

Patrimonio y turismo sostenible en el Camino de Santiago: la gestión de las administraciones locales del itinerario francés en Galicia

Carmen Padin* Xulio Pardellas de Blas**

Universidad de Vigo (España)

Resumen: El objetivo principal de este trabajo se dirige a estudiar y valorar la actuación de las administraciones locales en el itinerario francés del Camino de Santiago en su papel de aprovechar el patrimonio de cada municipio y favorecer un turismo sostenible como factor de desarrollo local. El análisis se sitúa en el paradigma consecuente con la aprobación en 2008 de la Carta de Itinerarios Culturales del Internacional Council on Monuments and Sites (ICOMOS), que estableció definitivamente el valor de los itinerarios culturales para promover actividades turísticas y desarrollo sostenible. Entre los resultados del estudio que sirvió de base para este artículo destaca la asimetría existente entre el potencial turístico derivado de los recursos naturales, etnográficos y monumentales del Camino, y la escasa dotación de equipamientos turísticos en los municipios, unida a la ineficiencia de las administraciones locales en la gestión de aquellos recursos.

Palabras Clave: Itinerarios Culturales; Desarrollo Local; Camino de Santiago.

Heritage and sustainable tourism on the Camino de Santiago: managing local government of the French itinerary in Galicia

Abstract: The main objective of this paper is to assess local governments' actions in the French Route of the Way of Saint James, aimed at capitalizing on the heritage of each municipality and favoring sustainable tourism as a factor for local development. The analysis is carried out within the paradigm derived from the approval of the Charter on Cultural Routes by the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) in 2008, which definitively settled the value of cultural routes for promoting tourism and sustainable development. Among the results of the study in which this article is based, it underlines the asymmetry between the tourism potential of natural, ethnographic and monumental resources in the Way, and the scarce local tourism infrastructure in the municipalities, added to the inefficiency of local governments when managing those resources.

Keywords: Cultural Itineraries; Local Development; Way of Saint Jacques (Camino de Santiago);

1. Introducción: el contexto histórico

Las peregrinaciones a Santiago de Compostela se inician en el siglo IX, a partir del descubrimiento –probablemente leyenda–, de la tumba del apóstol Santiago. Podemos situar la invención del sepulcro de Santiago en el primer tercio del s. IX. La situación en Europa estaba definida por la estructura del Sacro Imperio Romano Germánico, herencia de Carlomagno, coronado emperador por el papa León III en el año 800, pero fallecido en el 814, que fusionó así la cruz y la espada. Más cerca, en la península, casi todo el territorio estaba ocupado por Al-Andalus, a excepción del norte. Allí encontramos la región de la antigua Gallaecia romana, donde los musulmanes decidieron no adentrarse, el reino de Asturias, muy aislado en sus montañas, al igual que los condados de Aragón y Navarra, y en el Pirineo oriental la denominada Marca Hispánica del Imperio Carolingio, que llegaba hasta el río Ebro.

En ese contexto tendrá lugar un hecho que, hoy, consideraríamos sorprendente, pero que, en aquella altura, no era excesivamente raro: un ermitaño, llamado Paio, que se mortificaba en el lugar que hoy es

* E-mail: padin@uvigo.es

Compostela, escucha cánticos angelicales y ve hogueras por las noches en el denso bosque que ocupaba entonces aquellas tierras. Informado Teodomiro, obispo de Iria Flavia, se acerca allí y después de algún ascético ayuno común, se encuentra un sepulcro sobre el que deciden, sin duda, ha de ser del apóstol Santiago. Se comunica este descubrimiento de inmediato a Alfonso II el Casto, rey en Oviedo, quien ordena construir allí una iglesia (de la que ya no quedan restos), para honrar los restos del mausoleo.

Alfonso II está intentando abrirse un hueco en Europa y el descubrimiento de los restos del Apóstol fue aprovechado por el clero francés, que interesado en apoyar y extender la fe católica hacia el sur de la península, no tuvo problemas en vincular al sepulcro con Carlomagno y avalar el conocimiento del suceso en tierras europeas. A continuación, Alfonso III llena con su reinado los últimos años del siglo IX y la primera década del X, ocupando el valle del Duero y sintiéndose seguro y autodenominándose emperador, sitúa la capital en León y fomenta sin complejos la peregrinación a Santiago desde toda Europa.

Ya en un primero momento, la naciente Compostela empezó a atraer vecinos de las tierras próximas, situación que se prolongaría hasta el inicio del esplendor en el s. XI. A partir de ahí, el Camino va a ser mucho más que una ruta religiosa, ganando poco a poco el papel de punto de encuentro para negociaciones y pactos entre Europa y la cristiandad peninsular, pero también como vía de entrada de ideas políticas y, aún más, de intereses políticos europeos, con la instalación de súbditos de los reinos de Borgoña en la península, e igualmente convirtiéndose en vía comercial, en la que se van instalando artesanos, burgueses, comerciantes, practicando un intenso mercadeo y en el que confluyen no solo productos cristianos europeos, sino de los propios musulmanes, configurando una de las más importantes vías de intercambio cultural. (Calo Lourido, 2005).

Desde finales del s. XIII, con el avance de la reconquista hacia el Guadalquivir, el norte de la península ve como se desplazan los intereses económicos hacia el sur. Medina del Campo y otras nuevas ciudades comerciales se alejarán del Camino. Todo se desplaza al sur, el Camino decae y las peregrinaciones casi desaparecen en la segunda mitad del S. XIX. Ya en el s. XX, el nacionalcatolicismo impuesto por Franco después de la guerra civil, intentó recuperar los años santos con desigual éxito, pero sería la habilidad de Manuel Fraga, como ministro de turismo, quien consiguió que en 1987, el Consejo de Europa declarase el Camino como "Itinerario Cultural Europeo" y más tarde, en 1993, la UNESCO le otorgase el título de Patrimonio de la Humanidad, recibiendo por último en 2004, el premio Príncipe de Asturias de la Concordia.

2. El uso del patrimonio: los itinerarios culturales

Desde la década de los 90, el fenómeno de multiplicación de rutas e itinerarios que se puede observar en la oferta turística de todo el planeta parece responder a una dinámica con dos enfoques complementarios, que por un lado implican un incremento del valor social para el entorno ambiental y la autenticidad de las culturas, y de otro lado, amplían el concepto de patrimonio, desde la visión material tradicional (monumentos) hasta la inmaterial y cultural, proyectando hacia los mercados emisores de turismo la oferta integral del territorio como un destino que requiere el desplazamiento de los visitantes a lo largo de una ruta (Hernández, 2011).

Las rutas pueden invitar al turista a seguir un recorrido en el que predomine una categoría patrimonial como testimonio histórico de manifestaciones humanas o de la naturaleza, tales como las fundamentadas en la vida rural, la arquitectura civil y militar o los paisajes poblados por especies autóctonas (Campesino, 2006; López-Guzmán y Sánchez, 2008; López Roig, 2008). Pero también se recurre al diseño de circuitos inventados, sin relación con la realidad histórica del territorio, como pueden ser las localizaciones de escenas cinematográficas, de novelas de éxito o del tránsito de personajes de ficción (Hernández, 2005; Campos, 2006). Los caminos históricos constituyen otra categoría de rutas y en este caso, las administraciones locales buscan y aprovechan su reconocimiento institucional -a ser posible internacional-, para incrementar su valor y promoción turística. Los reconocimientos más apreciados estarían en situarse en los inventarios del Consejo de Europa, en la Lista del Patrimonio Mundial o en la de la UNESCO.

Justamente en el caso aquí estudiado y como se apuntó más atrás, el Camino de Santiago fue declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en 1993, pero no todo el mundo científico aceptó de buen grado esa disposición y varios miembros del International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), manifestaron otras opiniones, no totalmente contrarias, pero sí orientadas a establecer un cuerpo de conceptos unívocos y bien definidos hacia el uso futuro del patrimonio.

El debate conceptual se acentuó cuando un gran número de administraciones en todo el mundo empezaron a postular diversas candidaturas para situarlas en aquellos catálogos y en consecuencia,

los organismos internacionales establecieron requisitos cada más estrictos para distinguir entre rutas turísticas e itinerarios culturales, lo que implicaba al mismo tiempo no solo delimitar sobre las connotaciones patrimoniales y sociales de esa diferenciación, sino principalmente, sobre sus resultados económicos (no se olvide que el turismo está basado en una actividad privada y mercantil).

Sintetizando las aportaciones más relevantes en el citado debate, con un sesgo hacia la tradición conservacionista, Suárez-Inclán (2003), afirmaba que la consideración de los itinerarios culturales como un nuevo concepto o categoría patrimonial no se opone a ninguna de las categorías ya consagradas. Desde esta perspectiva, el itinerario cultural constituye en sí mismo un bien adaptado a las diversas culturas que ha ido fecundando y a las cuales trasciende como un valor de conjunto al ofrecer una serie sustantiva de características y escalas de valores compartidos. De esta forma contribuye a lograr una asunción más completa y enriquecedora de la propia identidad, al tener en cuenta que ésta se inscribe en una dimensión más amplia, representada por la realidad cultural compartida, dentro de los lazos culturales universales.

También Campesino (2004: 53) exponía que “los equipamientos culturales son contemplados hoy como elementos de vertebración urbana y de integración social”, aunque ya unos años antes, en el I Congreso Internacional de Itinerarios Culturales, Vilar y Quintas (2001) reconocían las dificultades para que un bien de interés cultural tuviese un papel relevante en la dinamización económica de una ciudad, como era el caso del casco fortificado de Cuenca, declarado Conjunto Histórico por la Comunidad de Castilla-La Mancha en 1996. Entre los objetivos de las actuaciones propuestas se citaban claramente incentivos para la creación de empresas que diesen valor económico a aquellos recursos.

Grande Ibarra, por su parte (2001), defendía también con firmeza la relación entre patrimonio y turismo cultural. Para este autor, el turismo cultural es un producto en auge que dispone de un notable potencial y en consecuencia, debe elaborarse una política orientada a su desarrollo, que entre otros aspectos ha de considerar la mejora de y señalización de los accesos al patrimonio, una adecuada información y en especial, implicar al sector empresarial turístico, a fin de asegurar la rentabilidad de su gestión y el interés de todos en su conservación. Su propuesta sobre rutas temáticas contemplaba el aprovechamiento de sinergias entre los diferentes recursos y servicios de la oferta, apuntando de modo todavía elemental la relevancia de la cooperación horizontal entre empresas para el máximo aprovechamiento económico del patrimonio en los entornos locales.

Desde los organismos internacionales, en esa misma línea, el propio Consejo de Europa promueve la creación de rutas que impulsen la conciencia e identidad europea y que fomenten el desarrollo económico (Tondre, 2007), mientras que por el contrario, la UNESCO considera como patrimonio cultural aquello que tiene un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia, buscando salvaguardar ese patrimonio, no tanto para reafirmar la identidad de un determinado lugar o país, como para profundizar en el conocimiento del pasado común y respetar lo que nos diferencia. Eso significa para otros autores poner el acento más en el diálogo intercultural que en el aspecto turístico (Hernández, 2011 cit).

En cierta medida, el debate fue sellado por el ICOMOS, que en 2008, en su 16ª Asamblea General, ratificó la Carta de Itinerarios Culturales, donde después de hacer hincapié en este concepto como un conjunto de valor patrimonial superior a la suma de los elementos que lo integran y de definir su entorno caracterizado por factores naturales, históricos y culturales, destaca que un Itinerario Cultural “puede servir para promover actividades turísticas, con un interés social y económico de extraordinaria importancia para su desarrollo estable” (punto 4. Relación con la actividad turística).

Desde la perspectiva que interesa a este trabajo, el debate contextualiza el papel de los itinerarios culturales en la utilización del patrimonio como recurso turístico y sitúa a los autores en la opinión y el paradigma que permite confirmar a un itinerario cultural como un instrumento valioso para favorecer el desarrollo local sostenible. Será objetivo de esta investigación analizar las condiciones para que esa afirmación pueda contrastarse o no, en el marco de la gestión administrativa local.

3. Los recursos del Camino Francés: el reto del turismo sostenible

En el caso aquí presentado, el itinerario cultural “Camiño de Santiago” es obviamente, un concepto integrador que comprende varias rutas, teniendo en cuenta su evolución histórica desde el s. IX, cuando en tiempos de guerra contra los árabes solo podía seguirse la ruta del norte, mientras que a medida que fue avanzando el territorio cristiano, se consolidó la ruta que entrando en la península por Roncesvalles, llevaba a los fieles europeos hasta Compostela y que dio en denominarse “Camino Francés”. A lo largo de los siguientes siglos fueron abriéndose otras sendas que permitían el acceso de peregrinos desde Portugal, desde el sur de la península o incluso desde el mar, por las rutas portuguesa, de la plata, inglesa y arausana.

La única fuente estadística sistemática que recoge el paso por aquellas rutas es la entrega de las “Compostelas”, documento del obispado de Santiago, avalando que el peregrino ha pasado como mínimo por 12 parroquias del Camino, en las que le sellan un pequeño carné. La tabla 1 recoge los datos de llegada de peregrinos en el último Xacobeo (Año Santo de 2010), divididos por caminos, donde destaca el notable peso del itinerario francés, con un 70% sobre el total, a causa de ser no solamente el más conocido, sino también el más promocionado por la administración gallega en las dos últimas décadas (Santos, 2006).

Tabla 1: Procedencia de peregrinos a Santiago en el Xacobeo 2010

Camino	Porcentaje sobre el total
C. Francés	69,53%
C. Portugués	12,55%
C. del Norte	6,60%
Vía de la Plata	5,22%
C. Primitivo	2,82%
C. Inglés	2,37%
Otros Caminos	0,93%

Fuente: Informe Estadístico Xacobeo, 2011

Tabla 2: Recursos en los municipios

	Municipio	Recursos												Total recursos	% total recursos
		Natural		Hist. monum.		Hist. arqueol.		Etnográficos							
								Material		Inmat.		Total Et.			
		nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%		
Camino Francés	Arzúa	5	3	100	52	30	16	2	1	56	29	58	30	193	45
	Melide	4	17	12	50	1	4	1	4	6	25	7	29	24	6
	Monterroso	0	0	6	55	1	9	1	9	3	27	4	36	11	3
	O Cebreiro	1	33	1	33	1	33	0	0	0	0	0	0	3	1
	O Pino	0	0	6	60	0	0	0	0	4	40	4	40	10	2
	Paradela	5	15	7	21	16	48	0	0	5	15	5	15	33	8
	Palas de Rei	4	31	9	69	0	0	0	0	0	0	0	0	13	3
	Portomarín	4	44	4	44	0	0	1	11	0	0	1	11	9	2
	Samos	1	33	2	67	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1
	Sarria	4	10	22	52	0	0	4	10	12	29	16	38	42	10
	Triacastela	1	1	63	75	20	24	0	0	0	0	0	0	84	20
													Total recursos del camino francés	425	

Fuente: Elaboración propia a partir de Turgalicia y webs municipales (2013)

C. Inglés	2,37%
Otros Caminos	0,93%

Fuente: Fuente: Informe Estadístico Xacobeo, 2011.

El Camino Francés en Galicia atraviesa 11 municipios, seis de ellos con menos de 2.000 habitantes, otros tres entre 3.000 y 6.000 y dos entre 6.000 y 8.000 habitantes (IGE, 2011), expresión de su carácter claramente rural. Las tablas 2 y 3, muestran los recursos y las instalaciones de alojamiento que constan en la página web de los citados municipios y de la Sociedade Xestora do Xacobeo.

Observando la estructura de sus recursos, en la tabla 2, en todos los municipios aparece una notable presencia de la naturaleza, destacando igualmente la relevancia de los monumentales, especialmente en algunos municipios como Arzúa o Triacastela, así como la importante existencia de recursos etnográficos inmateriales, lo que confiere a este itinerario un singular valor social y un elevado potencial turístico (Pardellas, 2011).

Por su parte y teniendo en cuenta como se apuntó, que se trata de un territorio interior con fuerte componente rural, es lógico que presente una limitada oferta de hoteles y restaurantes, que prestan además una categoría de servicios media-baja (la mayoría de los hoteles tienen menos de 3*). En términos globales, el conjunto del itinerario muestra una estructura turística bastante reducida y en consecuencia, una escasa oferta de servicios de alojamiento para recibir visitantes, que sin embargo, no se corresponde con los recursos existentes.

Tabla 3: Equipamientos turísticos en el Camino Francés

	Municipios	Hoteles n°	Hoteles prazas	TER n°	prazas	Restaurantes	Albergues	E. deportiv	E. saúde
Camino Francés	O Cebreiro	1	10	8	78	6	2	6	2
	Triacastela	0	0	5	70	4	1	1	2
	Samos	1	30	4	54	4	1	1	2
	Sarria	5	298	4	48	17	3	14	10
	Paradela	0	0	1	12	3	1	0	0
	Portomarín	2	140	1	6	7	3	0	13
	Monterroso	1	52	5	75	8	1	2	7
	Palas Rei	2	82	7	91	8	3	0	2
	Melide	2	118	5	58	13	1	5	10
	Arzúa	2	36	17	169	15	2	2	5
	O Pino	3	84	4	53	10	2	2	1

Fuente: Elaboración propia a partir de Turgalicia y webs municipales (2013)

La relevancia de los recursos implica un potencial turístico latente e inutilizado y permite pensar en la eventualidad de una oferta específica para los peregrinos que regresasen como turistas, lo que no se corresponde en este momento con la asimetría de aquellos datos. Eso nos introduce en el debate sobre la dialéctica territorio-patrimonio-turismo, dado que tanto el patrimonio, como el turismo, aparecen situados en un territorio, mientras que este, entendido como construcción social, puede mostrar una dinámica integradora, donde confluyan los factores naturales y los derivados de la acción humana, por lo que la configuración de un destino en torno a estos últimos (el patrimonio en su sentido cultural e histórico), requiere identificar previamente las claves de su vertebración armónica (Castillo, 2009).

El caso aquí estudiado, el Camino de Santiago como itinerario cultural, sería posible situarlo en el concepto de "territorios patrimoniales", a los que la sociedad le asigna un valor relevante como herencia o legado colectivo, vinculado a la historia y la cultura de un pueblo (Troitiño, 2015). De esa forma, el conjunto del patrimonio territorial que suman los 11 municipios citados puede analizarse desde una perspectiva integradora, lo que ayuda a relacionar por un lado las diversas tipologías

patrimoniales que ofrecen y por otro lado, permite articular sus recursos e insertarlos en una estructura de destino turístico.

En este punto es necesario recordar que los recursos de un territorio constituyen el pilar fundamental de su oferta turística, pero al mismo tiempo, el turismo tiene una potente capacidad de transformación territorial y las recientes prácticas (como el denominado “turismo de experiencias, aplicable a los que utilizan un itinerario cultural), pueden favorecer un acercamiento a las culturas locales, en el sentido por ejemplo, que propugna la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003). Como se acaba de ver en las tablas 2 y 3, además de la notable presencia de recursos naturales, el territorio de estudio presenta un relevante patrimonio monumental, destacando también la presencia de recursos etnográficos inmateriales. En consecuencia, para dar valor a ese patrimonio se hace necesaria la participación social con una visión transversal e integradora, que tenga en cuenta todas las dimensiones, sociales, culturales, económicas y ambientales, superando la simple protección pasiva.

Los territorios patrimoniales se sitúan con frecuencia en áreas y municipios poco evolucionados, con elevada ruralidad y simplificación institucional y funcional (el itinerario francés del Camino es un claro ejemplo), por lo que la articulación de una política turística correcta exige introducir diversidad e impulsar estrategias de multifuncionalidad. Eso obligaría a entrar en el debate sobre si compensa realizar las ganancias económicas y sociales por la creación de empleo en las empresas que usasen aquellos recursos, a cambio de un pequeño e inevitable deterioro de los recursos (negativo para la comunidad, pero de coste cero para los empresarios. Monfort, 2003). Obviamente, no es objetivo de este trabajo profundizar en tal debate, pero sin embargo, conviene insistir en la necesidad de pensar el destino desde la relación residentes-turistas. El reto está en utilizar los instrumentos de gestión institucional adecuados para canalizar el turismo en función de una conservación activa, asegurando así la sostenibilidad. Se trata de una cuestión compleja que requeriría liderazgo institucional, participación social e implicación empresarial (Troitiño, 2011; Morate, 2013)

En ese mismo sentido, diversos autores (Bramwell y Lane, 1999; Aas, Ladkin y Fletcher, 2005; Dredge, 2006; Merinero, 2011), han estudiado la importancia económica, productiva y social que tienen los sistemas de pequeña y mediana empresa a través de las relaciones entre ellas y con el resto de los actores del territorio para impulsar procesos de desarrollo local, lo que aplicado al uso de los recursos turísticos y a los rasgos de los equipamientos turísticos en los municipios citados, permite concluir que una colaboración entre las empresas relacionadas con la actividad turística en los mismos, podría mejorar notablemente el uso de aquellos recursos y con ello incrementar los ingresos globales y el desarrollo local.

4. La gestión turística de las administraciones locales

Consecuentemente con el anterior debate sobre el uso sostenible de los recursos en el Camino Francés, la investigación fue enfocada a conocer la capacidad de respuesta de las instituciones locales y las expectativas que podrían abrirse para dinamizar y aprovechar aquellos recursos, con el objetivo genérico de promover un desarrollo sostenible en el conjunto del itinerario.

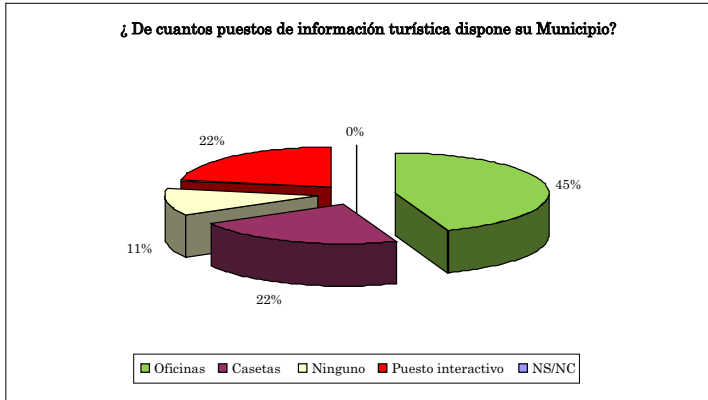
Con esa finalidad se envió una ficha/encuesta a los responsables de la política turística y en algunos casos directamente a los alcaldes, para obtener los datos y diagnosticar la capacidad de la administración local para gestionar sus recursos en dos áreas que fueron consideradas fundamentales: en primer lugar para conocer la estructura interna relacionada con el turismo (los órganos de gestión, la estabilidad del personal, la información que se proporciona a los turistas y la forma en que los responsables de esta sección analizan su demanda), y en segundo lugar, los rasgos de la estrategia de promoción de cada municipio hacia los mercados emisores. Los datos de la primera mostrarían el interés actual de la administración por la actividad turística y los de la segunda, su política de proyección exterior.

La ficha estaba dividida en tres áreas de estudio: estructura turística, actuaciones internas y promoción, que se concretaban en torno a los siguientes apartados:

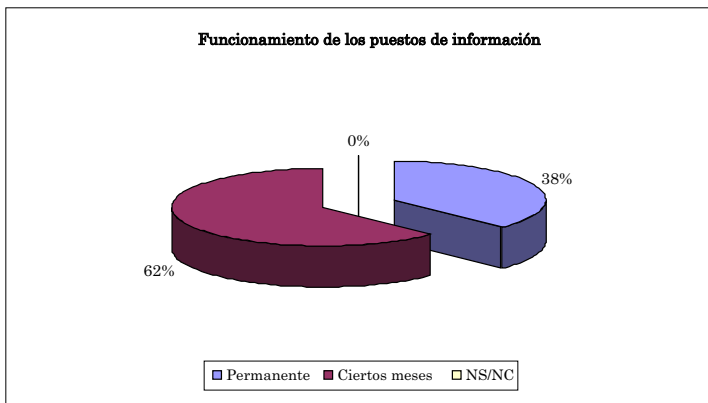
- Estructura de la gestión turística y puestos de información en el municipio
- Relación contractual del personal en los puestos de información turística
- Realización de encuestas a visitantes de la ciudad y análisis y disponibilidad de sus resultados
- Estrategia de proyección exterior y acciones de promoción conjunta con otras entidades

El conjunto de los resultados aparece en los siguientes gráficos:

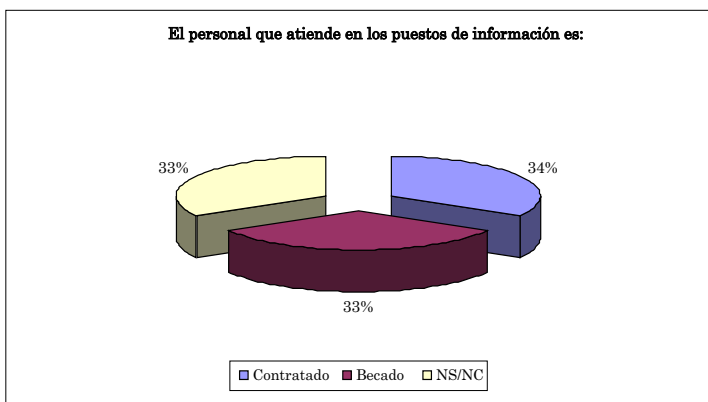
Graf. 1: Puestos de información turística en los municipios



Graf. 2: Funcionamiento de los puestos de información turística



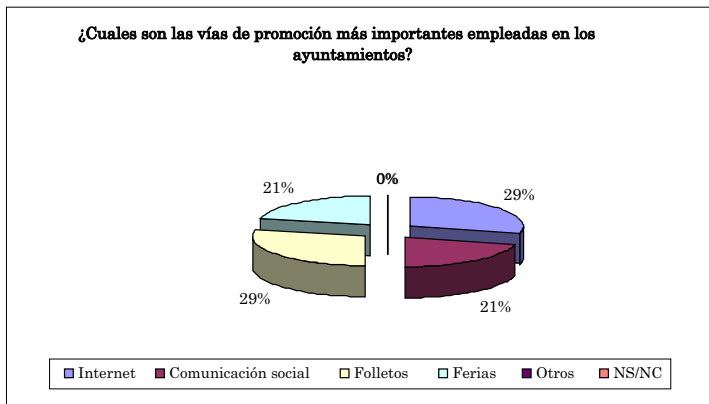
Graf. 3: Personal en los puestos de información



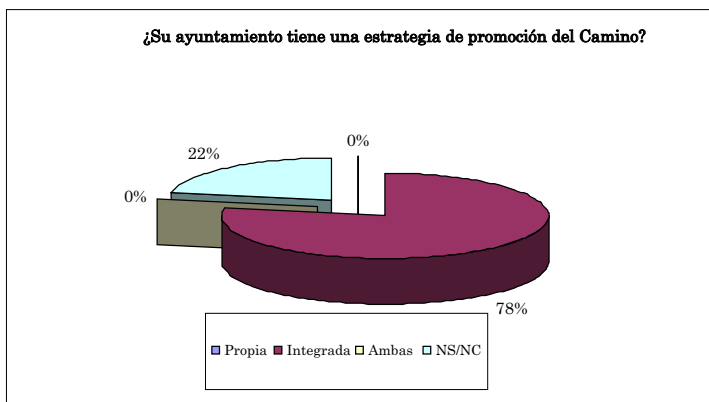
Graf. 4: Encuestas a los visitantes

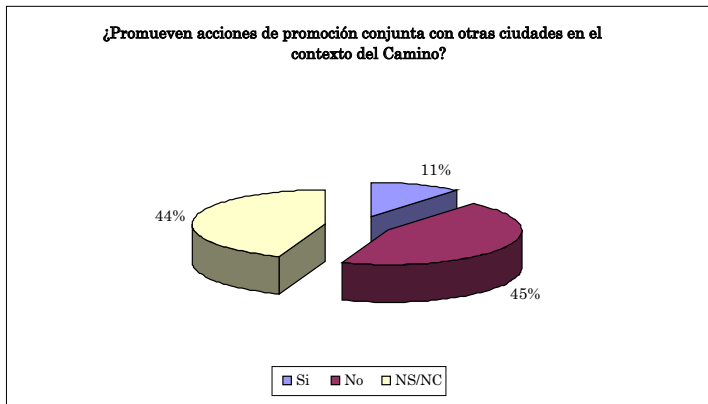


Graf. 5: Vías de promoción utilizadas



Graf. 6: Estrategias de promoción del Camino



Graf. 7: Promoción conjunta con otros municipios

5. Resultados conjuntos y conclusiones

La estructura de funcionamiento de las administraciones locales estudiadas presenta aspectos contradictorios y carencias especialmente graves para el que debería ser su objetivo principal, esto es, apoyar y favorecer la actividad turística como factor de desarrollo local, aprovechando su situación en el Camino y el potencial derivado de sus recursos.

Por un lado, casi la mitad de los municipios disponen de oficinas para dar información a los visitantes (un 45%), de las cuales un 22% muestra esa información en casetas y otro 22% dispone de puestos interactivos (aunque en ningún caso quedó explícito el significado y funcionamiento real de este tipo de instalación). Pero por otro lado, sin embargo, un 33%, o bien no disponen de personal específico para dar un correcto soporte de servicios al turismo (aún admitiendo que los becarios pueden poseer una buena formación académica), o bien los responsables administrativos ignoran si realmente cumplen estas funciones.

Con todo, el resultado más negativo lo constituye un 11% de municipios que no ofrece ninguna información turística a los visitantes, o lo que es lo mismo, que parecen no estar interesados en esta actividad. Complementariamente, más del 60% de las administraciones locales solo tienen funcionando los puestos de información en los meses de verano, lo que sucede en una mayoría de municipios de Galicia, incluso en los del litoral y con mayor actividad turística, pero en este caso, llama la atención el contraste con el citado 22% de casetas interactivas, que en teoría podrían ser operativas y servir para un mayor número de funciones.

En paralelo, un 50% no se preocupa de realizar encuestas a los viajeros que solicitan esa información en las casetas o en las oficinas municipales, por lo que desconocen los rasgos básicos de los visitantes y las razones de su visita, reduciendo así notablemente las perspectivas futuras de un uso adecuado de los recursos, en función de unas elementales características de sus segmentos de demanda.

Con respecto a la promoción, parecen observarse asimismo algunas contradicciones en la actuación de las administraciones consultadas. Todos los responsables contestaron llevar a cabo algún tipo de acción publicitaria para dar a conocer los valores turísticos de sus municipios, que resultan ser bastante variadas y con porcentajes muy semejantes (internet y folletos un 29% cada ítem, así como asistencia a ferias y otros modelos, un 21%, respectivamente). Sin embargo, esas acciones parecen no corresponder a una estrategia propia, dado que el 78% de las respuestas apuntan a una integración en la de otros organismos supramunicipales, principalmente con la Xunta de Galicia. En este último caso la decisión se explica por los costes que ahorran bajo la protección del gobierno regional.

Finalmente, debe destacarse la aparente falta de cultura de cooperación entre municipios para la gestión de esta área de servicios, observando que solamente un 11% respondió que realizaba acciones de promoción conjunta, mientras que otro 45% no lleva a cabo ninguna y lo que puede ser más grave, un 44% de las respuestas manifestaban desconocimiento sobre esta cuestión, lo que significa que un 89% de los gobiernos locales estudiados ignoran las posibilidades de una promoción común y coordinada del

Camino, no están interesados en esa colaboración y no tienen en cuenta las ventajas de la cooperación municipal para aprovechar las potencialidades que ofrece este itinerario cultural en el desarrollo local.

Como conclusiones finales, en primer lugar debe recordarse que para el Internacional Council on Monuments and Sites (ICOMOS), un itinerario cultural puede servir para promover actividades turísticas y conseguir un desarrollo estable en los territorios que involucra, validando así la afirmación de que un itinerario cultural es un instrumento válido para favorecer el desarrollo local.

El tramo gallego del Camino Francés, definido como territorio patrimonial, posee importantes recursos naturales, etnográficos y monumentales, lo que supone un notable potencial turístico para ofrecer a los visitantes el doble atractivo de una ruta singular y mundialmente conocida, y unos recursos complementarios, susceptibles de convertirse en un producto turístico interesante para los segmentos de demanda que tienen como principal motivación la historia y la etnografía de los destinos. En el lado negativo, los municipios integrados en este tramo del Camino, presentan una muy escasa oferta de equipamientos de alojamiento y restauración, debido a situarse en un entorno básicamente rural, donde la actividad turística tradicionalmente apenas ha tenido relevancia.

Por su parte, la estructura de funcionamiento de las administraciones locales así como la gestión de sus recursos no ayuda a mejorar aquella situación, presentando unas carencias especialmente graves para el objetivo de apoyar y favorecer el turismo como factor de desarrollo. De acuerdo con los estudios citados más atrás, parece evidente que una estrategia común entre los municipios serviría para aprovechar con mayor eficiencia su potencial económico, ayudando a establecer redes de cooperación horizontal de empresas. Sin embargo y como ya se apuntó, agregando las respuestas de las administraciones que desconocen las posibilidades de una promoción conjunta y coordinada del Camino y las que no están interesadas en esa colaboración, el resultado total es que un 89% no consideran para nada las ventajas de la cooperación municipal para aprovechar las potencialidades que ofrece este itinerario cultural en el desarrollo local.

Admitiendo que los itinerarios culturales pueden ser un instrumento válido para favorecer el desarrollo local, la sostenibilidad estaría asegurada simplemente haciendo un uso respetuoso del patrimonio y por otra parte, los ingresos derivados de la actividad de las empresas existentes puede incrementarse de modo notable con simples actuaciones de las administraciones locales orientadas a mejorar la organización interna y la creación de redes de cooperación intermunicipal, lo que no precisaría de mayores inversiones monetarias y podría resultar operativo ya en el medio plazo.

Bibliografía

- Aas, Chistina.; Ladkin, Adele. y Fletcher, John.
2005. "Stakeholder Collaboration and Heritage Management", *Annals of Tourism Research*, 32: 28-48.
- Bramwell, Bruce. y Lane, B
1999. "Collaboration and Partnerships for Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 7:179-181.
- Calo Lourido, Francisco
2005. "Os camiños de Santiago na península: do s. XI ao XXI". En Pardellas, X. *Turismo religioso: O Camiño de Santiago*. Vigo: Serv. Pub. Univ.
- Campesino, Antonio
2004. "La revitalización patrimonial con fines turístico-culturales". En Pardellas, X (dir) *Potencial turístico de territorios periféricos*. Serv. Pub. Uvigo.
2006. "Ciudades abaluartadas de la raya ibérica: de frontera a paisaje cultural". En *PH. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 60: 74-83.
- Campos, Lourdes
2006. "Ruta de D. Quijote. Un personaje literario, un producto turístico". En *PH. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 60: 74-83.
- Castillo, José
2006. "La dimensión territorial del Patrimonio Histórico". En Castillo, J, Cejudo, E y Ortega, A (eds) *Patrimonio histórico y desarrollo territorial*, pp 22-48. Sevilla. Universidad Internacional de Andalucía
- Dredge, Dianne
2006. "Policy networks and the local organisation of tourism". *Tourism Management*, 27: 269-280

Grande, Javier

2001. "Las rutas temáticas. Una estrategia en la producción de turismo cultural". *Actas del Congreso Internacional de Itinerarios Culturales, vol I*. Madrid: Ed. Sec. de Estado de Cultura. Ministerio de Cultura.

Hernández, Juan

2005. "Cine, turismo y cultura". En Cao, M et al (coord.) *El cine visto por los antropólogos*. Univ San Marcos. Lima (pp.9-29)

2011. "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". *PASOS, 9(2): 225-236*.

López Guzmán, Tomas y Sánchez, Sandra

2008. "La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas". *PASOS, 6(2):159-17*.

López Roig, Jordi

2008. "El turismo ornitológico en el marco del posfordismo, una aproximación conceptual". *Cuadernos de Turismo, 21:85-111*.

Merinero, Rafael

2011. "Redes de actores y desarrollo turístico: estudio de casos en Portugal". *Revista de análisis turístico, 11: 9-21*.

Morate, Gabriel

2013. "La economía sin ambages en la gestión del patrimonio" *PH. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, 84: 210-217*.

Monfort, Vicente

2003. "La sostenibilidad del crecimiento turístico". En Valdés L. (dir) *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo turístico sostenible*. Fundación Universidad de Oviedo.

Pardellas, Xulio

2011. "Turismo religioso". En Valle, E. y López, D (dirs) *La actividad turística española en 2010*. Ed. Ramón Areces. Oviedo.

Sastre, Antonio. y Payeras, Manuel

2002. *Apuntes de metodología de la investigación del turismo*. OMT 1998.

Suárez-Inclan, Maria Rosa

2003. "Los itinerios culturales". *Actas del Encuentro Internacional sobre Representatividad en la Lista del Patrimonio Mundial*. Querétaro.

Tondre, Françoise

2007. "El turismo cultural y los itinerarios culturales del Consejo de Europa". En VVAA. *Caminos de Sefarad. Memoria 2007*, Jaén (pp 28-34).

Troitiño, Miguel Angel

2011. "Territorio, patrimonio y paisaje: desafíos de una ordenación y gestión inteligente". *Ciudad y Territorio. Estudio Territoriales. 169-170*, pp 561-569

2015. "Patrimonio cultural territorial y los retos de puesta en valor y uso turístico responsable". En Aguiló, E y Antón, S (coords) *20 retos para el turismo en España*. Madrid. Pirámide

UNESCO

2003. *Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*. París. Ed. UNESCO

Vilar, Carlos y Quintas, Celia

2001. "Valoración y dinamización de un patrimonio común: museos, turismo cultural, ecuación y desarrollo local". *Actas del Congreso Internacional de Itinerarios Culturales, vol I*. Madrid: Ed. Sec. de Estado de Cultura. Ministerio de Cultura.

Fuentes de Datos

Arzobispado de Santiago. *Xacobeo 2010. Informe Estadístico* (2011)

Instituto Galego de Estadística (IGE) (2011)

Sociedade Xestora do Xacobeo (2011)

Webs municipales (2013)

Recibido: 27/08/2015

Reenviado: 07/09/2015

Aceptado: 01/11/2015

Sometido a evaluación por pares anónimos