y se desea que el Jacobeo 99 sea la plataforma para que Santiago consiga la solicitada capitalidad cultural europea del 2000.

El análisis de los resultados del Año Santo de 1993 se ha realizado, casi siempre, desde posiciones muy optimistas lo que ha contribuido a evitar críticas incluso por parte de la oposición política que se ha visto desbordada por el éxito de tal acontecimiento. Y, ciertamente, éste no se puede negar si bien sí que se pueden hacer matizaciones que contribuyan a enriquecer y diversificar las perspectivas de estudio. La hipótesis de la que se parte es que el Camino de Santiago hay que enmarcarlo dentro del fenómeno turístico y, como tal, su rentabilidad debe medirse en términos económicos. Por supuesto que existen otras dimensiones, como la cultural,

la social o la medioambiental, pero su valoración resulta más difícil y, en el caso que estamos ahora, se va a dejar en un segundo plano, lo cual no quiere decir que su importancia sea menor.

El Camino, o mejor, los caminos de Santiago podemos considerarlos como una experiencia de turismo de interior a pesar de que algunos, como la ruta del mar de Arousa, se localicen en la costa; la Vía de la Plata y, muy especialmente, el Camino Francés, con sus variantes, discurren siempre por tierras interiores. Lo que resulta más difícil es caracterizar este modelo turístico tan específico puesto que no es turismo rural en sentido estricto, ni tampoco turismo religioso ya que si en su origen ésta fue su principal motivación hoy día ya perdió buena parte de este carácter. Tampoco existe un destino único toda vez que es el propio Camino el que incita al viajero siendo Santiago únicamente el punto final del trayecto. Estamos, por lo tanto, ante una tipología turística en la que se combinan los aspectos religioso, ecológico, cultural, social, deportivo y aventurero. Por otra parte, conviene dejar claro que no nos estamos refiriendo al turismo en Santiago de Compostela sino al del Camino. Es verdad que a veces es difícil separarlos sobre todo porque a menudo la promoción de ambos se confunde, al menos en el caso gallego donde la ciudad compostelana es la que centra la mayor parte de la atención.

El Camino de Santiago constituye en la actualidad una de las prioridades turísticas del gobierno gallego. La otra es el turismo rural, en tanto que el litoral está más abandonado por parte de la administración debido a que no se considera una opción que pueda desarrollarse mucho más de lo que ya está y también porque su consolidación es mayor. Frente a esta situación, los esfuerzos se concentran ahora en estos dos modelos, en un caso tratando de adaptarse a las nuevas motivaciones de la demanda y siguiendo los mismos pasos de otras comunidades autónomas del norte peninsular que antes imitaron a franceses, irlandeses o británicos; y, en otro caso, queriendo hacer una aportación novedosa, muy original, aunque no exclusiva de Galicia. Pero en cualquiera de estas dos alternativas, las similitudes existentes deberían tender a la convergencia. Tanto el turismo rural como el del Camino comparten mucho en común hecho que, por desgracia, apenas se tiene en cuenta, de manera que sus políticas (si es que las hay) están a menudo completamente descoordinadas, siendo una competencia de la Secretaría Xeral de Turismo y la otra de la Consellería de Cultura a través de la Sociedad para la Gestión del Jacobeo.

2. La experiencia de 1993

El año 1993 marcó un hito para el Camino de Santiago por la llegada de un número tan elevado de peregrinos que dejó pequeñas las cifras previas y así, por ejemplo, si en 1992 fueron 10.000 personas, en 1993 se pasó a casi 100.000. La evolución previa estuvo marcada por unos valores muy bajos pero en constante ascenso con un fuerte crecimiento en 1989 coincidiendo con la Jornada Mundial de la Juventud (celebrada en Santiago por Juan Pablo II) y un posterior

aceleramiento en 1991 y 1992, años inmediatamente anteriores al Jacobeo sobre los que ya se notó la campaña de promoción del Camino, si bien el crecimiento de 1992 fue más moderado, sin duda, porque otro tipo de acontecimientos más significativos retrajeron visitantes. 1994 nos sugiere una lenta vuelta a la normalidad, aunque todavía se advierte la influencia de 1993. En cualquier caso, lo que sí queda claro es que la celebración del Año Santo es el hecho fundamental para explicar semejante cifra de peregrinos. También hay que anotar que es un fenómeno común a todos los jacobeos y aunque no poseemos datos de fechas anteriores sí parece confirmarse que el volumen de 1993 fue muy superior a los precedentes debido, en buena medida, a la comercialización de que fue objeto este evento

Evolución del número de peregrinos:	1986	2.491
	1987	2.905
	1988	3.501
	1989	5.760
	1990	4.918
	1991	7.274
	1992	9.764
	1993	99.436
	1994	15.683

Con todo, el número de peregrinos, considerando como tales aquellos que recibieron la Compostela por haber recorrido más de 100 Km. a pie o a caballo, o 200 Km. en bicicleta, fue muy pequeño en relación al total de visitantes que acogió Santiago durante 1993, habiéndose sobrepasado las expectativas de los 6 millones. Tal diferencia entre unos y otros es lo que nos hace insistir en la diversa consideración con la que deben ser tratados. Es cierto, que en ambos casos Santiago es el punto final (o exclusivo) de destino y, por lo tanto, la que recibe los principales impactos. Pero mientras, por un lado, estamos ante un turismo urbano de motivación religiosa/cultural y en el que el visitante con mucha frecuencia no deja de ser un excursionista con origen en Galicia o que está de veraneo en la costa, por el otro se trata de un modelo completamente diferente tanto en la motivación como en las características del demandante y en sus impactos que pueden llegar a ser mucho mayores al ocupar espacios más frágiles.

De cualquiera de las maneras no se consigue vencer el problema de la estacionalidad de tal forma que los meses de julio y agosto, y en mucha menor medida septiembre, concentran

más de las dos terceras partes de las llegadas. Las razones no parecen tan obvias como pudiera pensarse, por lo menos en el caso de los no peregrinos puesto que éstos son en buena parte gallegos y, en todo caso, su estancia en Santiago es siempre muy breve no sobrepasándose casi nunca la semana de permanencia (poco más del 3% lo hacen) lo cual es un buen indicador de la escasa capacidad de retención que tiene la ciudad compostelana cuya oferta turística es muy limitada. Estos viajes de corta duración son los más adecuados para evitar la estacionalidad, sin embargo ésta existe por diversas causas: en primer lugar porque la visita a Santiago se enmarca dentro de un contexto más amplio como es el desplazamiento a Galicia; en segundo lugar, porque la deficiente accesibilidad, sobre todo por carretera, que es el medio más utilizado, implica una disponibilidad de tiempo media-alta; y en tercer lugar, cabe mencionar el hecho de que casi el 30% de los visitantes fueron estudiantes a lo que hay que añadirle unos porcentajes también importantes de asalariados, autónomos y profesionales y técnicos medios cuyo período vacacional está, normalmente, muy condicionado. Por supuesto, también debemos tener en cuenta los motivos de tipo climático.

Si nos limitamos únicamente a los peregrinos la estacionalidad está mucho más justificada puesto que emprender un largo viaje a pie requiere sobre todo tiempo, y el verano sigue siendo la etapa vacacional por excelencia, y unas condiciones climatológicas adecuadas. Además entre el 40 y el 50% de los que siguen alguna de las rutas a Compostela son estudiantes lo que condiciona el período de realización. No obstante durante el Año Santo de 1993 hubo ligeras variaciones en el reparto por meses de los peregrinos de tal manera que si julio y agosto acaparaban en torno al 70% de las llegadas (el 80% con septiembre), en 1993 la cifra bajó al 55%, habiendo, por lo tanto, un reparto más regular a lo largo del año, apreciándose igualmente que julio desbancó a agosto como mes más importante. Este último hecho hay que relacionarlo con las celebraciones del 25 de julio que cobran una especial relevancia en esos años y hacen que muchos peregrinos calculen su llegada a Compostela para esa fecha. Y, en el otro caso, la mayor promoción del Camino y, sobre todo, la abundancia de peregrinaciones organizadas que partían desde la propia Galicia (y, en consecuencia, de duración menor) contribuyeron a repartir algo más el número a lo largo del año. Del resto de los visitantes la estacionalidad hay que entenderla dentro del marco general del fenómeno turístico.

Respecto al origen de los peregrinos y de los visitantes a Santiago en general es interesante analizar como fue evolucionando a lo largo de los últimos años pudiendo resumirse esta evolución en una pérdida relativa de importancia del contingente extranjero y una creciente aportación de Galicia. En efecto, si en 1989 los peregrinos procedentes de fuera de España representaban más del 40%, en 1993 apenas son el 5%, si bien en términos absolutos la cifra se incrementó notablemente. Esto significa que se trata de un turismo mucho más estable que no estuvo tan influenciado por la campaña de promoción llevada adelante y que, en buena medida, desconocían. La nacionalidad que más abunda es la francesa y la alemana que, normalmente, aportan más del 50% de los peregrinos, aunque en 1993 estos porcentajes fueron algo menores por la incorporación de nuevos países. En cualquier caso, es perfectamente comprensible el

papel de estas dos naciones, especialmente el de Francia que históricamente está muy unida al Camino; en cuanto a Alemania y Bélgica (el tercero en importancia), la tradición católica de algunas de sus regiones así como los vínculos con esta vía cultural explican también su presencia.

Dejando de lado los peregrinos y centrándonos en todos los extranjeros que llegaron a Santiago durante 1993, se sigue observando que su número es reducido, pero la importancia relativa de cada país varía sustancialmente. Así aparece Portugal como el principal centro emisor a bastante distancia de los demás. Su presencia está, indudablemente, ligada a la proximidad y, en segundo lugar, es importante el elemento religioso; el hecho de que apenas aporte caminantes reside en el deficiente estado en el que se encuentre el Camino Portugués que constituye una vía marginal a la que apenas se le presta atención. El resto de las nacionalidades son las citadas anteriormente, es decir, fundamentalmente Francia y Alemania, a los que hay que añadir otros países de la Europa occidental como Bélgica, Países Bajos y Reino Unido (también con pocos peregrinos debido a su insularidad y a su religión). En general, pues, coinciden con los países emisores de flujos turísticos hacia España y no hay que sospechar que 1993 tuviese un comportamiento muy desigual al de otros años con la única diferencia del incremento del número, sobre todo entre países católicos (caso de Italia). También resulta interesante hacer una breve referencia al turismo americano y específicamente al latinoamericano en el que se unen el factor religioso y los vínculos familiares en relación a la emigración.

Frente a este turismo extranjero minoritario, el español conforma la parte más importante y sus pautas de comportamiento están bastante claras. Como era de esperar, Galicia representa una parte sustancial de los peregrinos, en concreto ella sola aporta un tercio del total. Sin embargo este es un fenómeno novedoso puesto que al igual que pasaba en el binomio españoles-extranjeros, el factor local (que antes era España y ahora Galicia) es fundamental, de forma que, por ejemplo, en 1991 los gallegos suponían poco más del 10%. Parece obvio pensar que la mayor repercusión de la campaña de promoción y la propia celebración en Galicia de tal acontecimiento fueron los motores de tal ascenso en detrimento de un anterior reparto más homogéneo. En relación al resto de las comunidades autónomas se observa una nítida preferencia de aquellas más próximas, sobre todo si son atravesadas por el Camino Francés y así, por ejemplo, si tenemos en cuenta el número de peregrinos por cada 10.000 habitantes, y dejando de lado a Galicia, Castilla-León ocuparía el primer puesto tratándose de una región que reúne los dos requisitos anteriormente citados; Asturias, La Rioja y Cantabria le seguirían, en tanto que los valores más bajos se encuentran en Canarias, Ceuta y Melilla y Andalucía. Si en vez de peregrinos hacemos referencia a turistas en general que visitaron Santiago los resultados no varían demasiado siendo los castellano leoneses y los madrileños los que se sitúan a la cabeza circunstancia que debemos de poner en contacto, también, con el hecho de que son precisamente esas dos comunidades las que emiten los flujos turísticos más intensos para el litoral gallego; es diferente el caso de La Rioja que sí está más directamente vinculado con la celebración del año Jacobeo.

Origen de los peregrinos por cada 10.000 habitantes:

Galicia	122	C. La Mancha	16,5
C. León	44,6	Valencia	13,5
Asturias	32,7	Murcia	13,2
La Rioja	29,5	Baleares	11,8
Cantabria	28,4	Extremadura	9,2
Madrid	26,9	Cataluña	8,2
P. Vasco	26,2	Andalucía	7,6
Navarra	21,9	Ceuta-Melilla	6,2
Aragón	16,5	Canarias	3,0

Las características del peregrino y del turista en general ya han quedado, más o menos, puestas de manifiesto siendo, quizá, lo más resaltable para el caso de los primeros la importancia de los estudiantes, que en 1993 llegaron a representar casi el 50%. Esto nos sugiere dos consideraciones más: la primera es la edad, de forma que en torno al 55% de los que hicieron la ruta a pie, a caballo o en bicicleta tenían entre 16 y 30 años; este hecho es fácilmente explicable y deriva de las características propias de la ruta que exige un importante esfuerzo físico, una disponibilidad de tiempo y una cierta independencia familiar que no tienen muchos adultos al tener a su cargo a gente mayor o a niños pequeños. Una segunda consideración es que el nivel de gastos, como veremos más adelante, es muy bajo por causa de la dependencia económica de este grupo mayoritario. También ayuda a explicar la abundante presencia de gente joven el que, muy a menudo, se incluían en peregrinaciones organizadas y así, según las cifras oficiales, lo hicieron casi 600 parroquias, más de 250 instituciones docentes así como clubs deportivos y una variada serie de asociaciones formada principalmente por personas jóvenes. Otros grupos profesionales están menos definidos y, en cualquier caso, su relevancia es mucho menor, pudiendo citarse los asalariados, profesiones liberales, amas de casa, etc., si bien nunca superan el 10%.

Si en vez de peregrinos, que, como ya dijimos, representan sólo una mínima parte de los que en 1993 se acercaron a Santiago, analizamos las características de los turistas en general, la situación, como en otras ocasiones, varía bastante. De entrada los estudiantes ya no representan, ni mucho menos, los porcentajes citados anteriormente de manera que ni siquiera llegan al 30% a pesar de que siguen siendo el grupo más numeroso gracias, en buena parte, a los viajes organizados. Por contra, otros sectores profesionales alcanzan más significación. Este cambio es lógico si tenemos en cuenta que el predominio de la gente muy joven (estudiantes) respondía

a un modelo muy concreto de viaje, en tanto que ahora se trata de un tipo más estandarizado de turismo urbano de motivación religiosa-cultural. Por lo mismo, la edad media es algo superior, así como los gastos.

Queda por referirnos a la motivación o motivaciones que hay para iniciar este viaje turístico. Cabe suponer que la religiosa ha de tener una importancia prioritaria, sobre todo entre aquellos que realizan la ruta a pie. Las cifras oficiales así lo revelan aunque hay que tener en cuenta que la fuente es eclesiástica lo que puede deformar algo el resultado. En cualquier caso, para 1993 casi el 70% de los que obtuvieron la Compostela adujeron razones de tipo religioso, el 28% religioso/cultural y, únicamente, el 2,5% citaron un motivo cultural, quedando así claramente expresado el carácter de este turismo. Por supuesto que las cifras varían notablemente si consideramos todos los turistas que se acercaron hasta Santiago ya que en este caso la razón religiosa queda limitada a poco más del 40%, mientras que las de tipo cultural o meramente recreativas representan porcentajes representativos.

3. Conclusiones

Con los datos que se llevan expuesto hasta el momento podemos hacernos una idea bastante clara de las características del turismo compostelano en el año 1993. Quizá lo que resulte más llamativo sea la nítida diferencia que hay que establecer entre aquellos turistas que realizan la ruta jacobea y los que tienen como destino únicamente Santiago. En este último caso estamos ante un modelo similar al de cualquier otra ciudad mediana de carácter monumental del interior de España, como por ejemplo Toledo, Segovia o Salamanca, en donde el turismo constituye una función secundaria, pero no desdeñable, y se caracteriza por los recursos artísticos y por estancias breves. La particularidad de Santiago reside en su deficiente accesibilidad que limita el número de visitantes de fuera de la región, que además tienen como destino Galicia, especialmente las Rías Bajas, de ahí la fuerte estacionalidad, convirtiéndose Compostela en un punto de referencia para visitar y pocas veces para alojarse durante un período superior a 3-4 días. Tan solo en los años santos aumenta su capacidad de atracción pero que, en buena medida, sigue vinculada al resto del territorio gallego.

Mucho más interés presenta el Camino de Santiago como ruta turística. Valorar su éxito o fracaso resulta bastante complicado porque depende de la óptica desde la que se analice. Si nos atenemos a la perspectiva cultural son indudables los logros cosechados, destacando muy por encima de todos la rehabilitación de la principal vía, la francesa, cuya aportación a la historia europea es innegable. Ahora bien, tampoco se pueden obviar los problemas surgidos, como la escasa coordinación entre las regiones implicadas; por otra parte, se ha tratado de masificar el Camino, como lo demuestra la elevada cifra de peregrinos del año 1993, y esto puede suponer su estrangulamiento. Si durante muchos años, incluso siglos, su principal enemigo fue el olvido con un escaso número de caminantes, durante 1993 ocurrió exactamente lo contrario de tal

forma que la masificación tiene efectos negativos sobre los peregrinos y sobre el medio natural. Pero, quizá, esa alternancia en la afluencia sea algo inevitable.

Desde el punto de vista económico hay que dudar mucho más de la rentabilidad de la ruta. En primer lugar debido a que, como ya hemos visto, una parte muy importante de peregrinos está formada por estudiantes con lo que su poder adquisitivo es bastante bajo. Y, en segundo lugar, hay que tener en cuenta que una de las características intrínsecas del Camino es la red de albergues por lo que uno de los elementos básicos de la oferta turística, el alojamiento, pierde su sentido económico. Igual ocurre con los restaurantes ya que el régimen alimenticio del caminante es sustancialmente distinto del que sigue un turista estándar. Por último, las repercusiones en Santiago también son mínimas puesto que las estancias en la ciudad normalmente son muy breves; además, como se acaba de decir, el tipo de alojamiento es muy particular de manera que de todos los visitantes a Santiago únicamente un 30% utiliza los hoteles, el resto o no se hospedan o lo hacen en albergues (mayoritariamente los peregrinos), residencias religiosas o camping. El resultado final es que el gasto medio de los que se acercan a Compostela por cualquiera de las vías históricas es muy pequeño, en concreto casi el 90% no llegan a las 5.000 pesetas diarias, umbral que aun se podría rebajar sustancialmente.

En cuanto a las repercusiones del Camino de Santiago sobre las poblaciones rurales que se encuentran a lo largo de la ruta quizá sea todavía muy pronto para juzgarlas pero no creemos que sea demasiado difícil intuir las. Para ello debemos partir de la idea de que es un turismo de intensidad baja, excepto en los años santos, y muy estacional; y también es importante tener en cuenta las características socioeconómicas del viajero, la motivación religiosa y la existencia de la red de albergues. Pero además también sería bueno considerar el hecho de que el turismo es una medida sectorial que por sí sola no va a arreglar los problemas de las áreas rurales por las que atraviesa (ni seguramente de otros espacios): la cuestión de la despoblación y del atraso económico urge soluciones globales y no parciales.

En definitiva, y como conclusión, se puede decir que la revitalización del Camino de Santiago ha sido, desde el punto de vista cultural, un logro positivo a pesar de los numerosos errores cometidos. Sin embargo, en el aspecto económico no se puede decir lo mismo y esto podría suponer a medio plazo el abandono del proyecto. Se tienen que formular alternativas para que esta vía sea además un eje de desarrollo y ello no se consigue con la masificación, más bien al contrario, sino con el mantenimiento de unos flujos constantes y con su integración en otros programas más amplios de turismo rural que en la actualidad funcionan de manera descoordinada. Todo esto teniendo también en cuenta la necesidad de promover otras acciones complementarias (reorganización de estructuras agrarias, creación de industria, etc.), que sin comprometer los recursos, contribuyan a retener y atraer a la población.

NOTA: La información estadística recogida y citada en este trabajo ha sido obtenida en la Archicofradía del Glorioso Apóstol Santiago, y en el libro "Análise da procedencia e características da afluencia turística a Santiago no Xacobeo 93" (véase bibliografía).

BIBLIOGRAFÍA

- BLANCO CHAO, R., y GARRIDO FARALDO, S. (COOR.) (1994): *Análise da procedencia e características da afluencia turística a Santiago no Xacobeo* 93. Santiago, Xunta de Galicia.
- CAMPESINO FERNÁNDEZ, A. (1993): "Los caminos de Santiago: ciudades y recursos turísticos", (in) *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, pp. 667-712.
- COMPOSTELA (1993 Y 1994). *Revista de la Archicofradía del Glorioso Apóstol Santiago* n.º 1 y 2.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1993): "Diversidad de tipologías turísticas que vertebran el Camino de Santiago" (in) *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, pp. 801-822.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1993): "El Camino de Santiago como producto turístico: comunidades autónomas y promoción del turismo" (in) *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, pp. 909-936.
- MAYAN SANTOS, J. (1994): *Peregrinos de la tercera edad en la ruta Jacobea*. Santiago, Xunta de Galicia.
- SANTOS SOLLA, J. (1993): "El Camino de Santiago como alternativa turística de Galicia", (in) *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, pp. 783-800.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1994): "Movimientos turísticos en fronteras", (in) *Estudios turísticos* n.º 121, pp. 109-148.
- VERA REBOLLO, F. (1993): "El Camino de Santiago en el contexto de las nuevas motivaciones de la demanda turística", (in) *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, pp. 713-724.