



Propuestas de nuevos proyectos turísticos para la puesta en valor del patrimonio intangible del Camino en el área transfronteriza

Patrimonio cultural de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal: Valoración e Innovación. (GEOARPAD).

Proyecto cofinanciado al 75% por el Programa **Interreg V-A POCTEP** a través del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)** de la **Unión Europea**.

Introducción

Las rutas que desde hace siglos llevan a Santiago de Compostela cruzan territorios, países, ciudades y regiones diferentes, pero el hecho de poder hacer un “viaje internacional” cruzando países distintos es sin duda un valor añadido que debería ser aprovechado. Si bien es sabido que el Camino Francés, desde el comienzo de su revaluación turística, es la ruta más recorrida, el segundo lugar es ocupado por el Camino Portugués. El mismo, en los últimos años, está cada vez más en auge, hasta el punto que desde el 2016 el registro de las *Compostelas* llevado a cabo por la Archidiócesis de Santiago de Compostela contempla entre sus respuestas la posibilidad de indicar el “Camino Portugués de la Costa” como ruta recorrida. Así que podríamos decir que el Camino Portugués “está de moda”; al fin y al cabo, permite conocer dos países, dos culturas en un único viaje que ofrece experiencias únicas a nivel social, cultural y etnográfico.

A continuación se hacen unas propuestas de nuevos proyectos turísticos para la puesta en valor del patrimonio intangible del Camino en el área transfronteriza.

Plan Estratégico del Turismo Transfronterizo del Camino de Santiago

Según lo indicado en la Línea Estrategia 1 del *Plan Director y Estratégico del Camino de Santiago en Galicia (2015-2021)*, desde la Xunta de Galicia se quieren impulsar programas y proyectos de colaboración internacional. Por esta razón y a raíz del creciente flujo de peregrinos a lo largo de los Caminos Portugueses (Camino Interior y Camino de la Costa), se podría diseñar un Plan Estratégico de colaboración al fin de coordinar la ordenación, gestión, protección, conservación, valorización y promoción de estas rutas que cruzan el área trasfronteriza (“A Raia”). A través de este documento de planificación, entendido como documento marco, se podrían diseñar y crear nuevos productos turísticos basados en el legado patrimonial inmaterial de la Euroregión. Esta colaboración también debería diseñar medidas para controlar y regular el flujo de turistas y peregrinos.

Institución de un “Ecomuseo Transfronterizo del Camino de Santiago”.

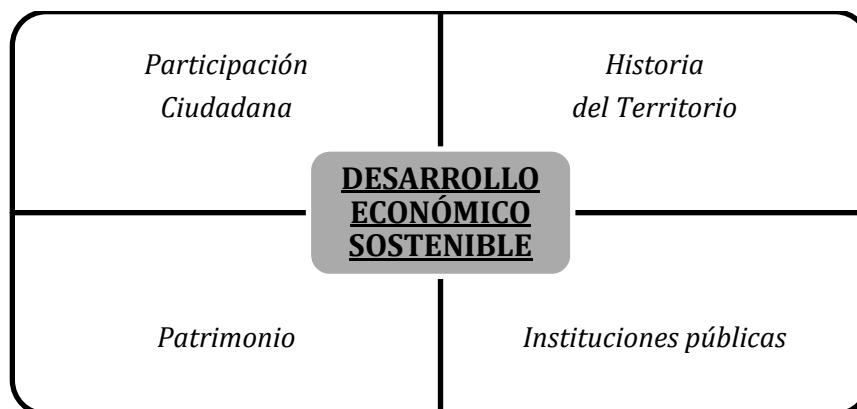
El concepto de Ecomuseo nace en el seno del ICOM en el 1972; su primera definición fue redactada por Georges Henri Rivière: “*un ecomuseo es un instrumento ideado, fabricado y explotado conjuntamente por un poder y una población,*



entendiendo por poder los expertos, las facilidades y los recursos que éste aporta, y por población las aspiraciones, los conocimientos y las facultades de aproximación de la misma (...)”. Desde este momento, otros museólogos se han interesado por esta forma distinta de ir al museo, por ejemplo, Hugues de Varine replantea el concepto de museo como ecomuseo, la colección como patrimonio, el contenedor como territorio y el público como comunidad. El ecomuseo se caracteriza, de este modo, como una iniciativa más comprometida con el territorio por su estrecha relación con el mismo. Es un proyecto más articulado en cuanto requiere, en primer lugar, la participación ciudadana, responsable de su puesta en marcha, de su conservación y puesta en valor.

El ecomuseo reúne bienes naturales y culturales representativos de las formas de entorno y de las vidas que han tenido lugar, por lo tanto, es fundamental para acercarse a una dimensión cultural del desarrollo local; cumple con otros objetivos en común con los museos ordinarios, es decir, el desarrollo de la cultura, la conservación del patrimonio, la acogida de turistas, la formación, etc. De este modo, el ecomuseo debería ser pensado como un instrumento para el desarrollo regional poniendo en comunicación la población local con las instituciones públicas. El ecomuseo se funda en conocimientos, saberes y beneficios al patrimonio, por esta razón es una herramienta de información y comunicación. En general, de la misma manera que las otras tipologías de museos, sus funciones serían: 1) Documentación; 2) Difusión y comunicación; 3) Conservación; 4) Investigación. Su verdadero éxito es posible si se asegura la accesibilidad a todos los públicos con independencia de la edad y el nivel cultural.

Figura 1.
Los Pilares del Desarrollo Económico Sostenible a través de un Ecomuseo
(elaboración propia).



En calidad de museo permanente, el ecomuseo puede ser un lugar activo en el cual promover la identidad colectiva y el patrimonio cultural, medioambiental y paisajístico. Las experiencias presentadas están encaminadas por el deseo de poner en valor los recursos territoriales a través de una nueva imagen que resulte de la interacción de factores geográficos, paisajísticos y medio-ambientales. En estos casos, los ecomuseos han contribuido a elaborar nuevos modelos de desarrollo local,



además de recuperar e reinterpretar significados y valores territoriales y paisajísticos.

Centros de interpretación a lo largo de Camino

Estas iniciativas nacieron conceptualmente en 1977 gracias a Freeman Tilden quien en su obra *Interpreting our Heritage* puso de manifiesto la idea de interpretación patrimonial como actividad educativa, en el sentido más amplio del término. De hecho, hoy en día cuando hablamos de educación nos referimos a colectivos que superan los límites escolares o universitarios, por eso el concepto de educación va acompañado con el de sensibilización. Estas serían las funciones de los centros de interpretación; su propuesta podría relacionarse con la anterior propuesta del ecomuseo. Los centros de interpretación defienden la necesidad de difundir y enseñar de forma creativa el patrimonio cultural territorial para un público variado.

Desde el punto de vista metodológico, estos centros de interpretación serían físicos y virtuales. En el primer caso, tratándose de una ruta histórica como es el Camino de Santiago cuya naturaleza turística polisémica lo posiciona también como producto cultural, la oferta de estos centros sería una manera para completar la información territorial. El enfoque transfronterizo permitiría buscar relaciones históricas entre las comunidades, investigando y difundiendo saberes comunes o diferentes. Desde luego, no hay que olvidar las repercusiones que estas iniciativas podrían tener a nivel local, en términos de dinamización local y social, porque los verdaderos protagonistas de estas iniciativas serían las comunidades locales. De hecho, las administraciones públicas suelen ser muy favorables al desarrollo de este tipo de proyectos que pueden realizarse a través de subvenciones (europeas, nacionales, autonómicas, provinciales y locales).

Creación de una "Camino Film Commission"

La progresiva "desmaterialización" de la experiencia turística está haciendo que el turismo sea más exigente, ya que tiene que seguir el ritmo de la dinámica social y cultural post-contemporánea. Es cierto que la experiencia turística comienza en casa y esta realidad se refuerza a través de una visualidad cada vez más compleja. De hecho, la experiencia visual que anticipa la experiencia turística no se limita a las imágenes tradicionales (fotografías o videos), sino que incluye hoy más que nunca producciones cinematográficas creativas. En consecuencia, adjetivos como experiencial, creativo y cinematográfico son adecuados para definir nuevas tendencias turísticas.

Las dos figuras 3 y 4 a continuación son extraídas del *docushow* de la Televisión de Galicia (TVG) '*Camiño Portugués de Santiago*', que en el 2016 fue premiado por la *Associação Portuguesa de Turismologia* como mejor producción audiovisual que fomenta el turismo en el *International Tour Film Festival*. El documental, rodado a lo largo del Camino Portugués de la Costa, se estructura en 13 etapas. El mismo individualiza los elementos patrimoniales materiales e inmateriales de dicha ruta, que se convierten en símbolos de espacios únicos. Producciones de este tipo serían



una herramienta de promoción turística del patrimonio inmaterial en la zona transfronteriza, de hecho es desde esta misma fecha (2016) que la Iglesia ha contemplado las ruta portuguesa de la costa como posible itinerario para llegar a Santiago.

Figuras 3-4. Documentario “O Camiño Portugués da Costa”.



El Camino de Santiago ha asumido un papel central en las producciones cinematográficas que, incluso con diferentes impactos internacionales, generan discursos de identidad. Como resultado, los peregrinos y los turistas culturales post-contemporáneos a lo largo del Camino están alimentando esta nueva práctica cultural: son espectadores y productores; además de *cineturistas*. Por ejemplo, la primera edición del Festival de Cine Camino de Santiago, celebrada en Boston en octubre de 2018, fue una ocasión para intercambiar ideas, crear un espacio de diálogo y de encuentro entre peregrinos y profesionales del cine para promover los esfuerzos conjuntos.

El *film-induced tourism* es otra tipología de turismo cuyos estudios en otros destinos han sido importantes para despertar un desarrollo económico endógeno. Por ejemplo, para las comunidades rurales, convertirse en lugares de rodaje puede ser una forma de reinterpretar su vitalidad; de la misma manera, la apuesta en sentido cinematográfico para el área transfronteriza del Camino de Santiago (sobre todo en el caso de aquellas comunidades más rurales) puede generar impactos positivos, abriendo nuevas trayectorias económicas sostenibles y participando en un modelo de desarrollo innovador y colaborativo.

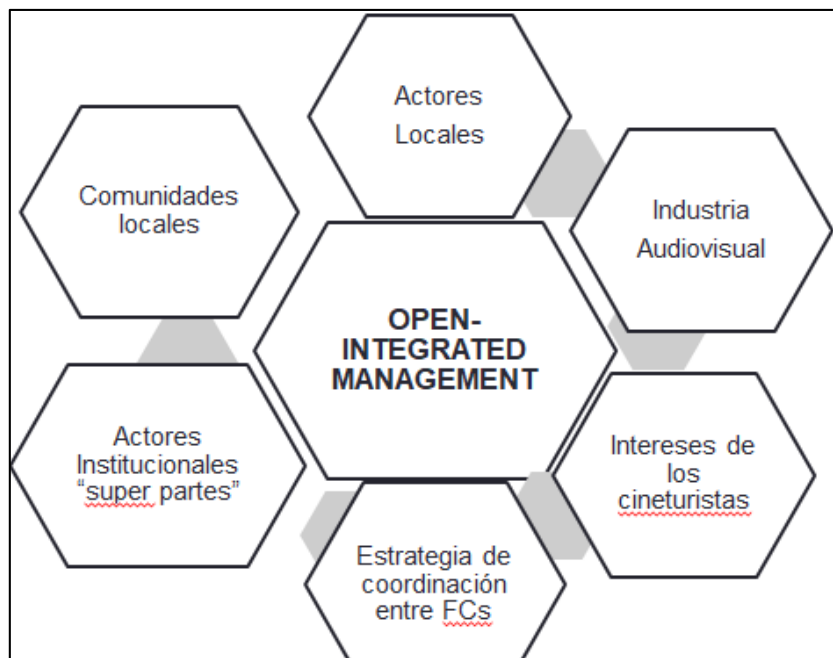
A partir de todo lo expuesto anteriormente, se avanza la creación de una *Camino Film Commission*. Las Film Commissions son entidades de diferente naturaleza (públicas o privadas), dirigidas a atraer producciones audiovisuales y brindarles servicios. En los últimos años están fomentando una nueva visión del cine, como una posible herramienta para el desarrollo económico de un territorio. De hecho, las producciones audiovisuales permiten combinar recursos y lugares para obtener una promoción desde puntos de vista histórico, artístico y natural (como ha sido el caso del docushow arriba mencionado). La *Camino Film Commission* estaría diseñada como un proyecto transfronterizo, en cuanto esta escala internacional permitiría enriquecer el proyecto turístico desde el punto de vista cultural y creativo. Dicho organismo tendría que aportar beneficios territoriales,



fomentar las relaciones entre cinema y territorio, en definitiva sería una herramienta de marketing territorial. Las producciones destinadas a la valorización de la oferta patrimonial colaboran a una estrategia de branding territorial y a un desarrollo turístico alternativo.

En la siguiente figura 4 se propone un posible modelo de gestión de la CFC; un modelo de gestión abierto e integrado fundado en una cooperación internacional e interinstitucional, pero al mismo tiempo establece canales de comunicación con las comunidades locales y con los cineturistas.

Figura 4. Modelo de gestión de la Camino Film Commission (elaboración propia).



Conclusiones

En general, las propuestas arriba mencionadas se fundan en la participación ciudadana, puesto que para un desarrollo endógeno sustentable la misma es fundamental para lograr el cambio, es decir una dinamización consensuada del área transfronteriza. Sobre todo en el caso del patrimonio inmaterial, las comunidades locales son los verdaderos “guardianes” de la información. Ritos, prácticas, leyendas, saberes, competencias artesanales tradicionales son legados intergeneracionales que se transmiten a través de las personas, y es por ello que su participación es necesaria.



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA

GEO  **ARPAD**

