



methaodos.revista de ciencias sociales

E-ISSN: 2340-8413

coordinador@methaodos.org

Universidad Rey Juan Carlos

España

Martín-Duque, Clara

Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación
cualitativa

methaodos.revista de ciencias sociales, vol. 5, núm. 1, 2017, pp. 62-73

Universidad Rey Juan Carlos

Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441550663006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa

The Impact of Tourism on the Camino de Santiago's French Way: A Qualitative Approach

Clara Martín-Duque
Universidad Antonio Nebrija, España
cmartidu@nebrija.es

Recibido: 28-01-2017
Aceptado: 06-03-2017



Resumen

El Camino de Santiago se configura como un Itinerario Cultural con una larga tradición tanto histórica como turística. En el plano turístico, el tramo Francés es el más desarrollado, habiendo experimentado en los últimos años un aumento continuado en el número de personas que lo realizan lo que, aunque a priori puede parecer positivo, es necesario estudiar en profundidad. En concreto, el presente artículo aborda, mediante once entrevistas en profundidad dirigidas a expertos en turismo e Itinerarios Culturales, los principales impactos que ha generado el turismo en el Camino de Santiago Francés. En este sentido, los resultados nos ponen de manifiesto que, si bien es cierto que el auge del Camino Francés ha servido para que el territorio sea conocido a nivel internacional, también lo es que el aumento de visitantes está generando una situación de masificación y la consiguiente turistificación de la ruta.

Palabras clave: Camino de Santiago, impactos turísticos, masificación, turismo cultural.

Abstract

The "Camino de Santiago" is a Cultural Route with a long historical and touristic tradition. From a tourist's perspective, the French Way to Santiago is the most developed route because of its tradition and the popularity. However, the success of this particular route should be widely studied in order to detect the positive and negative effects of its tourism. Through research, in conjunction with the perspective of 11 experts, we intend to present and analyse the main impact of tourism in the French Way to Santiago. In this regard, the results show that the positive impacts of tourism for the route is the international promotion of its image, while the negative effects include overcrowding of the route and its loss of identity.

Key words: Camino de Santiago, Impact of Tourism, Tourism, Overcrowding, Cultural Tourism.

Sumario

1. Introducción | 2. Breve acercamiento al ámbito de estudio: El Camino de Santiago Francés | 3. El Camino de Santiago Francés un producto de turismo cultural exitoso | 4. Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: estado de la cuestión | 5. Metodología | 6. Análisis y discusión de los resultados | 7. Conclusiones | Referencias bibliográficas

Cómo citar este artículo

Martín Duque, C. (2017): "Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa", *methaodos.revista de ciencias sociales*, 5 (1): 62-73. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.155>

1. Introduccion

El Camino de Santiago ha pasado de ser un producto únicamente ligado al turismo espiritual y religioso a convertirse en un producto mucho más amplio que recoge diferentes tipologías turísticas, fundamentalmente aquellas vinculadas con la cultura y la naturaleza (Graham y Murray, 1997; Burgo, 2006; Porcal, 2006; Precado, et al., 2007; Maak, 2009; Leira et al., 2010; Hernández, 2011; Martín, 2014). Sin duda el Camino de Santiago ha experimentado un aumento constante en el número de las personas que lo realizan desde 2004, habiendo registrado algunos repuntes coincidiendo con los Años Santos y no viéndose afectado de forma negativa por la crisis económica (Oficina del peregrino, 2017).

En el campo de la investigación turística, este incremento continuado en el número de visitantes se ha considerado que puede suponer o bien una oportunidad de desarrollo para los destinos donde tiene lugar, o bien una amenaza por la presión que estos visitantes ejercen en los recursos naturales y culturales, así como la alteración que pueden generar en la estructura social y económica del destino (Coccossis, 2004).

No obstante, son pocas las investigaciones empíricas que se han realizado acerca de los impactos que el turismo ha generado en el Camino de Santiago Francés y son muchas las opiniones que se han esgrimido acerca de este tema. Por ello, se considera fundamental abordar esta temática desde un punto de vista científico que nos aproxime a un conocimiento más profundo de dichos impactos.

2. Breve acercamiento al ámbito de estudio: El Camino de Santiago Francés

La peregrinación a Santiago de Compostela nace estrechamente relacionada con la figura del apóstol Santiago que, según la tradición, fue el encargado de difundir el cristianismo en la Península durante los años 33 y 43 d. C. (Millán, Morales y Pérez, 2010). Dicha tradición se ha extendido hasta la actualidad, habiendo pasado por momentos de apogeo como en los siglos XI y XII gracias a la difusión que de él realizaron las órdenes monásticas como la cluniacense (Barreiro, 1995; Singul, 2008) o momentos de declive, coincidiendo con la Reforma protestante europea y el periodo de la Santa Inquisición en España (García, 1999).

Los Caminos de Santiago son innumerables y no son pocos los que afirman que "hay tantos Caminos como peregrinos" o que "el Camino de Santiago empieza en la puerta de tu casa"; sin embargo, no todos los caminos se pueden considerar como Caminos Históricos (Millán et al, 2010: 20).

Los Caminos Históricos tienen la peculiaridad de tener "un trazado histórico definido, de uso continuo y vieja cartografía del mismo (...) Red Histórica de Hospitales (Misericordia) (...) documentos históricos y correspondencia de peregrinos que avalen el uso del mismo (...) iglesias y capillas con imágenes del apóstol y arquitectura románica" (Millán et al, 2010: 20). Si seguimos estas consideraciones se pueden distinguir cuatro caminos históricos distintos: el Camino Primitivo (el primer recorrido que realiza Alfonso II el Casto), el Camino Francés, el Camino Portugués y el Camino Inglés.

El Camino Francés es, de todos los Caminos de Santiago, el que más personas aglutina (Santos, 2006; Tresserras, 2007; Alonso, 2009; Millán et al., 2010), siendo elegido por un 63,37% de los peregrinos en 2016 (Oficina del Peregrino, 2017), por lo que en este estudio nos hemos centrado en dicha ruta para investigar los impactos que el turismo han tenido sobre ella. Está conformado por un trazado lineal que recorre más de 700 km. por territorio español, más de 2.000 si se tienen en cuenta los que transcurren por territorio francés (Lois y Medina, 2003). Su nombre proviene de las cuatro rutas que lo componen antes de entrar en territorio español y que transcurren por Francia (Segundo, 2008).

En la actualidad el Camino de Santiago Francés se configura como un itinerario versátil (Graham y Murray, 1997); una ruta que refleja la heterogeneidad y diversidad del peregrinaje moderno por tener varios usos, que ha perdido, en gran parte, la sacralidad de sus orígenes, que es recorrida por peregrinos y turistas con motivaciones muy heterogéneas, multi-entrada y multidireccional, y que se diversifica generando otros productos turísticos a su alrededor.

Incluso, ha sido considerado como una de las primeras rutas turísticas de la historia al contar con todos los elementos necesarios para que el turismo se desarrolle desde la amplia oferta de alojamiento de la que dispone, pasando por la oferta complementaria que la integra, hasta la gran cantidad de recursos turísticos que se encuentran en los municipios por los que transcurre (Andrade et al. 2010).

3. El Camino de Santiago Francés un producto de turismo cultural exitoso

La revitalización del Camino va a tener lugar a mediados del siglo XX, siendo en 1954 cuando se produzcan dos acontecimientos que indican el incipiente interés del Estado español por favorecer la llegada de los primeros turistas al Camino: la construcción del aeropuerto de Santiago de Compostela y del Hostal San Marcos (Santos, 2006). Desde entonces son muchas las intervenciones que se han realizado tanto en los municipios y ciudades que componen su recorrido como en la ruta en sí y en sus infraestructuras (Tresserras, 2007).

No obstante, es en los años 90 cuando el fenómeno jacobeo adopta una dimensión más turística con la creación de Turgalicia que será la encargada de poner en marcha el "Plan Xacobeo 93". Después del Xacobeo '94, sobrevinieron el Xacobeo '99 y el Xacobeo 2004 con gran éxito de visitantes, tanto que, incluso, se comenzaron a escuchar algunas protestas sobre la excesiva turistificación y banalización de la ruta (Tresserras, 2006).

A nivel internacional es importante destacar la labor del Consejo de Europa para la recuperación y conservación del Camino (Bermejo, 2001:338), labor que se refuerza con la declaración de Itinerario Cultural Europeo en 1987 (Ballester, 2001; Bermejo, 2002). En esta misma línea cabe señalar el papel que desempeña la UNESCO en lo que respecta a la recuperación y fomento del Camino con la inclusión del mismo en la Lista del Patrimonio Mundial Cultural y Natural el 11 de diciembre de 1993, del tramo español y, en 1998, del francés (García, 2004).

Ya en el siglo XXI, cabe señalar la labor del Instituto del Turismo de España (TURESPAÑA) quien desde 2002 comenzó a firmar, de manera anual, el "Plan Estratégico de actuación para la promoción y comercialización turística del Camino de Santiago". Dentro del marco de actuación de estos planes cabe señalar la creación de la Gerencia para el Camino de Santiago (Tresserras, 2006) que se ocupa del mantenimiento y promoción del Camino como producto turístico en el exterior, dándole mayor visibilidad a nivel internacional.

Asimismo, parte del éxito del Camino se debe al servicio que prestan tanto voluntarios como cofradías y asociaciones¹ que ayudan en la gestión de los alojamientos y actividades que se realizan en el Camino (Álvarez *et al.*, 2010). Estas asociaciones proliferarán de manera copiosa a partir de 1993 y realizarán diversas acciones como dar a conocer el camino, la recuperación del trazado, la señalización²...etc. Al mismo tiempo, surge otro tipo de asociación en los años 90 más institucional (la Dirección Xeneral de Promoción do Camiño, el Consejo Xacobeo...etc.) que tiene como objetivo unir a diferentes administraciones para conseguir fondos y coordinar las actividades oficiales de las mismas en torno al Camino de Santiago (Álvarez *et al.*, 2010).

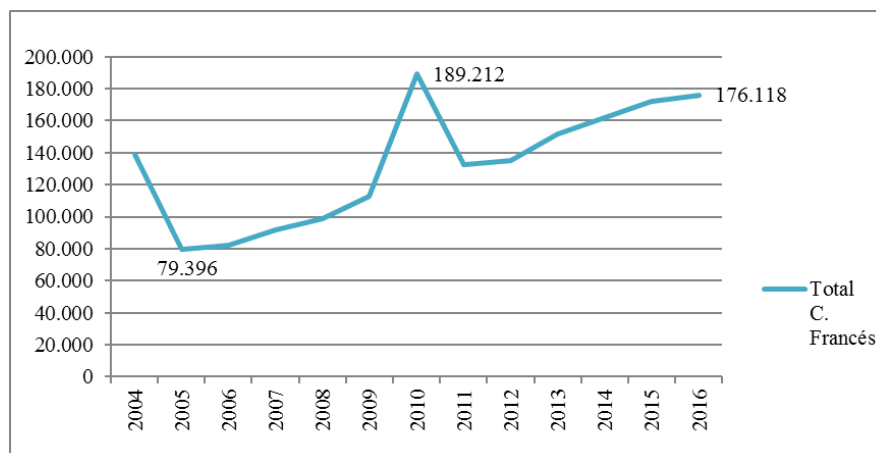
En cualquier caso, las cifras referidas al Camino de Santiago Francés registradas por la Oficina del Peregrino³ son el mejor reflejo de su éxito. En este sentido, se aprecia un continuo aumento en la cifra de peregrinos de los últimos diez años (Gráfico 1), observándose un aumento significativo en los Años Santos de 2004 y 2010 (Oficina del Peregrino, 2017). La crisis económica y financiera que se ha producido en España en los últimos años no parece haber influido en los Caminos de Santiago, tal vez por identificarse con un tipo de turismo accesible desde el punto de vista económico.

¹ Las primeras asociaciones nacieron a mediados del siglo XX y fueron la "Asociación de Amigos del Camino" de París fundada en 1950 y la de las Estella (Álvarez *et al.*, 2010)

² Fue Elías Valiña, párroco de O Cebreiro (Lugo) y para muchos precursor de la peregrinación contemporánea, quien introdujo la práctica de señalar, mediante flechas amarillas, los caminos reforzando así su señalización y, en la actualidad, son muchas las asociaciones y grupos de voluntarios los que imitan esta acción Camino (Tresserras, 2006; Clavell, 2008).

³ Se ha elegido como fuente de referencia la Oficina del Peregrino para analizar la evolución del número de personas que realizan la ruta pues es la institución que registra de forma sistemática las personas que acuden a ella, es decir, sus datos no responden a una muestra estadística.

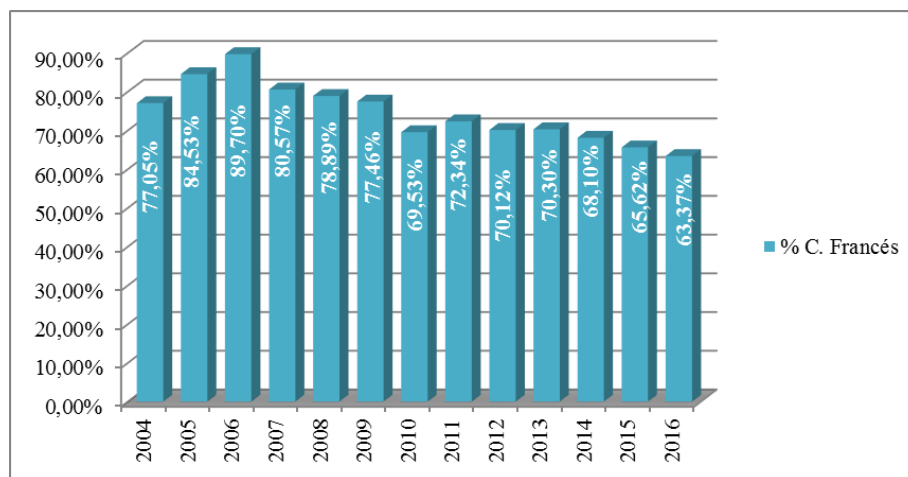
Gráfico 1. Evolución del número de caminantes que realizan en Camino de Santiago Francés



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina del Peregrino (2017)

No obstante, se aprecia que el ritmo de crecimiento se ha desacelerado pasando de tasas de variación cercanas al 10% a tasas del 2% en 2016. En este sentido, también se observa cómo el porcentaje de peregrinos que eligen el Camino Francés es cada vez menor, habiendo pasado de tasas cercanas al 80% de 2004 a 2009 a tasas cercanas al 60 % en los últimos años (Gráfico 2).

Gráfico 2. Evolución del porcentaje de personas que eligen realizar el Camino de Santiago Francés frente a otros caminos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina del Peregrino (2017).

En cuanto a la temporada que más turistas concentra destaca el verano (Santos, 2006; Millán et al. 2010) de forma fundamental en los meses de junio (14,06), julio (16,37%) y agosto (19,33%) y el mes de septiembre (14,45%) según los últimos datos disponibles del año 2016 (Oficina del Peregrino, 2017). El Camino Francés destaca también por su amplia red de infraestructuras, siendo muy relevante la cantidad de alojamientos que se han construido en el Camino, principalmente a partir del Xacobeo de 1994 (Santos, 2012; Celeiro, 2014). Estamos, por lo tanto, ante una ruta que es la más transitada de todos los Caminos de Santiago, que ha experimentado una evolución constante del número de peregrinos en los últimos 10 años, aún registrándose una tendencia de distribución de peregrinos hacia otros caminos, es decir que de algún modo el Camino se está diversificando más constituyéndose como un producto más heterogéneo. Un Camino que, como ya indicaba Santos (2006), está experimentando una serie de cambios que deben gestionarse de manera correcta si no se quiere caer en la banalización del mismo.

4. Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: estado de la cuestión

Las cifras referidas a las personas que realizan el trazado francés parecen bastante alentadoras. Sin embargo, recientes estudios sobre los impactos del turismo en esta ruta, así como la existencia de bastantes voces discrepantes acerca de cómo se está llevando a cabo la gestión de los flujos de personas que recorren el Camino, hacen que exista cierta incertidumbre sobre los beneficios de este exponencial aumento del flujo de visitantes.

Son diversos los estudios que han abordado los impactos tanto positivos como negativos del Camino de Santiago (Gracia, 2005; Santos, 2006; Precado et al., 2007; Andrade et al., 2010; Santos, 2012; Montes, 2015) desde diferentes perspectivas.

Desde un punto de vista económico, los estudios existentes indican que la ruta tiene un leve impacto económico en los municipios por los que transcurre debido, fundamentalmente, al bajo gasto medio registrado por caminante y día (entorno a los 30€). Asimismo, señalan que el Camino no ha cambiado la dinámica demográfica de dichos municipios (Santos, 2006) y no consigue cambiar la dinámica de las pequeñas poblaciones que lo componen (Precado et al., 2007) o no contribuye de forma significativa al desarrollo social de dichas localidades (Andrade et al., 2010). A pesar de ello, sí se observa cierto desarrollo en las ciudades cabeceras de comarca y en la ciudad de Santiago (Precado et al., 2007). Si, en cambio, nos centramos en los estudios realizados en los años en los que más se concentra la demanda (Xacobeo), observamos cifras más alentadoras que indican el aumento sustancial del número de visitantes a Galicia así como del gasto medio por turista (Ulloa y Ruiz, 2010).

Lo que sí es innegable, es que pese a no tener gran impacto económico, el Camino de Santiago se constituye como un incentivador de iniciativas locales (Montes, 2015) y un potenciador de la identidad cultural local, todavía insuficientes para generar un proceso de desarrollo local pero con un gran potencial de desarrollo del capital social por la generación de un sentido de identidad sustentado en la potente imagen del Camino (Precado et al., 2007).

En cuanto a los impactos culturales del turismo en la ruta, no son pocas las opiniones que se han recogido criticando la excesiva turistificación⁴ del Camino y la pérdida de la esencia de la ruta por la irrupción de métodos poco ortodoxos para su realización.

"no hay más que ver (...) a gente que quiere batir marcas en el Camino para alabanza propia, los hay que quieren inscribir su nombre en el libro de los records realizando una peregrinación absurda y estéril, o incluso los hay que regatean kilómetros con el fin de obtener una Compostela" (Gracia, 2005:63).

Asimismo, la mayoría de los textos especializados especifican que el número creciente de turistas en el recorrido está provocando que el Camino de Santiago Francés se convierta en una ruta masificada (Gracia, 2005; Almeida, 2006; Santos, 2006; Tresserras, 2007; Fiol, 2010; Porcal, Díez y Junguitu, 2012) e, incluso, según algunos autores ha superado su capacidad de carga (Alvarado, 2013). Dicha problemática se concentra en los últimos 100 km. desde Sarria donde, además de masificarse el itinerario, contribuye a colapsar los albergues (Gracia, 2005) pese a las inversiones que se han efectuado en los últimos años para ampliar la red de alojamientos de la ruta (Santos, 2006).

Desde las asociaciones del Camino, más concretamente desde la Asociación Gallega de Amigos de Santiago (Riera, 2006), se hace hincapié en las múltiples quejas recibidas de los peregrinos por las largas colas en las puertas de los albergues a primera hora de la mañana y la falta de plazas en los mismos. Para solventar esta situación, la Federación Española de Asociaciones de Amigos del camino de Santiago (Barreda y Mediavilla, 2010) indica la necesidad de eliminar la condición de los 100 últimos kilómetros para adquirir la Compostela, de tal manera que se pudiera adquirir recorriendo 100 kilómetros, pero no necesariamente los últimos.

La situación del Camino de Santiago Francés se ha considerado tan crítica que, en el último Foro Internacional "El Legado de Elías Valiña" (Fraternidad Internacional del Camino de Santiago, 2014), se ha redactado el Manifiesto de Villafranca del Bierzo donde se expone la problemática que conlleva la masificación de los últimos 100km del Camino.

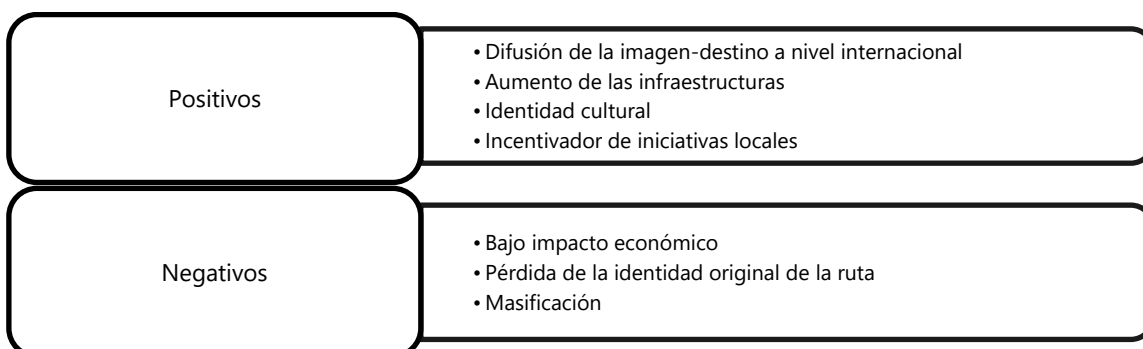
⁴ Según Knafo (1999: 61) se entiende por turistificación "el proceso donde se efectúa la apropiación del territorio por un grupo, actor o agente del territorio, cuya identificación común sería la práctica turística".

"Resulta evidente que los últimos cien últimos kilómetros que se exigen para obtener dicho documento por parte de la sede compostelana como certificado de peregrinación, son la causa principal de la masificación, desvalorización y confusión que reina en estos últimos tramos de los itinerarios jacobeos, constreñidos, además, todos ellos a la Comunidad Autónoma de Galicia. La identificación, del Camino de Santiago con esos últimos kilómetros (...) lleva a la frustración, desencanto y desmotivación de los miles de peregrinos jacobeos de medio y largo recorrido" (Fraternidad Internacional del Camino de Santiago, 2014:1).

Además de la masificación, indican que ciertos elementos del patrimonio tienen el riesgo de degradarse profundamente por el poco control que se está llevando de algunas de las obras que se están realizando cerca del recorrido. Todo ello, exponen, está llevando al Camino a una degradación poniendo en peligro su conservación a largo plazo. Por todas estas cuestiones, proponen la inclusión del Camino Francés en la Lista de la UNESCO del Patrimonio Mundial en Peligro (Fraternidad Internacional del Camino de Santiago, 2014: 2).

A pesar de estos inconvenientes, los estudios que se han realizado alrededor de la imagen del Camino de Santiago (Álvarez *et al.*, 2010) indican que la turistificación del itinerario así como los diversos reconocimientos recibidos a finales del siglo XX y principios del XXI, han ayudado a difundir la imagen del mismo a nivel internacional. Una imagen que favorece no solo el conocimiento del lugar sino su potencial como destino (Millán *et al.* 2010).

Figura 1: Impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés según la literatura especializada



Fuente: elaboración propia.

La revisión bibliográfica nos ha permitido aproximarnos a los impactos que se están produciendo en el Camino de Santiago Francés; en cambio, al no ser muy abundantes los estudios que tratan sobre esta temática se ha considerado imprescindible acudir a fuentes primarias para poder complementar y contrastar la información.

5. Metodología

Para la realización del estudio, se aplicó una metodología cualitativa con un nivel de análisis exploratorio cuya herramienta de recogida de datos fue la entrevista en profundidad, estandarizada y abierta, es decir, una entrevista configurada por preguntas abiertas, redactadas del mismo modo para todos los entrevistados, y de respuesta libre o abierta (Valles, 1999). El objetivo que se persigue con la utilización de este instrumento fue la obtención de un gran volumen de información acerca de los impactos que genera el turismo en el Camino de Santiago Francés.

La muestra se ha realizado a través de un procedimiento de muestreo no probabilístico por selección experta, utilizando como criterio de selección la especialidad de los participantes, provenientes en su mayoría, un 92%, del ámbito académico y de la investigación. A la hora de seleccionar a los participantes se optó por unos criterios mínimos de homogeneidad-heterogeneidad (Navarro y Díaz, 1999) para mantener la simetría de la relación de los componentes de los grupos, y así asegurar la diferencia

necesaria de puntos de vista en todo el proceso de interacción social.

Para diferenciar a los diferentes componentes de la muestra así como para guardar el anonimato de los participantes la herramienta (Atlas.ti) ha generado un sistema de códigos (códigos in vivo) formado por una letra "P" (entrevistado) seguida de un número (Tabla 1).

Tabla 1: Codificación de los diferentes componentes de la muestra

| Código | Perfil del entrevistado |
|--------|---|
| P1 | Docente e investigadora especialista en itinerarios culturales |
| P2 | Especialista en análisis geográfico y económico del turismo con especial interés en el Camino de Santiago |
| P3 | Investigadora y docente especialista en itinerarios culturales |
| P4 | Investigador y docente especialista en capacidad de carga social |
| P5 | Investigador y docente especialista en capacidad de carga |
| P6 | Investigador y docente especialista en innovación en la planificación de destinos sostenibles |
| P7 | Investigadora y docente especialista en la mediación de capacidad de carga en recursos patrimoniales |
| P8 | Investigadora y docente especialista en la capacidad de carga |
| P9 | Investigador y docente especialista en el Camino de Santiago e relación con el turismo. |
| P10 | Funcionaria de la administración pública especialista en Itinerarios Culturales |

Fuente: elaboración propia.

En total se han realizado 11 entrevistas en profundidad a expertos de ámbito nacional (69%) e internacional (31%) de los que el 75% proceden de Italia y el 25% de Israel. La mayoría de la muestra posee una base formativa en geografía humana y económica aunque un 91% de los entrevistados se han especializado en turismo y desarrollan su labor en este campo del conocimiento.

Por último, conviene indicar que para el análisis de las entrevistas se ha seguido el método formulado por Glasser y Strauss (1967): la "Teoría Fundamentada o Grounded Theory". De la mencionada teoría se han utilizado procedimientos internos, concretamente el "método comparativo constante".

6. Análisis y discusión de los resultados

El análisis de las entrevistas en profundidad nos ha permitido identificar y contrastar los diferentes tipos de impactos (económico, social y medioambiental), tanto positivos como negativos, que se producen en el Camino de Santiago Francés así como los métodos de evaluación de impactos más adecuados para este itinerario según los expertos.

Desde una perspectiva económica, tanto los textos consultados (Santos, 2006; Precado, et al. 2007; Tresserras, 2007; Andrade et al. 2010) como los expertos, coinciden en indicar que se percibe como un producto turístico de bajo impacto pues, si bien es cierto que se considera un motor de generador de empleo para el sector servicios, dicho impacto no es lo suficientemente potente como para generar un "cambio de tendencia en el crecimiento económico y demográfico municipal".

P2:5 "Es obvio que se está creando empleo en actividades relacionadas con los peregrinos, tanto en

pequeños alojamientos, como establecimientos de restauración, talleres de artesanía, servicios turísticos etc. Y dado que son municipios regresivos cualquier impulso de la economía local es positiva, aunque no suficiente para generar un cambio de tendencia en el crecimiento económico y demográfico municipal.”

Habitualmente se ha afirmado que la persona que realiza el Camino es un turista que efectúa un gasto muy bajo por día (Santos, 2006,2012; Precado et al. 2007), unos 30 euros diarios, ya que el alojamiento por excelencia es el albergue, pero también es cierto que, según los testimonios recogidos, una parte de ellos se aloja en establecimientos hoteleros por lo que se puede afirmar que hay varios perfiles de turistas y no todos son de bajo gasto.

P9:6 “El gasto medio diario de las personas que recorren el trazado está entre 25 y 30 euros (...) pero en Santiago el gasto se dispara (...) además no todos duermen en albergues entorno a un 40% duermen todo el tiempo en albergue aunque pernoctan algún día en alojamientos turísticos y un 20% lo hacía todo el tiempo en un hotel u hostal”.

Por otro lado, para los residentes, supone un medio para conservar su cultura y tradiciones en torno al itinerario así como para demostrar la amabilidad de los residentes y la profesionalidad de las personas que trabajan en él. El Camino actúa, de este modo, como un vehículo transmisor de la cultura e imagen de los destinos que la componen.

P11:4 “Tienen una imagen positiva de los residentes de Santiago son considerados amables y disponibles y los hosteleros también están muy bien considerados”.

En cuanto a la satisfacción general de las personas que transitan por el Camino, todos los entrevistados tienden a declarar que es muy alta, aunque también es cierto que no es igual de homogénea durante todo el trazado (Almeida, 2006), dado que al llegar a Santiago, al ser una ciudad grande y diferente al resto de municipios que componen el itinerario, para algunas personas supone una ruptura profunda con el espíritu del Camino y hace disminuir su nivel de satisfacción.

P9:14 “Nosotros observamos que la satisfacción del peregrino al llegar a Santiago era inferior a la del resto del recorrido, Santiago suponen una ruptura muy fuerte en relación al Camino porque lo que se busca durante el recorrido es la espiritualidad, la solidaridad y al llegar a Santiago se rompe con todo eso aunque es importante porque se llega a la meta pero es un espacio que tiene todos los problemas de una ciudad con un turismo masificado”.

El turismo para el itinerario cumple la función de “altavoz del Camino” pues gracias a esta actividad se ha dado a conocer de manera internacional tanto el recorrido como los municipios que lo conforman convirtiéndose en una referencia en su sentido más amplio no sólo en su aspecto religioso. En definitiva, supone una manera alternativa para promocionar el destino.

P9:2 “en un congreso de Turismo religioso en Malta, el Camino de Santiago era sin ninguna duda el Camino referente para alemanes canadienses, japoneses, era la referencia de los caminos religiosos pero teniendo en cuenta que no es un camino estrictamente religioso sino teniendo en cuenta su valor cultural y espiritual”.

No obstante, expertos (Gracia, 2005) y entrevistados indican que el turismo también ha supuesto la pérdida del sentido original de la ruta por la turistificación del mismo.

P11:4 “Tal vez se ha perdido la esencia del Camino, ahora el Camino es producto turístico para todos y por lo tanto puede haber este choque de culturas”.

El turismo ha provocado, del mismo modo, que los municipios por los que pasa este itinerario se empiecen a preocupar por aspectos tan relevantes como la conservación de infraestructuras y del patrimonio. Es decir, ha actuado como promotor de una conciencia medioambiental y territorial.

P2:12 “Los entes gestores se ocupan de la protección urbanística y territorial del Camino (...) ayudan a la

rehabilitación de la arquitectura popular y de los conjuntos artísticos, y el urbanismo de los pueblos y aldeas por donde pasa".

Tal vez por ello, las personas que realizan este itinerario no se perciben como una amenaza seria para el medioambiente sino como personas respetuosas con el mismo.

P9:17 "En el Camino se ha observado de forma marginal algún problema por residuos no controlados pero no es lo más importante, es un problema manejable".

Sin embargo, por encima de todos los problemas existentes en el Camino de Santiago Francés, los expertos inciden en que el mayor de ellos es la masificación de los últimos kilómetros, fundamentalmente desde Sarria. Una masificación que provoca problemas entre los residentes y un empeoramiento de la experiencia de las personas que realizan este último tramo en los meses pico.

P9:13 "el Camino cuanto más se acerca a Santiago empieza a sufrir más problemas de masificación fundamentalmente en los 100 últimos kilómetros a partir de Sarria por temas de la Compostela (...) hay ciertos problemas con los residentes que ven invadida su propiedad por peregrinos (...) es cierto que cuanto más nos acercamos a Santiago más problemas de este tipo nos encontramos unido a un cierto abandono del Camino, de hecho, la entrada a Santiago, no está especialmente bien cuidada sino que tiene problemas de tráfico, están abandonadas".

Este exceso de personas genera que exista una falta de alojamiento, fundamentalmente en los albergues públicos, tal vez debido a su bajo precio y capacidad limitada, más concretamente los entrevistados aluden a una falta de oferta en esta tipología de alojamientos.

P11:5 "En algunos casos se quejan de no tener sitio en el albergue y de que el siguiente albergue está muy lejos, en los últimos tramos el Camino está masificado e igualmente la oferta es inferior a la demanda según los testimonios que he recogido".

Pese a que esta percepción es generalizada, no existen datos objetivos sobre las personas que se alojan en los albergues. Sólo en el caso de los albergues privados o los alojamientos identificados como turísticos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) lo hacen, mientras que los albergues públicos se limitan a tener un libro de visitantes donde las personas que se alojan en ellos son libres para registrarse o no hacerlo.

Dichas aglomeraciones no se distribuyen de forma uniforme por todo el itinerario sino que existen zonas con más aglomeraciones, normalmente coincidiendo con el final de cada etapa. Mientras tanto, una parte del territorio que podría servir para redistribuir los flujos de personas se encuentra totalmente inutilizada.

P7:15 "la masificación es un tema peculiar porque sólo hay problema de sobrecarga turística en aquellos pueblos que son final de etapa y, sin embargo, hay una infrautilización turística muy grande del resto del territorio. Alguien que hace el Camino a pie no se desvía para ver una iglesia románica, aunque esté señalada, solo anda y hace el camino (...) el problema surge en los puntos de principio y final de etapa".

Asimismo, se observa que es en los meses de verano y Años Santos cuando se producen estas situaciones de masificación. Como consecuencia de esta aglomeración estacional, algunos expertos ya perciben el trasvase del itinerario francés a otras rutas, cuestión que ya se puede apreciar en las cifras del Camino Francés arrojadas por la Oficina del Peregrino (2017).

P1:3 "El verano está muy masificado y también los Años Santos. Esto lleva a que muchos peregrinos se desvíen hacia nuevos caminos en auge, como el de la Costa y el primitivo".

Si bien es cierto que esta masificación se encuentra, en las palabras de muchos de los estudiosos del Camino de Santiago (Gracia, 2005; Almeida, 2006; Santos, 2006; Tresserras, 2007; Fiol, 2010; Porcal et al., 2012; Alvarado, 2013) así como de los expertos entrevistados, la realidad es que no ha sido un tema muy abordado desde el punto de vista de la investigación. No obstante, en base a su experiencia, muchos

de los expertos coincidieron en indicar que la metodología más apropiada para evaluar estos impactos sería una metodología mixta basada en técnicas cualitativas (entrevistas en profundidad, grupos de discusión y observación participante) y cuantitativas (encuestas) en las que intervengan los diferentes grupos de interés existentes en el territorio objeto de estudio. Es una técnica que tiene cierto parecido con las técnicas mixtas de evaluación de la capacidad de carga perceptual (Kailsch, 2012; Navarro et al. 2012; Salerno et al., 2013).

7. Conclusiones

De todos los Caminos de Santiago que se han configurado a lo largo de la historia, el Camino de Santiago Francés es uno de los itinerarios que reciben la apelación de "históricos" y el que más personas reúne, siendo estas aglomeraciones mayores en los últimos 100 km desde el municipio de Sarria a Santiago de Compostela y concentrándose de manera esencial en época estival.

El Camino de Santiago Francés es un itinerario que ha recibido un gran reconocimiento a nivel internacional y nacional, con una demanda cada vez más creciente y un turista satisfecho que le auguran un futuro prometedor. Sin embargo, un análisis completo de la situación desvela que este aumento continuo del flujo de visitantes está provocando una serie de impactos no sólo positivos sino también negativos que pueden degradarlo en el largo plazo.

Sin duda, la difusión de la imagen a nivel mundial de los destinos por los que transcurre el Camino Francés, del mismo modo que su papel como incentivador de iniciativas locales, reformas infraestructurales y potenciador de la identidad cultural local, son los efectos más positivos que genera este itinerario.

La mayoría de los expertos coinciden, en cambio, que los impactos negativos más relevantes están ligados fundamentalmente a la excesiva masificación de la ruta y la consiguiente pérdida de la identidad original del itinerario por la excesiva turistificación del mismo. En un segundo plano, podemos destacar el bajo impacto económico de la misma, un aspecto que merece ser estudiado con profundidad por el surgimiento de nuevos perfiles de caminantes con diferentes hábitos de gasto, lejos del tradicional peregrino que se aloja en albergues.

Entre las soluciones que se plantean para poder evitar estos problemas de aglomeración se propone promocionar otros recorridos distintos al Camino de Santiago Francés, aprovechar el territorio que rodea el trazado original, hoy en día infrautilizado, o cambiar las condiciones de adquisición de la Compostela de tal modo que se pudiera obtener realizando 100 km a lo largo de cualquier parte del recorrido del itinerario.

No obstante, para plantear soluciones más sólidas es conveniente que se realice un estudio en profundidad sobre esta problemática. En este sentido, los expertos han subrayado la conveniencia de que dichas investigaciones se aborden desde una metodología mixta que aúne técnicas cualitativas y cuantitativas de estimación y medición de la capacidad de carga.

Referencias bibliográficas

- Alonso, F. (2009): "Santiago y los Caminos de Santiago: un paisaje cultural, una cultura del paisaje", *Boletín A. G. E.*, 51: 203-208.
- Almeida, F. (2006): "Tipología de visitante turístico y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela", *Baetica. Estudios de Arte Geografía e Historia*, 28: 231-258.
- Alvarado, E. (2013): "Itinerarios culturales, peregrinaciones y desarrollo rural". *Actas del II Congreso Internacional del Camino Mozárabe de Santiago*, Mérida 4 y 5 de octubre: 85-107.
- Álvarez, A., Gomis, A. y Gallego, M. A. (2010): "Estructura organizativa e imagen promocional del Camino de Santiago", *Rotur- Revista de Ocio y Turismo*, 3: 11-38.
- Andrade, M^a. J, Leira, G., Caramés, R. (2010): "El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago Francés", *Rotur-Revista de Ocio y Turismo*, 3:49-82.
- Ballester, J.M. (2001): "Los itinerarios culturales y los organismos internacionales". En *Actas del Congreso Internacional de Itinerarios Culturales, 14-17 de noviembre del 2000*. Santiago de Compostela: Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

- Barreda, A. L. y Mediavilla, H. (2010): "Análisis sociológico de los peregrinos que recorrieron el Camino de Santiago a Compostela durante el año 2010". *Revista El Peregrino*.
- Barreiro, J. L. (1995): *La función política de los caminos de peregrinación en la Europa Medieval : (estudio del Camino de Santiago)*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Historia del Pensamiento y Movimientos Sociales II.
- (2009): *El Camino de Santiago y la fundación de Occidente: una revisión actualizada del fenómeno jacobeo*. Seminarios de verano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) de Santander.
- Bermejo, M^a. B. (2002): "La protección de los itinerarios culturales: en especial la protección del Camino de Santiago a través de técnicas protectoras del patrimonio histórico". En Blanquer, D. V. (Coord.) *IV Congreso de Turismo Universidad y Empresa*. 337-352.
- Burgo, M.C. (2006) : "Camino Primitivo. O turismo". En *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- Celeiro, L. (2014): "Xacobeo 93: el renacer del Camino". En Novello, S., Martínez F., Murias, P., y De Miguel, J. C. (eds.) *Xacobeo. De un recurso a un evento turístico global*. España: Andavira Editora.
- Clavell, M. (2008): "O' Cerbeiro el portal de Galicia". En Segundo, A. (Coord.). *Los Caminos de Santiago. IterStellarum. Tomo VI León- Santiago*. 198-239. Galicia: Hércules.
- Coccosis H. y Tsartas P. (2001): *Sustainable Tourism development and Environment*. Athens: Ktiki.
- Fiol, J. (2010) *El Camino Catalán de Santiago desde Montserrat*. Cataluña: Lectio.
- Fraternidad Internacional del Camino de Santiago (2014): "Manifiesto de Villafranca del Bierzo. I Foro Internacional "El Legado de Elías Valiña". Villafranca del Bierzo: FICS.
- Glasser, B. y Strauss, A. (1967): *The discovery of Grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York: Aldine Publishing.
- García, C (1999): *Las peregrinaciones jacobeanas*. Madrid: San Pablo.
- Gracia, J. (2005): "El Camino de Santiago en el nuevo milenio". *Fayuela: revista de estudios calceatenses*, 1:57-66. DOI: 10.1016/s0033-3182(68)71872-7
- Graham, B. y Murray, M. (1997): "Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago". *Tourism Management*, 18 (8): 513-524. DOI: 10.1016/s0261-5177(97)00075-7
- Hernández, J. (2011): "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2):225-236.
- Kalish, D. (2012): "Relevance of crowding effects in a coastal National Park in Germany: results from a case study on Hamburger Halling. Relevance of crowding effects in a coastal National Park". *Journal of Coastal Conservation*, 16: 531-541. DOI: 10.1007/s11852-012-0195-2
- Knafou, R. (1999): Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. En Rodrigues, A. (ed.). *Turismo e Geografia*: 61-74. Sao Paulo: Huitac
- Leira, J., Rego, G. y Santos, M. P. (2010): "Peregrinaciones y turismo. El Camino de Santiago". *Rotur- Revista de Ocio y Turismo*, 3: 39-48.
- Lois, R. C. y López, L. (2012): "El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 58 (3): 459-479. DOI: 10.5565/rev/dag.6.
- y Medina, J. (2003): "Cultural tourism and urban management in northwestern Spain: the pilgrimage to Santiago de Compostela". *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 5: 446-460, DOI: 10.1080/1461668032000129164.
- Maak, K. (2009): "El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandemburgo". *Cuadernos de Turismo*, 23: 149-171.
- Martín, C. (2014): "El Camino de Santiago Primitivo a su paso por Asturias, estudio de una ruta cultural desde la perspectiva turística". *Cuadernos de Turismo*, 33: 233-249.
- Millán, M^a. G., Morales, E. y Pérez, L. M^a. (2010): "Turismo religioso: estudio del Camino de Santiago". *Gestión Turística*, 13: 9-37. DOI: 10.4206/gest.tur.2010.n13-01.
- Montes, C. (2015): "Al andar se hace turismo: nuevas ruralidades en torno al Camino de Santiago". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 65:131-150.
- Navarro, P. y Díaz, C. (1999): "Análisis de contenido". En J. M. Delgado y J. Gutiérrez (eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis.

- Oficina del Peregrino (2017): *Informe estadístico Año Santo 2016* <Disponible en <http://www.peregrinossantiago.es/esp/wp-content/uploads/informes/peregrinaciones2016.pdf>>
- Porcal, M^a. C., Díez, A. y Junguitu, J. (2012): "Dimensión territorial y turística de la ruta norte del Camino de Santiago en el País Vasco: distintas concepciones, valoraciones y propuestas de intervención sobre un fenómeno multifacético". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 58: 177-204.
- Precedo, A., Revilla y A. Mínguez, A. (2007): "El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago". *Estudios Geográficos*, 68 (262): 205-234.
- Riera, J. A. (2006). "Del Camino olvidado al Camino recuperado". En *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E. C., Carolic, P., Thakurib, S., Tartaria, G. (2013): "Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected áreas". *Journal of Environmental Management*, 128: 116-125. DOI: 10.1016/j.jenvman.2013.04.043
- Santos, X. M. (2006): "El Camino de Santiago: Turistas y Peregrinos hacia Compostela". *Cuadernos de Turismo*, 18: 135-150.
- (2012): "Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas. Polígonos". *Revista de Geografía*, 23: 213-234. DOI: 10.18002/pol.v0i23.541.
- Segundo, A. (2005): "El peregrino como cliente". En Segundo, A. (Ed.) *La gran obra de los Caminos de Santiago. IterStellarum, Tomo 1, Peregrinación y Camino*. A Coruña: Hércules de Ediciones.
- (2008): "El Camino: simbolismo y rutas. En Segundo, A. (Coord.). *Los Caminos de Santiago. IterStellarum. Tomo I*: 196-247. Galicia: Hércules,
- Singul, F. (2008): "La peregrinación jacobea aspectos históricos y culturales". En Segundo, A. (ed). *La Gran Obra de Los Caminos de Santiago: Iter Stellarum (vol.I)*. A Coruña: Hércules, D.L.: 42-65.
- Tresserras, J. (2006): "Rutas e itinerarios culturales en Iberoamérica". *Cuadernos de Patrimonio y Turismo Cultural*, 15: 13-56.
- (2007): "El Camino de Santiago: la gestión sostenible de un itinerario cultural transnacional", en VII Jornada sobre la Gestión Sostenible del Patrimonio: "Los itinerarios culturales y la formación de Europa". Fundació Abertis. Disponible en: http://www.fundacioabertis.org/rcs_jor/pdf_tresserras.pdf [Consultado el 6 de marzo de 2011].
- Ulloa, C. A. y Ruiz, P. (2010): "Impacto del año Xacobeo en la economía gallega". *Observatorio Regional. Servicio de estudios económicos*. España: BBVA.
- Vallés, M. S. (1999): *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

Breve CV de la autora

Clara Martín Duque es Doctora en Turismo por la Universidad Antonio de Nebrija y Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Autónoma de Madrid y diplomada en Turismo por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Experiencia en el ámbito laboral tanto en empresas (Paradores, Información Turística) como en la Administración Pública (Turespaña). Actualmente, compagina su labor investigadora, en el Centro de Investigación de Desarrollo e Innovación Turística (CIDET) de la Universidad Antonio Nebrija, con su labor docente como profesora del grado de Turismo en la misma universidad. Líneas de investigación: itinerarios culturales, turismo cultural, planificación y gestión de destinos turísticos.