

## MITOS Y REALIDADES DEL XACOBEO

**Xosé M. Santos Solla**

Departamento de Xeografía

Universidade de Santiago

### RESUMEN

En torno al xacobeo y al camino de Santiago han ido surgiendo a lo largo de estos últimos años una serie de ideas relativas a su indiscutible papel en el desarrollo económico y social de Galicia. El objetivo de este artículo es el de tratar de devolver a la realidad esos mitos que giran sobre este tema y que están en proceso de consolidación en el ideario popular.

**Palabras clave:** Camino de Santiago, Xacobeo, Turismo, Peregrinos, Galicia.

### ABSTRACT

*Myths and Realities in the Jacobean Holy Year.*

Throughout the past few years a series of ideas have arisen on and around the Jacobean Holy Year and the Pilgrims' Route to Santiago as regards their unquestionable influence on the social and economic development of Galicia. This article aims to bring back to reality the myths created around the above topic, which are currently becoming entrenched within popular belief.

**Key words:** Route to Santiago, Jacobean Holy Year, Tourism, Pilgrims, Galicia.

### INTRODUCCIÓN

Sobre el Camino de Santiago, su significación, origen y características de todo tipo, se han escrito miles de páginas; libros, revistas, actas de congresos, poemas..., todo o casi todo parece estar dicho acerca de este fenómeno, que se considera uno de los más espectaculares ocurridos en los últimos años en el ámbito europeo. Por supuesto, no es algo nuevo, ni

siquiera hay que remontarse a los siglos medievales para encontrar miles de peregrinos caminando hacia Santiago. Ya en el año xacobeo de 1965 hubo una afluencia que se estimó en dos millones y medio de personas y unas necesidades de alojamiento que fueron cubiertas por los pabellones del Burgo das Nacións. Sin embargo, a partir del año santo de 1993 se produce un cambio sustancial: el camino de Santiago se convierte en uno de los ejes de desarrollo y promoción de Galicia, manifestando una capacidad de atracción que, en principio, asombra a todo el mundo. El éxito que alcanza se asocia con el proceso de construcción europea, con el aumento de la espiritualidad y la religiosidad, con las nuevas formas de practicar el turismo, o con una nueva imagen de una Galicia próspera y vanguardista que, al mismo tiempo, conserva sus tradiciones y sus raíces. En definitiva, se nos dice que estamos en el umbral de un nuevo período y que el camino de Santiago sirve de eje, de vía que nos conduce en la dirección correcta.

La verdad es que parece que se pueden hacer pocas objeciones a esta visión general que hemos recitado en el párrafo anterior. Sólo pequeños matices. Por ejemplo, es cierto que el camino de Santiago forma parte del patrimonio continental, que fue declarado primer itinerario cultural europeo por la Unesco y que a lo largo de la historia ejerció como vía de transmisión e intercambio de saberes y culturas. Pero todos estos logros, sin duda valiosos, no deben hacernos caer en un egocentrismo que casi sitúa a Galicia como cuna de Europa. Para ello sería bueno recordar que el porcentaje de peregrinos no españoles se sitúa en porcentajes que oscilan entre el 10 y el 30% aproximadamente, lo que significa valores absolutos que no rebasan los 10.000; es decir, cifras realmente pequeñas que para nada nos indican que estemos ante un destino de peregrinación continental. Ni siquiera países de mayoría católica como Italia o Irlanda figuran como los principales emisores. También se pueden hacer otras varias matizaciones a las afirmaciones del primer párrafo que, sin embargo, preferimos dejar para más adelante. Ahora tan sólo queremos significar una, relativa a esa idea de prosperidad que aún sin negarla completamente, nos parece exagerada en la medida en que continuamos estando en el Objetivo 1, es decir entre los territorios más pobres de toda la Unión.

En definitiva, pensamos que en estos últimos años se han ido generando y fijando una serie de ideas en torno al Xacobeo y el camino de Santiago que se pueden incluir en el ámbito de los mitos. Según el diccionario de la Real Academia Española una de las acepciones de esta palabra es: «Relato o noticia que desfigura lo que realmente es una cosa y le da apariencia de ser más valiosa o más atractiva». Enlazando esta definición con la más clásica relativa a las fabulaciones históricas, trataremos de exponer aquellas aseveraciones sobre las consecuencias del xacobeo que consideramos más extendidas y que creemos que empiezan a formar parte de la mitología, por lo menos de la mitología política y mediática.

## **MITO 1. TRAS LAS HUELLAS DEL REY MIDAS**

Es conocida, de sobra, la leyenda de este rey de Frigia que en su encuentro con Sileno (educador de Dionisio) recibe el mortal don de transformar en oro todo lo que toca. A estos personajes también les une la historia de Eusebes y Máquimo, ciudades feliz y guerrera, ambas extremadamente ricas; situadas fuera del mundo, cuando decidieron visitar en el nuestro el país de los Hiperbóreos, el más afortunado sobre la tierra, regresaron decepcionados a sus lugares de procedencia. Lo que queremos significar es que el camino de Santiago y el xacobeo parece que se han transformado en una gran panacea (diosa ligada a la curación de

las enfermedades) para los males que afectan a Galicia. Gracias a ellos nos convertimos en una gran potencia turística, generando riqueza, empleo y dinamismo económico. Se trata, además, de un turismo de calidad altamente motivado por su viaje a Compostela, capital que se transforma en esa nueva Hiperbórea que no puede ni debe decepcionar a quien la visita.

Efectivamente, la idea de que el camino de Santiago y el xacobeo incrementan los flujos turísticos y generan un turismo de calidad, parece que es la evidencia más obvia, sobre todo en lo referido a la primera parte de la frase. Los datos provisionales, hasta el mes de septiembre incluido, confirman el fuerte crecimiento con respecto a 1998. Estamos hablando de cifras relativas (todavía provisionales para 1999) superiores al 75%, tanto en viajeros (81'9%) como en pernoctaciones (75'5%), referido sólo a hoteles y según los datos del Instituto Galego de Estatística. Otra fuente, como es la Consellería de Cultura de la Xunta de Galicia habla, para los 8 primeros meses del año, de 8 millones de visitantes, de los cuales 6 millones llegaron hasta Santiago. Igualmente, se produjo un incremento muy importante, de más del 25% respecto a 1998, de las entradas por la frontera de Tui, y el tráfico de pasajeros por tren y avión muestra signos claros de crecimiento. Por no hablar de las estaciones de aforo de tráfico que, a falta de elaborar la información para 1999, manifiestan intensidades en las entradas de la ciudad que rondan los 80.000 vehículos en los días punta del verano.

En la perspectiva de la ocupación hotelera, las cifras están mucho más matizadas pero muestran, igualmente, un crecimiento significativo, sobre todo en los meses de junio y septiembre, con subidas porcentuales de más de 6 puntos. Con todo, este es un tema muy delicado que ha dado lugar a conflictos entre el IGE y la propia consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo. Para esta última los datos manejados desde el departamento de estadística son absolutamente irreales, si bien no ofrecen un método alternativo al muestreo del IGE. En cualquier caso, este incremento ocupacional hay que valorarlo todavía más si cabe teniendo en cuenta la apertura de nuevos establecimientos. A lo largo de los últimos años se aprecia en Galicia la aparición de nuevos hoteles (entre 1995 y 1998 el número de plazas de alojamiento turístico en Galicia aumentó en más del 10%) sobre todo en la categoría de 4 estrellas. La ciudad de Santiago es el núcleo en el que se manifiesta más claramente esta circunstancia: a falta del recuento oficial de 1999, los cálculos apuntan que a las 4.500 plazas que, aproximadamente, existían habría que añadirle otras 1.000, fruto de ampliaciones y puesta en funcionamiento de nuevos establecimientos, entre ellos el que de mayor tamaño de la ciudad, con categoría de 4 estrellas.

Se considera, pues, que estamos ante un flujo turístico creciente y, además, de calidad. Es cierto que el año santo disparó las cifras, pero el seguimiento de los datos en una serie mayor confirma un despegue que se inició con el año santo de 1993. El incremento hotelero en la categoría superior, añadiendo también una oferta selectiva en turismo rural, nos indica que el turismo en Galicia, cuyo eje distribuidor, es el camino de Santiago, se está definiendo en esa vía cualitativa. Por otra parte, la motivación cultural, en su sentido más amplio, refuerza esta tendencia.

## REALIDAD 1

El primer hecho que quisiéramos contrastar es el relativo a la verdadera importancia del xacobeo. Pensamos que, efectivamente, está influyendo en el flujo de visitantes, pero de

manera mucho menor de lo que cabría esperar. Normalmente en los análisis de este fenómeno se olvidan dos cosas. Una es que la apertura de las autovías del Noroeste (aún sin acabar en un pequeño tramo) y de las Rías Baixas, así como el remate de la unión por autopista-autovía con Portugal, en un eje A Coruña-Lisboa; sin duda está repercutiendo sobre el turismo y facilitando desplazamientos más frecuentes y cortos hacia el territorio gallego; de hecho, las pernoctaciones crecieron a un ritmo más lento que los viajeros; en una encuesta realizada entre el sector de hoteles y restaurantes en Baiona pudimos comprobar que el 45% de los propietarios preguntados achacaba la buena situación del año a la apertura de la autopista-autovía, y un 27% al xacobeo aunque entre estos últimos también se citaba siempre la mejora de las comunicaciones. Un segundo hecho que vale la pena comentar es que Galicia todavía sigue apareciendo como un producto unitario en el mercado turístico y Santiago no se puede individualizar de este conjunto. Esto quiere decir que el xacobeo no genera tal cantidad de flujos hacia Compostela como se dice, sino que, básicamente, lo hace hacia el conjunto de la Comunidad Autónoma, por mucho que después esta ciudad atraiga como excursionistas a un porcentaje alto de turistas.

Decíamos antes que los datos de la Consellería de Cultura apuntan a que visitaron Compostela en los 8 primeros meses de 1999, 6 millones de personas. La capacidad hotelera de la ciudad al 100% (incluidas cerca de las 2.500 plazas adicionales en cámpings y albergues) en esos 243 días a penas llegaría a cubrir la cifra de 2 millones. Esto significa que el excursionismo es muy predominante. Además, resulta muy obvio que esa ocupación del 100% es completamente irreal. Infelizmente, no disponemos de los datos particulares de Santiago, sólo un nivel de desagregación provincial. Si comparamos las cifras de enero a septiembre de Pontevedra y A Coruña entre los años 1998 y 1999 podremos observar algunas cosas interesantes. Sin duda, lo que más nos llama la atención es la fuerte subida experimentada por la provincia de Pontevedra, especialmente visible a partir del mes de abril.

En la interpretación que damos a estos resultados vemos la influencia del xacobeo, por supuesto, pero sobre todo vemos unas notables mejoras en la accesibilidad y la existencia de un producto turístico llamado Galicia. Todo esto dibuja un panorama que refuerza a las Rías Baixas como punto focal del turismo gallego y como redistribuidor de excursionistas. En un

GRADO DE OCUPACIÓN EN LOS HOTELES DE GALICIA. 1998-1999

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
Galicia									
1998	22'3	26'1	28'8	37'2	36'3	40'5	48'8	68'1	49'2
1999	19'0	23'7	29'8	40'2	41'0	46'8	52'7	66'8	55'9
Coruña									
1998	23'6	28'5	32'6	47'2	43'5	44'3	53'2	71'8	53'2
1999	21'5	28'9	34'9	42'9	45'8	48'9	54'5	68'6	57'6
Pontev.									
1998	21'5	24'3	28'1	34'9	33'1	39'1	49'4	69'9	49'5
1999	19'5	22'1	30'1	44'7	44'4	50'2	58'8	72'8	64'4

Fuente: Instituto Galego de Estatística.

estudio que estamos desarrollando en la localidad de Baiona, pudimos comprobar que el 77'4% de los veraneantes (junio-septiembre) en ese núcleo habían visitado Santiago; los que no lo hicieron eran, sobre todo, los propios gallegos. Aunque sin datos oficiales, la afluencia de vehículos a Compostela durante los meses estivales, muy particularmente en 1999, reflejan este mismo comportamiento.

En la misma línea argumental, tenemos la afluencia de autobuses a Compostela. La información facilitada por la empresa que gestiona el aparcamiento de Xoán XXIII, que por su estratégica situación acoge aproximadamente al 80% de los que llegan a la ciudad, no deja lugar a dudas. En el periodo comprendido entre febrero y octubre de 1999 recibieron 25.333 autocares que transportaron a 1.256.744 viajeros. La cifra, pensamos, que es muy significativa representando una parte importante de esas 6 millones de visitas citadas anteriormente. La valoración cualitativa de este tipo de desplazamiento también merece algunas anotaciones. En primer lugar y con las lógicas excepciones, se trata de un excursionismo con una estancia muy breve e implicaciones económicas limitadas. La información manejada nos indica que el tiempo medio de permanencia en la ciudad de estas personas osciló entre las 2'48 horas de febrero y las 4'11 horas de agosto y octubre. Como se puede apreciar, son tiempos muy reducidos que únicamente permiten ver la catedral y sus entornos, atravesar la puerta santa y comprar algunos souvenirs. La reciente transformación de la calle de San Francisco hacia los negocios de «recuerdos típicos» (conservando en ocasiones una extraña mezcla entre comercio tradicional y turístico) se explica, precisamente, porque es la vía que une la dársena de autobuses con la plaza del Obradoiro y que canaliza los miles de visitantes que llegan a través de este modo de transporte; el escaso tiempo disponible no permite a penas incursiones por otras calles que se alejen del Obradoiro: el 55% de los establecimientos de esa vía se pueden considerar de «recuerdos», el 35% son bares-restaurantes-hotel; y sólo la librería médica (que ya introduce algunos elementos para el turista), en frente de la facultad de Medicina y una peluquería permanecen como locales más o menos ajenos al flujo turístico. Se refuerza así una tendencia que ya habíamos advertido en estudios anteriores (Cuns 1997) relativa a que el turismo compostelano en muy pocas ocasiones cruzaba los límites del casco histórico.

La información relativa a los autobuses nos permite todavía hacer algunas consideraciones más. Una es que se trata de un turismo, sobre todo, de fin de semana y puentes; de hecho los sábados se incrementa notablemente la afluencia de autocares, así como en determinadas fechas del año: 765 autobuses entre el 9 y 11 de octubre, 399 el 1 y 2 de mayo, o 574 entre el 23 y 25 de abril (celebraciones en Portugal, Aragón o Cataluña). Por otra parte, estamos, en general, ante un tipo de visitante de poco poder adquisitivo; no sólo por el modo de transporte que es mucho más barato, sino también por la época del año. En este sentido, los períodos álgidos en la llegada de autobuses se corresponden con meses de temporada baja, de manera que en julio y agosto se produce una caída en las cifras, frente a septiembre y octubre o mayo y junio. Incluso el hecho de que las pernoctaciones se encuentren principalmente en las Rías Baixas no está tanto en relación con el atractivo, la belleza natural o las playas, como en la competitividad vía precios. Los datos del IGE referentes al gasto por persona y día en alojamiento en hoteles de 3 y más estrellas muestran unas diferencias que oscilan entre las mil y dos mil pesetas más en la provincia de A Coruña respecto a la de Pontevedra. En definitiva, los aspectos económicos desempeñan un papel fundamental en estos turistas que podemos calificar de bajo consumo, muchos de los que son jubilados o

escolares. Por supuesto, que sea un turismo barato no quiere decir que generen beneficios en hoteles, restaurantes, o tiendas de recuerdos, por ejemplo.

Otro tipo de excursionismo que llega en vehículos privados es mucho más difícil de medir. Precisaríamos conocer y comparar las IMD en las principales estaciones de aforo. Lo que sí es cierto es que, al contrario que los autobuses, predominan en los meses de verano y proceden de las localidades de playa del litoral gallego. A partir de este dato se pueden concluir otros sobre procedencia o poder adquisitivo. En cualquier caso, su estancia en la ciudad tampoco es muy prolongada e incluso muchas veces su recorrido se asemeja al de los autobuses: aparcamiento de Xoán XXIII, calle de San Francisco, plaza del Obradoiro, Praterías y Quintana, y calle del Franco y del Vilar. Además tenemos que pensar que el turismo estival de Galicia, como todos los masificados, no es cualitativamente demasiado selectivo.

Por último, tenemos los turistas que efectivamente pernoctan en Compostela. En principio cabría pensar que este es un segmento mucho más interesante y con mayor poder adquisitivo. Tal vez sea cierto pero los datos que poseemos referentes al estudio de Cuns (1997) no lo acaban de confirmar, igual que el trabajo coordinado por Blanco y Garrido (1994) para 1993. Es verdad que la oferta hotelera de la ciudad es de bastante calidad; otra cosa bien distinta es el factor de atracción ya que las funciones propias de Compostela desempeñan un papel fundamental en la generación de flujos turísticos de calidad. Evidentemente, no se le puede restar trascendencia al fenómeno en sí mismo y a los acontecimientos culturales ligados a él y que provocan un movimiento de personas hacia Santiago. Sin embargo, falta por comprobar que, y dejando de lado la organización de fastos, el xacobeo haya inducido una mayor ocupación hotelera; de hecho, la mayor promoción hotelera de la ciudad en 1999 está directamente relacionada con la actividad congresual y no con la xacobeo. Podemos tener en cuenta que Santiago en 1998 tenía aproximadamente el 30% de la capacidad hotelera de la provincia; si sabemos que ésta ascendió en 1999 un 10-12% sólo en Santiago y que, en general, el grado de ocupación se mantuvo similar en la provincia, podemos deducir que el nivel de ocupación en este año tan sólo subió ese 10-12%, considerando que el resto del territorio provincial no experimentase variaciones importantes. Eso sí, incremento en el segmento alto.

## MITO 2. FRUGIFERA TELLUS

La fecunda tierra que se identifica comúnmente con la diosa Demeter, la de la tierra cultivada. En la iconografía acostumbra a aparecer abundante y profusamente generosa en productos obtenidos de esa tierra a la que representa. Para nosotros esto significa que el camino de Santiago, con sus diferentes ejes viarios atravesando Galicia en todas direcciones, iba a tener repercusiones muy importantes en el desarrollo de todas esas comarcas rurales del interior de la Comunidad. Partimos de la idea de que el flujo constante y creciente de peregrinos va a generar un dinamismo económico más allá del propio sector agro-ganadero, introduciendo alternativas como la del turismo rural o la pequeña industria basada en producciones tradicionales, como el queso. En definitiva, los caminos hacia Compostela actuando como vertebradores de una nueva etapa, recuperada de la historia, de progreso y riqueza. La crisis que, a casi todos los niveles, afectaba a la mayor parte de esos territorios de la Galicia interior, hacía más atractivo todo el proyecto.

La principal de las vías xacobeas atraviesa Galicia de este a oeste en un itinerario que recorre alguna de las comarcas más deprimidas. El impulso del camino francés debería servir también, como acabamos de decir, para estimular un crecimiento necesario. Podemos decir que esta idea fue así entendida e interpretada de manera que, por ejemplo, en el Leader I se incluyeron algunos de los municipios más representativos del camino. Al mismo tiempo, y muchas veces gracias a los fondos europeos, el turismo rural empezó a alcanzar verdadera relevancia precisamente en ciertos tramos de este camino francés. Esta política se fue intensificando a medida que también se consolidaba la cifra de peregrinos. Así el Leader II y el programa Proder acogen a una proporción alta de municipios atravesados por el camino. Pero tal vez lo más interesante es la proliferación de nuevos caminos: al francés se le unieron el portugués, el inglés, la vía de la plata, el del norte (con dos ramales), el de Fisterra-Muxía, el del Mar de Arousa y río Ulla y, más recientemente, el de la Ribeira Sacra. Es decir, existe la convicción de que teniendo algún camino que se dirija a Santiago se van a generar beneficios; por eso es preciso disponer de, al menos, uno y sino habrá que inventarlo. Aquí es válido el dicho de que «todos los caminos llevan a Roma (i.e. a Santiago), y seguro que a lo largo de la historia hubo algún peregrino que lo justifique.

Decíamos antes que a lo largo de la principal ruta, la francesa, había ido surgiendo un movimiento pionero en el turismo rural gallego y así nos lo mostraría el mapa de alojamientos con una densidad de establecimientos, además, notable en relación al resto del territorio. Las cifras de 1999 hasta el mes de septiembre nos demuestran que hubo un crecimiento muy sustantivo en cuanto a las pernoctaciones. Los mayores incrementos se están produciendo en las provincias de A Coruña y Lugo, precisamente en las que se da una mayor concentración de casas a lo largo del camino. Esto nos sugiere un par de hipótesis que se pueden solapar: una es que el camino está favoreciendo la ocupación en este tipo de alojamientos a base de peregrinos, y la otra se refiere genéricamente a un aumento de la demanda de turistas rurales que nada tienen que ver con el xacobeo. Las dos pueden convivir perfectamente, aunque casi nos inclinamos por una mayor importancia de la primera. Esto es así porque, al menos con los datos parciales de 1999, se está observando un incremento muy superior al de 1998 (cuando fue del 35% respecto a 1997) y, sobre todo, ese incremento está muy concentrado en las provincias atravesadas por el camino francés. Por ejemplo, entre julio y septiembre de 1999, A Coruña y Lugo aumentaron las pernoctaciones respecto a 1998 en un 35'4%, Ourense y Pontevedra lo hicieron en un 22'1%.

El empleo y la dinámica generado por el desarrollo del turismo rural, así como la importante llegada de dinero ligado a los programas comunitarios, y el propio interés por situar en los límites comarcales algún camino hacia Santiago, nos hace pensar que, efectivamente, el fenómeno de las peregrinaciones xacobeas está a dar un impulso definitivo en la recuperación económica y social de una parte de Galicia que se caracterizaba por una fuerte crisis.

## REALIDAD 2

A pesar del espejismo que supone el turismo rural y los programas de desarrollo, todo el interior gallego sigue sumido en una profunda crisis que se manifiesta en lo económico y en lo demográfico. La oposición entre el este y el oeste de la Comunidad cada vez es más evidente y el eje atlántico que va desde Ferrol-A Coruña hasta Porto está reforzándose; las auto-vías de enlace con la meseta castellana todavía consolidan más esta desigualdad y sólo

algunas poblaciones urbanas estratégicamente ubicadas se benefician de la apertura de las nuevas vías. A lo largo del camino francés todavía nos encontramos con algunos de los municipios más deprimidos de Galicia y en los que la pérdida de habitantes se prolonga desde hace bastantes décadas. Por ceñirnos a la más reciente tenemos que, por ejemplo, Pedrafita do Cebreiro perdió el 19'9% de su población entre 1991 y 1996, Triacastela el 9'1% y Samos el 7% y entre 1996 y 1998 el 2'7, 2'8 y 1'7% respectivamente, añadiéndose a lo acumulado en años anteriores. Incluso municipios como Arzúa o Melide o bien pierden o bien dan muestras de crecimientos pequeños gracias a la existencia de una cabecera comarcal media que compensa el grave vaciado del campo.

Esta situación demográfica nos está reflejando una crisis económica importante en la que a penas hay actividades, que no sean de servicios o administrativas, que compensen una ganadería con muchos problemas de supervivencia. Es bueno que tengamos en cuenta que en la mayor parte de los municipios del camino francés el programa Leader ya lleva un número de años significativo y las cantidades invertidas también son lo suficientemente importantes como para que se noten sus efectos. Esto nos lleva a realizar una consideración, ya algo repetitiva en nuestro discurso, relativa a que este tipo de iniciativas de desarrollo rural no están induciendo el crecimiento que se les suponía. Es cierto que se producen inversiones productivas en la industria, por ejemplo, o en el turismo, pero sin generar sinergias que provoquen un cambio de tendencias.

El turismo es la medida más popular y la que se lleva la mayor parte de las inversiones. Pero como ya hemos puesto de manifiesto en ocasiones anteriores (Santos 1998 y 1999) su éxito es más ficticio que real. Los beneficiados no son precisamente pequeños propietarios, ni siquiera titulares de explotaciones agrarias; el empleo que generan es muy bajo y de mala calidad; en definitiva, está sirviendo para reproducir modelos clásicos de dominación. En lo que es estrictamente el peregrinaje, los miles de caminantes (100.000 en 1993) tienen una repercusión relativamente baja en relación a su volumen. Excepto una pequeña parte que elige las casas de turismo rural, la mayoría pernocta en albergues gratuitos. Es cierto que hay otros consumos, fundamentalmente en alimentación, pero se trata de un turismo de poco gasto, entre 1.500 y 3.000 ptas. día para peregrinos que van en viajes no organizados (Fernández Reija, 1999). En cualquier caso, se trata de impactos sobre negocios muy puntuales y con poca trascendencia sobre el conjunto del territorio.

En definitiva y a pesar de indudables elementos positivos, el camino de Santiago no está generando una dinámica de crecimiento sobre las comarcas que atraviesa. El papel que debe tener cualquier vía de comunicación en la estructuración económica, social y cultural de los territorios, y que de hecho tuvo el camino de Santiago en siglos anteriores, no existe en la actualidad para el caso que estamos tratando. El paso de miles de peregrinos es tan sólo eso, un paso hacia el destino compostelano, sin que se refleje crecimiento o cambio alguno. Ni siquiera los millones de euros recibidos vía programas comunitarios de desarrollo están consiguiendo frenar la secular tendencia al vaciado poblacional.

### **MITO 3. LA DURA SENDA DE LA VIRTUD**

En uno de los doce trabajos a Heracles se le presenta la disyuntiva de elegir entre un camino tortuoso y empedrado y otro perfectamente liso y llano. El primero, el más dificultoso, representa la virtud, es decir, la perfección para los estoicos, el bien para el cristia-

nismo, frente al mal que siempre se presenta bajo un aspecto más agradable. Lo mismo sucede con la ruta xacobeá, una vía de sacrificio, que resalta las virtudes éticas (morales), incluso las dianoéticas (intelectuales) y que, en cierto modo, entronca con el primitivismo de los cínicos, indiferentes ante las cosas materiales del mundo.

El ejercicio constante de la virtud que practican los estoicos, es también la aspiración de muchos peregrinos. Las dificultades físicas de ese camino tienen una clara recompensa espiritual. Las estadísticas sobre motivación apenas dejan lugar a dudas: la religiosa fue del 68'5% en 1993 y todavía se mantenía en el 66'7% en 1998; el resto era de tipo cultural o una mezcla de ambas. Es decir, observamos ese predominio aristotélico de las virtudes éticas y dianoéticas. En otro sentido, el constante incremento del número de peregrinos nos hace pensar la creciente importancia de este tipo de motivaciones que, al igual que el movimiento de los cínicos, parece corresponderse con un momento de crisis. Ésta estaría justificada por las incertidumbres provocadas por el fin del milenio. Exceptuando los años santos de 1993 y 1999, se aprecia perfectamente una línea ascendente que va desde los 2.491 peregrinos que recibieron la Compostela en 1985 (primer año con recuento), hasta los 30.126 de 1998, o los 148.562 que ya estaban contabilizados al final de octubre de 1999, superando ampliamente los casi 100.000 de 1993.

En definitiva, parece que estamos ante un movimiento creciente que recupera las multitudes de siglos medievales en una búsqueda de la espiritualidad que había caído en la sociedad occidental a lo largo de toda la centuria. La propia iglesia católica se encarga de recordar constantemente el carácter religioso del xacobeo e incluso muchos políticos se niegan a reconocer el camino de Santiago como un producto turístico. De hecho, la defensa que desde muchos sectores se hace de la gratuidad de los albergues va en el sentido del carácter hospitalario y no comercial del camino. Carácter que, por otra parte, se contradice con la fuerte mercantilización de que es objeto.

### REALIDAD 3

Ciertamente, existen muy pocos resquicios por los que rebatir la idea del camino de la espiritualidad. Se trata de un sentimiento sobre el que no dudamos y del que tenemos múltiples testimonios a través del contacto directo con muchos peregrinos; pero insistimos más en el tema de la espiritualidad que en el de la religiosidad. Con todo, se nos ocurren algunas cuestiones que matizan esos porcentajes de motivación que nos ofrecen las estadísticas, aunque es verdad que son sólo hipótesis de trabajo difícilmente demostrables.

Un primer hecho que nos interesa tiene relación con las estadísticas de motivación que ofrece la Oficina del peregrino. Debemos de tener en cuenta que estamos ante una fuente de carácter religioso y, sobre todo, es conveniente pensar que para obtener la codiciada Compostela, que nos acredita como peregrinos, hay que aducir bien razones religiosas bien culturales en ese caminar de más de 100 km. a pie o 200 en bicicleta o caballo; fuera de ahí no se concede la Compostela. Esto hace que una proporción indeterminada de caminantes confiesen motivos diferentes del real. En las encuestas realizadas por Fernández-Reija (1999), advierte que aunque el motivo religioso es el más importante, apenas sobresale en relación al cultural o al meramente recreativo; asegura, incluso, que la gran abundancia de peregrinaciones organizadas por iglesias, parroquias o colegios, contribuye a incrementar las cifras. También Blanco y Garrido (1994) nos indicaban para 1993 una motivación religiosa del

50%, cifra evidentemente significativa pero alejada de las oficiales. Si en vez de peregrinos contabilizamos los visitantes a Compostela, los porcentajes aún descienden más. En cualquier caso, hay un dato que si debemos considerar y es que la motivación cambia a lo largo de la ruta adquiriendo una relevancia mayor la espiritualidad.

Otro matiz que quisiéramos introducir es el de las «falsas» peregrinaciones, es decir de personas que hacen el camino por etapas sin pernoctar, etapas que, con frecuencia, son semanales y bastante dilatadas en el tiempo. Ya para 1998 habíamos advertido que las 30.000 Compostelas se correspondían aproximadamente con unos 13.000-16.000 caminantes pernoctando en albergues del camino francés, con mucho el alojamiento y la vía más utilizada. Con los datos actualizados a octubre de 1999, tenemos 148.562 Compostelas; sin embargo, las cifras de los albergues más concurridos (O Cebreiro-Hospital da Condesa, Portomarín y Arca-Santa Irene), nos señalan hasta esa fecha un tránsito de unos 70.000 peregrinos, número por supuesto aproximado y basado en las pernoctaciones; hay que tener en cuenta la apertura de albergues en otros caminos y el incremento de la ocupación en las casas de turismo rural. Aún así se produce un desfase bastante importante que se corresponde con esos «falsos» peregrinos. Esto no supone que esos peregrinos tengan una motivación religiosa menos fuerte, pero sí que nos sugiere unas características bien diferentes.

En otro sentido creemos también significativo los incrementos de peregrinos que se producen a partir de Portomarín, punto que marca los 100 km. que dan derecho a recibir la Compostela. Con respecto al Cebreiro el aumento es de unos 25.000 caminantes. Infelizmente, no tenemos datos de fuera de Galicia pero es muy probable que ese punto de la montaña gallega sea el inicio del itinerario para muchos peregrinos. Lo que queremos decir con esto, es que para algunos la consecución de la Compostela es más importante que cualquier otra circunstancia. Ya tenemos comentado que el camino de Santiago muchas veces se convierte en una forma barata de hacer turismo; sólo así se entiende una fuerte estacionalización y una masificación (en julio y agosto de 1999 se superaron, en el tramo gallego del camino francés, las 100.000 pernoctaciones al mes, el 55% de las de todo el año, hasta octubre) para un producto con una motivación que tiene una capacidad de carga psicológica muy baja. Es, sobre todo, en los meses templados de la primavera cuando se produce el mayor desfase entre los que denominamos «falsos» y, en contraposición, «auténticos» peregrinos, porque es en esa época cuando predominan esas pequeñas peregrinaciones en etapas alternantes. Por ejemplo, en enero de 1999 los primeros representaban menos del 30% y en mayo más del 60%.

#### **MITO 4. REDEUNT SATURNIA REGNA**

La mitología nos cuenta que el reinado de Saturno en el Lacio se caracterizó por una gran prosperidad, fue una auténtica Edad de Oro no sólo en el orden material, con las más generosas cosechas, sino también en el espiritual, con un reino en el que imperaba la justicia y la bondad de las personas. Ahora y gracias a todos los beneficios generados por el xacobeo, Santiago de Compostela está ante una nueva edad de oro, tanto en lo físico como en lo inmaterial. La capital de Galicia se está convirtiendo en una ciudad abierta, deseada, culta, bien cuidada, en una de las más seguras de la península, entre otros muchos atributos. Es verdad que, hasta cierto punto, ya era así, pero la década de 1990 la está consolidando en una posición hegemónica realmente novedosa. Incluso entre quien piensa que el xacobeo para Gali-

cia no está siendo tan positivo como se dice, se reconoce que la más beneficiada es, sin duda, Santiago.

A nivel turístico, la enorme repercusión del fenómeno xacobeo atrae a un creciente flujo de visitantes, los ya citados 6 millones en los primeros ocho meses de 1999, además de un grado de conocimiento creciente en lugares en los que Compostela era una perfecta desconocida. La declaración en 1985 como ciudad Patrimonio de la Humanidad o en 1982 como capital de Galicia, fueron dos hechos que impulsaron la dinámica urbana. Ya en la década siguiente, en 1991 se constituye el Real Patronato de la Ciudad de Santiago en donde confluyen para su colaboración los tres niveles de la administración (Estado, Comunidad Autónoma y Municipio); al año siguiente nace formalmente el Consorcio de la Ciudad de Santiago que será el órgano encargado de hacer efectiva esa cooperación. Todos estos hechos, así como el éxito de público del xacobeo de 1993, acabaron por revertir en la ciudad. De manera muy particular, el gran beneficiado fue el casco histórico, con numerosas actuaciones sobre vivienda, comercio o tráfico, que contribuyeron a realzar todavía más su fama. Pero también hubo intervenciones fuera de ese centro antiguo, como el plan de humanización del ensanche, la creación de equipamientos deportivos y culturales o la mejora de las infraestructuras. Todo ello colocó a Santiago en un lugar privilegiado, reconocido internacionalmente al ser designada en el año 2000 como una de las capitales europeas de la cultura. El proyecto de creación de una gran ciudad de la cultura, así como el futuro estatuto de capitalidad, son proyectos de próxima creación que van en este mismo sentido que estamos comentando.

Aunque la figura del apóstol Santiago no se puede desligar en ningún caso de la ciudad de Compostela, el resurgir del fenómeno xacobeo está íntimamente ligado a un importante desarrollo urbano en los últimos años. También es cierto que está siendo utilizado como una estrategia para posicionar a Galicia, mediante la representación de Santiago, en un lugar sobresaliente en el panorama estatal español. Galicia, como Comunidad Autónoma «histórica», precisaba reforzar e individualizar su imagen que es, además, una manera de prestigiar a su gobierno. Santiago por su condición de sede del gobierno y por su indudable esplendor pasado, debía de ser ese símbolo que sirviese de escaparate de todo el territorio gallego. La presencia de la tumba del apóstol y una universidad de larga tradición ayudaban aún más en este objetivo. Por ejemplo, la celebración de un más que dudoso 500 aniversario de la universidad fue otro paso en este camino de convertir a Santiago en la brillante estrella que ilumina a Galicia entera y que es modelo de una España culta, próspera y moderna aunque sin perder los más sagrados valores tradicionales.

#### **REALIDAD 4**

Francamente, resulta difícil negar la transformación y revitalización tan importante que experimentó Santiago en los últimos años y que todavía está en su plenitud. Sin embargo, de nuevo es preciso introducir matices a un optimismo que consideramos exagerado. Por ejemplo, la tan alabada política urbanística, especialmente en relación al casco histórico está sirviendo para la rehabilitación externa e interna de numerosos edificios y locales comerciales. No obstante, el proceso especulativo sólo está sirviendo para limitar el acceso a la vivienda a la mayoría de la población y para sustituir el comercio tradicional por franquicias y cadenas de establecimientos de nueva implantación. En su estudio poblacional, Aldrey (1999)

nos señala esa crisis demográfica del casco antiguo que se manifiesta, para el año 1995, en una población de 4.342 personas de las que el 31'4% son mayores de 60 años; tampoco la estructura socioprofesional refleja una situación que pudiera hacernos pensar en un proceso de gentrificación. En cuanto a los locales comerciales, la tradicional orientación a la hostelería de calles como el Franco o la Raffia, se vio muy reforzada, pero sobre todo se está dando una proliferación de tiendas de recuerdos, no sólo en la calle San Francisco, como ya vimos, sino en otras del entorno de la catedral. Nos parece muy significativo que una asociación de empresarios de la zona monumental elevase una queja por lo que consideran turistificación y desvirtuación de este sector de la ciudad (El Correo Gallego, 10 de junio de 1999), en relación a esa multiplicación de un tipo de comercio pensado únicamente para el visitante; esto produce una polarización en una oferta de productos de baja calidad y presiona al alza los alquileres contribuyendo al cierre y sustitución de los negocios tradicionales.

Pero también los problemas de vivienda afectan al resto de la ciudad. La falta de suelo urbanizable y la especulación sobre el existente está provocando un fenómeno inusitado para una ciudad del tamaño de Santiago, 93.584 habitantes a 1 de enero de 1998. Se trata de un fuerte proceso de periurbanización que, curiosamente, comienza a finales de la década de 1980, es decir en uno de los momentos de despeje de Santiago; municipios como Ames o Teo han visto multiplicar su población mientras que Santiago se estanca después de unas décadas anteriores de crecimiento acelerado. En el mismo estudio de Aldrey (1999) sobre la estructura socioprofesional en las urbanizaciones del periurbano santiagués, se observó la gran importancia del grupo «servicios sociales» (educación, sanidad, administración, etc.) que llegan a representar hasta el 70% de la población activa. Es decir, la clase media tiende marcharse de Santiago no tanto por la búsqueda del contacto con la naturaleza que, supuestamente, se produce al salir de la ciudad, sino, básicamente, por el precio de la vivienda.

Hablábamos en un apartado anterior que la gran cantidad de visitantes que, con motivo del xacobeo, se acercan a Santiago. También comentamos algo sobre la calidad de ese turismo. En el estudio realizado sobre la afluencia turística en 1999 por la asociación Compostela Monumental, que agrupa a la mayor parte del comercio del casco histórico, se pueden sacar conclusiones interesantes, por muy parcial que sea la perspectiva del comerciante o incluso contando con la infrarrepresentación del sector de la hostelería en esa encuesta (son el 30% mientras que en la encuesta suponían un 9%). De manera muy resumida podemos decir que aunque el 81'1% observó un mayor flujo de visitantes que en 1993, sólo un 32'7% opinó que las ventas eran mayores que en aquel año; un 79'6% consideró que el número de visitantes no era proporcional al de facturación, y ese mismo porcentaje hablaba de «turismo de dos horas». En definitiva, aunque el volumen de negocio se considera, en general, positivo, al menos en relación a 1998, las expectativas depositadas no se vieron realizadas, y esta percepción coincide con la de los proveedores. Reincidimos, pues, en el tema de la escasa capacidad de gasto y de la masificación. A este respecto, en una encuesta que realizamos en el verano de 1999 pudimos observar que un 30% de las respuestas se referían a aspectos negativos del turismo: como la masificación, el tráfico o los precios; ante la pregunta «¿qué haría usted para atraer más turistas a Santiago?» un 18% dijo que nada, que ya eran bastantes y no se necesitan más. Se advierte así un principio de malestar como consecuencia de un excesivo y poco selectivo flujo turístico.

Finalmente, quisiéramos señalar que toda esta estrategia encaminada a situar a Santiago como el foco central de atracción de Galicia y al xacobeo como el instrumento principal, está

provocando también recelos y desequilibrios. El proceso de descentralización respecto a Madrid se convierte ahora en una centralización excesiva en Compostela. Por ejemplo, la proyectada «ciudad de la cultura» está recibiendo numerosas críticas precisamente porque supone una sobredotación de equipamientos culturales para Compostela en relación a las evidentes carencias de otras urbes económica y demográficamente más importantes; no hablemos ya de las pequeñas ciudades o del rural. El recurso al localismo que se utiliza para rebatir este tipo de acusaciones esconde una realidad crecientemente centrípeta.

## **MITO Y REALIDAD 5-CONCLUSIONES. ET IN ARCADIA EGO**

La Arcadia, esa región tradicional del Peloponeso, simboliza la ciudad feliz por excelencia, un edén exaltado por quienes aprecian la armonía de la vida rural. Lo que finalmente significa, en el ámbito que estamos tratando, es ese impulso que el xacobeo ha dado al sector turístico que se está convirtiendo en uno de los principales motores de la economía gallega, ayudando al bienestar de los pueblos que nos visitan así como de los gallegos mismos. Si hasta principios de la década de 1990 la importancia del turismo era muy marginal, y centrada sólo en algunos municipios, como Sanxenxo o Baiona, a partir de entonces y coincidiendo con el despertar del fenómeno compostelano pasa a ocupar un lugar estratégico en el dinamismo de esta comunidad autónoma. La oficina estadística gallega (IGE) en sus estudios de contabilidad calcula (así aparece en el último informe consultado, correspondiente al 2º trimestre de 1999) que el crecimiento del PIB gallego para 1999 será del 4'1%, porcentaje elevado que se relaciona, en buena medida, con el impulso del xacobeo, especialmente sobre el turismo. El propio gobierno gallego apunta el dato de que el turismo pasó de representar poco más del 5'5% del PIB a situarse en torno al 10% con lo que aparece como el gran motor de la economía de Galicia.

En definitiva, Galicia pasó de ser un país eminentemente rural y agrario a otro de servicios y turístico. Es decir, un territorio con una serie de recursos naturales, culturales, patrimoniales, en una palabra, capaces de generar unos flujos crecientes. Al mismo tiempo que poseemos una industria turística de alojamiento, de organización de viajes o de recreación bien estructurada. Dicho de otra manera, una nueva arcadia que produce y vende sueños, proporcionando felicidad y bienestar tanto a los visitantes como a los residentes.

Por supuesto, no dudamos de la creciente importancia que tiene el turismo en la economía gallega, que, por cierto, no se corresponde con la pérdida de peso experimentada en el organigrama de la administración, al pasar de ser una Secretaría Xeral a una Dirección Xeral. En el caso más concreto de los datos del PIB y de la influencia del xacobeo sobre el mismo, la interpretación y significado pueden variar. Sin entrar en reiteraciones, nos parece peligroso desarrollar de manera tan fuerte una actividad económica tan frágil y cambiante como es el turismo sin que vaya acompañada de auténticas medidas de planificación. La lectura oficial, y que se transmite a la población, es la misma que se hacía en los años 1960 con la diferencia de que ahora se pretende turistificar todo el territorio y que va orientado hacia visitantes domésticos. Por desgracia se está ofreciendo sólo la cara amable del turismo, la del consumo que genera riqueza y empleo al tiempo que estimula nuestro ego. Sin embargo, fuera de las medidas de promoción y de algunas de maquillaje, a penas hay actuaciones que incidan en la formación o en la implementación de políticas globales y no contradictorias.

A nivel formativo las carencias son muy evidentes. No nos referimos ya a los cuadros superiores sino sobre todo a los medios. El clarísimo predominio de negocios familiares se corresponde con unos servicios escasamente profesionalizados que redundan en una pérdida cualitativa; en el estudio que estamos realizando sobre Baiona, observamos que a la hora de contratar personal en el sector hotelero y de restauración, el 80% de los propietarios o no exigen nada o únicamente experiencia; y este no es un caso aislado en Galicia. En lo relativo a las políticas globales, el turismo en Galicia se concibe como una actividad independiente de otras sin ningún tipo de conexiones. El resultado son numerosas contradicciones que llevan a situaciones tan paradójicas como que mientras se revitaliza el camino de Santiago se construye un parque empresarial en plena ruta; o que el desarrollo de deportes de «aventura» vinculados al turismo rural se frustra con minicentrales hidroeléctricas; o que la declaración de espacios naturales incluidos en la red Natura 2000 se vea acompañada de continuas agresiones a esa naturaleza.

En definitiva, el xacobeo, como vehículo y expresión máxima del desarrollo turístico de Galicia está cegando una realidad bastante menos triunfante. Aunque dudamos de ese «extraordinario éxito» del xacobeo, es cierto que se generó una coyuntura que en su conjunto es positiva. Infelizmente, en el nivel estructural los cambios no son tan claros y seguimos adoleciendo de una política turística que implique un cambio de comportamientos y actitudes. En cualquier caso, pretender hacer del turismo la primera actividad económica de Galicia nos parece una temeridad en tanto en cuanto no exista una planificación rigurosa y un desarrollo equilibrado de los otros sectores de la economía. De no ser así la felicidad reinante en la Arcadía que se nos ofrece será la realidad de una de las regiones más pobres de Europa, esa Arcadía real del Peloponeso.

## BIBLIOGRAFÍA

- AECIT (1999): *La actividad turística española en 1998*. Madrid, Aecit.
- ALDREY, J. (1999): *Análise da poboación na área urbana de Santiago de Compostela*. Santiago, Consorcio de Santiago, 326 pp.
- ALDREY, J. y FORMIGO, J. (1999): *O casco histórico de Santiago de Compostela, características demográficas e morfolóxicas*. Santiago, Documentos de Trabajo (Xeografía 7)-Idega, 61 pp.
- BLANCO, R. y GARRIDO, S. (Coords.), (1994): *Análise da procedencia e características da afluencia turística a Santiago no xacobeo 93*. Santiago, Xunta de Galicia, 103 pp.
- CUNS, A. (inédito): *Estudio geográfico del turismo en Santiago de Compostela*. Santiago, Universidade de Santiago. Trabajo Fin de Carrera, 1997, 110 pp.
- FERNÁNDEZ-REIJA, P. (inédito): *El Camino de Santiago. Significado y evolución*. Santiago, Universidade de Santiago. Trabajo Fin de Carrera, 1999, 115 pp.
- FERRATER, J. (1982): *Diccionario de filosofía*. Madrid, Alianza, 4 vols., (4ª ed.).
- GRIMAL, P. (1984): *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona, Paidós, 634 pp.
- IDEGA (1998): *A economía galega. Informe 1996-97*. Santiago, Universidade de Santiago-Fundación Caixa Galicia, 463 pp.
- IMPACTO do xacobeo 1999. Informe das repercusións nos negocios de Compostela Monumental*. Mecanografiado, 14 pp.
- LOIS, R. (1999): *Revitalización económica y desarrollo urbano reciente de Santiago de Compostela. Análisis de un proceso*. En Campesino, A. (Coord.): Comercio, turismo y

- cambios funcionales en las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad. Cámara de Comercio e Industria de Cáceres, págs. 161-196.
- SANTOS, X. (1997): *Los caminos de Santiago en la oferta turística gallega*. En Valenzuela, M. (Coord.): Los turismos de interior. Madrid, Universidad Autónoma, págs. 571-579.
- SANTOS, X. (1999): *Reflexións en torno ó papel do turismo no desenvolvemento local*. En Rodríguez, R., Santos, A. y Mascarenhas, J.: Desarrollo local y regional en Iberoamérica. Santiago, Universidade de Santiago, págs. 149-165.
- SANTOS, X. (en prensa): *Cidade turística, cidade real. Os exemplos de Pontevedra e Santiago*. Curso de verano 1999 de la Universidade de Santiago: O turismo e as potencialidades endóxeas de desenvolvemento urbano e económico no territorio.
- TORRES, P., PÉREZ, A. y LOIS, R. (Eds.), (1993): *Los caminos de Santiago y el territorio*. Santiago, Xunta de Galicia, 962 pp.
- VALCÁRCEL, C. y SANTOS, X. (1998): Turismo rural, lingua e desenvolvemento local. En Semata nº 9, págs. 79-106.

**NOTA FINAL:** Recién acabada la redacción de este artículo apareció un interesante libro sobre las peregrinaciones y el turismo en Santiago, que aporta numerosa información y que, a falta de una lectura detallada, confirma muchas de las hipótesis planteadas en las páginas anteriores. La referencia de este libro es la siguiente, Álvarez Sousa, A. (Dir.), (1999): *Homo Peregrinus*. Vigo, Xerais, 178 pp.

**AGRADECIMIENTOS:** Asociación Compostela Monumental, Gerencia del estacionamiento de autobuses de Xoán XXIII, S.A. de Xestión do Plano Xacobeo 99, Gerencia de Promoción del Camino de Santiago, Oficina Compostela 2000, Carlos Aradas y Miguel Pazos.