

# O POTENCIAL TURÍSTICO DO CAMINHO DE SANTIAGO EM CASTILLA E LEÓN

## *THE TOURISM POTENTIAL OF THE CAMINO DE SANTIAGO IN CASTILE-LEÓN*

Irsael Gómez NIETO\*

### 1. INTRODUÇÃO

O *Camino de Santiago* é uma rota de peregrinação de uns 740km. que percorre o norte da Espanha (uns 350 por terras da Comunidade Autónoma de Castilha e León), teve suas origens no século IX, depois de se difundir o descobrimento da tumba do apóstolo Santiago (entre os anos 818 e 834), que após ser decapitado e colocado em um barco chegou, segundo a tradição, no longínquo reino dos asturianos, remontando logo seu túmulo no rio ULLA para deter-se junto à Iria Flavia, a capital da Galícia romana (no noroeste da Espanha); precisamente em um lugar ocupado por um antigo *compostum* (significa "cemitério" em latim) que, com o tempo, acabaria se convertendo na cidade de Compostela.

### 1. INTRODUCTION

The *Camino de Santiago* (Santiago Route) is a pilgrim route of about 740km in length, which runs along the North of Spain (including about 350km on land belonging to the Autonomous Community of Castile-León). It originated in the 9<sup>th</sup> century, after the news spread about the discovery of the tomb of the apostle Santiago (Saint James) (between 818 and 834) who, after being beheaded and put into a boat, arrived, according to tradition, in the ancient Kingdom of the Asturians. His tomb was rebuilt in the Ulla River at Iria Flavia, and then became detained at the Capital of Roman Galicia (in the Northeast of Spain); this happened to be the exact site of an ancient *"compostum"* (meaning "cemetery" in Latin) which, over time, became the city of Compostela.



**Mapa 1.** Localização da Comunidade Autónoma de Castilha e León na Espanha.

**Map 1.** Location of the Autonomous Community of Castile-León.

\* Aluno especial do intercâmbio do Programa de Cooperação Inter-Universitária Univali / Universidades Espanholas. Obteve a suficiência em pesquisa no ano de 1999 após finalizar os Cursos de Doutorado na UVA.

\* *Special student on the Exchange Program of the Inter-University Cooperation between Univali and Spanish Universities. He obtained a Doctorate in research in 1999, after finishing the Doctorate Course at the UVA.*

Este fato “fortuito”, relato de mistura de história e lenda, abriu uma das primeiras rotas turísticas da história, contando com todos os elementos necessários para ser observada como tal, “oferta de alojamento” (albergue para peregrinos), “oferta complementar” (pousadas, hospedagem), “anúncios turísticos” (monumentais, históricos, religiosos...), inclusive contava com prestigioso guia turístico, o “*Liber Peregrinationis*”, compilado junto a outros quatro livros por Aymeric Picaud, um clérigo francês que na primeira metade do século XII reuniu todas as histórias referidas a Santiago no “*Liber Sancti Jacobi*”.

## 2. O SIGNIFICADO HISTÓRICO DA ROTA “JACOBINA”

Seguindo a erudita obra de Barreiro Rivas, no fenômeno da peregrinação a Santiago, como em todas as demais emolduradas na Idade Média, cabe fazer uma distinção entre duas vertentes nela incluídas. Por um lado, a *peregrinación*, no sentido estrito, entendido como um ato individual suscetível de responder a diferentes motivações e, por outro, o *camino* ou *ruta de peregrinación*, que se converteu em uma síntese coletiva das motivações individuais, “mediante a qual os atos das pessoas adquirem uma dimensão social, em que se unificam suas razões, seus sentidos e suas linhas de influência sobre os valores de toda a comunidade” (Barreiro, 1997, p. 101).

Este tipo de manifestação religiosa não é exclusividade do cristianismo, nem da época medieval, mas que se reproduz em multidão de religiões ao longo de toda a história,<sup>1</sup> e inclusive antes. Entretanto, o *Camino de Santiago* tem uma peculiaridade que somente compartilha com o resto de peregrinações no contexto da Europa medieval. Trata-se de seu caráter organizado, plasmado na integração das pequenas rotas em direção a santuários ou lugares sagrados, do tipo local ou regional, em grandes rotas que se superpõem à fragmentação existente no espaço político na intenção de estabelecer a unidade da Europa cristã (Barreiro, 1997, p. 17).

No início, Compostela era somente um lugar de culto regional dentro do pequeno reino de Astúrias, mas logo a notícia de sua existência se difundiu além dos Pirineus. O excepcional descobrimento entusiasmou todos os reinos cristãos, despertando um grande fervor religioso pela tumba do terceiro apóstolo enterrado no Ocidente; os outros dois eram São Pedro e São Paulo, cujos restos mortais descansavam em Roma.

This “fortuitous” fact, which is a mixture of history and legend, led to the opening one of the first tourism routes in history, which had all the elements considered necessary for such a route such as: “accommodation offer” (pilgrim hostels), “complementary offer” (inns, lodgings) and “tourism sights” (monuments, historical and religious sites...). It also had a prestigious tourism guide, the “*Liber Peregrinationis*”, compiled together with another four books by Aymeric Picaud, a French clergyman, who gathered all the stories about Santiago in the “*Liber Sancti Jacobi*”, during the first half of the 12<sup>th</sup> century.

## 2. THE HISTORICAL SIGNIFICANCE OF THE “JACOBIN” ROUTE

According to the scholarly masterpiece by Barreiro Rivas on the pilgrimage phenomenon to Santiago, it is important to make a distinction, as with all the pilgrimages formed in the Middle Ages, between the two perspectives contained them. On one hand is *pilgrimage* in its restricted sense, understood as an individual action motivated by different causes and, on the other, the *pilgrim Way* or *Route*, which became transformed into a collective synthesis of individual motives “through which people’s actions acquire a social dimension in which their motives, feelings and influences on the values of the whole community become united” (Barreiro, 1997, p. 101).

This type of religious manifestation is not exclusive to Christianity, neither was it during Medieval Times. It has been reproduced in hosts of different religions throughout history,<sup>1</sup> and even in pre-historic times. However, the *Camino de Santiago* has one particular aspect that is common only to the other pilgrimage routes of Medieval Europe. This aspect is its organized nature whereby the route molded to integrate smaller ones leading towards sanctuaries or holy places, both local or regional, along major routes that superimposed themselves over the political fragmentation that existed at that time, with the aim of establishing harmony in Christian Europe (Barreiro, 1997, p. 17).

In the beginning, Compostela was just a place of regional prayer in the little kingdom of Asturia, but soon the news of its existence spread beyond the Pyrenees. The exceptional discovery made all the Christian kingdoms excited, arousing a high religious fever for the tomb of the third apostle buried in the West. The other two were Saint Peter and Saint Paul, whose mortal remains lay in Rome.

A rápida expansão do fenômeno “jacobino” é compreensível se tivermos presente a profunda fé religiosa que caracterizava a sociedade medieval, até o ponto de se produzir uma imbricada confusão entre o temporal e o religioso.

Nesse trânsito entre os séculos X e XI, Santiago de Compostela alcançou a categoria de grande centro de peregrinação, equiparável aos de Roma e Jerusalém.

Definitivamente, a profunda fé da sociedade européia destes séculos, unida ao interesse das instituições civis e eclesiásticas fez de Compostela o destino de milhões de crentes. Deste modo, se desenvolveram diferentes rotas marítimas e terrestres, que desde os diferentes lugares da Europa se encaminharam à tumba do Apóstolo. Todas se enquadraram sob um mesmo nome genérico e expressivo: o *Camino de Santiago*.

Dentre as pessoas de diversas procedências se destacaram desde o princípio os franceses, chegando a ponto de chamar *camino francés* à rota mais importante das que integram o *Camino de Santiago*, e a que na atualidade acabou ostentando sozinho este título.

O século XI foi o momento chave de consolidação da rota francesa que desde os passos pirenaicos de Somport e Roncesvalles se dirigiu a Compostela, atravessando terras de Aragão, Navarra, La Rioja, Castilha e León e Galícia.

O conjunto de atuações concretas, desenvolvidas na segunda metade do século XI pelos monarcas dos reinos do norte peninsular, e pelos senhores laicos e eclesiásticos destes mesmos territórios, acabaram formando um itinerário reconhecível no espaço, alinhado pelos núcleos onde se localizam tais atuações.<sup>2</sup> Um traço que se consolida e adquire estabilidade ao longo dos séculos, até chegar à atualidade, com apenas mudanças, devidas a alterações na passagem da via por uma população, ou a pequenos desvios ou caminhos secundários surgidos pela existência de mosteiros ou hospitais nas proximidades da rota principal (Lacarra, 1998, II, p. 26).

Definitivamente, o crescente número de informações documentais relativas a albergues, hospitais, pontes, ou simples menções ao Caminho de Santiago, fazem ter consciência de que no final do século XI, a rota que discorre desde os passos Pirineus de Somport e Roncesvalles até Compostela, pelo caminho denominado *camino francés*, está perfeitamente traçada e assegurada (García de Cortazar, 170).

The rapid expansion of the “Jacobin” phenomenon is understandable if we take into consideration the deep religious faith that was characteristic of medieval society, so much so that the temporal became merged with the religious.

During this phase of passage from the 10<sup>th</sup> to the 11<sup>th</sup> Centuries, Santiago de Compostela attained the status of a major pilgrimage center, comparable to those in Rome and Jerusalem.

The deep faith of the European society during these centuries, together the interests of civil and ecclesiastical institutions, made Compostela the destination of million of followers. Thus, various sea and land routes were developed, which lead to the Apostle’s tomb from different corners of Europe. These routes were known by the same generic and expressive name: the *Camino de Santiago*.

Among the pilgrims of various origins, the French were prominent from the beginning, which led to the most important route of all those comprising the *Camino de Santiago* to become known as the *Caminho francés* (French Route). Nowadays, this route is the only one that boasts this title.

The 9<sup>th</sup> century was a decisive period for the consolidation of the *Caminho francés*, which started at the Somport and Roncesvalles Pyrenees pass, crossing the lands of Aragão, Navarra, La Rioja, Castile-León and Galicia on its way to Compostela.

The concrete activities developed during the second half of the 11<sup>th</sup> century by the monarchs of the Northern peninsular kingdoms, and by the lay and ecclesiastics lords of those territories, created a recognizable itinerary on the route, which was aligned by the centers where these activities<sup>2</sup> were carried out. It is a trail that has consolidated and stabilized over the centuries until the present day, the only changes being due to alterations caused by passage of people along the route, or small deviations and secondary routes which appeared due to the existence of monasteries or hospitals located close to the main route (Lacarra, 1998, II, p. 26).

Without doubt, the growing amount of documented information related to hostels, hospitals and bridges, or mere references to the Santiago Way, makes us aware of the fact that at the end of the 11<sup>th</sup> Century, the route leading from the Somport and Roncesvalles Pyrenees Pass to Compostela, along the route known as the *Camino francés*, is now perfectly traced and secured (García de Cortazar, 170).

A importância desta rota não teve o mesmo valor ao longo do tempo, mas passou por uma espécie de ciclos vitais diferenciados em que se reconhecem fases de vigor e de decadência. Não obstante, todos os historiadores dedicados ao estudo do fenómeno das peregrinações coincidem em marcar um lapso de tempo que compreenderia os anos de apogeu, cujo esplendor não voltará a se repetir. Tal período coincidiria com os anos centrais da Idade Média, prolongando-se em palavras de J. I. Ruiz de la Peña Solar,

“desde as três últimas décadas do século XI à primeira década do século XIII, em que, tanto o próprio fenómeno da peregrinação como as transformações demográficas, sócio-económicas e jurídicas com ele conectadas através do *Camino* [...], se manifestam na plenitude de sua operação”.<sup>3</sup>

A partir daquele momento se sucederam diversos períodos. Partindo daquela etapa de brilhante apogeu, centrada no século XII, começou uma fase de sucessivos auges e declínios. Assim, nos séculos XIV e XV a guerra dos Cem Anos e a peste provocaram um declínio na peregrinação, que começou a recuperar-se no final do século XV, coincidindo com o reinado dos Reis Católicos. No início do século XVI, a Reforma protestante influiu negativamente e provocou outro declive. Mas no final do século XVI, depois que o Concílio de Trento legitimou de novo o culto às relíquias, e que a França abraçou definitivamente o catolicismo nas mãos de Enrique IV (1593), se revitalizou a *peregrinación jacobea*. O século XVII foi também infeliz, a Guerra dos Trinta Anos (1618-1648) dificultou novamente a utilização dos caminhos na Europa. Entretanto, no século XVIII recuperou-se rapidamente, para cair de modo definitivo depois da Revolução Francesa (1789). A Revolução Francesa e as guerras subsequentes na Europa impediram o tráfego normal de viajantes; além disso, aqueles anos inauguraram um período de tensões entre Espanha e França, aos que se acrescentam outros fatores negativos como: as guerras carlistas, desenvolvidas fundamentalmente em terras do País Basco e Navarra; as desamortizações eclesiásticas, que desarmaram a rede assistencial, tradicionalmente nas mãos da Igreja; por último, se deve dar ênfase na revolução dos transportes que se produziu na Espanha a partir do século XVIII, já que o traçado das novas rodovias e, depois, das vias férreas tiveram um traçado radial com Madrid como centro, sem levar em conta os itinerários de direção E-W, como o *Camino de Santiago* (Soria e Puig, 1991, I, p. 21-28).

Com o mencionado, o *camino* acabou convertendo-se em um elemento histórico praticamente desconhecido e quase esquecido. As desamortizações,

The importance of this route has varied over the years, but it has passed through different vital cycles which include vigorous phases and phases of decline. Nevertheless, all historians dedicated to the study of the pilgrim phenomenon are agreed upon a period of time that comprises its peak years, whose splendour will never be seen again. This period coincides with the central years of the Middle Ages and lasted, in the words of J. I. Ruiz de la Peña Solar,

“from the last three decades of the 11<sup>th</sup> century until the first decade of the 13<sup>th</sup> century, during which not only the pilgrim phenomenon but also the demographic, social, economic and legal transformations connected with it through the *Camino* [...], were seen through the fullness of its operation”.<sup>3</sup>

From that moment on, various periods followed. That brilliant apogee, centered around the 12<sup>th</sup> century, was the start of a phase of successive climaxes and declines. During the 14<sup>th</sup> and 15<sup>th</sup> centuries, the Hundred Year war and the plague led to a decline in pilgrimage, which began to recover at the end of the 15<sup>th</sup> century at the time of the kingdom of the Catholic Kings. At the beginning of the 16<sup>th</sup> century, the Protestant Reformation had a negative impact and led to another decline. But at the end of the 16<sup>th</sup> century, after the cult of the relics had once again been legalized by the Trent Council and France had definitively embraced Catholicism in the hands of Henry IV (1593), the Jacobin pilgrimage was revitalized. The 17<sup>th</sup> century was also a troubled one, the Thirty Year War (1618-1648) made it difficult once again to use the roads in Europe. However, it recovered quickly in the 18<sup>th</sup> century, only to decline for ever after the French Revolution (1789). The French Revolution and the subsequent wars in Europe halted the normal traffic of travellers; furthermore, these years inaugurated a period of tension between Spain and France, in which negative factors were added such as: the Carlisle war, which took place mainly on the lands of Vasco and Navarra; the ecclesiastical cessation of payments by instalments which disarmed the welfare network, traditionally in the hands of the Church and finally, the transport revolution that was produced in Spain from the 18<sup>th</sup> century onwards, since the plan of the new roadways, and later railways, was in a radial pattern with Madrid at the center, ignoring all routes leading in an E-W direction such as the *Camino de Santiago* (Soria and Puig, 1991, I, p. 21-28).

As mentioned earlier, the *camino* ended up becoming an almost unknown and forgotten historical element. The cessation of payment by

os processos de concentração parcelaria, os novos traçados viários, o crescimento e renovação urbanos..., deterioraram edifícios, pontes e vias, quando não foram destruídos. Após a Guerra Civil Espanhola (1936-1939) o número de peregrinos era irrisório; o que um dia foi um eixo vital na história dos reinos do norte da Espanha, caiu no esquecimento coletivo, até o ponto que sua lembrança em muitos núcleos a ele adscritos ficou reduzido a vagas referências toponímicas.

Entretanto, nos últimos anos se produziu uma revitalização desta rota, influenciando aspectos econômicos e políticos. Assim, as necessidades de desenvolvimento econômico e a existência de um patrimônio artístico-cultural e paisagístico de primeira magnitude, unida à escassez de outro tipo de potenciais. (falando como estamos de espaços rurais em sua maioria), animaram políticas de promoção turística, muito fraca no início, mas que atualmente recebem maiores dimensões e protagonismo.<sup>4</sup> Neste sentido, o ano de 1993, "ano de *jubileo* ou de *perdonanza*", deu o tiro de partida a uma nova etapa em que com a campanha do *Xacobeo* 93, protegida pela Xunta de Galicia, apostou-se fortemente pela promoção turística do *camino*. Este aspecto se repetiu com maior magnitude no ano santo seguinte de 1999.

O aproveitamento turístico do Caminho de Santiago se apóia em dois elementos essenciais que requerem uma análise: por um lado, na revolução de um patrimônio histórico cultural de primeira magnitude; por outro, no forte desenvolvimento do turismo rural na atualidade.

### 3. O VALOR DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO COMO RECURSO

Nos últimos anos se produziu um processo evidente de revalorização do patrimônio histórico. Para poder compreender este fato podemos recordar os quatro pontos que constituem o esquema explicativo de Lipe (1984) para compreender o porquê do apreço e a conservação dos objetos do passado. Este autor distingue quatro contextos diferentes de atribuição de valor aos bens patrimoniais:

- Há um contexto de atribuição de valor determinado pelos fatores econômicos e pelo mercado, onde o bem é visto como um recurso utilizável, mais ou menos especial, não obstante, ao alcance da sociedade e que apresenta umas "utilidades" que respondem pouco às necessidades comuns. Deste contexto emana um valor econômico. Neste caso os custos

instalments, the concentrated process of parcelling out of land, the new road plans and the urban growth and renewal caused buildings, bridges and roads to deteriorate, where they were not destroyed. After the Spanish Civil War (1936-1939) the number of pilgrims was very small; what was once a vital axis in the history of the Kingdom of northern Spain fell into collective forgetfulness, reaching the point in which its memory in many centers ascribed to it was reduced to vague toponymous references.

In recent years however, there has been a revitalization of the route, which has been influenced by economic and political aspects. Thus, the need for economic development and the existence of a cultural, artistic and environmental heritage of the highest order, together with the scarcity of other types of potential. (speaking mainly in terms of rural spaces) have stimulated tourism promotion policies which, although very weak in the beginning, are now becoming wider in scope and nature.<sup>4</sup> Thus, the year 1993, "*Jubileo* or *perdonanza* year" (*Jubilee* year or *Year of Pardon*), provided the starting shot for a new stage in which with the *Xacobeo* '93 campaign, protected by the Galica Military Junta, invested heavily in the tourism promotion of the *Camino*. This campaign was repeated on a larger scale in the next Saint Year of 1999.

The use of the *caminho de Santiago* for tourism is based on two essential elements that require analyses: on one hand, it is based on the revolution of a cultural and historical heritage of the first order and on the other, the increasing development of rural tourism today.

### 3. THE VALUE OF THE HISTORICAL HERITAGE AS A RESOURCE

In recent years, a clear process of revaluation of the historical heritage has taken place. In order to gain a better understanding this fact we can note the four points that constitute Lipe's explanatory scheme (1984) which explain the reasons for appreciating and conserving objects from the past. Lipe distinguishes four different contexts of value attribution for heritage:

- There is a context of value attribution that is determined by economic factors and by the market, where goods are seen as a useful, fairly special resource, yet, within the reach of the society, which presents some "uses" that do little meet common needs. Economic value arises from this context. In this case the costs

de restauração e conservação que necessitam os bens patrimoniais se compensam com os benefícios esperados depois da intervenção.

- Outro contexto de valor atribuído ficaria determinado pelos critérios de gostos dominantes, pelas tradicionais estéticas... Deste contexto emana um valor estético.
- Contexto de valor atribuído determinado pelo tipo de conhecimento tradicional e fundamentalmente pelo imaginário coletivo, associado a tradições orais e escritas e a determinadas elaborações mitológicas, assim como por representar testemunhas históricas.
- Contexto de atribuição de valor pelo tipo de investigação formal sobre a cultura material que praticam a história, antropologia...

Esta análise de Lipe poderia complementar-se segundo Josep Ballart (1997), com a perspectiva epistemológica que distinguiria três categorias de valores:

1. Valor de uso, que satisfaça uma necessidade material ou de conhecimentos ou um desejo.
2. Valor formal, pela atração que despertam nos sentidos pela razão de sua forma e outras qualidades.
3. Valor simbólico-significativo, consideração dos objetos do passado como veículos de relação entre a pessoa ou pessoas que os produziram ou os utilizaram e seus atuais receptores.

Mais controvertido é o valor econômico dos bens. Neste sentido, por seus valores estéticos e utilitários uma parte dos bens do patrimônio histórico são facilmente susceptíveis de valorização econômica pelo mercado (obras leiloadas, seguros de museus, valor de mudança da propriedade imobiliária...). Não obstante, há bens subtraídos do mercado, especialmente os declarados por diferentes organismos nacionais e internacionais (UNESCO, Governos nacionais, etc.). Sua valorização econômica resultaria muito complexa por incorporar grande número de aspectos intangíveis dificilmente quantificáveis (Ballart, 1997, p. 111).

Sobre este mesmo tema, Pigou, um economista neoclássico, nos anos 30, concluiu uma reflexão que teria fundamento clavado na posteridade; assim, estabeleceu que os bens culturais correspondiam a uma ocupação improdutiva o que não era preciso deslocá-los ao campo da economia para tratar de averiguar seu valor.

A "crise do estado de bem estar" no final dos anos 1970 e início dos oitenta dá valor aos postulados neoliberais a favor da decidida inserção da

of restoration and conservation that the heritage requires are compensated for by the benefits expected after the work has been completed.

- Another context of value attribution would be determined by the criteria of dominant tastes and traditional aesthetics. Aesthetic value comes from this context.
- The context of value attribution determined by the type of traditional knowledge and fundamentally, by the collective imagination, associated with oral and written traditions and specific mythological legends, besides representing historical testimonies.
- Context of value attribution by the type of formal investigation into the material culture that practices history, anthropology etc.

According to Josep Ballart (1997), Lipe's analyses could be complemented by the epistemological perspective, which distinguishes three categories of value:

1. Use value, which satisfies a material need, a need for knowledge or a desire.
2. Form value for the attraction, that is aroused in the senses due to its form and other qualities.
3. Significance-symbolical value, interest in objects from the past as a way of relating to the person or the people that produced or used them, and their current owners.

The property's economical value is more controversial. Due to its aesthetical and use values, a part of the historical heritage is highly susceptible to economic valorisation in the market (auctioned objects, museum insurance, value of moving from one real estate property to another...). In addition, some goods are removed, especially those declared by different national and international organizations (UNESCO), national Governments, etc. Their economical valorisation would be very complex as it would incorporate a large number of intangible aspects that are difficult to quantify (Ballart, 1997, 111).

On this theme, Pigou, a neoclassical economist concluded a thought in the 1930s, the basis of which would be recorded for posterity; he established that cultural goods came from a non-productive occupation and that it was not necessary to consider them from an economic point of view when determining their value.

The "crisis of the state of well-being" at the end of the 1970s and beginning of the 1980s gave value

cultura no mercado. Nos países anglo-saxões é onde mais desenvolvimento alcançou esta postura, ao se considerar o meio adequado para obter mais adiante, projetos com conteúdo social e cultural, diante da retração da administração pública.

Nos países com maior tradição intervencionista, onde precisamente existe um maior patrimônio, essa medida não seria suficiente, percebendo-se negativamente a retirada do Estado. Por isso, os economistas buscaram uma explicação baseada na lógica da eficiência na destinação de recursos. O argumento que valida é a suposta capacidade dos bens culturais de estimular o gasto dos consumidores e fazer crescer o turismo.

Por fim, existem diversos modelos que abordam as relações entre o Estado, o público e os bens patrimoniais (Ballart, 1997, p. 117):

1. Modelo ilustrado tradicional; considera que os bens culturais não têm nada a ver com a economia, mas que responde a valores imponderáveis. Delega a gestão em técnicos e funcionários. Predomina o trabalho de conservação. Próprio de países com um patrimônio extenso.
2. Bens culturais como categoria econômica mais justa, sujeita a algum tipo de intervenção por parte do Estado. Neste contexto se fala mais de recurso que de bem cultural. Contemplam-se os bens culturais como parte dos bens que fundamentam o bem estar social numa sociedade de direito, e se situam em teoria à mesma altura que o meio ambiente ou o ensino. Seu tratamento oscila segundo as correntes de pensamento predominantes, as lideranças e os grupos de pressão. Esta posição seria predominante nos EUA e alguns poucos países novos, em outros aparece como uma tendência, apresentada, por sua vez, em duas versões diferentes:
  - a) Os bens culturais são vistos como bens públicos; isso significa propriedade pública e vinculação com a política do Estado. A gestão concreta pode ser pública ou privada.
  - b) Os bens culturais são vistos como bens de mérito; podem ser públicos ou não; o Estado incentiva o desfrute dos bens independentemente da natureza de seu proprietário.

Em todo caso resulta indiscutível que desde fins dos anos setenta se reproduzem na Europa e América toda série de acontecimentos de massas que celebram o passado e que podemos associar ao aparecimento de uma nova preocupação para o patrimônio cultural dos povos (exposição de Velázquez em 1990, bicentenário dos EUA em

the neo-liberal postulates. This favoured the definite introduction of culture to the market. It was in the Anglo-Saxon countries that development of this type mostly took place, due to the fact that the environment was considered suitable for rapid development of projects with social and cultural content, in view of the withdrawal of public administration.

In countries with an interventionist tradition, which is precisely where most of the heritage is located, this measure would not be sufficient as the withdrawal of the state is viewed negatively. For this reason, economists are searching for an explication based on the logic of efficiency in the allocation of resources. The argument that validates this is the supposed capability of heritage property to stimulate consumer spending and cause tourism to grow.

Finally, there are several models that address the relationship between the State, the public and the heritage (Ballart, 1997, p. 117):

1. Traditional illustrated model; considers cultural goods as having nothing to do with the economy, but responding to imponderable values. It delegates the management to technicians and employees. Conservation work is paramount. It belongs to countries with an extensive heritage.
2. Cultural goods as a fairer economic category, subject to some kind of intervention on the part of the State. In this context, the heritage is viewed more as a resource than cultural goods. Cultural goods are seen as part of the goods on which well-being in a just society is based and are, in theory, on the same level as the environment or teaching. Their treatment varies according to the predominant thought, leaderships and pressure groups. This position would predominate in the USA and a few other new countries, and appears as a trend in others, seen in two different varieties:
  - a) Cultural goods are seen as public goods; this means public property linked with State policy. The actual management may public or private.
  - b) Cultural goods are seen as goods of merit; they may or may not be public; the State motivates the use of the goods independently of the nature of their owner.

In any case, there is no question that since the end of the 1970s, a whole series of mass events have been reproduced in Europe and America to celebrate the past and this can be associated with the appearance of a new concern for the cultural heritage of the people (e.g. Velázquez's exhibition

1976...). Este *boom* do patrimônio leva à conservação e comercialização tudo o que é de produção humana, alguns autores o atribuem a uma reação contra a vertigem que produz nas pessoas a mudança constante e sua aceleração em nossos dias; nesta suposição o gosto pelo histórico teria sua explicação na busca de pontos de referência estáveis.

Por outro lado, os bens culturais sempre foram objeto de mercado, pelo menos em determinados ambientes: colecionadores, antiquários, furtivos... Mas, atualmente apareceu um mercado novo favorecido pela própria Administração, que se nutre principalmente de leituras e de visitas a museus, e às atrações culturais baseadas no patrimônio histórico-arqueológico.

Se os museus e o patrimônio monumental são os ativos principais deste mercado, estes não trabalham sozinhos: cinemas e romance histórico, documentais e reportagens televisivas, festas tradicionais, cenas e espetáculos de época; contribuem com suas imagens e mensagens, acessíveis para a maior parte da população, para familiarizar ao público com este valor em alta nas sociedades contemporâneas que é o passado.

A crescente saturação de iniciativas requer técnicas de mercado para conseguir vender "o produto". Um bom modo de conseguir-lo é condicionar a sensibilidade das pessoas mediante técnicas de comunicação sofisticadas. Para a maioria da população, a oferta mais acessível que lhe brinda o mercado do passado é comprar "ilusões": imagens e visões gratificantes, viagens dos sonhos, promessas de auto-realização, em resumo, a ilusão do passado.

Junto a esta ilusão do passado unida à exploração comercial dos vestígios históricos, está a dimensão social da noção de cultura. Neste sentido, se considera que qualquer manifestação de um grupo social ou comunidade é cultura; o termo se aplica indiferentemente às mais diversas atividades e situações sociais: cultura da bicicleta, do futebol...

O aumento do consumo cultural é um dos fenômenos importantes do presente, o qual, mesmo que esteja associado com o ócio ativo, goza da autonomia que lhe proporcionam os valores que reúne a idéia de cultura, que a escolarização proporcionou de maneira parecida como o fez com a idéia de natureza.

O crescimento da demanda de consumo cultural não responde a uma moda passageira, mas tem um caráter estrutural. O reconhecimento das potencialidades do patrimônio histórico e arqueológico como recurso em um sentido amplo se deve

in 1990, the bi-centenary of the USA in 1976). This heritage "boom" has led to the conservation and commercialisation of everything produced by humans. Some authors attribute it to a reaction against the lack of equilibrium that is producing constant change and is accelerating nowadays; According to this theory, the explanation for this hunger for history would lie in the search for stable points of reference.

On the other hand, cultural goods have always been market objects, at least in particular environments: collectors, antiquarians, thieves... But nowadays a new market is appearing that is favoured by its own Administration, nurtured mainly by reading and visits to museums, and cultural attractions based on the historical and archaeological heritage.

Although museums and monumental heritage are the main attractions in this market, they are not the only ones: cinema and historical novels, television reports and documentaries, traditional festivals, period scenes and shows, have all contributed their images and messages, and are accessible to the majority of the population, familiarizing the public with the high value of the cultural heritage of past societies.

The growing number of initiatives require market techniques to be able to sell "the product". A good way to do this is to condition people's awareness through sophisticated communication techniques. For the majority of the population, the most accessible offer that the market of the past can offer is to buy "illusions": images and gratifying visions, dream trips, promises of self-realization, in short, illusions of the past.

Linked with these illusions of the past, together with the commercial exploitation of the historical routes, is the social dimension of the notion of culture. In this sense, any manifestation of a social group or community is considered to be culture; the term is applied indiscriminately to the most varied activities and social situations: the culture of cycling, football etc.

The growth of the cultural consumerism is one of the important phenomena of the present day which, although it is associated with active leisure, enjoys the autonomy provided by the values that unite the idea of culture, just as education provided with the idea of nature.

The rising demand of cultural consumption is not a passing fad, but is well-structured. The recognition of the potential of the historical and archaeological patrimony as a resource in its wider



às mudanças sócio-econômicas do pós-guerra. Na Europa, os principais elementos desta mudança foram a generalização do ensino público obrigatório e gratuito, a mudança nos métodos pedagógicos que incidiam no conhecimento do meio social e cultural, e os processos de descentralização (regionalismos) que potenciaram o cuidado do patrimônio histórico. Deste modo, por meio do estudo, conservação e difusão, os bens culturais deviam contribuir ao progresso ético, cívico e material da cidadania.

Sob esta perspectiva o turismo se mostra como um bem garantido do patrimônio, pois este deixa de ser questão exclusiva de uma "elite técnica" (que o administra) e uma "elite social" que o aprecia e desfruta, e acaba envolvendo toda a sociedade por meio de um acesso livre através do turismo, que lhe proporcionaria um conhecimento ameno.

A seqüência deste processo seria a seguinte: difusão - conhecimento - apreciação - exigência de proteção e valorização. O principal problema desta "popularização" do patrimônio radicaria na perda de preponderância dos técnicos em conservação e análise histórico-artísticas em favor dos gestores econômicos.

#### 4. DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NA ESPANHA NOS ÚLTIMOS ANOS

Tendo em conta que O Caminho de Santiago poderia definir-se como uma mistura de turismo rural e turismo itinerante (Cals *et alii*, 1995, p. 16), se pode compreender que o outro elemento que explica a crescente importância turística do Caminho está diretamente relacionada com o forte desenvolvimento da demanda de formas de turismo, alternativas ao tradicional de sol e praia.

Entretanto, durante muito tempo, estas outras formas de turismo tiveram escassa relevância por diversos motivos. Em primeiro lugar está o fato de que a Espanha conta com um espaço litoral extenso e de qualidade, que desde os anos sessenta se converteu no principal ponto turístico do país, tanto para a demanda interna como para a que provém do exterior.

Em segundo lugar se encontra a escassa atenção que a Administração prestou à potencialidade de formas alternativas de turismo, quando resulta ter um papel relevante na animação e desenvolvimento de qualquer projeto turístico.

Por último, podemos fazer referência ao processo de degradação econômica e demográfica que caracterizou o meio rural espanhol desde os anos cinqüenta, quando o processo de industrialização

sense is a result of post-war socio-economic changes. In Europe, the main elements of this change were the creation of compulsory and free public education, changes in teaching methods based on a knowledge of the social and cultural environment, and the decentralization process (regionalism) that made it easier to care for the historical heritage. Thus, through its study, conservation and publicizing, the cultural heritage should contribute to the ethical, civic and material progress of the people.

From this perspective, tourism is seen as a guaranteed heritage property; as it stops being just for a "technical elite" (who administrate it) and a "social elite" who appreciate and enjoy it, and ends up involving the whole of society by means of free access through tourism, which provides them with interesting knowledge.

The sequence of this process would be as follows: publicizing - knowledge - appreciation - demand for protection and valorisation. The main problem with this "mass popularisation" of the heritage is that conservation technicians and historical/artistic analysts would lose their position of superiority to economic managers.

#### 4. DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN SPAIN IN RECENT YEARS

Bearing in mind that the *Caminho de Santiago* can be defined as a mixture of rural and itinerant tourism (Cals *et alii*, 1995, p. 16), the other element which explains the increasing tourism importance of the *Caminho* is directly related to the increasing demand for alternative forms of tourism, rather than the traditional sun, sea and sand holidays.

For a long time however, these other forms of tourism had little relevance for many reasons. Firstly is the fact that Spain has an extensive and high quality coastline which, since the 1960s has become the main tourism destination in the country, catering for national as well as external demand.

Secondly, scant attention has been paid by the public Administration to the potential forms of alternative tourism, when this plays a relevant role in the animation and development of any tourism project.

Finally, the demographic and economical degradation that has characterized the Spanish rural environment since the 1950s, when the

provocou um êxodo generalizado da população rural para os grandes focos industriais, gerando um esvaziamento dos povos e uma forte reestruturação de seu sistema econômico. Processo que ainda na atualidade se prolonga mesmo que de modo mais atenuado e com signos de estabilização.

Não obstante, nos últimos anos se produziu um incremento do consumo dos produtos turísticos demarcados sob o termo de turismo rural. As causas deste crescimento podem ser analisadas desde uma dupla perspectiva.

Peço lado da demanda se encontram os seguintes fatores:

- Este tipo de atividade turística está inscrita em um fenômeno de conscientização e reivindicação ecológica das sociedades ocidentais e altamente urbanizadas. É um fenômeno de resposta ao processo geral de degradação do meio ambiente e de marginalização não urbana.
- O fator preço é um elemento estimulante, já que resulta comparativamente menor que o turismo “de sol e praia”.
- Possibilidade de usar sem incômodos um bem precioso: o automóvel. Trata-se do meio de transporte por excelência do turismo rural.

Por sua vez, pelo lado da oferta encontramos outros dois fatores explicativos:

- Existência de amplos recursos.
- Efeito de atração de fluxos que seguirão produzindo as iniciativas de criação de novos produtos e equipamentos.

Esta atividade supõe para os núcleos rurais como os que majoritariamente demarcam a *ruta jacobea*, um fundamental recurso de desenvolvimento endógeno, baseada em sua riqueza paisagística e patrimonial.

A idoneidade do turismo para o desenvolvimento local do meio rural se apóia não somente sobre sua capacidade genérica para estimular o aproveitamento do potencial de desenvolvimento endógeno, mas também sobre condições particulares da produção de serviços turísticos rurais: as baixas barreiras de entrada e o sucesso da aplicação do que Bote denominou estratégias artesanais, se podem traduzir na criação de uma oferta não concentrada e de pequena escala, assim como a gestão local e personalizada dos recursos turísticos, tudo isso ao alcance de territórios e agentes escassos em capital financeiro, dotação técnica, etc...

Os pontos fortes e fracos para a atração de fluxos turísticos e recreativos no meio rural poderiam ser divididos da seguinte forma (Cals *et alii*, 1995, p. 32):

industrialization process provoked a general exodus of the rural population to the major industrial centers, resulting in a emptying of the rural population and a strong re-structuring of the economic system of the rural area. This is a process that is still continuing, although in a more attenuated way and with signs of stabilizing.

Nevertheless, recent years have seen an increase in consumption of tourism products that can be described as rural tourism. The reasons for this growth can be seen from two perspectives:

From the perspective of demand are the following factors:

- This type of tourism activity is the result of awareness of an ecological revendication in western, highly urbanized societies. It is a response to the general degradation process of the environment and non-urban marginalisation.
- The price factor a motivation factor, since it is comparatively lower than “sun, sea and sand” tourism.
- The opportunity of using a precious good: the automobile. This is an excellent means of transport for rural tourism.

On the other hand, from the perspective of offer, we can see two other explanatory factors:

- The existence of greater resources.
- The flow attraction effect that will generate initiative for the creation of new products and facilities.

This activity presupposes that the rural centers, these being the ones that in the main, demarcate the Jacobin Route, are a fundamental resource for endogenous development, based on the richness of their scenery and heritage.

The convenience of tourism for local and rural development is supported not only by its generic capacity to stimulate the use of its endogenous development potential, but also by specific conditions of production of rural tourism services: the low entrance barriers and the successful application of what Bote called artisan strategies, can be translated into the creation of a non-concentrated, small-scale offer, as well as local and personalized management of tourism resources, all within the reach of territories and agents that lack financial capital, technical endowment, etc.

The strengths and weaknesses of the attraction of tourism and recreation flow in the rural environment could be divided as follows (Cals *et alii*, 1995, p. 32):

**1. Relacionados com o meio e cultura rurais:**

– A favor:

- originalidade do mercado de vida e cultura.
- contraste com o ambiente cotidiano dos turistas.
- valioso patrimônio histórico-artístico.
- espaços culturais.

– Contra:

- escassa capacidade econômica.
- elevadas temperaturas durante o verão.
- problemas de conservação do patrimônio.
- pouca atenção às questões de gestão do território.

**2. Relacionados com a situação e estrutura das explorações agrárias.**

– A favor:

- ampla presença da exploração agrária familiar.

– Contra:

- condições inabitáveis das casas de campo.

**3. Relacionados com a demografia e os aspectos sociais:**

– A favor:

- contraste com o mundo urbano de seus modos de vida, costumes e relações sociais.

– Contra:

- processo de homogeneização cultural.
- alto grau de envelhecimento que dificulta o desenvolvimento de atividades diferentes, nas que a formação e aprendizagem são essenciais.

**4. Relacionadas com os equipamentos e serviços:**

– A favor:

- nível de preços relativamente competitivos.

– Contra:

- pouca oferta de casas.
- hotelaria familiar obsoleta.
- reduzido número de povos que acompanham a oferta de alojamento com um equipamento e uns serviços atrativos.

**5. Relacionados com fatores de demanda:**

– A favor:

- proximidade de um mercado interior importante, e de uns mercados exteriores mais importantes ainda.
- auge e mudança nas pautas da demanda de turismo e ócio.

**1. In relation to the rural environment and culture:**

– In favour:

- originality of the market of life and culture.
- contrast with the tourist's normal environment.
- valuable artistic and historical heritage.
- cultural spaces.

– Against:

- low economic capacity.
- high temperatures during Summer.
- heritage conservation problems.
- little attention to issues of management of the territory.

**2. In relation to the situation and structure of agricultural exploitation.**

– In favour:

- widespread presence of family agriculture.

– Against:

- uninhabitable conditions of rural houses.

**3. In relation to demographic and social aspects:**

– In favour:

- contrast with the urban lifestyle, customs and social relationships.

– Against:

- process of cultural homogenisation.
- high number of elderly that hinders the development different activities, in which training and learning are essential.

**4. In relation to facilities and services:**

– In favour:

- relatively competitive prices.

– Against:

- small offer of houses.
- complete absence of family hotels.
- small number of people meeting accommodation demand with facilities and attractive services.

**5. In relation to demand factors:**

– In favour:

- proximity of a significant internal market, and some even more important external ones.
- climax and change in tourism and leisure demand.

– Contra:

- estacionalidade da demanda.
- baixa tendência do turismo estrangeiro.

## 5. EL CAMINO DE SANTIAGO NESTE NOVO CONTEXTO

*El Camino de Santiago* se insere perfeitamente nas novas tendências da demanda turística, especialmente entre os segmentos mais qualificados e motivados culturalmente: fator que supõe, além disso, um maior grau de consciência e respeito por valores como o meio ambiente atual, a conservação do património, etc., fundamentais para a aplicação de um modelo de exploração sustentável.

Estabelecer uma relação entre uma oferta turística deste tipo e um determinado segmento da população, caracterizado por um alto nível cultural, não deixa de ser uma realidade. Assim demonstram os resultados de uma pesquisa realizada desde o ano de 1993 pela Federação Espanhola de Associações de Amigos do Caminho de Santiago.

No ano de 1994 uma mostra de 887 indivíduos (758 espanhóis e 129 estrangeiros) que realizaram algum trecho da *ruta jacobea*, responderam a um questionário em que entre outros temas se lhes perguntava por seu nível de estudos. No ano de 1997 a mesma pesquisa realizada a 1.255 peregrinos (1045 espanhóis e 210 estrangeiros) mostrava uma situação similar à de três anos antes. Os resultados apresentados no Gráfico 01 refletem uma maioria de pessoas com estudos superiores.

– Against:

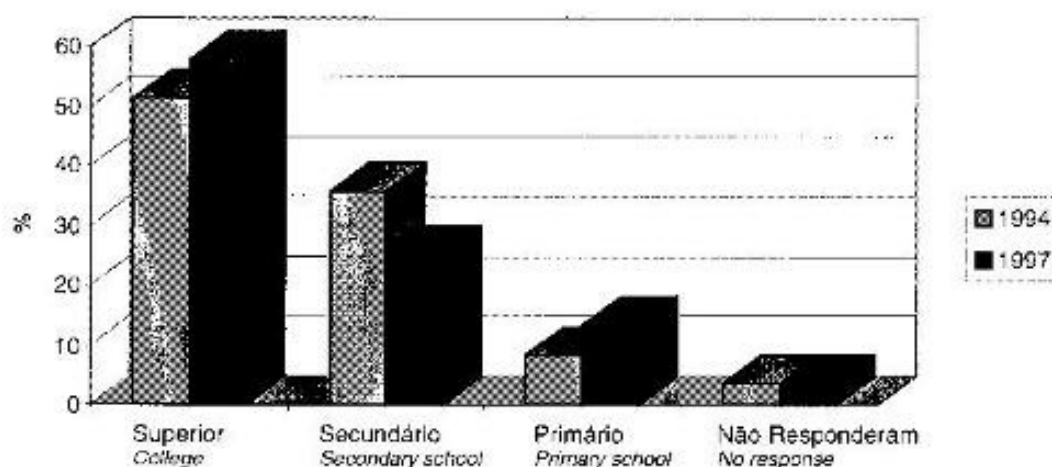
- seasonality of demand.
- low foreign tourism trend.

## 5. THE CAMINO DE SANTIAGO IN THIS NEW CONTEXT

The *Camino de Santiago* fits perfectly into the new tourism demand trends, particularly in the more highly qualified and culturally motivated sectors since these factors presuppose a higher level of awareness and respect for values like the environment and conservation of the heritage, which are fundamental for the application of a model of sustainable exploitation.

It is a fact that there is a relationship between a tourism offer of this type and a specific sector of the population that is characterized by a higher cultural level. This was proven in a research project that has been carried out since 1993 by the Spanish Federation of Associations of Friends of the *Caminho de Santiago*.

In 1994, a sample of 887 individuals (758 Spanish and 129 foreigners) walked a part of the *Jacobin Route* and answered a questionnaire in which, among other themes, asked them to state their level of education. In 1997, the same research carried out with 1,255 pilgrims (1045 Spanish and 210 foreigners) showed a similar situation to that of three years previous. The results presented in table 1, show that the majority of people have higher education.



Fonte: Federação Espanhola de Associações de Amigos do Caminho de Santiago, Elaboração Própria.

Source: Nonono nonon nonon nonon nonon nonon nonon nonon nonon na. Nonon nonon.

Figura 1. Nível de estudos dos Peregrinos.

Figure 1. The level of education of Pilgrims.

O significado e a complexidade de elementos que incorpora o Caminho de Santiago, junto com a análise das novas motivações da demanda turística, a escala internacional e do mesmo comportamento lúdico dos espanhóis, permitem apostar pela configuração de um produto singular e atrativo.

A este respeito, se pode constatar um predomínio, dentro do contingente de *caminantes*, do componente nacional, que rondaria 85%.

Na parte internacional sobressaem os franceses e os alemães, com 22,4% e 20,5% respectivamente, seguido de belgas, com 9%, britânicos e holandeses, com 7,1% cada um.

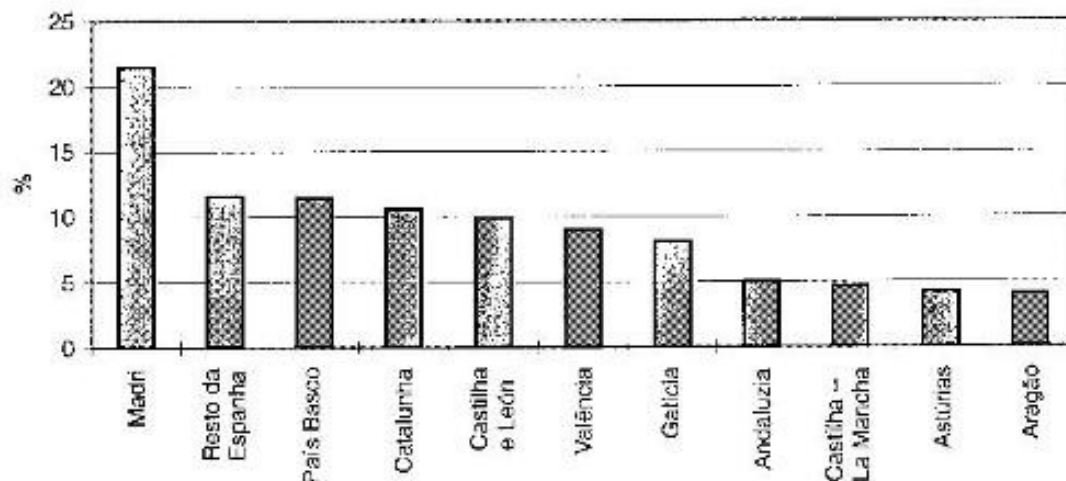
Além disso, intuem-se possibilidades diversas para este produto turístico, em que cabem opções de diferente orientação que podem satisfazer a diferentes grupos de demanda. Quer dizer, o caráter religioso que absorvia o discorrer por esta *via* até poucos anos, fez um lugar a outro tipo de motivações culturais, desportivas, ecológicas, etc., que exploram as várias atrações que apresenta o *Camino*.

The significance and complexity of elements that comprise the *Caminho de Santiago*, together with the analysis of new motives for tourism demand, on a national level, and the lucidity of the Spanish people, make it a unique and attractive product.

Within the contingent of walkers, a predominance of those from within the country, around 85% is noted.

Of the international group, the French and the Germans are the most prominent, with 22,4% and 20,5%, respectively, followed by the Belgian, with 9%, the British and the Dutch, with 7,1% each.

In addition, this tourism product has various possibilities, into which fit different options, with different orientations, that can satisfy different types of demand, i.e. the religious character that until recently was the main reason for traversing the route until recently, has given way to other motives: cultural, sporting, ecological etc., which exploit the attractions of the *Camino*.



Fonte: Federação Espanhola de Associações de Amigos do Caminho de Santiago. Elaboração Própria.

Source: National Federation of Friends of the Camino de Santiago. Own elaboration.

**Figura 2.** Procedência dos Peregrinos Espanhóis (1997).

**Figure 2.** The origins of Spanish pilgrimage (1997).

De qualquer modo, o principal fato com que se conta é a existência de um patrimônio artístico de primeira magnitude, autêntico sinal de identidade do românico espanhol e europeu. Este "ativo", validado por distinções nacionais e internacionais: Conjunto Histórico-Artístico (Decreto 2224/1962 de 05 de setembro), Patrimônio Histórico Espanhol (Artigos 11 e 12 da Lei 16/1985 de 25 de agosto de 1987) e Patrimônio da Humanidade (Declaração

In any event, the main factor to be taken into consideration is the existence of an artistic heritage of the highest order, an authentic mark of identity from the European and Spanish Romanesque period. This "asset", which is validated by national and international distinctions: Artistic-historical site (Decree 2224/1962 of 5<sup>th</sup> September), Spanish Historical Heritage (Articles 11 and 12 of Law 16/1985 of 25<sup>th</sup> August 1987) and Heritage of Humanity

da UNESCO, 1992); necessita um trabalho de planificação que ainda está longe de alcançar um ótimo grau de desenvolvimento).

O interesse crescente das diferentes administrações públicas e das prefeituras leva a realizar ações separadas, sem nenhuma coordenação, o que impede uma atuação coerente e desperdiça recursos. Entretanto, não devemos esquecer que a tarefa de promoção e desenvolvimento em torno do *Camino de Santiago* é bastante recente, concentrando-se o maior movimento a partir do Ano Santo *Jacobeo* de 1993. Foi, então, quando se vislumbraram as possibilidades que oferecia este fenômeno social, e se foram implementando políticas diversas, por sua metodologia e por seus resultados e para sua exploração econômica.

Não obstante, a tarefa que fica por diante para conseguir que o Caminho de Santiago se converta em um dos produtos turísticos mais importantes da oferta espanhola é grande. Neste sentido, poderíamos finalizar sinalando alguns dos elementos que deveriam ter em conta para alcançar esse objetivo, tal e como expuseram um dia os professores Cals, Capellá e Vaqué (1995), referindo-se ao desenvolvimento do turismo rural na Espanha:

- A informação disponível sobre hábitos de férias e ócio dos espanhóis é deficiente, o que se faz necessário é um esforço maior em sua análise.
- O turismo itinerante (*touring*) em que poderia se inserir a rota *jacobeo*, é uma das modalidades de turismo em espaço rural que no futuro podem ter crescimentos importantes.
- A coordenação entre administrações públicas é fundamental para potenciar seus efeitos e racionalizar os investimentos e políticas de desenvolvimento.
- A criação de um plano de ações para o desenvolvimento do turismo rural, que junto ao itinerante definiriam o Caminho de Santiago como produto turístico, deveria articular-se em torno de três eixos: ajuda à definição de produtos de turismo rural, ajuda à criação e desenvolvimento de tais produtos e ajuda a sua comercialização.
- A definição de turismo rural há de procurar, especialmente, aumentar a transparência da oferta e concretizar, de forma integral novas formulações da qualidade de vida durante as férias e o tempo livre. A promoção e apoio de marcas de qualidade se consideram um instrumento básico.
- Na criação e desenvolvimento de produtos de turismo rural tem grande importância o reforço da cooperação entre os diversos agentes

(UNESCO Declaration, 1992); requires planning that is still far from reaching a high degree of development.

The growing interest of public administrations and local governments is causing separate activities to be carried out without any coordination between them. This is hindering coherent activity and wasting resources. We should not forget, however, that the promotion and development of the *Camino de Santiago* is relatively recent, the majority being from the Year of Saint Jacobin in 1993 onwards. This was when the possibilities of this social phenomenon were first realized, and various policies were implemented for its methodology and results, and for its economic exploitation.

However, the task ahead, to transform the *Camino de Santiago* into one of the major tourism products of the Spanish offer, is enormous. We could finish by noting some of the elements that should be taken into account in order to reach this objective, as professors Cals, Capellá and Vaqué (1995) once described when talking about the development of rural tourism in Spain:

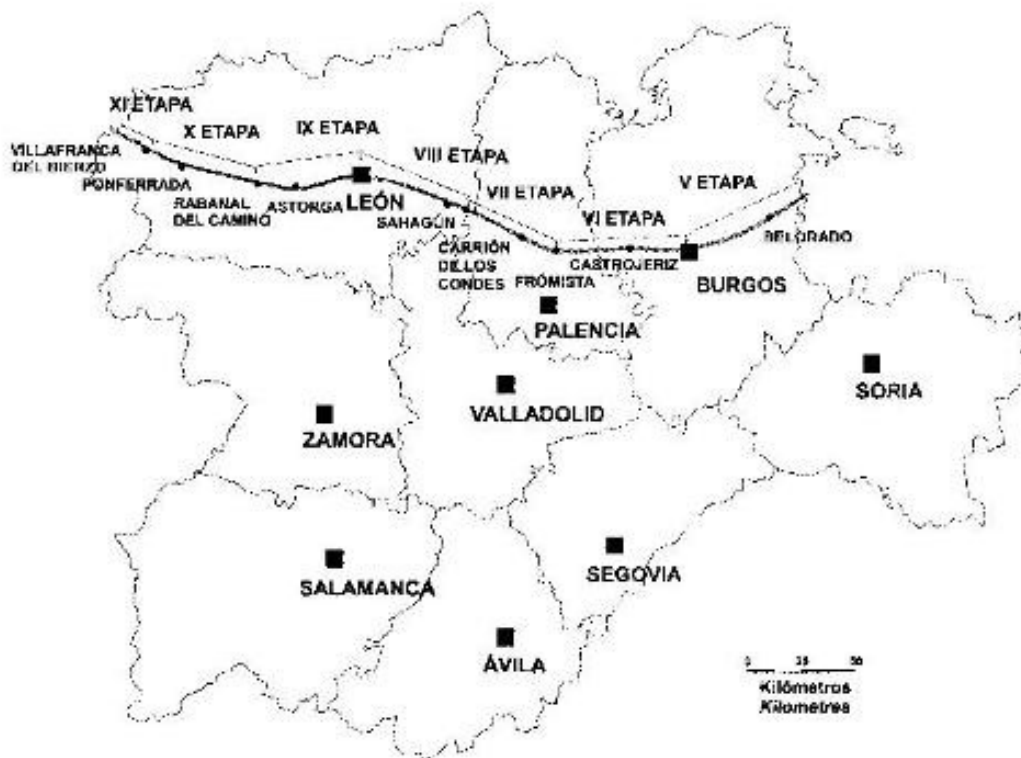
- There is a lack of available information about the holiday and leisure habits of the Spanish, which means a greater effort is required when analysing them.
- Itinerant tourism (*touring*), which could include the Jacobin Route, is one of the types of rural tourism that could experience considerable growth in the future.
- Coordination between public administrations is fundamental for strengthening its effects and planning investments and development policies.
- The creation of a plan of action for the development of rural tourism, which together with the traveller would define the *Camino de Santiago* as a tourism product, should be articulated around three axes: it should help to define the rural tourism products, help to create and develop these products and help to commercialise them.
- The definition of rural tourism should seek, in particular, to increase the transparency of the offer and concretise, in an integral form, new formulations of quality of life during holidays and free time. The promotion and support of marks of quality are considered to be a basic instrument.
- In the creation and development of rural tourism products, cooperation among the various local agents (companies, associa-

locais (empresas, associações, administrações...). Quatro idéias são claras a esse respeito: aproveitamento ao máximo do potencial endógeno, autonomia dos grandes agentes locais, necessidade de um impulso exterior e papel decisivo da formação.

- É necessário insistir no aspecto da formação de profissionais. Não somente deve propor a formação de futuros empresários, mas também de dependentes, técnicos, assessores...
- O minifúndio empresarial deve atenuar-se com associações de produtores e centrais de reserva, encarregadas de administrar a oferta do conjunto de pequenas e médias empresas.
- Devem diminuir as principais fragilidades do setor: escassa elaboração dos produtos turísticos, ineficácia de boa parte da hotelaria do mundo rural e escassa existência de redes de estabelecimentos.
- É recomendável fomentar uma política de marcas aos diversos produtos e agentes do turismo no espaço rural. O artesanato na elaboração, o caráter tradicional do que oferece, o respeito às normas ecológicas, e a amabilidade no trato, podem ser utilizadas de maneira a ter vantagens competitivas; contribuindo todos eles a gerar a idéia de alternativa de qualidade diante das formas de turismo mais tradicionais.

tions, administrations etc.) is very important. There are four clear ideas in this respect: making full use of the endogenous potential, autonomy of the major local agents, the need for an overseas drive and a decisive role in its formation.

- The training of professionals should be insisted upon. Not only training of future businessman, but also dependents, technicians, advisors, etc.
- The commercial smallholding should be attenuated with producers associations and reservation centers, whose task is to administer the offer of the small and medium-sized companies.
- The sector's main weak points should be reduced: lack of creation of tourism products, inefficiency in most of the rural hotel industry and a lack of establishment networks.
- A of policy of marks for various rural tourism products and agents is recommended. The creation of artisan products, the traditional nature of what is being offered, respect for ecological standards and friendly service, can all be used to generate competitive advantages. They all contribute to generating an alternative idea of quality that goes beyond the traditional forms of tourism.



**Mapa 1.** O Caminho de Santiago em Castilha e León.  
*Map 1.* The Camino de Santiago in Castile-León.

## NOTAS

<sup>1</sup> Tal é o caso do Templo de Apolo em Delfos, onde acudiam milhares de adeptos para consultar seu famoso oráculo; o mesmo fenómeno de concentração de multidões encontramos em Mathura, na Índia, lugar de nascimento de Krishna para os hindus; ou na tumba de Confúcio na China.

<sup>2</sup> Durante estes anos se fundam albergues e hospitais em diversas cidades: Jaca (1084), Pamplona (1087), Estella (1040), Nájera (1052), Burgos (1085), Frómista (1066), Sahagún, León (1096), Rabanal (1103), Villafranca del Bierzo. Construíam-se ou constróem pontes sobre o Arga em Puente la Reina (1090), sobre o Ebro em Logroño (1095), o Najerilla em Nájera (1076), o Oja em Santo Domingo da Calcazada, o Arlanzón em Burgos, o Carrión em Carrión de los Condes, o Sil em Ponferrada, o Miño em Portomarín. Nos passos difíceis se estabelecem albergues: San Vicente, San Miguel e San Salvador em Ibañeta, Santa Cristina em Somport, San Félix nos Montes de Oca, Foncebadiñ no Monte Irago. Esta informação aparece recolhida em: Lacarra, J. M.; Vázquez de Parga; Uría, J. **Las peregrinaciones a Santiago de Compostela**. 3 v. Pamplona : Gobierno de Navarra, 1998.

<sup>3</sup> J. I. Ruiz de la Peña Solar em: **El camino de Santiago y la articulación del espacio hispánico**. Estella : Gobierno de Navarra, 1994. p. 277.

<sup>4</sup> Este processo é paralelo às distinções que em matéria cultural recebe o *Caminho de Santiago* por parte de diferentes organismos internacionais. Conjunto Histórico-artístico (Decreto 2224/1962 de 5 de setembro), Património Histórico Espanhol (Artigos 11 e 12 da lei 16/1985 de 25 de junho), Primeiro Itinerário Cultural Europeu (Declaração do Conselho da Europa, 23 de outubro de 1987) e Património da Humanidade (Declaração da UNESCO, 1992).

## NOTES

<sup>1</sup> This is the case of the Apollo Temple in Delphi, where millions of followers would consult their famous oracle; the same phenomenon of crowd concentration is found in Mathura, India, Krishna's birth place for the Hindu; or Confucius' coffin, in China.

<sup>2</sup> During these years, hostels and hospitals were built in various cities: Jaca (1084), Pamplona (1087), Estella (1040), Nájera (1052), Burgos (1085), Frómista (1066), Sahagún, León (1096), Rabanal (1103), Villafranca del Bierzo. Bridges were built spanning the Arga in Puente la Reina (1090), the Ebro in Logroño (1095), the Najerilla in Nájera (1076), the Oja in Santo Domingo da Calcazada, the Arlanzón in Burgos, the Carrión in Carrión de los Condes, the Sil in Ponferrada and the Miño in Portomarín. Hostels were set up at the difficult parts of the route: San Vicente, San Miguel and San Salvador in Ibañeta, Santa Cristina in Somport, San Félix on the Oca Mounts, and Foncebadiñ on the Irago Mount. This information is registered in: Lacarra, J. M.; Vázquez de Parga; Uría, J. **Las peregrinaciones a Santiago de Compostela**. 3 v. Pamplona : Gobierno de Navarra, 1998.

<sup>3</sup> J. I. Ruiz de la Peña Solar in: **El camino de Santiago y la articulación del espacio hispánico**. Estella : Gobierno de Navarra, 1994. p. 277.

<sup>4</sup> This process is parallel to the distinctions which the *Camino de Santiago* in material culture, from different international organizations. Artistic-historical Site (Decree 2224/1962 of 5th September), Spanish Historical Patrimony (Articles 11 and 12 of law 16/1985 of 25th June), First Cultural European Itinerary (Council of Europe Declaration, October 23rd 1987) and Humanity Heritage (UNESCO Declaration, 1992).

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALLART, J. **El patrimonio histórico y arqueológico : valor y uso**. Barcelona : Ariel, 1997.
- BARREIRO, Rivas, J. L. **La función política de los caminos de peregrinación en la Europa medieval**. Madrid : Tecnos, 1997.
- CALS, J. Capellà, J.; VAQUÉ, E. **El turismo en el desarrollo rural en España**. Madrid : Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1995.
- LACARRA, J. M.; VÁZQUEZ de Parga, URÍA, J. **Las peregrinaciones a Santiago de Compostela**. 3 v. Pamplona : Gobierno de Navarra, 1998.
- SORIA Y PUIG, A. **El camino de Santiago**. 2 v. Madrid : MOPT, 1991.
- VÁRIOS AUTORES. **El camino de Santiago y la articulación del espacio hispánico**. Estella : Gobierno de Navarra, 1994.