



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



GEO  **ARPAD**



Informe características del turista cultural y de las prácticas culturales (con y sin tradición histórica) vinculadas al Camino

Patrimonio cultural de la Eurorregión 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**.

El turismo es una metamorfosis moderna del peregrinaje y del viaje y esta secularización ha modificado los temas estructurales del significado simbólico y místico, transformando los lugares en sitios turísticos. El término peregrinaje define un viaje religioso de un peregrino hacia un santuario o un lugar sagrado, pero la palabra procede del latín *peregrinus* que incluye un número mayor de figuras como extranjeros, vagabundos, exiliados, viajeros, etc. (Collins-Kreiner, 2010). También el término turista procede del latín *tornus*, para indicar quien hace un viaje circular por diversión y vuelve al punto inicial (Smith, 1992). Es la actitud y la motivación de la visita que diferencia turista y peregrino, pero se trata de una dimensión más profunda que en algunos casos es difícil destacar. Los límites entre peregrinaje y turismo no están bien marcados, puesto que también un turista puede estar interesado en visitar una iglesia y esto porque se considera el turismo religioso y de peregrinación como un sub-grupo del turismo cultural (Davie, 2000; Gil de Arriba, 2006; Rinschede, 1992).

Según el antropólogo C. Trunbull (1992), peregrinos y turistas están unidos por una satisfacción personal; ambos buscan algo, aunque cambie la naturaleza de este "algo". Para los peregrinos es "*algo sagrado*" y en el caso del turista es "*algo secular*"; a raíz de esta distinta naturaleza, E. Cohen (1992) prefiere hablar de una oposición estructural entre peregrinación y turismo. En la realidad, estamos asistiendo a una evolución semántica de lo sagrado, hoy desde el punto de vista del individuo también una tumba de su héroe puede ser sagrada y no solo manifestación de lo divino. La sacralidad de un lugar está cada vez más ancorada a la percepción del individuo y, por lo tanto, proliferan imágenes de lugares cuya naturaleza se mueve entre sagrado y secular, teniendo como punto de referencia la pertenencia cultural del individuo. Efectivamente, según el geógrafo Yu-Fu Tuan, el lugar es un tipo especial de objeto; es una concreción de valores, aunque no es algo valioso que se pueda manejar o transportar fácilmente (Tuan, 1977). El espacio resulta de un conjunto de valores vivenciales que se sitúan en el mismo y que se expresan de manera material o inmaterial, de hecho, los espacios son tanto materiales como metafóricos, físicos e imaginarios (Knott, 2005).

El aspecto cultural desempeña un papel relevante para el espacio del Camino de Santiago, ya que cumple con distintas funciones: define un *espacio sagrado*, una vía de peregrinación y un itinerario cultural. La peregrinación jacobea se relaciona directamente con el nuevo carácter del turismo del siglo XXI, que huye de la masificación y busca la ruptura radical con la cotidianidad. El caminante (y turista) procura en su marcha hacia Compostela una experiencia de desconexión y disfrute original; al mismo tiempo los componentes culturales, emocionales, espirituales y



naturales de la peregrinación jacobea se refuerzan y se renuevan en términos semánticos.

Peregrino y devotos “viven el espacio”, lo interpretan y lo cargan de valores a través de acciones y prácticas que producen un *espacio sagrado*. El primer caso hace referencia a la historicidad material de un lugar o de un espacio, con sus elementos patrimoniales. Este proceso demuestra como la religión fue capaz de convertir una dimensión subjetivo-interior en objetivo-exterior. La producción del espacio sagrado se acompaña de una acción antrópica en la producción del paisaje y, como no puede ser de otra manera, el ser humano “externaliza” y objetivando sus valores y creencias a través de evidencias materiales que se convierten en símbolos culturales (Claval, 1999; Cosgrove y Daniels, 1988; Kramsch, 1999), que han propiciado la re-conceptualización del espacio en sentido “sagrado”. En el segundo caso se entienden los comportamientos sociales de los usuarios del espacio, que le confieren un significado y un uso. De hecho, también el ser humano ha nutrido (y nutre) el valor sagrado del espacio a través de sus *performances de la peregrinación*, es decir ritos y gestas.

Si asumimos que el espacio del Camino, originariamente religioso, se ha vuelto hoy un espacio polisémico, y con ello cultural, podemos considerar que las prácticas originariamente asociadas a la peregrinación son también parte de un comportamiento turístico-cultural. La literatura científica propone una clasificación de las prácticas de peregrinación con tradición histórica en función del momento de realización: rituales de salida, rituales de viaje y rituales de llegada. Los rituales de salida coincidían con los de iniciación, y en el caso del turista cultural, no podemos hablar de prácticas de iniciación. En cuanto al viaje, las prácticas en común entre peregrinación y turismo cultural son la visita al patrimonio etnográfico (como indicado más adelante), y en algunos casos escuchar misa. Una vez en Santiago, el Abrazo de la estatua del Apóstol Santiago, ubicado en el altar de la Catedral, tiene hoy su valor de atracción turística, además los turistas también visitan la cripta, donde se guardan las reliquias del Apóstol, y observan en la Catedral resaltan el valor tradicional de los mismos a lo largo de la historia.

Todas las rutas a Santiago de Compostela tienen elementos patrimoniales históricos, culturales, naturales, arquitectónicos, etc... Como resultado, hoy en día, el Camino es una ruta cultural de proyección internacional y su meta, Santiago de Compostela, es un importante destino turístico. Este es el resultado de eventos políticos destinados a hacer de la peregrinación jacobea un verdadero producto turístico moderno. De hecho, a lo largo de estos siglos, y aún más desde la revalorización turística del Camino, los peregrinos han sido responsables de su resemantización; es decir, que lo han dotado de significado y experiencia precisamente a través de objetos y prácticas. Productos culturales religiosos, tanto tangibles (por ejemplo, objetos, reliquias, imágenes y estatuas) como intangibles (por ejemplo, símbolos, mitos, ritos y fenómenos naturales) son hoy parte de unas prácticas turísticas culturales. Mientras se recorre el Camino, se realizan rituales y tradiciones únicas, algunas con orígenes históricos y otras que se han originado por el mismo hecho de andar esta ruta, y cuya reiteración por parte de los peregrinos y turistas los ha consolidado dándoles el estatus de prácticas. Esto se debe a que la



experiencia de caminar un significado simbólico que conecta emocionalmente al peregrino con la ruta.

Una de las características únicas del Camino es la red de refugios y hospitales que están a disposición de los peregrinos, realizada por instituciones religiosas, organizaciones privadas y organizaciones públicas. Hoy en día, el Camino también brinda a peregrinos y turistas la oportunidad de acceder a sitios rehabilitados como iglesias, pueblos, fuentes, puentes; de hecho, la visita a esta oferta (turística) cultural, sin olvidar la presencia de ciudades con importantes centros históricos, es una práctica turística cultural (también observada por el peregrino). Las estructuras sagradas dedicadas a Santiago (iglesias, monasterios y cementerios) y otros elementos artísticos, históricos y culturales situados a lo largo del Camino simbolizan y santifican este espacio.

Este patrimonio cultural y religioso es parte de su identidad, evocando continuamente sus orígenes históricos y la ideología religiosa que lo inspiró. La riqueza patrimonial y etnográfica del Camino es un aspecto favorecedor en términos turísticos, pues contribuye a la diversificación de la motivación, ya no sólo estrictamente religiosa. Recorrer el Camino por motivos culturales significa, de hecho, hacer el Camino para conocer la cultura de los territorios que cruza, tanto en términos de legados patrimonial material como de valores inmateriales. Esta dimensión turística requiere que las etapas, o en general, las localidades situadas a lo largo del Camino sean gestionadas como atracciones turísticas, pues el turista cultural está cada vez más presente y quiere conocer el patrimonio artístico y cultural. En consecuencia, muchos lugares sagrados histórico-artísticos terminan convirtiéndose en lugares turístico-artísticos.

Hacer turismo cultural supone también conocer la cultura y la comunidad locales y profundizar las relaciones sociales con los demás turistas y peregrinos, pues las mismas son consideradas en la actualidad una manera para conseguir una experiencia auténtica del viaje y, desde luego, de los territorios. Por lo tanto, es fundamental que el desarrollo de la ruta se centre en autenticidad, experiencia y tradiciones. Valores que se logran mediante la socialización con turistas y residentes, una práctica social y cultural que se está consolidando y es también un factor de atracción del Camino. Socializar, conocer a gente y relacionarse con las comunidades locales como factores característicos del "slow tourism" del siglo XXI no tiene origen histórico, pero si es relevante, aún más si se tiene en cuenta que la sociedad del Camino es multicultural e internacional.

En general, actualmente se asiste a una redefinición del sentido del peregrinaje pues el ser humano post-moderno busca su identidad mediante prácticas más seculares que hacen del Camino *quest*, es decir, un viaje espiritual que comporta la búsqueda de sí mismo y es parte de un proceso de formación del individuo. Semejantes sentimientos se registran en las obras literarias. Estudios anteriores señalaron que la peregrinación no termina con la llegada a la meta o con la vuelta a casa; si por un lado el individuo tiene que reincorporarse a su vida cotidiana, por el otro lado, regresa a una cotidianeidad distinta, marcada por la espiritualidad vivida. A todo esto, se suma la práctica de la escritura, una nueva ritualidad del Camino. Puede tener lugar durante el viaje en forma de notas, apuntes de viaje o diario, o después de la peregrinación, cuando se redactan mejor los apuntes tomados. A



través de las industrias culturales peregrinos y peregrinas disponen de las mismas posibilidades de “inter-acción”. En estos espacios se negocian y se producen nuevas dinámicas experienciales; como resultado, se consolida una *geografía personal*. En clave postmoderna, y desde el punto de vista de la geografía del turismo, esto facilita la permanencia del recuerdo de la experiencia del Camino. Por ejemplo, a través de la escritura se completa satisfactoriamente la experiencia del Camino, llenando el vacío entre expectativas y experiencias. Del mismo modo, el turista es responsable de la creciente presencia en los medios de comunicación masiva del itinerario jacobeo.

En conclusión, hoy en día resulta difícil distinguir entre peregrinos y turistas-peregrinos, además varios centros religiosos se han vuelto centros de atracción. El lugar sagrado está experimentando una fase de comercialización; así mismo, dotándose de lo necesario para el turismo, los peregrinos se portan como turistas. Peregrinaje y turismo (religioso o cultural) comparten un mismo espacio, cuyo valor añadido es una riqueza de recursos (materiales e inmateriales) que nutre su polisemia. A esto se suma el hecho de que el Camino de Santiago es un espacio complejo, la peregrinación está siendo siempre más articulada y el foco de atención se desplaza a las interacciones sociales, que semantizan y transforman el espacio del Camino a través de contactos y acontecimientos.

Referencias

- Claval, P. (1999). Los Fundamentos Actuales de la Geografía Cultural. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 34, 25-40.
- Cohen, E. (1992). Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence. En Morinis, Alan (ed.). *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Greenwood Press, Westport- CT, pp. 47-61.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Resarching Pilgrimage. Continuity and Transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440-456.
- Cosgrove, D., y Daniels, S. (1998). *The Iconography of Landscape*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davie, G. (2000). *Religion in Modern Europe. A Memory Mutates*. Oxford: Oxford University Press.
- Gil De Arriba, C. (2006). Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del Monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria). *Cuadernos de Turismo*, 18, 77-102.
- Knott, K. (2005). *The Location of Religion: A Spatial Analysis*. London: Equinox Publishing Ltd.
- Kramsch, O.T. (1999). El horizonte de la nueva geografía cultural. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 34, 53-68.
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51-67.
- Smith, V. L. (1992). Introduction. The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1-17.



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA

GEO  **ARPAD**



- Trunbull, C. (1992). Postscript: Anthropology as Pilgrimage, Anthropologist as Pilgrim. En Morinis, Alan (ed.). *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Greenwood Press, Westport- CT, pp. 257-274.
- Tuan, Y.F. (1977, 1997 7^a ed). *Space and Place. The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.