

# A CIDADE, O CAMIÑO E NÓS

La ciudad, el Camino y nosotros  
The City, the Way and Us

DESENVOLVEMENTO DO PROXECTO  
EXPOSITIVO E PARTICIPACIÓN SOCIAL  
EN SANTIAGO DE COMPOSTELA

ELIAS J. TORRES FEIJÓ  
MARÍA LUÍSA DEL RÍO ARAÚJO  
EMILIO CARRAL VILARIÑO  
M. FELISA RODRÍGUEZ PRADO  
IRENE PICHEL IGLESIAS

andavira  
e d i t o r a

REDE GALABRA  
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



# A CIDADE, O CAMIÑO E NÓS

*LA CIUDAD, EL CAMINO  
Y NOSOTROS [CATÁLOGO]*

*THE CITY, THE WAY  
AND US [CATALOG]*

DESENVOLVEMENTO DO PROXECTO  
EXPOSITIVO E PARTICIPACIÓN SOCIAL  
EN SANTIAGO DE COMPOSTELA

ELIAS J. TORRES FEIJÓ  
MARÍA LUÍSA DEL RÍO ARAÚJO  
EMILIO CARRAL VILARIÑO  
M. FELISA RODRÍGUEZ PRADO  
IRENE PICHEL IGLESIAS

REDE GALABRA/  
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

1.ª edição: Andavira Editora  
Santiago de Compostela, 2020

© AUTORES E AUTORAS

Desenho de capa: Dixital 21, S. L.  
Impressão e encadernação: Tórculo Comunicación Gráfica, S. A.  
Impresso em Espanha · *Printed in Spain*

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial deste trabalho, nem a sua incorporação a um sistema informático, nem a sua transmissão sob qualquer forma ou por qualquer meio (eletrónico, mecânico, fotocópia, gravação ou outros) sem autorização prévia por escrito do proprietário dos direitos autorais. A violação desses direitos pode constituir um crime contra a propriedade intelectual.

Dirija-se ao CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) se precisar fotocopiar ou digitalizar um fragmento deste trabalho. Pode entrar em contato com o CEDRO através do site [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) ou polos telefones +34 91 702 19 70 / +34 93 272 04 47.

Andavira, no seu desejo de melhorar as suas publicações, agradece todas as sugestões que os leitores fizerem ao departamento editorial polo e-correio: [info@andavira.com](mailto:info@andavira.com).

Depósito legal: C 1821-2020  
ISBN: 978-84-123076-4-1

O presente volume faz parte do projeto D “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados o ameaças para o bem-estar da comunidade local” Ref: FFI2017-88196-R, parcialmente subsidiado polo Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades e os Fondos FEDER.



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional

# ÍNDICE

|  |     |
|--|-----|
| I. INTRODUCCIÓN. Razóns deste proxecto. Sustentabilidade e Responsabilidade e o papel das universidades.....                           | 7   |
| II. Concepto e razóns da proposta de Compromiso Social Investigador....  | 9   |
| III. O Proxecto <i>A Cidade, o Camiño e Nós</i> . Dos discursos ás prácticas culturais sobre Santiago .....                            | 13  |
| III.1. Antecedentes de difusión e compartillamento de resultados.....  | 14  |
| III.2. O proxecto expositivo: <i>A Cidade, o Camiño e Nós</i> .....  | 16  |
| III.2.1. Asinatura e obxectivos do protocolo de colaboración entre a Universidade de Santiago de Compostela e o Concello de Santiago.. | 16  |
| III.2.2. O proxecto expositivo e de divulgación .....  | 18  |
| III.2.2.1. <i>A Cidade, o Camiño e Nós</i> .....   | 25  |
| III.2.2.1.1. Compostela e os Camiños .....   | 32  |
| III.2.2.1.2. Como nos vemos?.....  | 39  |
| III.2.2.1.3. Como nos ven? .....   | 48  |
| III.2.2.1.4. Como vemos quen vén? .....  | 62  |
| III.2.2.2 O <i>feedback</i> das persoas que visitaron a exposición central....   | 68  |
| IV. Valorización .....   | 71  |
| IV.1. Mesas redondas.....  | 74  |
| IV.1.1. Conclusións sobre as mesas redondas .....  | 101 |
| IV.2. A repercusión mediática da exposición.....   | 103 |
| IV.2.1. Conclusións sobre a repercusión mediática .....  | 107 |
| ANEXO I. Impactos recollidos na prensa .....   | 109 |
| ANEXO II. <i>La Ciudad, el Camino y Nosotros [catálogo]</i> .....  | 113 |
| ANEXO III. <i>The City, the Way and Us [catalog]</i> .....   | 143 |



# I.

## INTRODUCCIÓN

### Razóns deste proxecto. Sustentabilidade e Responsabilidade e o papel das universidades

É crecente a atención e preocupación por combinar conceptos de responsabilidade e sustentabilidade nas recomendacións e pautas das institucións públicas e o interese en estendelo a outras esferas, públicas ou privadas. Mais a práctica e a aplicación son desiguais, segundo países e institucións. Sirva, como exemplo, o caso das Cimeiras mundiais sobre o clima. E enferma de algúns problemas: as comunidades costuman ser máis receptoras do que protagonistas, o cal implica en moitas ocasións que non se parte das súas propias necesidades ou desexos; que non van acompañadas de participación, información ou formación adicionais para facer efectivas as medidas a aplicar; non hai facilitación nin acompañamento das accións; e, nalgúns casos, asenta unha determinada idea de *responsabilidade social* máis asociada ao funcionamento interno da entidade (transparencia, boas prácticas ambientais, etc.) do que a un vínculo efectivo, en forma de incidencia e servizo reais ás comunidades en que se insere ou afectadas pola acción de quen a implementa.

Na nosa opinión, é preciso mudar de modelo e o pertinente será dispor de axentes comunitarios que traballen con esas comunidades para a consecución dos obxectivos, que deben ser concretizados e cuantificados. Porque o *axenciamento* das comunidades pasa por investir en recursos asociados a elas máis do que en publicidade ou esixencias de inserimento deses obxectivos –de modo indiscriminado– nas accións a desenvolver (desde un proxecto de investigación a un subsidio a empresas), sen contar con acompañamento nin avaliación da eficacia.

Se o modelo mudar e foren incorporados os criterios de protagonismo e beneficio real comunitarios, os resultados poden ser verdadeiramente máis efectivos e satisfactorios.

É nesta liña que, na Rede Galabra, estamos traballando no ámbito do que denominamos Compromiso Social Investigador e Docente, que comezamos a formular hai algúns anos e que aquí exporemos sinteticamente.



## II.

# CONCEPTO E RAZÓNS DA PROPOSTA DE COMPROMISO SOCIAL INVESTIGADOR

Restringindo o concepto ao ámbito do traballo investigador, falamos de Compromiso Social Investigador (CSI) entendendo que consiste en compartir resultados dunha investigación e explicación dos procesos para a obtención dos mesmos co ámbito de persoas que é obxecto da pesquisa e/ou dos sectores sociais potencialmente interesados neses resultados ou afectados por eles. Xenericamente, podemos definir o CSI como o compromiso que unha entidade dedicada á investigación adquire en relación ás comunidades potencialmente interesadas ou afectadas pola súa pesquisa.

O CSI non debe ser confundido con Responsabilidade na Práctica de Pesquisa, que se refere aos principios éticos de acción, ou con Responsabilidade Social Corporativa, referida aos principios éticos dunha institución *ad intra* e *ad extra* (fontes de financiamento, transparencia na contratación, discriminación positiva, etc.). Mais tampouco debe ser identificado, de modo limitado, coa diseminación de resultados investigadores a través dos medios de comunicación de masa, xa que o CSI implica, do noso punto de vista, tamén un contacto activo específico con persoas e/ou entidades.

A través dese contacto cabe tanto a abertura dun espazo conxunto para análise e explicación dos resultados, por un lado, como a aplicación dos resultados aos procesos de melloría concretos, por outro lado. Esta aplicación pode ser feita de varias maneiras: a través do traballo conxunto do grupo investigador co sector ou sectores en xogo; en forma de relatorios ou estudos para entidades públicas ou privadas; con proxectos de pesquisa conjuntos con entidades; por vía da transferencia de resultados para empresas interesadas ou traballadoras autónomas; co desenvolvemento de empresas *spin-off* para a aplicabilidade dos resultados (e funcionamento do grupo como departamento de I+D+i da empresa, por encomenda desta) e traballo por conta propia do grupo visando o desenvolvemento profesional da aplicación dos resultados; en forma de colaboración con outros grupos de pesquisa, de acollimento de persoas investigadoras ou en prácticas ou doutros grupos e de empresas, etc.

O CSI pode incluír mesmo a selección de temas ou preguntas a responder derivadas das demandas sociais explícitas ou implícitas. Por exemplo, como se verá no volume *Visitar, comerciar e habitar a cidade*, o Equipo deste proxecto de Galabra destinou parte dos seus recursos económicos e humanos a realizar un traballo de campo específico do mesmo tipo que o que aquí presentamos no ámbito rural de Santiago de Compostela, con máis 100 inquéritos, por demanda da Federación de Asociacións Veciñais do Rural de Santiago (FERUSA), aínda que o rural xa estaba representado na globalidade dos 684 inquéritos realizados no seu día no conxunto do concello.

O CSI pode, igualmente, incluír entidades interesadas nos resultados e, inclusive, financiadoras do proceso investigador, sempre entendendo que a independencia e a confiabilidade dos resultados deben ser as súas principais premisas.

Nese proceso, o Equipo debe tentar garantir que as informacións cheguen a todos os sectores potencialmente afectados ou interesados; e definir prioridades sobre o que considerar os seus interlocutores –porque o tempo de dedicación profesional é limitado e o recoñecemento do CSI ten sido pouco ou nulo até agora, en termos académicos. O Equipo debe dotarse de mecanismos de desenvolvemento da transferencia e de debate de resultados, mesmo á custa de posíbeis problemas de cohesión nel.

O CSI non é proposto como un tipo de pesquisa –aínda que a supoñamos como postulado necesario intrínseco á investigación nas Ciencias Sociais e Humanas, en xeral. Incluíndo a necesidade de voltar, durante o proceso de investigación, sobre os sectores sociais involucrados ou interesados nos resultados para contrastalos cos puntos de vista deles, o CSI pode dar lugar a unha nova e tripla abordaxe de pesquisa: unha abordaxe baseada nas explicacións fornecidas por eses sectores e o propio grupo de investigación respecto dos resultados obtidos e nas cuestións a seren desenvolvidas no futuro; sobre o potencial involucramento deses sectores noutras etapas da pesquisa; e na focaxe das diferentes maneiras de aplicar os resultados, a fin de mellorar certos aspectos do asunto en investigación (por exemplo, os mecanismos de cohesión social ou as mudanzas na imaxe da cidade conforme é vista de fóra).

En concreto, esta exposición encáixase na implementación de CSI do grupo Galabra porque parte dos resultados dunha investigación de longa data que visa, por un lado, descubrir o impacto das prácticas e dos usos que as persoas visitantes fan en Santiago de Compostela con respecto aos modos de vida das persoas locais e, por outro lado, coñecer cales son as reaccións desencadeadas por esas visitantes entre os membros da comunidade local.

Unha análise cooperativa pode levar a certas conclusións que implican novas liñas de traballo, relacionadas, por exemplo, con actividades comerciais específicas ou coa reconversión de determinadas actividades comerciais; co

uso pretendido de determinados espazos públicos polos membros da comunidade; ou coas decisións dese membros sobre o que gostaban de facer con respecto a esas cuestións. Alén diso, emprender novas liñas de traballo pode significar a implicación de asociacións comunitarias no proceso, como observadoras ou participantes (en entrevistas ou encontros sectoriais por exemplo). Por caso, certos sectores comerciais poden querer traballar co grupo ou cooperar con el e co Concello, a fin de elaborar un plano para desenvolver ideas e medidas específicas para ampliar o conxunto de imaxes de Santiago transmitidas ao mundo exterior; e até pode ser creada unha empresa *spin-off* para fornecer orientación nese sentido. Ou simplemente, como nos ten acontecido con algunha asociación gremial, asociación de veciñas/os ou de consumo, procurar o asesoramento ou a opinión do Equipo en relación aos seus obxectivos e actividades, abríndose, en algún caso tamén, un espazo de colaboración estábel, estendéndose ao ámbito docente con protagonismo para o estudantado dalgunha das materias que leccionamos nas nosas universidades.

Así, a introdución do CSI envolve algunha incerteza sobre o futuro do plano de investigación –considerando os resultados obtidos– ao presupor que as novas liñas de traballo non dependen, exclusivamente, da avaliación do grupo investigador, aínda que sexa só a el a quen corresponde tomar a decisión final. Trátase, portanto, dunha *incerteza controlada* que debe ser vista como un activo valioso no proceso de pesquisa.

No noso caso, foi constituído, entre outras, polas seguintes accións:

- a) Preguntas, no traballo de campo, sobre a participación cidadá en asociacións de calquera tipo, incluíndo as profesionais e de veciñanza, disposición para participar de maneira activa na investigación (con vistas a eventuais encontros posteriores, entrevistas estruturadas –200 entrevistas–, grupos de discusión –8 grupos con habitantes da cidade–, etc.). Os inquéritos están pensados non só para obter información mais para coñecer propostas de mellora directa e de construción colectiva, alentando a participación dese modo.
- b) O proxecto expositivo de resultados da pesquisa.
- c) O contacto directo co público asistente ás exposicións en determinados momentos.
- d) Inquéritos *ad hoc* para visitantes á exposición, residentes e non residentes, para rexistrar o impacto concreto da exposición e deste tipo de divulgación.
- e) Programa de contactos con estudantes de secundaria (finalmente, non realizado por falta de resposta dos centros).
- f) Concurso de fotografía, para realizar despois de finalizada a itinerancia das exposicións sectoriais e incorporar o ollar da cidadanía (imposibilitado pola pandemia).

- g) Mesas redondas con diversos sectores sociais (asociacións de veciñas/os, comercio, sindicatos, empresariado, restauración, produción agrícola, representantes institucionais e políticas/os, especialistas en urbanismo e turismo...).
- h) Asesoramento a persoas e entidades solicitantes (asesorouse a entidades comerciais e proxectos comunitarios de comercio local e entidades veciñais, fundamentalmente).
- i) Oferta de itinerancia das exposicións sectoriais a entidades asociativas (imposibilitada pola pandemia).
- j) Participación en diversas mesas e encontros de entidades públicas, privadas e cívicas.
- k) Colaboración (artigos, entrevistas, fornecemento de datos) con medios de comunicación, xeneralistas e especializados.
- l) Edición de libros de divulgación e folleto.
- m) Información a través de facebook e da páxina web [redegalabra.org](http://redegalabra.org).

### III.

## O PROXECTO *A CIDADE, O CAMIÑO E NÓS*. DOS DISCURSOS ÁS PRÁCTICAS CULTURAIS SOBRE SANTIAGO

O proxecto de difusión e compartillamento de resultados que responde ao título xenérico de *A Cidade, o Camiño e Nós* presenta aspectos relativos aos froitos investigadores de dous proxectos de investigación desenvolvidos no seo do grupo Galabra da USC (GI-1811) e no ámbito da Rede Galabra (redegalabra.org), financiados parcialmente pola *Agencia Estatal de Investigación* española, con fondos FEDER:

- “Discursos, imaxes e prácticas culturais sobre Santiago de Compostela como meta dos Camiños de Santiago” (2012-2016).
- “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameazas para o benestar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (2018-2021).

O primeiro dos proxectos identificou tres grandes narrativas de alcance internacional: 1. A da Igrexa Católica; 2. A de institucións internacionais (UNESCO, UE); e 3. *O Diário de um Mago*, de Paulo Coelho, usadas –con maior ou menor explicitación e peso– no impulso publicitario turístico promovido, a partir da década de noventa do século pasado, polo Goberno galego e o Concello de Santiago de Compostela, do cal resultaron mudanzas significativas na comunidade local e no número e tipo de visitantes.

En concreto, esas tres grandes narrativas materialízanse nomeadamente por parte de Xoán Paulo II nas súas viaxes a Santiago en 1982 e 1989, no caso da UNESCO coas diversas distincións dadas a Santiago e ao Camiño, declarados Patrimonio Mundial da Humanidade en 1984 e 1993, respectivamente, e a declaración do Camiño como Primeiro Itinerario Cultural Europeo por parte da UE, en 1987 e no percurso a camiño de Compostela do protagonista do romance *O Diário de um Mago* (1987) do brasileiro Paulo Coelho. A primeira delas fixou como ideas-forza o cristianismo como base da identidade europea e a peregrinación e o Camiño ligados á vertebración e cohesión europeas, coa idea

do Apóstolo Santiago e do Camiño como obxectivos e procesos de conversión e superación católicas. Pola súa parte, as organizacións UNESCO e UE vincularon, nas súas Declaracións, o Camiño de Santiago co cristianismo e coa defensa anti-islámica, destacando tanto o seu carácter medieval como o patrimonio construído a que foi dando lugar ao longo dos tempos. A obra de Paulo Coelho insiste, ademais, nunha idea de superación e transformación individuais, nunha concepción relixioso-mística da vida e de procura da felicidade.

A análise das tres narrativas sinaladas levounos a formular como hipótese de traballo a invisibilidade da comunidade local e da súa cultura, que elas carregan e á cal dan. Igualmente, no primeiro dos proxectos mencionados, delimitamos catro áreas de estudo: visitantes procedentes da Galiza e, tomando como fonte os datos do Centro de Estudos Turísticos (CETUR) en 2008 (termo temporal *ab quo* do estudo, dous anos antes do último Ano Santo até aquela data, 2010) das áreas de que procedía o maior volume de persoas nese momento: resto do Estado, Portugal e Brasil (maior volume de visitantes da UE e fóra da UE). Realizouse un traballo de recompilación, campo e posterior análise do seguinte corpus: inquéritos a visitantes, a habitantes e a comerciantes en Santiago de Compostela, que son os que nucleas estes dous volumes; procedeuse igualmente á catalogación de libros (textos literarios, diarios de viaxes, guías turísticas, etc.), webs e producións audiovisuais publicados desde 2008 nesas catro áreas, que non son obxecto do presente proxecto divulgativo.

### III.1. Antecedentes de difusión e compartillamento de resultados

Sobre a base da nosa definición de CSI, no grupo Galabra fixemos, mesmo nos primordios dos proxectos, varias presentacións, encontros e actividades para compartir resultados con diversos sectores sociais e económicos co obxectivo de, fundamentalmente, percibir o eventual interese que o noso traballo podería ter neles e, dese modo, enfocar da mellor maneira a nosa divulgación e investigación posteriores.

En 2012 e en colaboración con Faz consultora. Cultura e Desenvolvemento –naquela altura a nosa recién creada empresa *spin-off*–, fixemos unha primeira presentación de resultados parciais na Cámara de Comercio de Santiago de Compostela. Tratábase de análises feitas a partir dun traballo de campo realizado sobre entrevistas a responsábeis e clientes de 36 establecementos comerciais da Zona Antiga da cidade de Santiago. Foi un encontro que, a pesar de contar con pouco público resultou fructífero, pois a asistencia de persoas responsábeis polas políticas locais e dalgunhas entidades empresariais propiciou o noso contacto con elas, entre as cales a de Hostelería e a Comisión de Patrimonio do Consello da Cultura Galega –que mostraron interese en coñecer a nosa pesquisa.

Xa na primavera de 2015, con primeiros resultados e análises derivadas do primeiro dos proxectos antes referidos, convocamos dous encontros, un co asociativismo veciñal e outro con diversas asociacións empresariais e de comerciantes. No primeiro caso, das 54 asociacións veciñais censadas no concello de Santiago e contactadas só asistiron 8, podendo nese proceso constatar que moitas ou non existían ou carecían de actividade regular e que, nas restantes, se manifestaban expectativas importantes de participación en paralelo a un relevante sentimento de falta de audiencia política e social por parte da administración local. No caso das asociacións empresariais había, ao lado de idéntico interese en coñecer datos, algunhas reticencias con respecto á confiabilidade e á eventual aplicación dos resultados. Estas tiñan que ver, fundamentalmente, co facto de seren realizadas moitas entrevistas ou inquéritos de que, posteriormente, non se informa dos resultados e de certa percepción, que acabamos por confirmar posteriormente, da universidade como parte da administración pública e partícipe das súas, eventuais, medidas restritivas en relación á actividade comercial.

En febreiro de 2016, presentamos primeiros resultados nun acto público especializado subordinado ao título “Encontro monográfico co Patrimonio Cultural: 2. Turismo e Camiño de Santiago”, que foi organizado pola Comisión de Patrimonio do Consello da Cultura Galega e contou con numeroso público e repercusión mediática<sup>1</sup>.

En xullo de 2017 regresamos ao Consello da Cultura Galega para participar no simposio “Turismo masivo e patrimonio. Convergencias e diverxencias dun diálogo posible”<sup>2</sup>, evento con título xa revelador da evolución, entretanto, da cuestión turística na cidade. Nese momento constamos, a grandes trazos, interese, expectativas e opinións diversas sobre a afectación do turismo e da presenza de visitantes, en xeral, á comunidade local, xunto con ideas impresionistas e carencia de información real sobre o que na cidade estaba (e está) pasando.

Do mesmo modo e en paralelo, o Equipo de investigación estaba producindo un volume de traballos e presentacións científicas, parte dos cales poden ser consultados en <https://redegalabra.org/impactos-caminho-comunidade-local-santiago-compostela/>.

Xa en 2018, tanto a experiencia da dimensión de CSI como a produción científica especializada colocáranos en disposición de poder ofrecer resultados sólidos. Nese momento, comezamos un proceso de diálogo, fecundo,

---

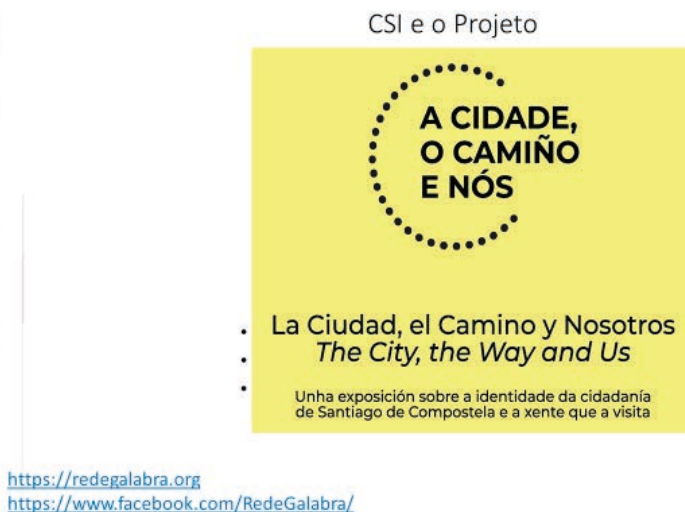
<sup>1</sup> Estas referencias poden verse (1/12/2020) en <http://consellodacultura.gal/noticia.php?id=4440&tipo=noticia>; <http://consellodacultura.gal/evento.php?id=200438>; <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/plan-zona-vieja-no-transforme-guirilandia/idEdicion-2016-02-19/idNoticia-981059/metrics>, con algunhas inexactitudes, recollía xa a componente planificadora do noso traballo.

<sup>2</sup> <http://consellodacultura.gal/noticia.php?id=5127&tipo=noticia> (1/12/2020).

co Concello de Santiago, fundamentalmente co presidente da Cámara e o seu gabinete, de que igualmente foron partícipes responsábeis de áreas como urbanismo ou turismo, con vistas a difundir os resultados do noso traballo socialmente. O noso proxecto foi ben recibido, ponderando o seu interese, e conviñemos nunha fórmula mixta: construír un proxecto de difusión forte, integrando sectores sociais interesados, nucleado en torno a resultados xerais e a resultados específicos relativos a visitantes, habitantes e comerciantes. Naíña, dese modo, o que iríamos denominar o Proxecto Expositivo *A Cidade, o Camiño e Nós*.

### III.2. O proxecto expositivo: *A Cidade o Camiño e Nós*

#### III.2.1. Asinatura e obxectivos do protocolo de colaboración entre a Universidade de Santiago de Compostela e o Concello de Santiago



Despois de varias conversas de traballo e de acordo co Grupo de Goberno do Concello de Santiago de Compostela, en abril de 2019 foi asinado un protocolo de cooperación entre a Universidade de Santiago de Compostela e o Concello ***PARA A REALIZACIÓN DE EXPOSICIÓNS E ACTIVIDADES SOBRE DISCURSOS, IMAXES E PRÁCTICAS CULTURAIS DE VISITANTES E HABITANTES DE SANTIAGO DE COMPOSTELA AO AMPARO DO ARTIGO 83 DA LEI 6/2001.***

Nese protocolo, na alínea terceira da exposición de motivos, poden lerse consideracións nucleares para un Compromiso Social Investigador:



**Terceiro.** *Que o CONCELLO e a USC consideran esencial o establecemento de accións conxuntas que visen proporcionar información e coñecemento á sociedade sobre unha realidade importante para o presente e o futuro de Santiago de Compostela como son os discursos, imaxes e prácticas culturais de visitantes e habitantes da cidade. Informacións que son de interese para a corporación no ámbito do coñecemento e planeamento da cidade, en termos culturais e sociais, fundamentalmente.*

Trátase de consideracións que aparecen, ademais, alicerzadas no Anexo técnico ao referido protocolo, no cal se indica como obxectivo específico do convenio “*dar a coñecer resultados da referida investigación que poden ser de interese para a sociedade, nos seus diversos sectores e actividades e poderes públicos, visando que teñan un coñecemento máis específico e concreto dalgunhas dinámicas e fenómenos vinculados a un asunto de grande importancia para o ben-estar da comunidade local*”.

Do mesmo modo, no quinto *considerando*, explicitábase a esfera de complementaridade e de cooperación que a universidade pode ter en relación con obxectivos municipais:

**Quinto.** *Que o CONCELLO non dispón dos medios adecuados para afrontar esta tarefa, polo que se fai precisa a colaboración entre ambas institucións, que permita acadar os obxectivos plantexados, no marco do artigo 83 da Lei 6/2001.*

A “**Finalidade do convenio de colaboración**” aparecía logo na primeira cláusula, sintetizando todo o proxecto a desenvolver:

*A través do presente Convenio establécense as condicións polas que se rexirá a colaboración entre o CONCELLO e a USC para a organización, documentación e comisariado de 4 mostras expositivas sobre os resultados dos proxectos de investigación do grupo Galabra relativos ás prácticas culturais de visitantes a Santiago de Compostela, e a perspectiva sobre cidade e visitantes da cidadanía e do sector do comercio. As mostras estarán subordinadas ao título xenérico de DISCURSOS, IMAXES E PRÁCTICAS CULTURAIS DE VISITANTES E HABITANTES DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, así como as actividades paralelas que se desenvolvan, de acordo co plano de traballo e orzamento que se inclúe no anexo técnico que acompaña este convenio.*

No detalle de actividades a desenvolver incluídas no Anexo técnico eran definidas as “**Actividades abertas de divulgación e debate**”, mostrando ser o obxectivo das mesmas “*a emerxencia e elaboracións colectivas –a partir dos datos e análises contidos nas exposicións– de ideas, propostas, preguntas e observacións sobre o fenómeno en foco*”, a alcanzar “*mediante a participación plural e aberta de diversos sectores cidadáns*”. Por iso, era explicitado o seguinte:

*Para tal, será preciso contar coa participación de diversos responsábeis e partidos políticos, asociacións de toda a índole que se sintan interpeladas por estes asuntos e cidadanía en xeral. Será prioritaria a participación de axentes sociais, asociacións veciñais e socio-culturais, sectoriais (particularmente do ámbito do comercio e a restauración) e entidades educativas.*

No mesmo Anexo, a referencia ás 4 exposicións previstas ía precedida destas reflexións:

*A cidade de Santiago de Compostela transformouse de maneira notábel desde os inicios dos anos noventa e, aínda que motivada tamén por outros determinantes fenómenos en xogo, en virtude da primacía dada á actividade turística vinculada ao Camiño de Santiago. Esa transformación ten diversas dimensións: identitarias, de hábitos de vida, acceso a recursos, usos da cidade e do espazo público, actividade comercial, cultural, social, etc. Pasados vinte e cinco anos do inicio desa transformación, e tendo o Grupo Galabra dados e análises de interese neste sentido, resultado dun proxecto de investigación, parece oportuno ofrecelo á cidadanía para contribuir para o seu mellor coñecemento e conformación de opinión. Para iso, prevense 1 exposición central e 3 sectoriais, aquela estática e estas de circulación por diversos espazos interiores da cidade.*

Antes da abertura oficial da exposición, as asociacións de veciñas/os compostelanos, por un lado, e os grupos municipais representados no Concello de Santiago de Compostela, por outro lado, foron convocados polo Equipo de investigación para senllos encontros, pensados tanto para expormos as liñas xerais do proxecto divulgativo como para, igualmente, recibir as observacións que estivesen interesados en facernos.

O traballo coas asociacións confirmou a carencia de espazo(s) de encontro real e efectivo –que estas sentían faltar– na súa relación coas administracións públicas. Detectouse mesmo, nalgún caso, que se dirixían a nós como se fixésemos –de certo modo– parte da administración pública. Tamén recolleamos a manifestación feita por entidades representantes da área rural (onde moran unhas 16.000 persoas, aproximadamente 16% da poboación total de Santiago) facendo notar que se sentían pouco representadas no estudo, consecuentemente co importante sentimento de marxinalización xeral que colocaron na reunión. A pesar de que o rural compostelano se encontraba, en termos porcentuais, suficientemente representado no conxunto da mostra, o Equipo de investigación comprometeuse a facer, con recursos propios, un traballo de campo sobre a área rural. Este foi levado a cabo entre o final da primavera e os inicios do verán do ano 2019, realizando 100 inquéritos cuxos resultados máis significativos foron incorporados á exposición sectorial *A cidade e quen a habita*.

Con respecto ás organizacións políticas, cabe sinalar que todas elas manifestaron interese e aprezo pola investigación feita e pola súa utilidade.

### III.2.2. O proxecto expositivo e de divulgación

O Proxecto colocounos diversos desafíos e dotounos dunha experiencia importante para futuros proxectos.

O primeiro era o de converter os nosos resultados e procesos de análise en información de utilidade para a cidadanía; era evidente que tínhamos a vontade de comunicar de modo (máis) áxil e gráfico, na nosa auto-consideración como

servizo público, facilitando o coñecemento de datos con utilidade para apoiar a conformación de opinión, planificación e toma de decisións. Onde colocar as exposicións, a súa materialidade, as formas de apoio e complementación delas eran outros desafíos presentes.

Por outro lado, era a nosa vontade que todos os traballos que fosen obxecto de contrato pola nosa parte fosen de Santiago, comarca ou entorno inmediato, pola vontade, inherente ao CSI, de compromiso social cos sectores produtivos próximos e aforro de pegadas ambientais. Para tal, contratouse a Pinal+ García-Alén o deseño da montaxe expositiva, e á súa empresa Insólito a produción, montaxe e desmontaxe. Pinal+ García-Alén, de Compostela, son persoas que coñecen ben o mundo universitario, e, en concreto, o da USC, coa que teñen realizado diversas montaxes expositivas ao longo de moitos anos.

Dos 30.000 euros disponibilizados polo Concello mediante convenio coa USC para a execución do proxecto, 4.137,93 ficaron na USC no concepto de “custos indirectos”, procedemento habitual para contratos e convenios en que a nosa universidade fica con esas porcentaxes, destinadas a gastos de investigación, infraestrutura, etc., polos gastos xerados polo seu persoal para realizar as súas tarefas e pola nosa propia condición de membros da USC. Todo o proceso foi contratado con empresas ou autónomas/os do concello ou da comarca.

| CONCEPTO   | VALOR      | DESCRIPCIÓN   |
|--|------------|---|
| Concepción e coordinación material do proxecto expositivo            | 3.500 €    |   |
| Produción, montaxe e desmontaxe (incluíndo transporte) da exposición | 9.177,85 € | Estrutura autoportante circular de diámetro 8.000 x 2.250 mm. de alto formada por chapas metálicas mecanizadas a láser, grosor de 15 e 10 mm. con 16 marcos expositores de 700 x 2.200 mm. a dupla cara en perfil T de 40 mm. con 32 chapas galvanizadas, e tres caixas en chapa de 2 mm. pregada e mecanizadas pintadas en negro |
| Maquetación, fotocomposición, produción e instalación                | 3.938,55 € | 30 paineis 70x220 cm. impresos en vinilo inkjet laminado protección UV; 2 poliéster espello 70x220 cm rotulados con vinilo de corte; 1 poliéster espello máis 2 vinilos inkjet laminado con protección UV –o módulo prisma informativo-, incluíndo a localización e adquisición de imaxes para reprodución gráfica.               |
| 49 paineis   | 2.563,76 € | Paineis forex de 5 mm. e dos dous álbuns do apoio   |

| CONCEPTO              | VALOR      | DESCRIPCIÓN  |
|-----------------------|------------|--|
| Folleto divulgativo   | 1.199 €    | Divulgación da exposición central e das mesas redondas   |
| Tratamento de datos   | 836,62 €   | Traballo encomendado coas bases de datos para codificación, cruzamento e extracción de resultados  |
| Distribución folletos | 54,45 €    |  |
| Fotocopiadora         | 44,24 €    | Gastos de impresión e fotocopias   |
| Tradución             | 684,41 €   | Tradución para inglés do texto da exposición central   |
| Curadoría             | 3.862,98 € | Elaboración de materiais e da curadoría (comisariado), coordinación investigadora do evento, investidos na elaboración do traballo de campo a maiores e clasificación de datos e extracción de resultados do rural compostelano (100 inquéritos), solicitado pola Federación de Asociacións do Rural de Santiago (FERUSA), con algunha achega adicional do Grupo Galabra |

Garantido o apoio do Concello en 30.000 euros (aínda que pendentes de confirmación e plasmación en convenio), comezamos a traballar con Pinal+García-Alén en setembro de 2018, no deseño e orzamento de todo o proxecto. Partindo de que as exposicións sectoriais deberían circular polos centros socioculturais, locais de asociacións de veciñas/os e entidades asociativas que as demandasen, e que estas debían dar inicio á súa itinerancia despois de encerrada a exposición central, a localización desta foi obxecto de reflexión e debate dentro do Equipo e con Pinal+García-Alén.

Despois de varias tentativas frustradas de conseguir algún dos lugares expositivos centrais e emblemáticos da cidade, optouse por realizala nun espazo aberto, tendo en conta as eventuais restricións técnicas que as persoas especializadas do concello nestes asuntos nos facían notar.

Finalmente, decidiuse como espazo o que está situado ao pé da estatua de Rosalía de Castro: un lugar emblemático, na Alameda de Santiago (un dos espazos destacados como queridos pola cidadanía santiaguesa), algo retirado de zonas de maior afluencia (preferíase sacrificar un eventual maior impacto de público mais pouco eficaz, porque o tipo de exposición reclamaba tempo e atención aos dados), de recreo e deporte e con área bastante para unha instalación deste tipo.

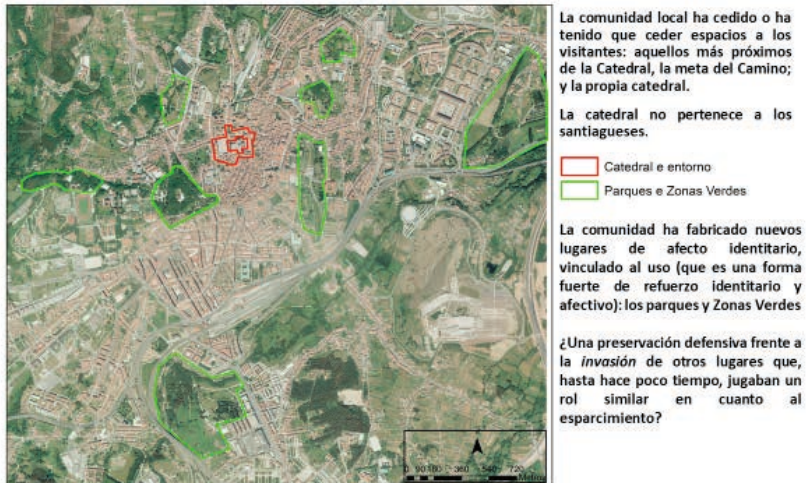
En paralelo, escolleuse a estrutura da exposición: unha estrutura circular en ferro que sustentaba 32 paineis, pretendendo con ela que se diferenciases temáticas e que, ao mesmo tempo, se vise como un todo, permitindo que as

persoas que a visitasen puidesen percorrela, ir atrás ou adiante, centrarse nun tema ou saltar a outro con relativa facilidade. Os paineis foron distribuídos entre a cara interior e a exterior do círculo agrupados en 4 polos temáticos:

- COMPOSTELA E OS CAMIÑOS
- COMO NOS VEMOS?
- COMO NOS VEN?



Público en xeral e visitantes conversando na exposición cun membro do Equipo de Investigación



Comunidade local, visitantes e espazos públicos (diapositivo apresetado por Torres Feijó en conferencia na Universitat Pompeu Fabra - outubro de 2018). Fonte: elaboración propia, con Google Maps (Map data ©2018 Google)

- COMO VEMOS QUEN VÉN?

A exposición, cuxa duración se fixou até 20 de xuño, foi inaugurada en 3 de maio de 2019 polo Presidente da Cámara Municipal, Martiño Noriega, o Reitor da USC, Antonio López, coa asistencia de representantes dos grupos municipais, autoridades académicas, membros do Equipo e público en xeral.

O texto que ocupou o primeiro painel de *A Cidade, o Camiño e Nós*, recollía o universo estudado, as actividades paralelas previstas e os obxectivos fundamentais:

*PENSAR, CONTAR, SENTIR, COIDAR O CONCELLO E AS SÚAS XENTES. EIS O RETO.*

*Presentamos en catro exposicións (esta xeral será completada con outras tres sectoriais que circularán polos bairros da cidade) unha síntese dalgúns dos resultados da investigación que a Rede Galabra está a realizar desde o ano 2008 sobre visitantes, en xeral, e impactos do Camiño de Santiago, en particular, na nosa cidade.*

*Persoas de 9 universidades diferentes analizamos os discursos, as imaxes e as prácticas referenciadas en Santiago tanto de comerciantes e habitantes de Compostela como das persoas procedentes dos países que achegaban os continxentes máis numerosos no momento en que delimitamos o inicio da nosa análise, 2008: resto da Galiza, visitantes do resto do Estado, Portugal e o Brasil (respectivamente primeiro país europeo e non europeo en número de visitantes).*

*Estudamos as ideas presentes nos libros que as persoas que nos visitan len, nos filmes que ven e nas webs que consultan. Tiramos informacións confiábeis e significativas, de quen vén e de quen vive a cidade, a partir dos cuestionarios e das entrevistas cualitativas que fixemos.*

*E para alén desta exposición central convidamos a participar de todo o conxunto de actividades paralelas:*

*Exposicións sectoriais nos centros socioculturais do concello: A cidade e quen a habita / A cidade e quen a visita / A cidade e a actividade comercial.*

*Mesas redondas temáticas con especialistas e representantes da cidade.*

*Divulgación e participación de escolares dos Centros de Ensino Secundario do concello.*

*Participación cidadá e exposición fotográfica: «Como o Camiño inflúe na túa vida diaria? A cidadanía (re)pensa o Camiño».*

*Convidamos a camiñar por esta primeira exposición procurando respostas posíbeis para as moitas preguntas que a cidade nos coloca.*

A exposición central estaba escrita en galego e contaba cun QR que permitía para as versións en español e en inglés albergadas na páxina web da Rede Galabra ([www.redegalabra.org](http://www.redegalabra.org)). O traballo desenvolvido á volta da exposición foi sendo anunciado e divulgado a través do Facebook da Rede Galabra (<https://pt-br.facebook.com/RedeGalabra/>), ao mesmo tempo que na páxina web <https://redegalabra.org/> se disponibilizaron publicamente tanto a



reprodución do conxunto de paineis da exposición central como un folleto de apoio para seren consultados.

O Equipo tiña, como auto-compromiso, publicar en 2020, finalizada a itinerancia das tres exposicións sectoriais polos centros socioculturais dependentes do Concello de Santiago, os catálogos das exposicións en dous volumes. Este volume é a súa primeira concreción.

Interesa, aínda, referir certos pormenores relacionados co desenvolvemento efectivo do proxecto:

- a) como resultado das eleccións locais de 29 de maio de 2019, produciuse unha mudanza no Equipo de Goberno do Concello de Santiago e en interlocución coas novas responsábeis políticas acordouse, por un lado, prolongar o período de exhibición da mostra central, situada na Alameda, até 10 de xullo de 2019 e, por outro lado, comezar a itinerancia das exposicións sectoriais despois do verán, de tal modo que se estendeu desde outubro de 2019 e até febreiro de 2020;
- b) directamente ligado ao anterior, o concurso fotográfico que estaba previsto correr paralelo ás exposicións temáticas foi, consecuentemente, adiado. En novembro de 2019 traballouse na segmentación do mesmo en dúas fases (decembro-abril e abril-agosto), para abranxer dous momentos diferenciados da afluencia de visitantes á cidade, e na captación de recursos destinados aos premios, visando o apoio da administración local e das asociacións de comerciantes, a través de pequenas compras nos seus locais para as persoas galardoadas. A chegada da crise provocada pola COVID-19 impediu que se levase a cabo.
- c) A resposta dos centros de ensino secundario ao texto que lles foi remitido, en finais de abril de 2019, convidando á participación foi absolutamente inexistente. As datas, de final de ano académico, non eran as mellores, certamente. Aínda se pensou en facer un segundo envío despois da finalización da itinerancia prevista das exposicións temporais polos Centros Socioculturais compostelanos, mais tendo coincidido temporalmente coas preocupacións iniciais asociadas á pandemia da COVID-19, xulgouse preferíbel desistir.

O meu nome é Zósimo López e fago parte do grupo de investigación Galabra da Universidade de Santiago de Compostela. Actualmente estamos a preparar unha exposición que leva por título “**A Cidade, o Camiño e Nós**” e se situará no paseo da Alameda, ao lado da estatua de Rosalía de Castro, a partir do venres 3 de maio ás 13 horas. Dita exposición deriva da investigación enmarcada no proxecto denominado “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameazas para o benestar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela”. Pode encontrar máis información aquí:

· “Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Santiago de Compostela”  
[http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id\\_nova=18481](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id_nova=18481)

· “Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Compostela”  
[http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019\\_04/noticia\\_0134.html](http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019_04/noticia_0134.html)

Unha das accións pensadas para esta exposición é a de divulgala entre os centros de Ensinanza Secundaria do concello de Santiago de Compostela. Os obxectivos que perseguimos con esta actividade son os seguintes:

- Dar a coñecer os avances que a Rede Galabra está a acadar no seu proxecto “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameazas para o benestar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela”.
- Reflexionar sobre a identidade da cidade de Santiago de Compostela e a súa evolución.
- Concienciar sobre a influencia que o Camiño de Santiago exerce sobre a cidade.
- Coñecer e valorar os diferentes espazos da cidade como parte da identidade do cidadán.

Os contidos que se tratarán estarán relacionados con Cidade e turismo, Cidade e lecer, así como Cidade e produtos culturais (cine, música, literatura).

Esta actividade de divulgación e con clara vocación de transferencia de coñecemento preténdese levar a cabo entre maio e xuño de 2019. O formato planificado son presentacións de 50 minutos en salas de gran formato (p.ex. aulas de usos múltiples, auditorios, salón de actos) a grupos, preferentemente, de 4 da ESO e 1º de Bacharelato, nos diferentes Centros de Ensinanza Secundaria do Concello de Santiago.

No grupo de investigación Galabra da Universidade de Santiago de Compostela gustaríanos saber se este centro de Ensinanza Secundaria estaría interesado en participar nesta actividade de divulgación científica para poder cadrar horarios e disponibilidades.

Ficamos á súa disposición.  
Reciba un cordial saúdo”.

Texto enviado aos centros de ensino secundario en abril de 2019

En paralelo á exposición, foron programadas un conxunto de mesas redondas, celebradas no IES Rosalía de Castro, próximo da Alameda, de que damos conta máis adiante.

Foi, igualmente, editado un Folleto de apoio e distribución masiva por centros socioculturais e locais comerciais da Zona Vella, fundamentalmente, cuxo contido intercalamos no texto a seguir. Foron instalados dous postes á entrada da Alameda, anunciando a exposición central e o Programa das Mesas Redondas, e distribuíronse millares de pequenas follas voantes por postos de interese turístico e establecementos como os xa citados, co mesmo obxectivo.

A seguir, segue o texto da exposición central conforme a arrumación orixinal.



### III.2.2.1. *A Cidade, o Camiño e Nós*

Presentamos á cidadanía compostelana e a quen nos visita, a través de catro exposicións e dun conxunto de actividades paralelas, algúns resultados da investigación que a Rede Galabra está a realizar desde o ano 2008 sobre os impactos do Camiño de Santiago na cidade. Analisamos os discursos, as imaxes e as prácticas referenciadas en Santiago tanto de comerciantes e habitantes de Compostela, como das persoas procedentes dos países que achegaban os continxentes máis numerosos no momento de comezarmos os nosos traballos: o resto da Galiza e do Estado, Portugal e o Brasil (segundo o CETUR, primeiro país europeo e non europeo en número de visitantes, respectivamente). Estudamos as ideas presentes nos libros que len, nos filmes que ven e nas webs que consultan as persoas que nos visitan. Tiramos informacións confiábeis e significativas, de quen vén e de quen vive a cidade, a partir dos cuestionarios e das entrevistas que fixemos.

#### **Exposición central na Alameda (ao pé do monumento a Rosalía): *A Cidade, o Camiño e Nós***

Convidamos a camiñar esta primeira exposición procurando respostas posibles para as moitas preguntas que a cidade nos coloca<sup>3</sup>:

- Será que Compostela foi mesmo reinventada?
- Será agora máis a cidade do Camiño e menos a cidade capital, patrimonial, cultural, universitaria, ...?
- Cales son os efectos, sobre todo na Zona Vella, dos discursos sobre a cidade?
- En que medida as persoas que nos visitan se relacionan coa comunidade e a cultura local?
- Cal é a diferenza entre a persoa que peregrina e quen vén de visita ou por turismo?
- Que visitante se parece máis connosco?
- Cales son os nosos espazos máis queridos?
- Sabemos, en fin, máis algunha cousa sobre como somos e como nos vemos, como vemos quen nos visita e como esta xente nos ve?

Convidamos tamén a participar de todo o conxunto de actividades paralelas ás catro exposicións:

- Mesas redondas temáticas con especialistas e representantes dos sectores sociais da cidade.

---

<sup>3</sup> Lémbrese que foron feitas máis tres exposicións sectorais nos centros socioculturais do concello: *A cidade e quen a habita / A cidade e quen a visita / A cidade e a actividade comercial* cuxos datos e análise son obxecto do libro *Visitar, Comerciar e Habitar a Cidade* (Zósimo López et alii, Andavira, 2020).

- Divulgación e participación de escolares dos Centros de Ensino Secundario do concello.
- Participación cidadá e exposición fotográfica: *Como o Camiño inflúe na túa vida diaria? A cidadanía (re)pensa o Camiño*

Os cidadáns puideron participar e opinar sobre os asuntos abordados na exposición central a través do cuestionario disponibilizado no espazo expositivo da Alameda.

| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <b>Cuestionarios estruturados</b>   | <b>Banco de Datos de Visitantes</b>                | <b>Banco de Datos de Locais</b>   | <b>Banco de Datos de Actividade Económica e Comercial</b> |
| <b>Universo</b>   | Procedentes da Galiza, España, Portugal e o Brasil | Residentes en Santiago de Compostela e en concellos limítrofes (Teo e Ames) | Comerciantes a traballaren en Santiago de Compostela      |
| Ámbito xeográfico   | Santiago de Compostela                             |   |   |
| <b>Tamaño da mostraxe</b>   | 2.081 inquéritos válidos                           | 929 inquéritos válidos  | 410 inquéritos válidos                                    |
| <b>Erro da mostraxe</b>   | ± 2,15 %   | ± 3,2 %   | ± 4,6 %   |
| <b>Nivel de confianza</b>   | 95 %; p = q = 0,5                                  |   |   |
| <b>Datos</b>  | De marzo de 2013 a marzo de 2014                   | Segundo semestre de 2014 a maio de 2015                                     | Abril e maio de 2015                                      |
| <b>Inquéritos de control para comprobar tendencias (2018): 155 visitantes 50 habitantes 50 comercios</b>  |  |   |   |
| <b>Entrevistas</b>  | 271 entrevistas a visitantes                       | 34 entrevistas a persoas peregrinas de Porto Alegre (Brasil)                | 6 grupos de conversa con poboación local                  |
| <b>Base de Datos</b>  | 559 libros   | 211 webs  | 90 audiovisuais   |
| <b>Integrantes do Equipo e responsábeis polas exposicións:</b>  |  |   |   |
| <p><i>Elias J. Torres Feijó [USC]</i><br/> <i>Emilio Carral Vilarinho [USC]</i><br/> <i>Felisa Rodríguez Prado [USC]</i><br/> <i>Irene Pichel Iglesias [USC]</i><br/> <i>María Luisa del Río Araújo [USC]</i><br/> <i>Roberto Samartim [UdC]</i><br/> <i>Álvaro Iriarte Sanromán [UMinho]</i><br/> <i>Carlos Pazos-Justo [UMinho]</i><br/> <i>Raquel Bello Vázquez [UniRitter]</i><br/> <i>Zósimo López Pena [UNIR]</i><br/> <b>Rede Galabra</b> (<a href="http://www.redegalabra.org">www.redegalabra.org</a>)</p> |  |   |   |

## FICHA TÉCNICA

### **Tipo de inquérito realizado:**

Persoal con cuestionario estruturado

### **Nivel de confianza:**

95 %;  $p = q = 0,5$

### **Procedemento de mostraxe:**

De conveniencia

### **Ámbito xeográfico:**

Santiago de Compostela

### **Catalogados:**

559 libros

211 webs

90 audiovisuais

### **Universo:**

Visitantes procedentes da Galiza, resto do Estado, Portugal e o Brasil (maior volume de visitantes da UE e de fóra da UE en 2008 [Fonte: CETUR].

Populación: Infinita (>100.000)

Erro da mostraxe:  $\pm 2,15$  %

Datas: De marzo de 2013 a marzo de 2014

Residentes en Santiago de Compostela ou en concellos limítrofes (Teo e Ames): Populación Infinita (>100.000)

Erro da mostraxe:  $\pm 3,2$  %

Datas: Segundo semestre de 2014 a maio de 2015

Actividade económica e comercial en Santiago de Compostela

Populación (Cadro de mostraxe): 4.096 Erro da mostraxe:  $\pm 4,6$  %

Datas: Abril e maio de 2015

### **Tamaño da mostraxe:**

Inquéritos Visitantes

2.081 inquéritos válidos Galiza: 398

Resto do Estado: 878 Portugal: 408

Brasil: 396

Inquéritos locais

929 inquéritos válidos

Santiago: 684

Teo: 104

Ames: 144

Inquéritos actividade económica e comercial

410 inquéritos válidos

### **Entrevistas cualitativas:**

Entrevistas a visitantes: 271

Galiza: 56

Resto do Estado: 100

Portugal: 56

Brasil: 59

Entrevistas a persoas peregrinas: 34 de Porto Alegre (Brasil)

6 grupos de conversa con populación local

### **Inquéritos de control para comprobar tendencias (2018)**

155 visitantes

50 habitantes

50 comercios

Os resultados dos inquéritos de control feitos en 2018 son plenamente confiábeis mais non estatisticamente representativos. O seu valor reside en detectar signos de evolución ou, se for o caso, confirmar a constancia nas tendencias manifestadas no inquérito de 2013-2015.

## CRÉDITOS

**Coordenación xeral do Proxecto expositivo: *Discursos, imaxes e prácticas culturais sobre Santiago de Compostela como meta dos Camiños de Santiago***

Elias J. Torres Feijó [Galabra-USC]  
e Marisa del Río [Galabra-USC]

**Comisariado xeral da exposición *A Cidade, o Camiño e Nós***

Felisa Rodríguez Prado [Galabra-USC]  
e Emilio Carral Vilarino [Galabra-USC]

**Comisariado exposicións temáticas:**

***A cidade e quen a habita:***

Zósimo López Pena [UNIR]  
e Irene Pichel Iglesias [Galabra-USC]

***A cidade e quen a visita:***

Carlos Pazos-Justo [UMinho]  
e Raquel Bello Vázquez [UniRitter]

***A cidade e a actividade comercial:***

Álvaro Iriarte Sanromán [UMinho]  
e Roberto Samartim [UdC]

### **Equipo**

**Equipo Actual:**

Elias J. Torres Feijó (I.P.) [USC]  
Emilio Carral Vilarino [USC]  
Felisa Rodríguez Prado [USC]  
Irene Pichel Iglesias [USC]  
María Luísa del Río Araújo [USC]  
Roberto Samartim [UdC]  
Álvaro Iriarte Sanromán [UMinho]  
Carlos Pazos-Justo [UMinho]  
Raquel Bello Vázquez [UniRitter]  
Zósimo López Pena [UNIR]

**Participacións Anteriores**

María Luisa Fernández Rodríguez [USC]  
Lucía Braña López  
Xoán Carlos Carreira Pérez [USC]  
M. Carmen Villarino Pardo [USC]  
Xerardo Pereiro Pérez [UTAD]  
Antón Corbacho Quintela [UFG]

**Equipos de Apoio ou con traballos asociados:**

Breogán Martínez Vila [USC]  
María Fidalgo Puga  
Carlos Neira Cortizas  
Mitzi E. Martínez Guerrero [USC]  
Adrián M. Gonçalves Barbosa  
Carla Sofia Mendes Trindade José Paredes  
Esther Iglesias Taboada [USC]  
Carlos de Francisco Martiñán [USC]  
Adrián Gómez Mato [USC]  
Andrés Ramos García [USC]  
Helena González Do Val [USC]  
Melanie Jennifer Müller [USC]  
Sara Fernández Baldomir [USC]  
Guillermo Reiriz Varela [USC]  
Gabriel Ares Cuba [USC]  
Beatriz González González [USC]  
Ana Rita Soares [USC]  
David Gómez Lobato [USC]  
Susana Montesinos Amado [USC]  
Deolinda Freitas [UMinho]  
Carla Nepomuceno [UdC]  
Joyce De Oliveira [UFU]  
Rejane Pivetta De Oliveira [UniRitter]

**Colaboradores:**

Gonçalo Cordeiro (Ideia.Comunica e Inova)  
Luís Cuntín (Investigador Social)  
Ignacio Lado (Sociólogo e Estatístico)  
Pablo Gamallo [USC]

## ACTIVIDADES DE DEBATE PARALELAS Á EXPOSICIÓN A CIDADE, O CAMIÑO E NÓS

*Todas as actividades están subordinadas ao asunto central da exposición e terán lugar na Sala de Actos do Instituto Rosalía de Castro, excepto indicación expresa neste programa, de 19:30 a 21 horas.*

*Toda a información en [redegalabra.org](http://redegalabra.org)*

### **9 de maio**

*Encontro cos grupos políticos con representación no concello.*

### **16 de maio**

*Encontro con Asociacións Veciñais: Zonas de intensidade turística e comercial.*

### **23 de maio**

*Encontro con Asociacións Veciñais: O rural, zonas emerxentes e periferia da cidade.*

### **4 de xuño**

*Encontro con representantes da USC, Catedral, CETUR: A cidade patrimonial, universitaria, relixiosa, turística, habitábel, ...*

### **5 de xuño**

*Encontro con comerciantes, restaurantes e produtores/as agrícolas locais*

### **6 de xuño**

*Encontro con comerciantes da Zona Vella: A actividade comercial singular na parte antiga da cidade.*

### **13 de xuño**

*Encontro con representantes comerciais, empresariais e sindicais: A actividade comercial e empresarial e a cidade na Cámara de Comercio.*

### **18 de xuño**

*Encontro con especialistas en turismo e urbanismo. + **Encerramento** da exposición "A Cidade, o Camiño e Nós" (na Sala de Actos da Facultade de Filosofía)*

## Creación dunha nova narrativa sobre a cidade



En 1970 chegan a Compostela 68 persoas peregrinando. En 2018 chegan 327.378 persoas peregrinando.

O proceso de institucionalización dos Camiños a Santiago, que comeza na década de oitenta coa fixación e sinalización das varias rotas posíbeis, contará co envolvimento e o recoñecemento de organizacións e administracións de varios niveis (local, autonómico, estatal e internacional).

Elevada oficialmente a capital da Galiza co réxime autonómico en 1981, en pouco máis de vinte anos a Compostela da población local e do estudantado universitario dá paso a unha cidade (pre)ocupada e identificada co turismo e a peregrinación.

1993 é o Ano do primeiro Xacobeo promovido polo goberno de Manuel Fraga Iribarne.

### III.2.2.1.1. COMPOSTELA E OS CAMIÑOS

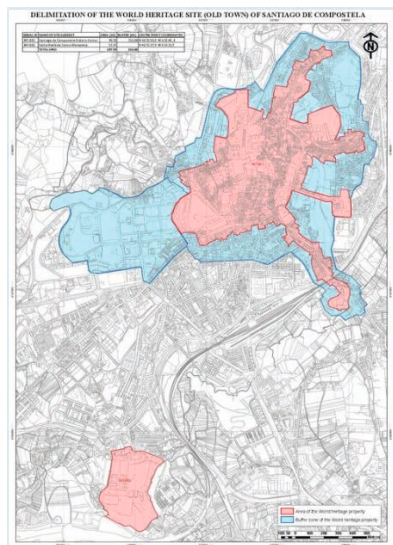
As décadas de oitenta e noventa do século XX son determinantes para a elaboración dunha nova narrativa sobre a cidade, entendida fundamentalmente como meta dos Camiños a Santiago. A identificación de Santiago co Camiño, paralela ao aumento do fluxo de persoas peregrinas e á institucionalización do fenómeno xacobeo, prodúcese con base nos discursos sobre a cidade e a peregrinación elaborados pola Igrexa Católica, por institucións internacionais como a UNESCO ou a UE e polo escritor brasileiro Paulo Coelho.

Na placa deixada por Xoán Paulo II na Catedral de Santiago como lembranza da súa peregrinación en 1982:

“Yo, obispo de Roma y pastor de la Iglesia universal, desde Santiago te lanzo, vieja Europa, un grito lleno de amor: Vuelve a encontrarte, sé tú misma».



O Papa na súa peregrinación a Santiago de Compostela (8 de novembro de 1982)  
Fotografía: xacopedia.com



*Este famoso local de peregrinación no noroeste da España tornouse un símbolo na loita dos cristiáns españois contra o Islán. Destruída polos musulmanos no final do século X, foi completamente reconstruída no século seguinte. Cos seus edificios románicos, góticos e barrocos, o centro histórico de Santiago é unha das áreas urbanas máis bonitas do mundo. Os monumentos máis antigos están agrupados en torno do túmulo de Santiago e da catedral, que contén o notábel Pórtico da Gloria.*

(Declaración da Zona Vella de Santiago como Patrimonio da Humanidade pola UNESCO, 04/12/1984)

[Mapa: UNESCO, 2012]





Fotografía: Xunta de Galicia  
(Coelho recibe a Medalla de Ouro  
de Galicia, 1999)

No “Epílogo: Santiago de Compostela” de *O Diário de um Mago* (1987) figura o único parágrafo do libro de Paulo Coelho referido á cidade:

*Da janela do meu hotel posso ver a Catedral de Santiago, e alguns turistas están en sua porta principal. Estudantes de roupas medievais negras paseiam entre as persoas, e os vendedores de souvenirs começan a montar suas barracas. É de manhã bem cedo, e, fora as anotações, estas linhas são as primeiras que estou escrevendo sobre o Caminho de Santiago.*

Administración local, autonómica e estatal camiñan de mans dadas na promoción de Santiago como centro de peregrinación (cooperando institucionalmente desde 1991 a través de organismos como o Real Padroado de Santiago ou o Consorcio da Cidade). Destacan neste sentido os investimentos económicos que a Xunta de Galicia destina á promoción turística da cidade e do País, primeiro a través da Sociedade de Xestión do Xacobeo cada Ano Santo desde 1993 e, xa no século XXI, coa campaña promocional “Galicia o Bo Camiño”.



A actividade turística vinculada ao Camiño de Santiago contribúe para a transformación que experimenta a cidade desde os anos 90: nos hábitos de vida, nos usos do espazo público, na actividade cultural e social, ... Así, a Compostela actual é identificada por quen nos visita, en boa medida, coa Catedral e cos espazos patrimoniais na súa contorna. A Zona Vella perde progresivamente poboación local e reorienta a súa oferta comercial dirixíndoa fundamentalmente para a gastronomía e o *souvenir*, e cobra significados antes menores ou descoñecidos (medievalizantes, místico-espirituais, ...), hoxe moi presentes nas súas rúas e comercios.

O estudo das dinámicas dunha cidade como Santiago non ficaría completo se non fosen atendidas as nosas percepcións en materia de turismo. En xeral, a visión positiva do turismo é maioritaria entre nós, xa que 59,4 % das persoas consultadas

(excluídas as residentes en Ames e Teo) gosta do tipo de visitante que chega a Compostela, fronte a 28,8 % a quen non agrada esta clase de turismo.

Segundo o lugar da cidade onde viven, as persoas mostran opinións diversas a respecto do turismo e do efecto que a súa presenza ten na vida cotiá da comunidade local. Hai tres zonas da cidade en que moitas persoas residentes preferirían outro tipo de turismo:

- Rúa de San Pedro (Entrada do Camiño Francés): 52,8 %
- Santa Marta e Choupana (Entrada do Camiño Portugués): 42,6 % e 37,5 %; respectivamente
- Zona Vella: 35,4 %

Algunhas destas persoas (10%) mesmo estarían dispostas a reservar espazos concretos da cidade para o turismo.

Son precisamente as persoas que preferen outro tipo de turista quen sente máis efecto do turismo sobre a súa vida cotiá. Dos 25 barrios considerados, novamente as tres zonas máis impactadas polo Camiño (San Pedro, a Choupana e a Zona Vella da cidade) destacan como as que perciben maior modificación dos seus modos de vida por causa do turismo. Sobre 8 puntos, os residentes nestes barrios valorizan o grao de modificación que o turismo produce no seu modo de vida en: 3,90 Zona Vella; 3,78 Choupana – Entrada do Camiño Portugués; e 3,45 San Pedro – Entrada do Camiño Francés.

A relación coa cidade tamén se ve alterada. Por exemplo, os nosos dados indican que 31 % de habitantes de Compostela gusta menos da cidade que hai 20 anos. Estas persoas perciben unha mudanza maior nas súas vidas como consecuencia do turismo, e perto de metade delas (47,3 %) preferiría outro tipo de turista.

Así, sen ser grande, parece que comeza a emerxer un problema de incomodidade nas persoas que habitan a cidade nas zonas máis frecuentadas pola xente que chega a través do Camiño, nomeadamente os barrios de San Pedro, a Choupana e a Zona Vella; isto leva algunhas destas persoas a posicións desfavorábeis en relación ao tipo de turista.

Todo parece indicar que comezamos a ver o turismo como un fenómeno que está a afectar lugares que consideramos importantes en varias dimensións, espazos que nos representan ou en que nos sentimos á vontade para comprarmos ou pasarmos o noso tempo de lecer.

Deses lugares, o tradicional eixo comercial da parte antiga (Preguntoiro – Orfas) é o máis querido pola xente que sente máis modificada a súa vida polo turismo. A Zona Nova, por seu lado, gaña aprezo e é vista como un lugar auténticamente santiagués tanto por sectores de visitantes (en maior medida que por quen mora na cidade), como polas persoas que habitamos Compostela, sobre todo por quen non gosta do tipo de turista que nos visita.

Levando isto en conta, e tamén que quen gosta do tipo de visitante declara en menor medida a Zona Nova como un espazo tipicamente santiagués, estará a xente de Santiago que non gosta do tipo de turismo que chega á cidade a procurar refuxio na Zona Nova e nos Parques?

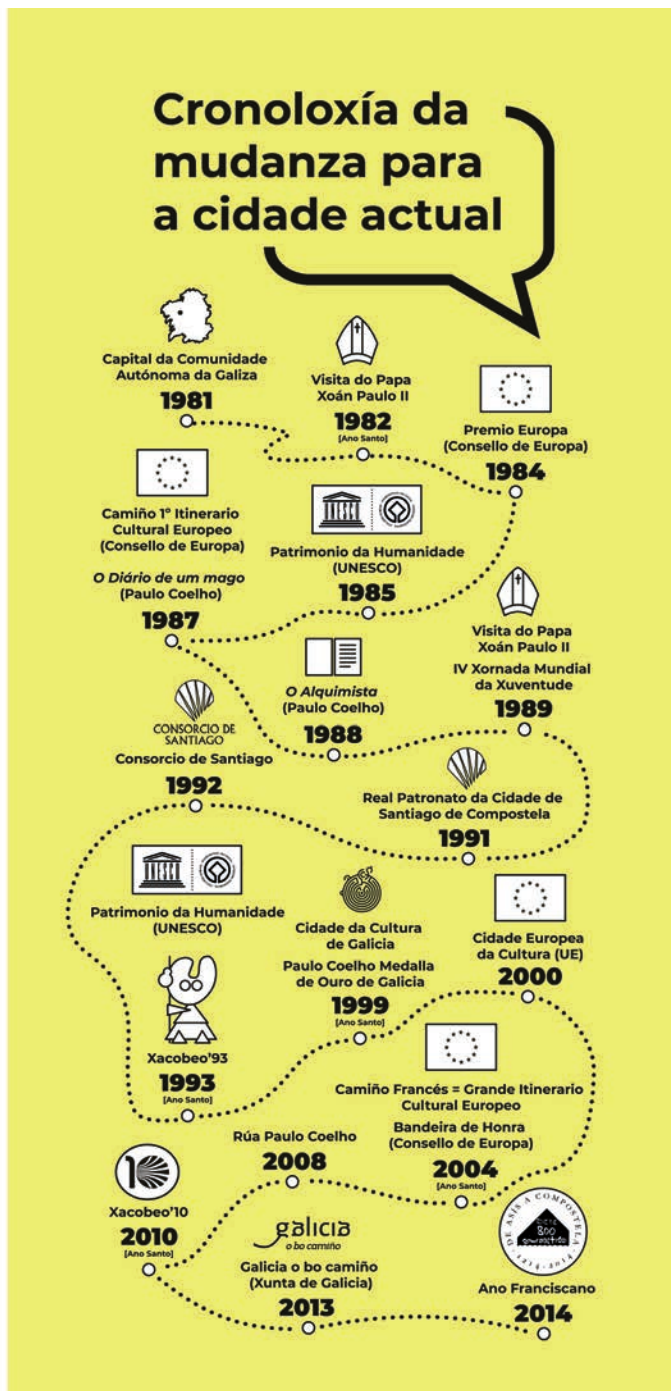
A idea de cidade actual de Santiago de Compostela descansa fundamentalmente en 3 discursos, en grande medida converxentes e xa elaborados nos anos oitenta:

- 1º – A narrativa da Igrexa Católica identifica o Camiño e a peregrinación como un elemento chave na vertebración europea, o cristianismo como base fundamental da identidade e da cohesión dos pobos que habitan o continente, e o Apóstolo e o Camiño, respectivamente, como meta e proceso de conversión e superación católicas.
- 2º – O discurso das organizacións internacionais (fundamentalmente UNESCO e UE) fixa unha idea de cidade e de Camiño identificados co europeísmo, o cristianismo (aludindo tamén ao seu papel en relación ao mundo musulmán), o medievalismo e o valor patrimonial de Compostela.
- 3º – A obra de Paulo Coelho e outras posteriores relativas ao Camiño e a Compostela presentan tres elementos constantes: a identificación da rota cun proceso de procura e transformación individual, unha concepción relixioso-mística da vida e a procura da felicidade como meta vital. Desde a publicación de *O Diálogo de un mago* (1987) e *O Alquimista* (1988) por Coelho, Medalla de Ouro de Galicia en 1999 e con rúa dedicada en Santiago desde 2008, este discurso chega a millóns de persoas en todo o mundo.

### **O peso de tres macronarrativas**

Ao lado destes tres discursos fundacionais e das accións realizadas polos axentes que os sustentan, outras institucións contribúen para a mudanza da cidade con elaboracións de impacto relevante a partir da década de noventa. Dentre elas, cun discurso vinculábel coas tres macronarrativas referidas, para alén do propio Concello de Santiago (con Xerardo Estévez no goberno municipal entre 1983–1986 e 1987–1998), destaca a acción da Xunta de Galicia, primeiro a través do Xacobeo cada Ano Santo desde 1993, e xa no século XXI coa campaña promocional “Galicia o Bo Camiño”.

## Cronoloxía da mudanza para a cidade actual



## 1991

O Plan Xacobeo foi aprobado por unanimidade no Parlamento da Galiza en 1991.

A súa misión era harmonizar os esforzos das forzas políticas, civís e eclesiásticas para conseguir a recuperación física, cultural e económica do Camiño de Santiago. O Xacobeo visaba un triplo obxectivo:

1. Reafirmar a identidade da Galiza a través dun elemento esencial da súa historia e personalidade.
2. Vincular Galiza e o Camiño de Santiago coa idea de Europa.
3. Promover Galiza globalmente en cada Ano Santo.

## O Xacobeo: a promoción mundial dun centro de peregrinación

| Ano       | Gastos correntes (€) | Gastos de investimento (€) |     |
|-----------|----------------------|----------------------------|-----|
| 1991-1996 | Sen datos            | Sen datos                  |     |
| 1997      | 1.803.036            | 2.185.911                  | CC  |
| 1998      | 1.803.036            | 2.165.228                  |     |
| 1999      | 28.818.581           | 803.956                    |     |
| 2000      | 3.400.000            | 360.000                    | DOG |
| 2001      | 3.400.000            | 340.000                    |     |
| 2002      | 20.463.000           | 2.043.000                  |     |
| 2003      | 22.984.000           | 2.043.000                  | CFp |
| 2004      | 26.881.261           | 2.742.935                  | CC  |
| 2005      | 24.463.000           | 6.113.000                  | CFr |
| 2006      | 16.955.000           | 3.307.000                  |     |
| 2007      | 21.282.000           | 4.475.000                  | CFp |
| 2008      | 23.468.000           | 4.520.000                  | CFr |
| 2009      | 22.928.985           | 5.701.647                  |     |
| 2010      | 16.161.046           | 20.497.044                 |     |
| 2011      | 8.583.933            | 1.523.665                  |     |
| 2012      | 8.583.933            | 1.523.665                  |     |
| 2013      | 7.613.373            | 1.234.398                  |     |
| 2014      | 2.638.765            | 0                          |     |
| 2015      | 3.032.146            | 0                          |     |
| 2016      | 3.056.014            | 0                          |     |
| 2017      | 3.056.014            | 0                          |     |
| 2018      | 3.083.195            | 560.000                    | CFe |
| 2019      | 3.110.376            | 1.440.000                  | CFp |

Fontes das subvencións autonómicas: Consello de Contas (orçamento real fiscalizado = CC / 1997-1999 e 2004: ), DOG (orçamentos previstos = DOG / 2000-2002), Consellería de Facenda (orçamentos previstos = CFp / 2003, 2007 e 2019; orçamentos estimados = CFe / 2018; orçamentos reais = CFr / 2005, 2006 e 2008-2017).

A S.A. para a Xestión do Xacobeo conta, desde 1991, cun forte investimento público da Xunta de Galicia, e á súa volta abrollan un conxunto de organizacións cuxo propósito máximo é o desenvolvemento turístico do país. Entre elas destaca o Consorcio da Cidade de Santiago (1992), órgano executor do Real Padroado de Santiago (1991), en que se materializa a cooperación institucional entre o Arcebispado de Santiago, o Goberno de España, a Xunta de Galicia e o Concello de Santiago.



COMPOSTELA E  
OS CAMIÑOS →

**Cales son os  
efectos, sobre  
todo na Zona  
Vella, das  
narrativas  
sobre a cidade?**

**Será que  
Compostela  
foi mesmo  
reinventada?**

**Será agora máis  
a cidade do  
Camiño e menos  
a cidade capital,  
patrimonial...?**



## **Compostela reinventada?**

Estes investimentos, esas decisións políticas e aqueles discursos explican a imaxe que actualmente proxecta para o mundo Santiago de Compostela. Unha cidade identificada, para as persoas que nos visitan, en boa medida coa Catedral e cos espazos patrimoniais que a rodean, no cadro dunha Zona Vella que perde poboación local e que reorienta a súa oferta comercial dirixíndoa para a gastronomía e o souvenir, fundamentalmente.

A parte vella da cidade cobra, como xa apuntamos, significados antes menores ou descoñecidos (medievalizantes, místico-espirituais...), hoxe moi presentes nas rúas e no comercio local.

En regra, a poboación local (sexa ou non comerciante) non se identifica con esta imaxe da cidade. Por outro lado, tampouco sente os seus modos de vida fortemente modificados polo impacto do turismo no seu día a día, aínda que sexa posíbel detectar unha tendencia neste sentido na parte antiga, o lugar con maior presenza de visitantes, e nos barrios por onde pasan os Camiños Francés e Portugués.

### III.2.2.1.2. COMO NOS VEMOS?

## **O Camiño e a nosa identidade**

O Camiño chegou con forza en 1993 e veu para ficar. Para as persoas de Compostela é un elemento destacado da súa identidade, aínda que parece perder algunha forza nese sentimento nos últimos tempos. O sentimento máis relevante de pertenza entre as xentes de Santiago é o de galegitude, seguido do de compostelanidade e o de españolidade; neste último caso, detéctase que un maior sentimento de españolidade fai aumentar un pouco a consideración do Camiño como parte da identidade santiaguesa e galega.

## **Compostela: Cidade emblemática, querida e utilitaria**

Os espazos e lugares dunha cidade son reflexo e obxecto de usos, afectos e desafectos. En Santiago, cando o sentimento de galegitude é o dominante preferimos a parte antiga da cidade; se for a compostelanidade, a preferencia vai tamén para a Zona Vella (coa Rúa do Vilar á fronte) e para a Zona Nova, e tendemos a nos identificar menos coa Catedral, con Belvís e co Campus, e aínda menos coa Cidade da Cultura e cos centros comerciais; se o peso da españolidade for maior destacaremos o Campus e nos identificaremos menos coa Améndoa, San Pedro ou Bonaval.

Concordamos en que Compostela é antiga e verde. A Zona Vella da cidade, coa Catedral e as prazas do Obradoiro e a Quintana no seu centro, son os espazos que consideramos máis emblematicamente santiagueses, xuntamente coa Alameda e as outras Zonas Verdes da cidade. Apesar da baixa consideración que ten para

o conxunto das persoas a Zona Nova, esta emerxe como un lugar considerado máis emblemático que a media para aquela xente que se declara máis santiaguesa: canto máis santiagueses nos sentimos, máis gostamos da Zona Nova.

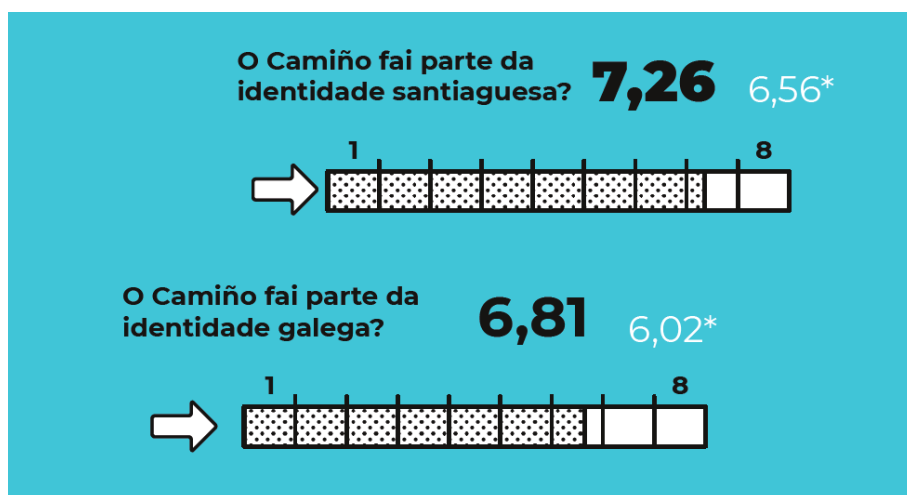
Fóra dos usos propios das nosas obrigas laborais, preferimos a Zona Vella para o noso lecer e as nosas compras, aínda que esta preferencia varía coa idade (por exemplo, as persoas xubiladas van menos). As mulleres sustentan en boa medida o comercio tradicional e a Praza de Abastos.

A Alameda, Bonaval e outros parques e Zonas Verdes son, coa Zona Vella, os lugares máis queridos. E este sentimento vai a máis!

Entre a xente que lembra o Santiago de hai 20 anos, predomina levemente aquela que gosta máis da cidade agora, detectándose unha tendencia importante a gostar cada vez menos de Santiago, sobre todo na xente de 30 a 49 anos.

A transformación da cidade nos últimos vinte e cinco anos mudou bastante os hábitos e preferencias espaciais da xente. Estamos substituindo uns lugares por outros, e abandonando espazos como a Catedral, o Obradoiro, a Quintana e o Franco, que son moi considerados santiagueses, porén menos queridos e aínda menos frecuentados. As perspectiva sobre a cidade e sobre as persoas que a habitan ou a visitan tamén varía segundo os barrios, mesmo en zonas próximas como Conxo ou a Choupana, e se cadra o Camiño ten algo que ver...

### O Camiño fai parte da nosa identidade?



4

<sup>4</sup> Resultados 2018: os resultados do grupo control, como un froito deliberado ao conformalo, son plenamente fiábeis máis non estatisticamente representativos. A partir daí, o seu valor límitase a confirmar a constancia ou, contrariamente, detectar signos de evolución nas tendencias manifestas no inquérito orixinal.

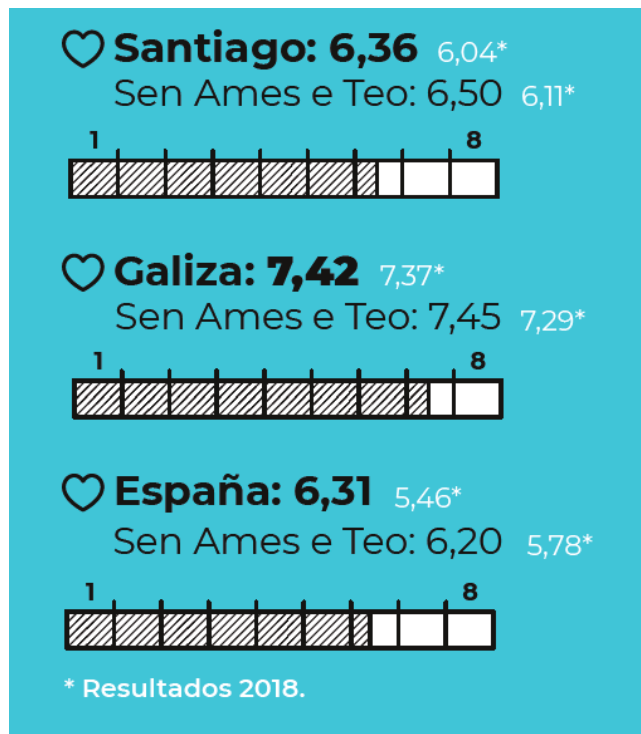


No Ano Santo de 1982 peregrinaron a Compostela menos de 2.000 persoas (outra cousa era vir a Santiago “gañar o Xubileo”, visitar a Catedral e nela rezar nos Anos Santos).

No Ano Santo de 1993 peregrinou máis xente que habitantes de dereito tiña o concello: case 100.000 persoas.

En pouco tempo, a cidade identificouse co Camiño até o punto de ser hoxe considerado polo conxunto de Compostela un elemento central tanto da identidade compostelana como da galega, aínda que neste último caso un pouco menos.

Sentimento de pertenza ou identificación en relación a:



5

A maioría da cidade parece estar á vontade nunha identidade compartida, destacando fortemente o sentimento de galegitude.

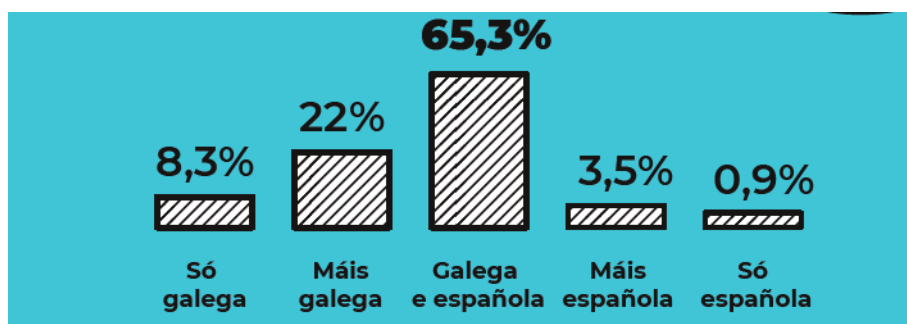
<sup>5</sup> Resultados 2018: os nosos datos de control indican unha tendencia a maior dominancia do sentimento de galegitude, a 52,1% (só galega: 18,8% + máis galega: 33,3%) e o aumento tamén do sentimento de españolidade, a 8,3. O de exclusiva españolidade desaparece e o equilibrio de sentimentos iguais galego e español baixa case 25 puntos, a 39,6%; e o alto sentimento de pertenza a estas dúas entidades baixa máis de 20 puntos, a 35,4%.

Retirando da mostra as respostas dadas polas persoas censadas en Ames e Teo, os concellos con máis habitantes da comarca por atrás de Santiago, a identidade declarada polas persoas que viven no concello de Santiago practicamente non altera os resultados anteriores: os sentimentos de compostelanidade e galegitude soben levemente, ao lado dunha pequena descida do sentimento de españolidade.

### Cal é o noso sentimento de pertenza?

O sentimento de pertenza non parece alterar a nosa identificación co Camiño, detectándose apenas que un maior sentimento de españolidade fai aumentar un pouco a consideración do Camiño como parte da identidade santiaguesa e galega.

As persoas entrevistadas decláranse:



Habendo algo máis de 30% con sentimento galeguista dominante, salienta igualmente a coincidencia no nivel de identificación das persoas cun alto sentimento de pertenza tanto á Galiza como a España.

### Identifícanos coa cidade?

A nosa identidade declarada está relacionada tamén co aprezo da cidade e dos seus espazos.



Cando o sentimento de pertenza que máis destacamos é a galegitude preferimos a parte antiga da cidade.

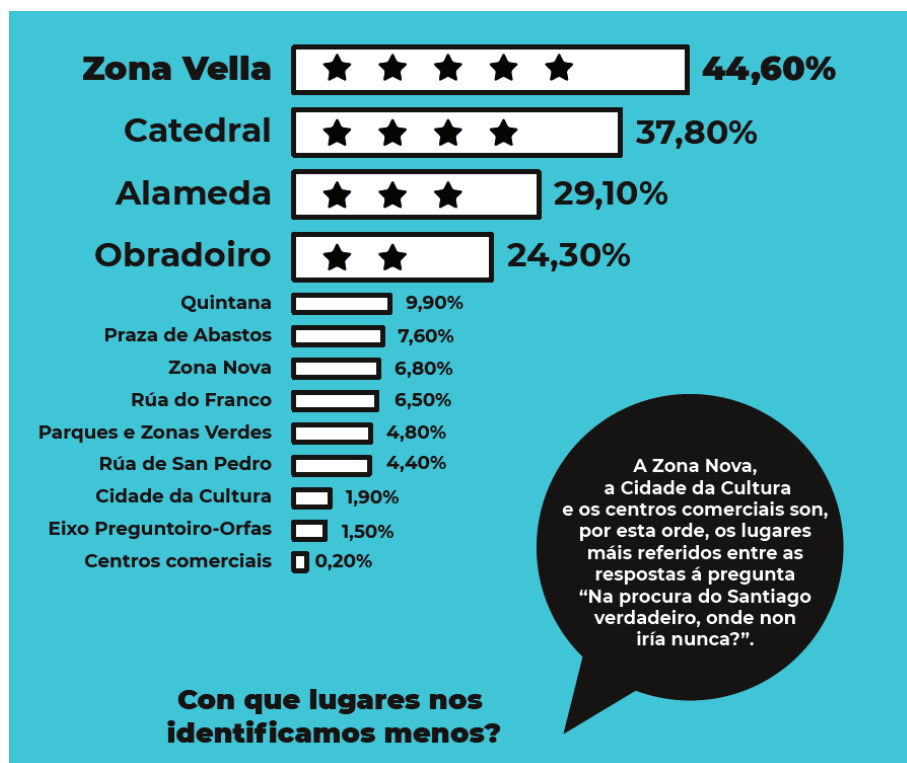
## ♡ Santiago = ♡ Zona Vella + Zona Nova

Se for a compostelanidade, a preferencia vai tamén para a Zona Vella (coa Rúa do Vilar á fronte) e para a Zona Nova, e tendemos a nos identificar menos coa Catedral, con Belvís e co Campus, e aínda menos coa Cidade da Cultura e cos centros comerciais.

## ♡ España = ♡ Campus universitario

Se o peso da españolidade for maior, destacaremos o Campus e nos identificaremos menos coa Améndoa, San Pedro ou Bonaval.

### Lugares que consideramos máis emblemáticos



## Con que lugares nos identificamos menos?

A Zona Nova, a Cidade da Cultura e os centros comerciais son, por esta orde, os lugares máis referidos entre as respostas á pregunta “Na procura do Santiago verdadeiro, onde non iría nunca?”.

Fóra dos usos propios das nosas obrigas laborais, entre os diferentes espazos da cidade que preferimos para o noso lecer e as nosas compras destaca a Zona Vella. En xeral, usámola máis para pasearmos (45,5%), tomarmos algo (31,4%), irmos de compras (15,1%) e asistirmos a actividades culturais (13%), aínda que neste último caso estudantes e persoas xubiladas van menos.

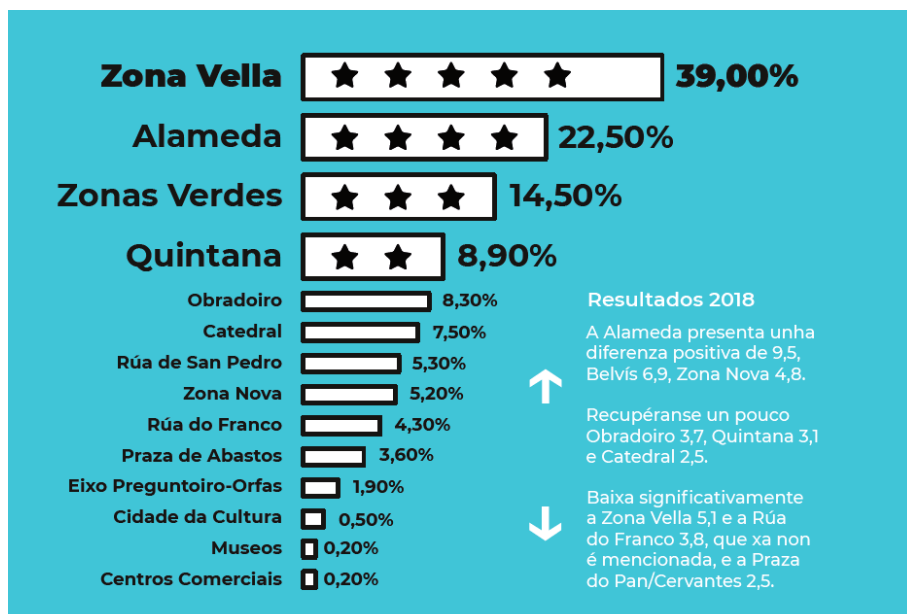
## Para que usamos a cidade?

A idade parece condicionar o uso que facemos dos espazos da cidade:

As persoas maiores de 65 anos van á Zona Vella pasearen, compraren ou veren escaparates, porén van menos por lecer do que a xente nova, sobre todo estudantes, que citan pouco esas actividades. Canto ao consumo, persoas xubiladas e estudantes frecuentan menos bares e cafés e estas últimas compran máis nas tendas tradicionais e menos no Mercado.

## En que lugares estamos máis á vontade?

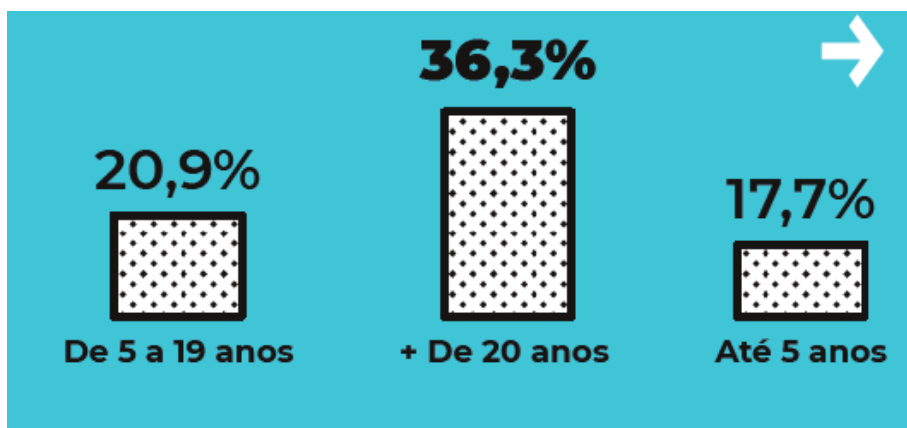
Mulleres e maiores de 65 anos están especialmente á vontade na Alameda, a zona verde da cidade que mantén a súa estrutura e organización tradicional,



e que soma con Bonaval e outros Parques e Zonas Verdes case 50%, que no inquérito de control sobe a 70% (Alameda + Belvís + Bonaval + Parques) de mencións nos primeiros lugares da lista dos nosos espazos máis queridos.

Os nosos espazos máis queridos son a parte histórica e as Zonas Verdes, e a maior tempo de permanencia na cidade maior mudanza na identificación de lugares como os nosos predilectos.

### **Mudanza de lugares predilectos en relación co número de anos vivindo en Santiago**

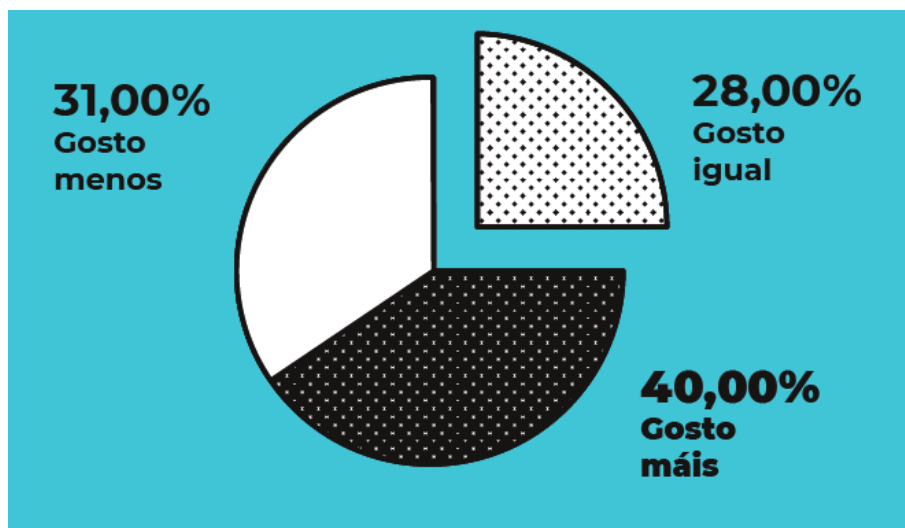


Anos máis tarde, segundo os nosos dados, esa mudanza tende a aumentar fortemente nas persoas que levan máis de 20 anos na cidade: 47,2%; a permanecer estábel nos de 5 a 19 e a non ofrecer datos significativos nas que levan menos de 5 anos.

### **Gosta de Santiago máis que hai 20 anos?**

Entre a xente que lembra o Santiago de hai 20 anos, predomina aquela que gusta máis da cidade agora; máis non por moito. As persoas que gustan menos da cidade agora perciben unha mudanza maior nas súas vidas como consecuencia do turismo, e perto de metade delas (47,3 %) preferiría outro tipo de turista.

Resultados 2018: a tendencia indica algunhas mudanzas: quen gostaba máis da cidade en 2018 (33,3%) superaría a quen gostaba máis no presente (29,6%), aumentando o número de persoas a quen gostaba por igual (37%).



### Muda o turismo a nosa percepción da cidade?

As persoas de 30 a 49 anos preferen en maior medida a cidade no pasado (ou gostan igual do Santiago de hoxe que do de onte), mentres que as maiores de 65 anos manifestan unha preferencia maior pola cidade actual.

A diferenza máis salientábel entre ambos os grupos de idade encóntrase na preferencia pola cidade actual, que é a opinión de 52,4% das persoas maiores de 65 anos, mentres que é só de 31,6% do grupo de 30 a 49 anos.

Resultados 2018: a tendencia é a baixar a estima pola cidade actual. O conxunto de persoas maiores de 65 anos que mostra preferencia pola cidade hoxe baixa a 33,3% e o de 30 a 49 anos a 28,6%.

| Gosta máis da cidade antes ou agora?  | 30/40 anos   | 50/64 anos | ≥ 65 anos    |
|---------------------------------------|--------------|------------|--------------|
| Gostaba da cidade máis antes          | <b>34,5%</b> | 29,7%      | 26,5%        |
| Gosto da cidade igual antes que agora | <b>33,9%</b> | 32%        | 21,1%        |
| Gosto da cidade máis agora            | 31,6%        | 38,3%      | <b>52,4%</b> |

**COMO NOS  
VEMOS?**



**Cales son  
os nosos  
espazos máis  
queridos?**

**En que medida  
@s visitantes se  
relacionan coa  
comunidade e a  
cultura local?**

**Sabemos máis  
algunha cousa  
sobre como  
somos e como  
nos vemos?**

### **Compostela vertebrada?**

O fenómeno xacobeo consolidouse en pouco tempo. O Camiño está agora no centro da atención compostelana e constitúe parte da identidade dunha cidade que se sente á vontade como sendo principalmente galega, mais tamén santiaguesa e española.

O corazón e emblema da cidade é a Zona Vella, xuntamente cos Parques e as Zonas Verdes. Estes son os lugares que queremos e usamos (a Cidade da Cultura está no lugar oposto). En xeral, vertebramos a cidade a través deses espazos queridos e frecuentados, dos lugares onde está situado o comercio pequeno e tradicional onde compramos, incluíndo o Mercado de Abastos. Dese punto de vista, podemos dicir que son fundamentalmente as mulleres que vertebran Santiago.

A transformación da cidade nos últimos vinte e cinco anos agrada moitas persoas de Santiago. Mais importa referir que case un terzo das entrevistadas prefere Compostela tal como era antes e máis dun cuarto gosta da cidade igual que antes.

Parece, en todo o caso, que xa non imos ou xa non estimamos determinados espazos que antes eran moi concorridos. Estamos a abandonar a Catedral, o Obradoiro, a Quintana e o Franco, que son moi considerados santiagueses (emblemáticos), mais menos queridos e aínda menos frecuentados. Estamos a substituílos por outros como a Zona Nova, que vai aparecendo como máis santiaguesa e querida.

#### III.2.2.1.3. COMO NOS VEN?

### **A cidade imaxinada pola xente que nos visita**

A imaxe previa das persoas visitantes relativamente a Santiago de Compostela está amplamente dominada por elementos vinculados á cidade na súa dimensión xacobeá. A Catedral, o Camiño e a peregrinación, o Apóstolo, a relixión ou a espiritualidade e a Praza do Obradoiro son os elementos máis sobresaíntes nesta dirección. A Catedral, sobre todos os outros, configúrase como o elemento dominante para quen ollar a cidade desde fóra.

A centralidade desta imaxe xacobeá (Catedral, Camiño, Apóstolo, etc.), difundida intensamente a partir da década dos 90 –nomeadamente desde o Xacobeo 93– promove unha percepción distorsionada da cidade. Por exemplo, a Améndoa compostelana é imaxinada como sendo moito máis populosa do que realmente é (en media 6 veces maior).

En xeral, a visita á cidade implica unha evolución da imaxe entre as persoas visitantes: diversifícanse os elementos no ollar, cunha descida xeralizada da centralidade de elementos como a Catedral. Porén, os materiais vinculados á cidade xacobeá continúan a ser dominantes, o cal indica que a imaxe previa

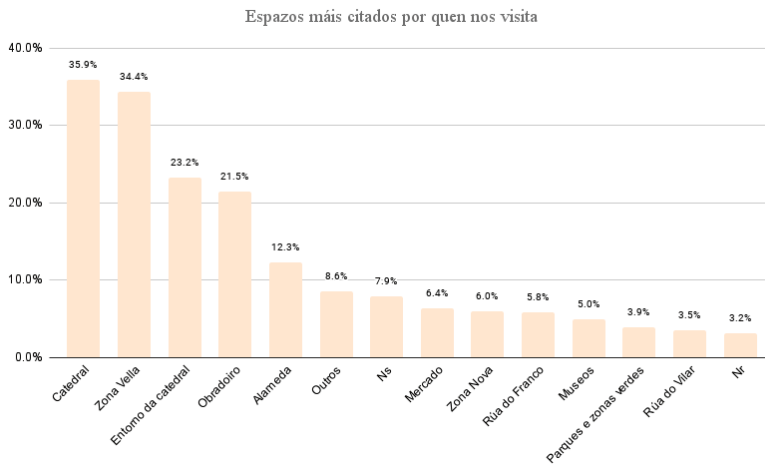


é altamente resistente. Por outro lado, os datos apuntan para o feito de que, entre visitantes de fóra da Galiza, Santiago de Compostela non é entendida, en regra, como sendo a capital do País ou como cidade histórica e universitaria. En sentido inverso, para visitantes de orixe galega, a cidade é sobre todo capital e símbolo da Galiza.

En relación á cultura local ou galega, un dos elementos con moi escasa visibilidade é a lingua galega (tanto antes como durante a visita). Ao que parece, a lingua da Galiza non é percibida polas persoas visitantes como un material identitario ou de representación colectiva.

### **A cidade durante a visita**

No discurso das persoas que visitan Compostela nótase unha menor presenza do Camiño e da peregrinación do que nos discursos institucionais, na literatura ou, inclusive, no audiovisual. Mesmo así, é relativamente grande o número das persoas que declara coñecer e ter lido ou visto materiais dese tipo; por iso importa indicar que, en termos literarios, é moi frecuente que a cidade de Santiago apareza como escenario (medieval, histórico ou mesmo esotérico) de prácticas espirituais, de tal modo que se produce invisibilización ou ocultamento das persoas e da cultura locais.



Os espazos máis citados por quen nos visita, frecuentados en porcentaxes superiores a 20% (destacando a Catedral con 35,9 %), concéntranse na parte antiga da cidade. En xeral, pode dicirse que os visitantes fan uso dos espazos nunha medida semellante á percepción que as persoas residentes teñen sobre o carácter emblemático deles (sendo a Alameda unha excepción salientábel: 12,3% de uso vs. 29,1% de identificación santiaguesa). Mais neses lugares a posibilidade de

se relacionaren con habitantes de Santiago é bastante limitada, por un lado, e, por outro lado, a porcentaxe de visitantes que vai onde é feita unha parte fundamental da vida de quen reside en Santiago é ben pequena: Zona Nova (6 %), parques e Zonas Verdes (3,9 %) ou centros comerciais (1,3 %).

Foi detectado un importante impacto dos discursos de Paulo Coelho nas prácticas, nos consumos e nas falas das persoas visitantes, en xeral, e sobre todo das súas conterráneas brasileiras. Mais tamén foron identificadas elaboracións complexas –en termos discursivos– sobre Santiago (e a Galiza): son as que corresponden a visitantes con coñecemento previo do destino ou con maior nivel de estudos (sen que nen a renda familiar nen a duración da visita sexan significativas neste sentido).

Con frecuencia, á hora de faceren consideracións en relación á súa visita, as persoas non galegas referen semellanzas ou diferenzas con outros territorios. Son particularmente abundantes aquelas que relacionan a Galiza co Norte de Portugal ou co conxunto do país veciño. É aquí que se (re)coñecen e revelan a través da experiencia visitante un bo número de elementos que apuntan para vínculos históricos, sociais (en forma de modos de vida e fluxo de persoas), territoriais ou de habitat e, en menor medida, lingüísticos (relacións estas destacadas fundamentalmente por visitantes do Brasil).

Cabe subliñar que, de acordo cos nosos datos, a proximidade (sexa intelectual, sexa relacional ou xeográfica) de visitantes condiciona o tipo de visita e, obviamente, incide nas prácticas e nos consumos que realizan na cidade.

### **Lugares e produtos consumidos pola xente que nos visita**

Quen nos visita fai máis gasto do que tiña pensado e concentra a súa compra na Zona Vella. Cantas máis veces nos visitan, os hábitos de consumo da xente que vén son máis parecidos cos da xente que habita Compostela, aumentando o consumo de pan e doces e o volume de compras na Zona Nova. Segundo a orixe, son as persoas naturais de Portugal as que máis se parecen coas galegas nos hábitos de consumo e na valorización dos produtos e servizos locais.

Por seu lado, quen chega peregrinando presenta un comportamento máis tipicamente turístico, centrando a súa visita na Zona Vella e sendo menos esixente coa calidade dos produtos. Perto de 25 % de visitantes dan preferencia ao consumo de marisco e polbo, sendo as persoas procedentes do resto do Estado Español quen máis escollen estes produtos.

Estas tendencias confirmáronse no ano 2018 (53 % das persoas que nos visitan relacionan a Galiza coa gastronomía, mais a porcentaxe sobe a 63 % no caso de procedencia española) e 56% de visitantes procedente de Portugal entenden que son culturalmente moi semellantes a nós. Tamén 71 % de visitantes declara

comer na Zona Vella, e continúa a se dar unha preferencia salientábel polo marisco e o polbo (26 % e 17 %, respectivamente).

| <b>Que compran?</b>  | <b>Cantas veces nos visitan?</b> |                    |
|----------------------|----------------------------------|--------------------|
|                      | 1ª vez                           | máis dunha vez/ano |
| Torta Santiago       | 40,2 %                           | 12,5 %             |
| Queixos              | 26,5 %                           | 8,3 %              |
| Pan                  | 5,9 %                            | 16,7 %             |
| Doces                | 11,3 %                           | 22,9 %             |
| <b>Onde compran?</b> |                                  |                    |
| Zona Vella           | 61,1 %                           | 40,5 %             |
| Zona Nova            | 3,0 %                            | 12,9 %             |

### **A actividade comercial**

Unha parte importante da actividade comercial compostelana (perto de 30 % en 2018) débese á alimentación. Restaurantes e bares son responsábeis de 71 % do consumo destes produtos.

A oferta gastronómica de bares e restaurantes é moi homoxénea. O polbo e o arroz con lumbricante son os pratos destacados. Con datos de 2018, 75 % dos locais de restauración ofrece polbo e marisco como produtos estrela. Aínda que 60% dos bares e restaurantes detecta que parte da súa clientela está composta por visitantes de fóra da Galiza, non é habilitada unha oferta diferenciada nesa dirección, tampouco en temporada alta.

Por outro lado, o sector evoluciona cara a unha concentración tanto na propiedade (10 % de persoas propietarias posúe 20 % de locais) como na localización espacial: en 2018 situábanse na Zona Vella metade dos bares, restaurantes e tendas de alimentación, e no Ensanche 21 % deles. Tamén con datos de 2018, se foren excluídas as tendas de alimentación e só consideradas as porcentaxes de bares e restaurantes, a Zona Vella concentra 36 % e a Zona Nova 14 %. Estes resultados apuntan para un proceso de xentrificación comercial (gastronomificación) que non favorece a relación visitantes-habitantes, xa que 46% da veciñanza consome case exclusivamente dentro do seu barrio.

Metade dos negocios relacionados coa alimentación está na Zona Vella

En 2018 declararon comer na Zona Vella 71% de visitantes

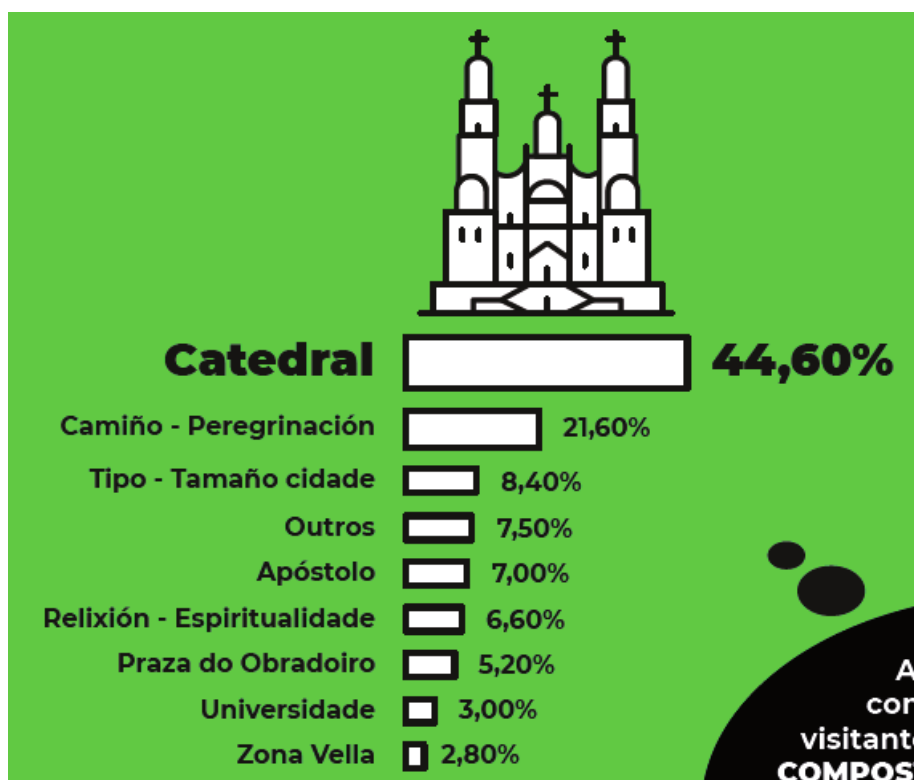
Na Zona Nova están localizados apenas 21 % de negocios relacionados coa alimentación

Para alén da alimentación, son destacados polos comerciantes como “produtos estrela” máis do que hai 20 anos a roupa, os souvenirs e artigos de artesanía e

decorativos, xuntamente coas xoias e os complementos. Concretamente, a porcentaxe de comerciantes que sinala os souvenirs entre os seus produtos estrela aumenta ano após ano, e 54,5 % destes negocios abriu as súas portas despois de 1993, ano do primeiro Xacobeo promovido pola Xunta de Galicia.

No relativo ao gasto de visitantes, salienta o feito de que non exista relación estatística coas súas características sociodemográficas (idade, sexo, renda, nivel de estudos, ...) e si coas imaxes que teñen da cidade. Por exemplo, entre visitantes que destacan “a xente” entre as súas imaxes da cidade o gasto en lecer multiplica por 10 ao do resto de sectores. Algo semellante acontece cando se fai referencia á Universidade; neste caso o gasto en aloxamento multiplícase por 20.

### Como nos imaxinan antes de nos visitaren?



A imaxe previa do conxunto das persoas visitantes sobre SANTIAGO DE COMPOSTELA está dominada por elementos vinculados á cidade na súa dimensión xacobeá: Catedral, Camiño – Peregrinación, Apóstolo, Relixión – Espiritualidade, Praza do Obradoiro...

A xente imaxina Compostela como unha cidade de, en media, 160.279 habitantes: acerta bastante; mais atribúe á Améndoa 25.448,1 habitantes de media, seis veces máis da realidade. Esa sobredimensión da Zona Vella leva implícita a consideración de que unha entidade habitacional e patrimonial desta entidade tería un correlato de habitantes... que non ten...

A imaxe previa que as persoas visitantes non galegas teñen da GALIZA, identifícase pola paisaxe, a natureza, a xeografía e o clima; por vilas, cidades e comarcas concretas e, tamén, pola gastronomía.

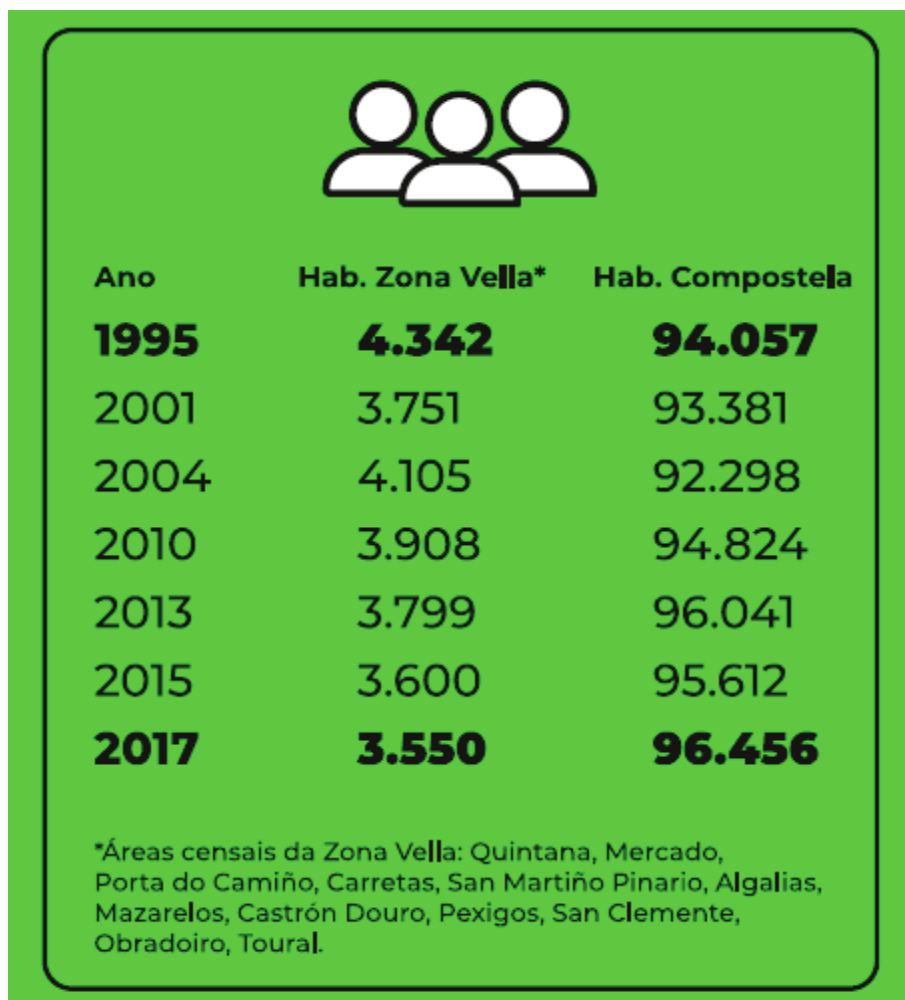
### Como nos ven cando chegan?

Para as persoas galegas a visita parece implicar un reaxustamento da imaxe, pois asocian á cidade máis atributos xacobeos (23, 4%) do que, se exceptuarnos a Catedral, declaraban previamente (14,8%). Os galegos e as galegas, cando visitan a cidade, descubren, non só mais tamén, unha Compostela xacobeá.



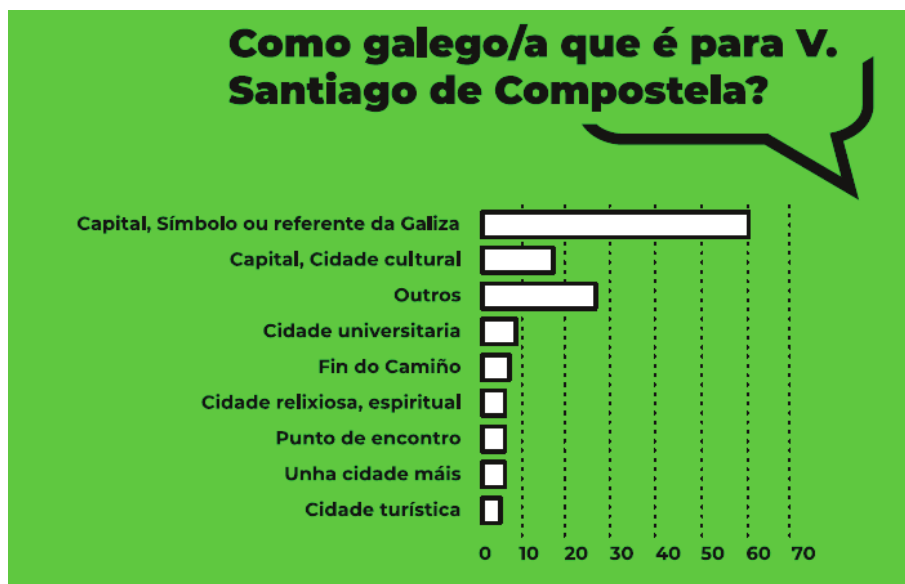
Resultados 2018: nos inquéritos de control de 2018 a percepción sobre a imaxe actual da cidade empobrécese; a alusión ao tipo ou tamaño da cidade aumenta en 25,7%, da cidade identificada co Camiño ou Peregrinación 19,2% e de Relixión/Espiritualidade, 7,1%. Baixa Catedral, 12%; Obradoiro, 5% e Universidade, 3,1%.

## A Zona Vella perde xente. Sendo maior o descenso en áreas como a Rúa do Vilar e nas rúas próximas da Catedral



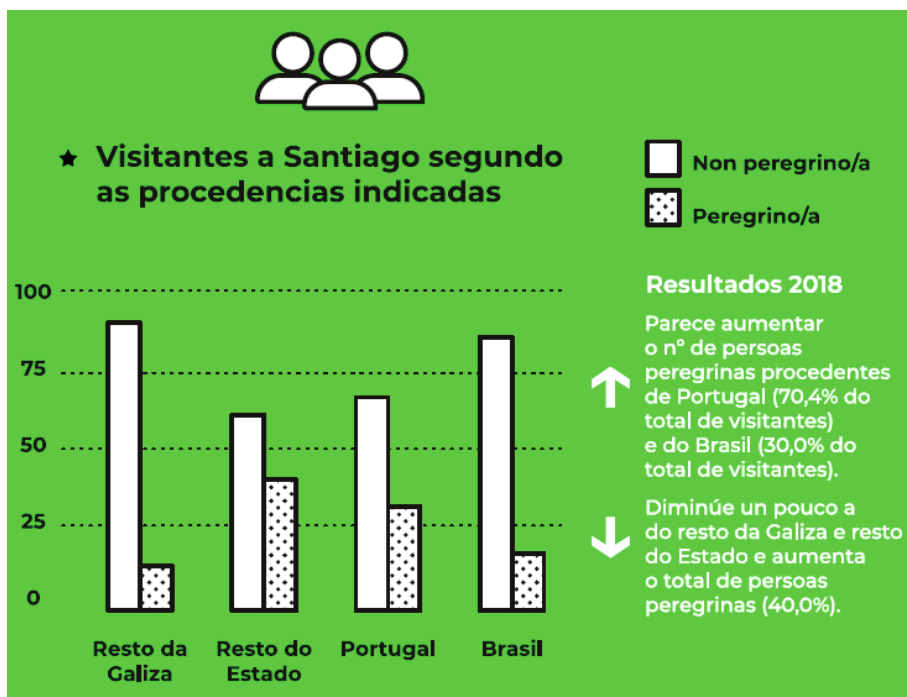
### Como galego/a que é para V. Santiago de Compostela?

Resultados 2018: obsérvase unha tendencia de invisibilización da capitalidade e un incremento da idea de cidade turístico-relixiosa. Para as persoas da Galiza entrevistadas, en 2018 aumenta moito a súa percepción da cidade como universitaria (31%) e como turística (12,6%); tamén como cidade relixiosa/espiritual (3,8%). Baixa significativamente a percepción de Santiago como capitalidade cultural (-17,1%) e como capital/referente da Galiza (-15%) e como Fin do Camiño (-4,6%).



#### Canta xente vén polo Camiño?

As persoas que chegan a Santiago de Compostela peregrinando supoñen 30% do conxunto das visitantes que figura na nosa base de datos. A maioría delas procede



do resto do Estado, a minoría do resto da Galiza; case un terzo das portuguesas vén polo Camiño e menos dun quinto das procedentes do Brasil, o país do mundo co maior número de persoas que se declaran católicas, se identifica como peregrina.

### Como ven a cidade as persoas que chegan peregrinando a Compostela?

|                            | Imaxe previa de Compostela |             | Imaxe xa en Compostela |             |
|----------------------------|----------------------------|-------------|------------------------|-------------|
|                            | Non Peregrino/a            | Peregrino/a | Non Peregrino/a        | Peregrino/a |
| Catedral                   | 49,20%                     | 36,40%      | 26,10%                 | 26,10%      |
| Camiño - Peregrinación     | 20,60%                     | 25,20%      | 19,20%                 | 26,90%      |
| Apóstolo                   | 7,50%                      | 6,50%       | 5,40%                  | 6,10%       |
| Relixión - Espiritualidade | 6,30%                      | 7,40%       | 10,40%                 | 8,60%       |
| Praza do Obradoiro         | 4,70%                      | 6,90%       | 4,90%                  | 6,10%       |
| Tipo - Tamaño cidade       | 8,10%                      | 10%         | 18,90%                 | 17,8%       |
| Zona Vella                 | 3,00%                      | 2,00%       | 10,80%                 | 8,50%       |
| Universidade               | 2,80%                      | 3,00%       | 7,10%                  | 5,90%       |
| Outros                     | —                          | —           | 35,30%                 | 38,20%      |

Resultados 2018: diminúen as percepcións relativas á Catedral, o Apóstolo, Zona Vella e Praza do Obradoiro. E aumentan os de Camiño/Peregrinación, Relixión/Espiritualidade e Tamaño/Tipo de cidade. Aumenta moito no caso das persoas non peregrinas a apreciación da diversidade da cidade (Outros), fronte ás peregrinas; e a percepción da cidade como universitaria para as non peregrinas fronte ás peregrinas.

### As persoas que nos visitan compran máis cousas e gastan máis diñeiro do que tiñan previsto antes de chegaren a Compostela?

Resultados 2018: o consumo en xeral aumenta no control de 2018. En concreto, o de produtos gastronómicos crece moito e pasa a: GZ: 23,1% ES: 54,4% PT: 33,3% BR: 40,0%.



★ **Intención de compra das persoas que nos visitan, segundo a súa procedencia:**

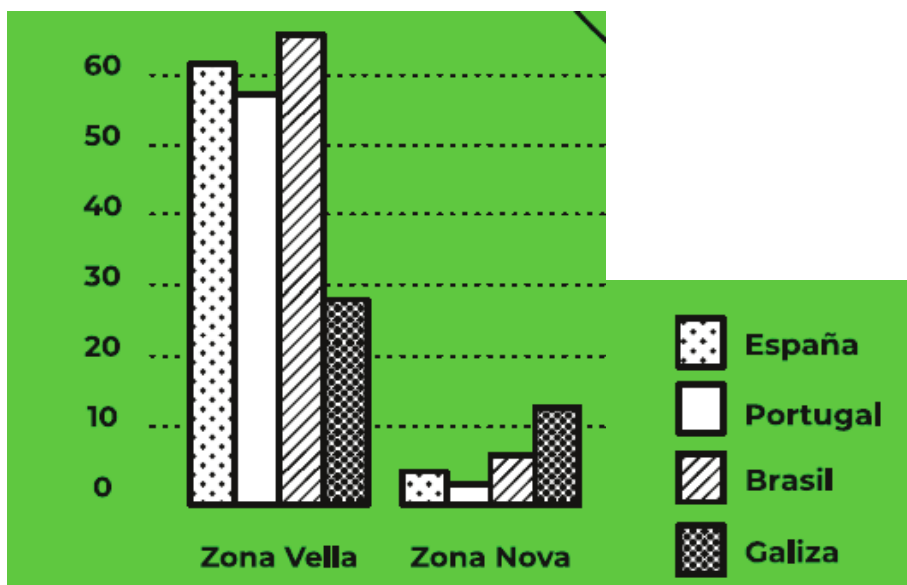
|                                 | ES    | PT    | BR    | GZ    |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Souvenirs/artigos</b>        |       |       |       |       |
| Pensado                         | 49,9% | 49,7% | 55,4% | 39,5% |
| Comprado                        | 71,4% | 77,0% | 78,1% | 33,3% |
| <b>Produtos gastronómicos</b>   |       |       |       |       |
| Pensado                         | 17,7% | 14,5% | 4,7%  | 8,7%  |
| Comprado                        | 16,2% | 15,5% | 9,0%  | 6,4%  |
| <b>Roupa/xoias</b>              |       |       |       |       |
| Pensado                         | 14,0% | 10,4% | 16,9% | 12,2% |
| Comprado                        | 37,0% | 23,6% | 40,3% | 44,9% |
| <b>Libros, revistas, filmes</b> |       |       |       |       |
| Pensado                         | 2,0%  | 4,1%  | 3,8%  | 12,3% |
| Comprado                        | 2,9%  | 4,7%  | 7,0%  | 15,4% |

ES: Resto do Estado  
 PT: Portugal  
 BR: Brasil  
 GZ: resto da Galiza

- ◊ Se unha das primeiras imaxes é a xente: multiplica por 10 o gasto en lecer.
- ◊ Se un dos imprescindibles da visita é pasear: multiplica por 40 o gasto en lecer.
- ◊ Se unha das primeiras cousas de Santiago que sinala é a Universidade: multiplica por 20 o gasto en aloxamento.
- ◊ Se un dos imprescindibles da visita é a gastronomía: multiplica por 4 o gasto en cultura.

**Que e onde consume a xente que nos visita?**

As persoas de fóra da Galiza escollen claramente a parte antiga da cidade para faceren as súas compras: torta de Santiago, souvenirs e, en menor medida, tamén roupa e xoias. Os visitantes de orixe galega diversifican máis os lugares e os produtos que consomen, e compran tamén en centros comerciais ou na Zona Nova.



Se analizarmos os hábitos de consumo das persoas non galegas que nos visitan, que produtos e en que lugares da cidade realizan as súas compras, que opinión teñen da calidade dos produtos e servizos recibidos, as visitantes procedentes de Portugal son as máis parecidas connosco.

**GZ+PT Compramos:**

+ pan, doces, libros, roupa e xoias

- viño, torta de Santiago, queixos

+ na Zona Nova

- na Zona Vella

Persoas galegas e portuguesas tamén imos máis a supermercados e centros comerciais e somos máis esixentes: entendemos que os prezos son altos e temos unha valoración da atención á clientela máis baixa.

**Quen consome como nós?**

| ★ Consumo de produtos (%) |      |      |      |      |
|---------------------------|------|------|------|------|
|                           | ES   | PT   | BR   | GZ   |
| Queixos                   | 31,5 | 16,9 | 20,4 | 5,7  |
| Viños                     | 12,8 | 5,6  | 9,3  | 0    |
| Pan                       | 4,2  | 6,7  | 3,2  | 13,2 |
| Doces                     | 8,6  | 29,2 | 16,7 | 32,1 |

| ★ Valoración de oferta/Prezos/Calidade (%) |      |      |      |      |
|--|------|------|------|------|
|  | ES   | PT   | BR   | GZ   |
| Ampla/suficiente                           | 30,1 | 26,7 | 30,1 | 27,1 |
| Prezos accesíbeis                          | 14,2 | 13,3 | 19,3 | 12,9 |
| Produtos de má calidade                    | 3,1  | 2,0  | 0,00 | 1,9  |
| Má atención á clientela                    | 2,4  | 0,0  | 4,3  | 1,9  |
| Valoración xenérica positiva               | 10,6 | 15,0 | 20,5 | 15,7 |
| Excesiva orientación para o turismo        | 13,4 | 18,4 | 8,7  | 17,0 |

| ★ Valoración da oferta (alimentos-espazos) (%) |      |      |     |      |
|--|------|------|-----|------|
|  | ES   | PT   | BR  | GZ   |
| Prezos accesíbeis                              | 20,6 | 16,7 | 8,2 | 17,7 |
| Prezos altos                                   | 18,5 | 26,7 | 4,3 | 25,0 |
| Boa atención á clientela                       | 5,6  | 2,8  | 4,1 | 2,5  |

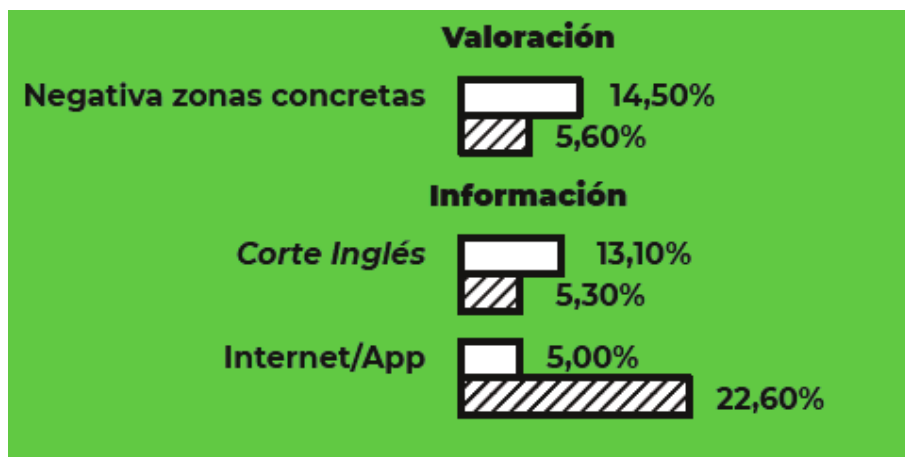
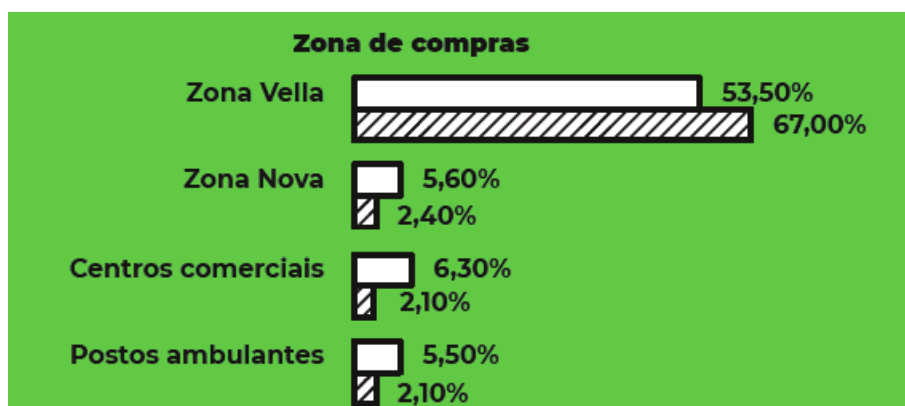
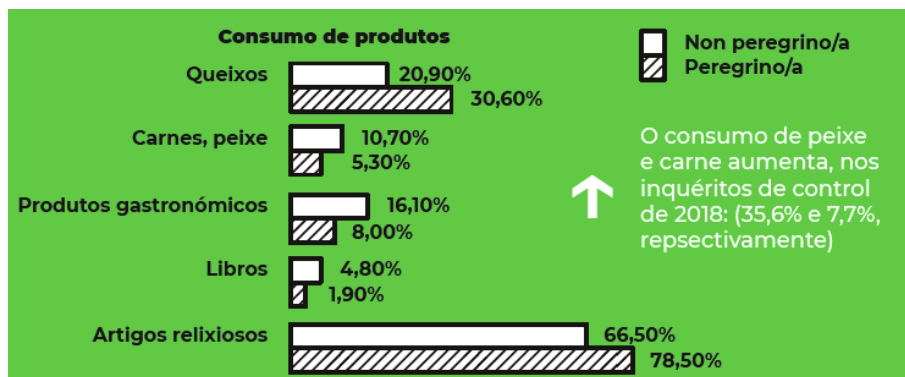
Nos datos de 2018, a torta de Santiago diminúe en consumo de persoas de ES e PT e aumenta no ámbito de BR e GZ. O consumo de queixo e doces diminúe, en xeral e aumenta o de viño e licores e, sobre todo, o de “Outros produtos”.

### **Que fan na cidade as persoas que peregrinan?**

O perfil da persoa peregrina está equilibrado canto ao xénero, correspondéndose con:

- unha persoa de entre 30 e 49 anos
- con formación escolar superior
- fai parte dunha unidade familiar de tres membros
- usa preferentemente Internet (e Apps) para se informar antes da visita
- ten un comportamento próximo de quen vén por turismo: consome fundamentalmente na Zona Vella, artigos relixiosos, e en xeral é menos crítica coa calidade dos produtos e dos servizos que as persoas non peregrinas.

## Hábitos de visitantes en Compostela



COMO  
NOS VEN?



**Que visitante  
se parece máis  
connosco?**

**Sabemos, en  
fin, máis  
algunha cousa  
sobre como nos  
ve quen ven?**

**Será agora máis  
a cidade do  
Camiño e menos  
a cidade cultural,  
universitaria...?**

### **Compostela visibilizada?**

A imaxe exterior de Santiago está, agora, determinada polo Camiño. Basta contrastar coa imaxe máis variada que teñen da Galiza as persoas que nos visitan. Cabe reparar en que as xentes galegas que veñen a Santiago saen cunha idea menos plural da cidade que aquela con que chegaban (fundamentalmente a da capital e referente da Galiza, cidade patrimonial, universitaria e cultural). Ou verificar como despois da visita a imaxe da cidade é máis rica e parécese máis coa da Galiza (incluíndo clima, paisaxe ou gastronomía).

É a xente que se declara peregrina quen conserva en maior medida unha idea ligada ao Camiño e é menos permeábel á cidade e á súa cultura. Este é, en xeral, un grupo con formación escolar superior, que non vén necesariamente por motivos relixiosos (menos de 20% das persoas procedentes do Brasil, o principal país católico do mundo, declaran motivacións deste tipo), é o de comportamento máis tipicamente turístico en función da oferta dominante e o menos crítico con ela.

Esa oferta comercial da cidade é considerada pouco variada e homoxénea, a pesar de ser tendencialmente valorada como positiva e de calidade polas persoas visitantes. En xeral, a xente gasta máis do que tiña previsto e compra máis souvenirs e elementos tópicos (imáns, camisolas, porta chaves, cunchas, etc.) que produción cultural local. Son as persoas que veñen de Portugal quen máis se parecen en hábitos de consumo coas galegas; ambas compran tamén na Zona Nova e non fican vendo, como o resto de visitantes, apenas a Zona Vella.

#### III.2.2.1.4. COMO VEMOS QUEN VÉN?

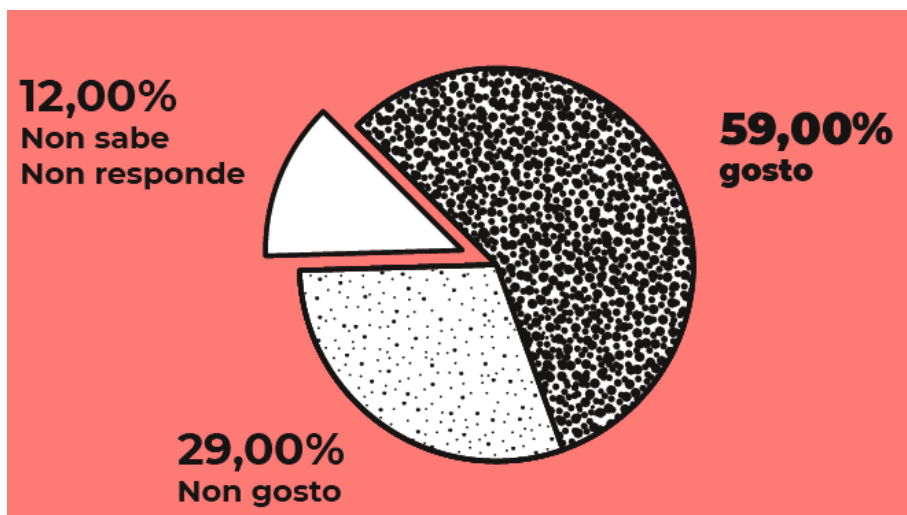
### **Gostamos do turismo que chega a Santiago?**

Segundo o lugar da cidade onde vivamos, mostraremos opinións diversas respecto do turismo e do efecto que a súa presenza ten na vida cotiá da comunidade local.

### **Gosta do turismo que chega a Santiago?**

A Zona Vella e as entradas do Camiño Francés e Portugués son os lugares de residencia das persoas que senten a súa vida mais afectada e que preferirían outro tipo de turistas. Quen recoñece este sentimento ten actitudes diferentes do resto da mostra a respecto das mudanzas da cidade e, tamén, en relación coa súa consideración dalgúns espazos concretos.

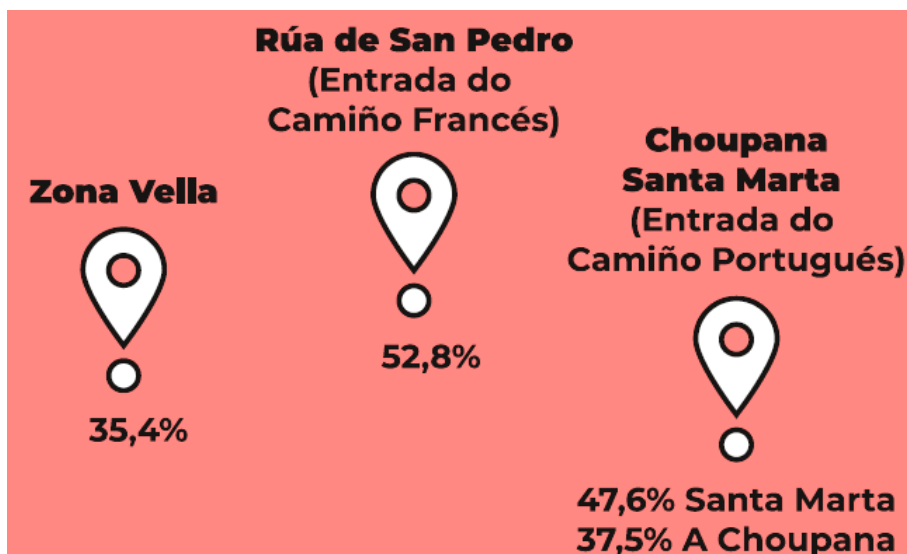
Sexa como for, en xeral a visión positiva do turismo é claramente maioritaria entre nós, xa que 59,4 % das persoas consultadas (excluídas residentes en Ames e Teo) gusta do tipo de visitante que chega a Santiago, fronte a un 28,8% a quen esta clase de turismo non lle agrada.



Resultados 2018: mais esta situación tende a mudar; sen contar Ames e Teo, 48,3% continúa gostando deste tipo de turistas mais 41,4%, non (Ns/ Nr: 10,3%). Con Ames e Teo: 50% vs. 43%.

### Preferimos un turismo diferente?

Hai tres zonas da cidade en que moitas persoas residentes preferirían outro tipo de turismo, concretamente:

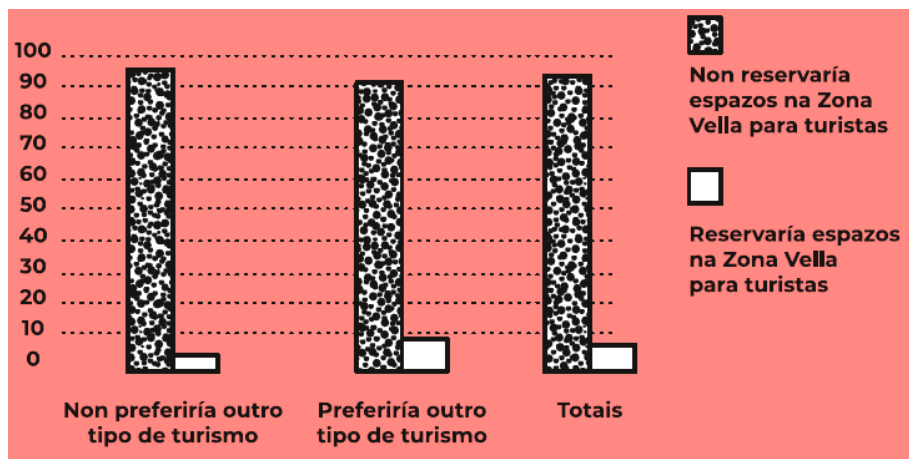


De feito, aínda que a proporción de persoas que prefere outro tipo de turismo –en concreto, aparece unha tendencia forte a rexeitar este tipo de turista na Zona

Vella (66,7% vs. 16,7% Ns/Nc: 16,7%)– e até se declara disposta a reservar espazos específicos para turistas na Zona Vella é moi pequena, ela é significativamente maior (case 10%) entre aquelas que gostarían doutro tipo de turista.

Resultados 2018: aparece unha tendencia forte a rexeitar este tipo de turista na Zona Vella (66,7% vs. 16,7%; NS/NC 16,7%).

### Preferimos un turismo diferente?



### Muda o turismo noso modo de vida?

É precisamente a xente que preferiría outro tipo de turista quen sente máis efecto do turismo sobre a súa vida cotiá. Dos 25 barrios considerados, novamente as tres zonas máis impactadas polo Camiño (San Pedro, a Choupana e a Zona Vella da cidade) destacan como as que perciben maior modificación dos seus modos de vida por causa do turismo.



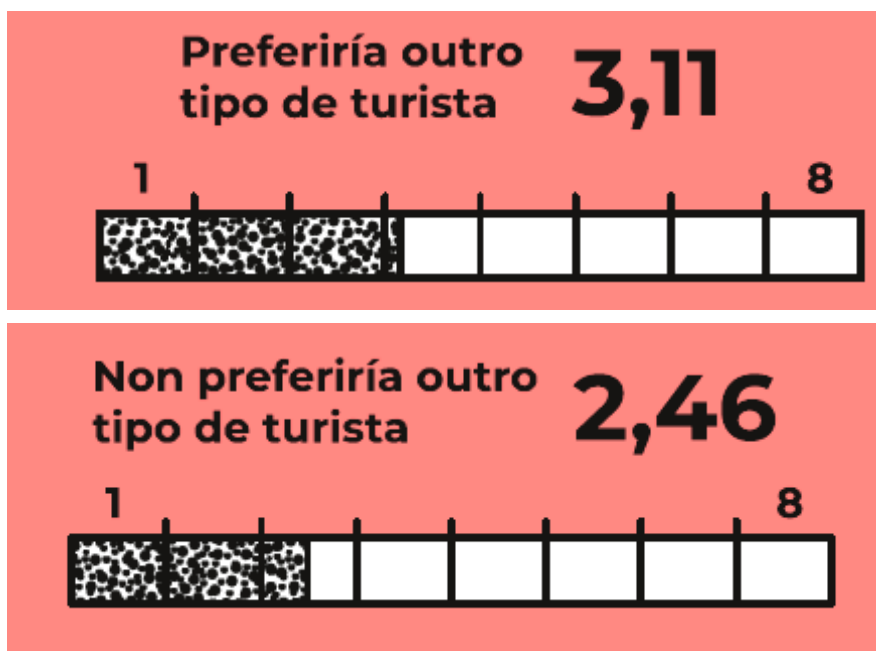


Aínda que non todo é tan lineal: Santa Marta, ao lado da Choupana, está por debaixo da media neste caso (2,35). Non parece haber aquí correlación entre a eventual alteración do seu modo de vida e o rexeitamento, hai outras causas...

Resultados 2018: mais aumenta o rexeitamento: a media dos nosos datos de 2018 está en 3,84 e na Zona Vella chega a 4,50...

En xeral, quen prefire outro tipo de turista ve a súa vida cotiá máis mudada por causa do turismo:

Resultados 2018: a tendencia é para aumentar; prefire outro turista: 4,25; non prefire outro turista, 3,00 (sen Ames e Teo). Total da mostra: prefire outro turista, 4,81; non prefire outro turista, 3,32.



As persoas que gostan menos da cidade agora perciben unha mudanza maior nas súas vidas como consecuencia do turismo, e perto de metade delas (47,3 %) preferiría outro tipo de turista.

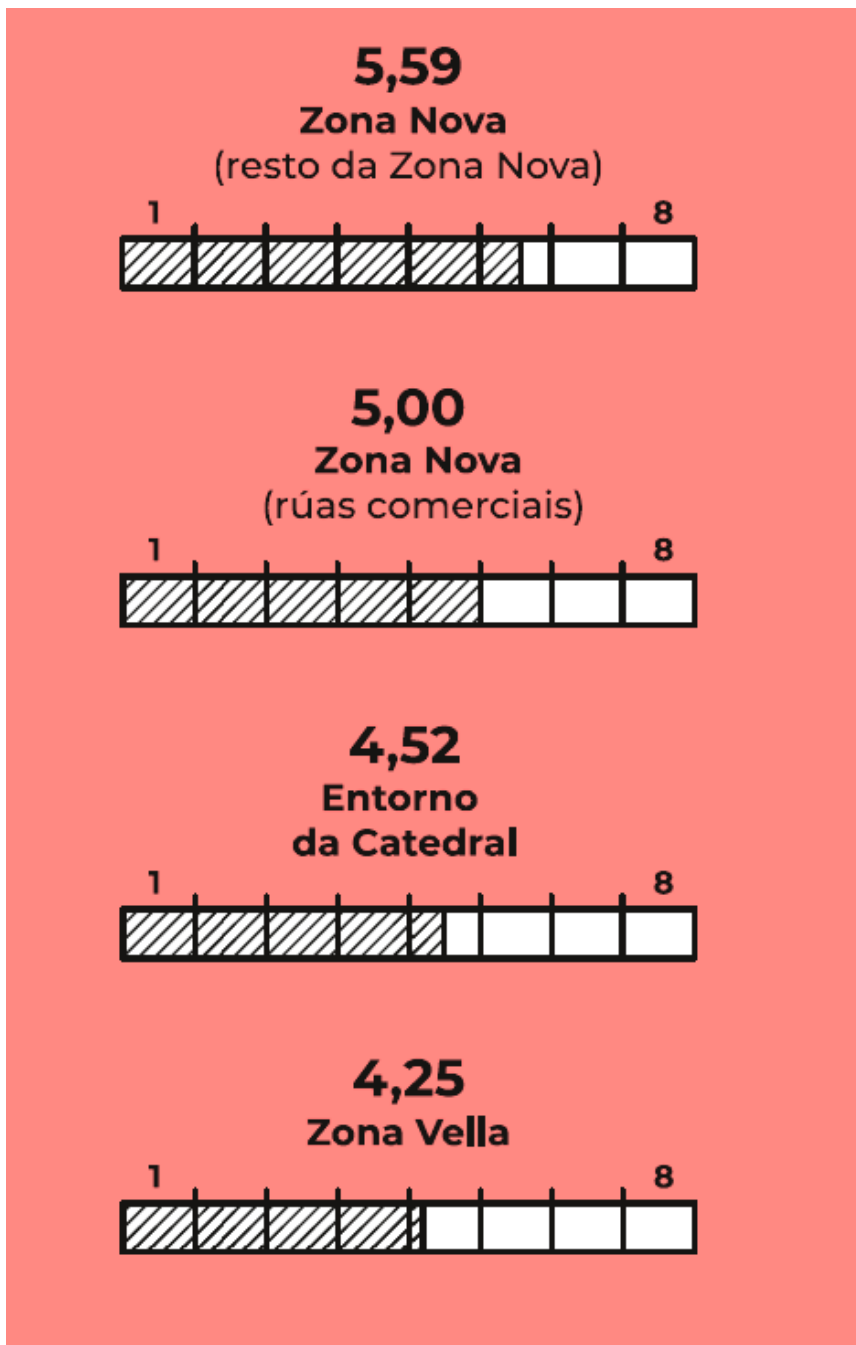
Quen apreza especialmente lugares considerados máis santiagueses (emblemáticos), como o Eixo Perguntoiro-Orfas ou os Parques e as Zonas Verdes, sente a vida cotiá máis alterada por causa do turismo.

Por outro lado, canto menos gostamos do tipo de visitantes que chega a Compostela, máis nos identificamos coa Zona Vella.

E véxanse as áreas que son consideradas como menos auténticas segundo o gusto que hai sobre o tipo de turista: a maior gusto do tipo de turismo menos auténtica é considerada a Zona Nova.

**Altera o turismo a nosa relación coa cidade?**

Canto mais gosto do turismo, que considero menos santiagués?



**COMO VEMOS  
QUEN VÉN?**



**Cal é a  
diferenza  
entre a persoa  
que peregrina  
e quen vén  
de visita ou  
por turismo?**

**Sabemos,  
en fin, máis  
algunha  
cousa sobre  
como vemos  
quen nos  
visita?**

## Compostela turistificada?

En xeral, a sociedade de Compostela está satisfeita co turismo e o tipo de turismo que nos visita. Sen ser grande, comeza a emerxer un problema de incomodidade nas persoas que habitan a cidade nas zonas máis frecuentadas pola xente que chega a través do Camiño, nomeadamente os barrios de San Pedro, a Choupana e a Zona Vella; isto leva algunhas destas persoas a posicións desfavorábeis en relación ao tipo de turista.

Todo parece indicar que comezamos a ver o turismo como un fenómeno que está a afectar lugares que consideramos importantes en varias dimensións, espazos que nos representan ou en que nos sentimos á vontade para comprar ou pasar o noso tempo de lecer.

Deses lugares, reiteramos, o tradicional eixo comercial da parte antiga (Preguntoiro – Orfas) é o máis querido pola xente que sente máis modificada a súa vida polo turismo. A Zona Nova, por seu lado, gaña aprezo e é vista como un lugar autenticamente santiagués tanto por sectores de visitantes (en maior medida que por quen mora na cidade), como polas persoas que habitamos Compostela, sobre todo por quen non gosta do tipo de turista. Levando isto en conta, e tamén que quen gosta do tipo de visitante declara en menor medida a Zona Nova como un espazo tipicamente santiagués: estará a xente de Santiago que non gosta do tipo de turismo que chega á cidade a buscar refuxio na Zona Nova e nos Parques?

### III.2.2.2 O *feedback* das persoas que visitaron a exposición central

Era para nós fundamental coñecer a opinión das persoas visitantes. Sen medios para facer entrevistas *in situ*, tivemos que optar por un breve cuestionario, que imprimimos en follas individuais e cunha caneta ao lado, colocándoas nunha especie de caixa de correo, de que cada visitante podía ir tirando unha folla e precher e introducir prechida por unha rañura *ad hoc* na mesma caixa. As follas, por uso ou, en algún caso, perda, foron repostas periodicamente e só houbo un día, e menos de 24 horas, en que a exposición estivo sen follas. O desaparecemento da caneta era máis habitual mais era repostada no día.

As respostas ficaban, pois, sen control directo do Equipo e non podía garantirse unha participación relevante estatisticamente.

O que procurábamos saber con ese breve cuestionario obedecía a dous eixos fundamentais:

- A recepción deste ou doutro tipo de accións de divulgación de resultados de investigación.
- O impacto e a recepción concretas dos resultados do proxecto expostos.

E isto tanto a habitantes do concello como a persoas doutras procedencias. O inquérito estaba formulado en tres idiomas (galego, español e inglés).

Para tal, elaboramos o seguinte **Cuestionario para residentes e non residentes que visitaron a exposición central**, e estes foron os resultados:

**Tabela I. Cuestionario de valorización social da exposición central - Residentes**

|   | N   | Mínimo | Máximo | Media | Desvío estándar |
|---|-----|--------|--------|-------|-----------------|
| Esta expo pareceume interesante   | 135 | 1,00   | 8,00   | 5,87  | 2,31            |
| Os resultados desta investigación sorprendéronme                            | 139 | 1,00   | 8,00   | 4,77  | 2,27            |
| Esta exposición aborreceume   | 136 | 1,00   | 8,00   | 2,74  | 2,37            |
| Comprendín os contidos desta expo   | 135 | 1,00   | 8,00   | 6,58  | 2,06            |
| Non se debería gastar o diñeiro neste tipo de estudos                       | 137 | 1,00   | 8,00   | 2,64  | 2,51            |
| Estou satisfeit@ por ter asistido a esta exposición                         | 139 | 1,00   | 8,00   | 5,75  | 2,26            |
| Recomendarei esta expo ás miñas amizades e persoas coñecidas                | 137 | 1,00   | 8,00   | 5,19  | 2,48            |
| Paréceme que este tipo de investigación é útil para a sociedade             | 138 | 1,00   | 8,00   | 5,93  | 2,44            |
| Gostaría que máis equipos de investigación mostrasen resultados deste xeito | 137 | 1,00   | 8,00   | 6,09  | 2,41            |
| Non válido  | 125 |        |        |       |                 |

En total, contamos 274 follas introducidas, das cales houbo que anular, por incompletas, por as respostas afastárense da finalidade do mesmo ou por diversas irregularidades que non permitían minimamente coñecer o parecer da persoa, 125. Convén indicar, pois, que o valor estatístico destes inquéritos é relativo e que eles funcionan máis como indicios, aínda que moi valiosos e representativos, na nosa impresión.

Encontramos que, nunha escala de 1 a 8, os valores máis altos (superando 6 de 8) corresponden á comprensión dos contidos expostos e ao agrado/vontade de contactar con resultados de máis ou outras pesquisas a través deste tipo de formato. No extremo contrario, sitúanse o aborrecimento na visita á exposición e a consideración de que son diñeiros mal gastos, que pouco soben de 2,5 e, portanto, comunican aproximadamente o mesmo. Case a 6 chegan tanto a valorización da utilidade desta nosa investigación (exactamente 5,93) e a consideración do interese da exposición (5,87), que recomentan bastante (5,19), aínda que os resultados non teñan representado unha sorpresa enorme (4,77).

O cuestionario a Non Residentes devolve os seguintes resultados:

**Tabela II. Cuestionario sobre percepción da comunidade local e da visita (en relación á información contida na exposición central) - Non Residente**

|                 |          | Turismo modifica a súa visita | Camión fai parte da identidade de Compostela | Tivo moito contacto coa xente de Santiago | Gostaríade conversar máis con habitantes | Prefere centrarse na visita que tiña prevista |
|-----------------|----------|-------------------------------|--|---|--|---|
| N               | Válido   | 67                            | 70   | 71  | 69                                       | 57  |
|                 | Perdidos | 6                             | 3  | 2   | 4  | 16  |
| Media           |          | <b>4,99</b>                   | <b>6,94</b>                                  | <b>5,25</b>                               | <b>6,25</b>                              | <b>4,18</b>                                   |
| Mediana         |          | 5,00                          | 8,00   | 6,00                                      | 7,00                                     | 4,00  |
| Desvío estándar |          | 2,06                          | 1,70   | 2,27                                      | 1,89                                     | 2,20  |
| Rango           |          | 7,00                          | 7,00   | 7,00                                      | 7,00                                     | 7,00  |
| Mínimo          |          | 1,00                          | 1,00   | 1,00                                      | 1,00                                     | 1,00  |
| Máximo          |          | 8,00                          | 8,00   | 8,00                                      | 8,00                                     | 8,00  |

|                 |          | Gostaríafrecuentar lugares frecuentados por santiagues@s | Interésalle máis a visita que tiña programada | Esta expo pode mudar a súa percepción |
|-----------------|----------|--|---|---------------------------------------|
| N               | Válido   | 68   | 58  | 68                                    |
|                 | Perdidos | 5  | 15  | 5                                     |
| Media           |          | <b>6,91</b>  | <b>3,98</b>                                   | <b>4,82</b>                           |
| Mediana         |          | 7,00   | 4,00  | 5,00                                  |
| Desvío estándar |          | 1,47   | 2,13  | 2,30                                  |
| Rango           |          | 6,00   | 7,00  | 7,00                                  |
| Mínimo          |          | 2,00   | 1,00  | 1,00                                  |
| Máximo          |          | 8,00   | 8,00  | 8,00                                  |

Como pode notarse –só como indiciario e sen valor estatístico notábel–, declárase que este tipo de información pode modificar a visita (4,18) e mesmo os intereses da persoa visitante (3,98) e, sobre todo, a propia percepción (4,82).

Estes inquéritos utilizámoslos, igualmente, para poder definir indicadores de calidade da visita, tanto por parte da comunidade local como da visitante, xa que este asunto constitúe unha das dimensións dos nosos proxectos.

## IV.

# VALORIZACIÓN

Consideramos que os resultados (com)proban que este proceso de compartillamento de resultados e traballo con entidades, axentes e persoas interesadas no proceso é frutífero, en varias dimensións. As persoas reciben con agrado e interese o coñecemento de resultados de investigación e isto manifesta igualmente un espazo de encontro promisor entre sociedade e ámbitos de investigación académica. Mesmo parece plausíbel pensar que a xeración de hábitos académicos neste sentido pode alicerzar aínda máis este tipo de propostas e as súas utilidades. A pesar do volume de datos importante que era transmitido e da sobriedade de medios (reducidos á exposición gráfica), o traballo de Pinal + García-Alén revelou-se verdadeiramente importante para a transmisión dos contidos, facendo que unha exposición, cuxa lectura pode cifrarse no entorno dos 20 minutos, tivese un impacto positivo nas persoas visitantes.

No particular caso da exposición de resultados, aínda que o grao de sorpresa dos resultados non é alto, o índice de recomendacións parece indicar que ao estaren concentrados, sistematizados e verificados, os datos resultan de importancia para o seu contraste e valorización.

De resto, constatamos, como se verá nas páxinas seguintes, que contribuímos, na medida das nosas posibilidades, para a xeración ou desenvolvemento na cidade dunha dinámica de participación e activación sociais, e parece relevante para a sociedade que este tipo de propostas teñan maior desenvolvemento e presenza.

Podemos contar, en termos aproximados e por observación periódica, que durante as semanas en que a exposición se encontrou publicamente dispoñíbel na Alameda houbo unha media diaria de entre 75 e 100 visitas de calidade (entendendo que estas son as realizadas por persoas que dedicaron máis de 5 minutos á lectura), o que é unha cifra relevante, sen dúbida.

A nosa é, pois, unha valorización extraordinariamente positiva; mais non exenta de erros e dificultades, entre os cales podemos citar estas:

- a) Con respecto ao deseño e selección de informacións: a intelixibilidade dos datos e das análises é un verdadeiro desafío, pois é grande a dificultade para traducir resultados de investigación desta clase en

- propostas expositivas e de divulgación (salvado, en moitos casos, por termos traballado cun equipo de deseño e produción expositivos, Pinal + García-Alén e *Insólito*, verdadeiramente competente).
- b) En relación ao pouco costume das persoas de asistir a esta clase de actividades: en certos casos (e como consecuencia diso), percíbese unha tendencia dalgunhas persoas para reaxiren en forma de *dejá vu* ou, no seu contrario, de descrédito dos resultados –bastante propio, aliás, de resultados no ámbito das Ciencias Sociais e Humanas.
  - c) A partir das respostas, puidemos máis unha vez constatar que hai persoas e sectores que interpretan este tipo de eventos como resultados de proxectos da Cámara Municipal ou aproveitan para facer manifestacións políticas ou doutra índole, por exemplo nas follas de cuestionarios.
  - d) Canto á participación nas mesas redondas: foi notábel no que se refere a entidades e persoas envolvidas, mais o público asistente era pouco, talvez por causa de falta de interese, sobrecarga, mal período de programación, lugar de celebración, comunicación deficiente ou ineficiente... As hipóteses están abertas e en exame.
  - e) No que se refere á implicación das persoas investigadoras: a falta de recoñecemento profesional deste tipo de actividades aínda sendo superada polo forte compromiso do Equipo, ten un evidente efecto desmoralizador e desgastante; e impide levar a cabo funcións que achamos moi importantes (por exemplo, no pouco tempo que puidemos dedicar a isto, a interacción entre visitantes á exposición e membros do Equipo, verdadeiramente relevante).
  - f) Con respecto á relación destas accións con Axendas nacionais e internacionais: existe espazo para as futuras reflexións que o grupo estimar oportunas, xa que accións como esta poden, por exemplo, satisfacer ou complementar de maneira notábel algúns dos 17 Obxectivos de Desenvolvemento Sustentábel (ODS), indicados pola ONU ou, ao menos, ofrecer reflexións na sociedade para enfrentar algúns deles, como os números 8 –Traballo Digno e Crecemento Económico, 10 –Redución de Desigualdades e, aínda, 15 –Vida de ecosistemas terrestres *Vida na terra*, polo tipo de economía e relación coa sustentabilidade e a afectividade identitarias (identidades xeradas polos afectos a fenómenos, elementos tanxíbeis ou intanxíbeis) da comunidade local; tamén poden evidenciar carencias a colmatar.

### **Reflexións sobre o Compromiso Social Investigador e o seu desenvolvemento**

O presente volume complementábase co relativo ás exposicións sectoriais; en todo o caso, deixamos aquí algunhas reflexións sobre o CSI e o seu desenvolvemento neste proxecto, no seu conxunto.



Ficaron expostos, anteriormente, aspectos relativos a un proceso en curso, tanto no proxecto divulgativo do Equipo como nas súas derivacións. Porque entendemos o Compromiso Social Investigador (CSI) como un proceso permanente, con diferentes graos, fases e interlocutores. Consideramos que o CSI (como tamén o Compromiso Social no proceso de Ensino – Aprendizaxe) debe constituir unha das misións fundamentais das universidades, para alén de ensino, investigación e promoción do auto-emprego de estudantes ou pesquisadoras (comunmente chamada, ás veces de modo equívoco, emprendedorismo); isto tanto pola propia natureza do senso da pesquisa, que busca coñecer –é coñecemento– para mellorar a vida das persoas, como por traballar con recursos públicos e por poder ofrecer alternativas de actividade social e/ou profesional non dependentes de eventuais intereses que actúen contra os principios xa indicados. Neste sentido, poden ser consideradas tres dimensións, no mínimo: a difusión e divulgación de resultados; a transferencia deles e dos modos de seren obtidos para axentes ou entidades profesionais ou sociais; a cooperación para mellorar a calidade de vida do conxunto ou de sectores das comunidades con que se traballa e que son estudadas.

Nesas derivacións, a transferencia de coñecementos e resultados producidos pola universidade pode ter diversas funcionalidades, tanto no campo social como no cultural e profesional, e debe ser obxecto de promoción e divulgación, nos medios de comunicación masivos e tamén nos especializados. Acreditamos, por exemplo, que a asesoría a empresas públicas e privadas é unha liña de traballo interesante, pois aborda o emprendedorismo do punto de vista do auto-emprego, de pequenas empresas e de desenvolvemento profesional en varias dimensións: a incorporación de sinerxias entre universidades e empresas e os procesos de transferencia (*spin-offs*, aquí, mais amplamente entendido como transferencia entre Universidade e Empresas); posibilidade de rentabilizar a pesquisa pola súa capacidade de crear emprego; oportunidades de innovar a través do relacionamento coas esferas de pesquisa; e, por último, mais non menos importante, a provisión de recursos para impedir a aniquilación de profesionais por grandes corporacións perante a falta de posibilidades de desenvolvemento empresarial, ou para evitar depender de grandes tendencias transnacionais ou presentar altas taxas de vulnerabilidade ao mercado. Na transferencia de resultados e como liña de traballo, é aínda máis relevante do que as anteriores, se cabe, o traballo social a desenvolver cos sectores, particularmente cos de menos recursos ou máis desfavorecidos, no sentido de compartir coñecementos e fórmulas que fagan crecer e consolidar o seu benestar.

No caso que nos ocupa e como parte integrante do noso proxecto expositivo relacionado con Santiago de Compostela, situamos nesa liña parámetros como perdas de poboación ou reorientacións da actividade comercial en

función das persoas visitantes –especialmente evidenciados na Zona Vella– que se traducen na referida perda de relacionamento social e(n) espazos emblemáticos, evidenciando a posíbel existencia de conflitos de interese de grupos dentro da comunidade local e tamén entre sectores desta e visitantes, o que pode estar significando unha perda de cohesión social a medio ou longo prazo. Ábrese aquí, como noutros casos, unha esfera de subxectividade e cálculo sobre a evolución dos (pretensos) síntomas que fai difícil formular propostas de solución, sobre todo se os problemas non foren sentidos polo conxunto da poboación da cidade ou se a eles se mostraren indiferentes; isto coloca un desafío importante en termos de Compromiso Social Investigador que queremos deixar aquí anotado. Por motivos ligados coa nosa concepción ética da investigación, tanto no sentido das informacións obtidas como na finalidade da análise das mesmas, a divulgación dos resultados para a sociedade en xeral e, moi particularmente, na comunidade obxecto de estudo debe estar presente na axenda investigadora; trátase de facer divulgación, esclarecemento, debate e retro-alimentación tendo presente a calidade de vida e a cohesión do conxunto da comunidade. Isto ten que ver, en parte, con aquilo que enunciámos como Compromiso Social Investigador: o traballo cooperativo e/ou colaborativo cos sectores da comunidade para conseguir eses mesmos obxectivos de melloría da calidade de vida e da cohesión, con prioridade para as persoas con menos recursos ou en situacións máis desfavorecidas.

Este é, como antes se indicaba, un asunto complexo e discutíbel: a investigación debe estar sempre submetida a rigor e verificabilidade; ao mesmo tempo, o que está en causa é a pertinencia de que o Equipo investigador traballe coas persoas con quen interactúa na súa investigación para conseguir os obxectivos referidos; nesta esfera, pode abrirse un longo e complexo debate sobre a oportunidade de actuación da persoa investigadora como cidadá activa, con respecto a se a súa interacción coa comunidade invalida ou perturba o seu traballo ou se, mesmo, debe interactuar, como tal investigadora, coa comunidade. A resposta fácil pode ser negativa mais de efecto *boomerang* sobre cal debe ser o obxecto ou un dos obxectos últimos da investigación (ao menos, da realizada con diñeiros públicos). O desenvolvemento dun traballo conxunto, coa delimitación do papel de cada quen e a actuación en consecuencia, é difícil e reclama moita auto-reflexión e auto-análise, no sentido formulado por Pierre Bourdieu (2004).

#### IV.1. Mesas redondas

Con motivo da exposición *A Cidade, o Camiño e Nós*, inaugurada no día 3 de maio de 2019, o Equipo do proxecto organizou unha serie de mesas redondas con diversos axentes sociais implicados na cidade. A serie compúxose de 8

mesas redondas celebradas entre maio e xuño de 2019 e realizadas –salvo no caso en que, procurando sinerxias no ámbito da economía, se preferiu a Cámara de Comercio compostelá– en dúas localizacións do Instituto de Ensinanza Secundaria Rosalía de Castro. A escolla deste centro educativo non foi casual, xa que reúne criterios funcionais e simbólicos adecuados para aquilo que se pretendía coa organización dos encontros: en termos de situación, encóntrase na rúa de San Clemente (que ten o nome do seu fundador, Juan de San Clemente y Torquemada), estratexicamente posicionado na entrada da Zona Vella da cidade de Santiago, ladeado polo paseo da Alameda e a un paso da Zona Nova ou Ensanche compostelano; en termos simbólicos, trátase dun espazo emblemático xa que por este edificio de máis de 400 anos pasaron milleiros de estudantes de Compostela e as pedras desta construción foron testemuñas das mudanzas que, ao longo dos tempos, se produciron na cidade, no Camiño e nas súas xentes; en termos funcionais, a popularidade deste instituto entre as persoas residentes en Santiago facilita a convocatoria e asistencia das diferentes personalidades que participaron nestas actividades de opinión e reflexión.

**ATIVIDADES DE DEBATE  
PARALELAS A EXPOSICIÓN**

Todas as actividades están subordinadas ao asunto central da exposición e terán lugar na **Sala de Actos do Instituto Rosalía de Castro**, excepto indicación expresa neste programa, **de 19:30 a 21 horas**. Toda a información en [redgalabra.org](http://redgalabra.org)

- 9 de maio    Encontro cos grupos políticos con representación no concello.
- 16 de maio    Encontro con Asociacións Veciñais: Zonas de intensidade turística e comercial.
- 23 de maio    Encontro con Asociacións Veciñais: O rural, zonas emerxentes e periferia da cidade. Ou Comerciantes, restaurantes e produtores agrícolas locais.
- 4 de xuño    Encontro con representantes da USC, Catedral, CETUR: A cidade patrimonial, universitaria, relixiosa, turística, habitábel ...
- 5 de xuño    Encontro con comerciantes, restaurantes e produtores/as agrícolas locais
- 6 de xuño    Encontro con comerciantes da Zona Vella: A actividade comercial singular na parte antiga da cidade.
- 13 de xuño    Encontro con representantes comerciais, empresariais e sindicais: A actividade comercial e empresarial e a cidade na Cámara de Comercio.
- 18 de xuño    Encontro con especialistas en turismo e urbanismo. + Encerramento da exposición "A Cidade, o Camiño e Nós" (na Sala de Actos da Facultade de Filosofía).





## Mesas redondas

Todas as mesas redondas foron gravadas no momento e posteriormente editadas para seren disponibilizadas no canal Youtube da Rede Galabra ([https://www.youtube.com/channel/UC\\_akb1ucWlQyucD8zx6XPxw/featured](https://www.youtube.com/channel/UC_akb1ucWlQyucD8zx6XPxw/featured)), a fin de que a cidadanía poida facer consulta pública das mesmas, tanto integralmente como en formato reducido.

A seguir, presentamos cada unha das mesas redondas, na orde en que foron realizadas, indicando quen foron os participantes e cales foron os asuntos en debate, e as principais cuestións tratadas.

### **9 de maio de 2019 – Encontro cos grupos políticos con representación no Concello: Visións políticas sobre a cidade en tempos de campaña electoral**

O Equipo pertencente a Galabra púxose en contacto cos diferentes grupos políticos con representación no concello de Santiago de Compostela para convidalos a integrar esta mesa de abertura, tendo accedido a participar as seguintes persoas: Marta Lois, concelleira de Igualdade, Desenvolvemento Económico e Turismo e por aquela altura do grupo político Compostela Aberta; María Antón, por parte do Partido Popular; Gumersindo Guinarte, representando o Partido Socialista de Galicia – Partido Socialista Obrero Español; e Goretti Sanmartín, por parte do Bloque Nacionalista Galego. A moderación foi realizada por Zósimo López, profesor da *Universidad Internacional de La Rioja* (UNIR) e membro do Equipo de Investigación do proxecto.



De esquerda a dereita: Marta Lois, María Antón, Zósimo López, Gumersindo Guinarte e Goretti Sanmartín

Na aproximadamente hora e media que durou esta mesa redonda, tráronse dúas ideas principais: a estratexia turística da cidade de Santiago de Compostela e a xestión do turismo dentro da cidade e no concello, para crear unha cidade que sexa ao mesmo tempo boa para vivir e para visitar.

No que se refere á estratexia turística de Santiago de Compostela reflexionouse sobre cal é a clase de turismo que se quere para a cidade, habendo consenso entre as persoas representantes dos grupos políticos á hora de entender como fundamental que se comece pola promoción no lugar de orixe do turismo potencial e que se consiga que as persoas visitantes pasen varias noites na cidade; tamén se apuntou que Compostela debe ter unha estratexia turística diferenciada da que propón a Xunta de Galicia para o Camiño de Santiago e se observou unha apreciación común no sentido de vencer a imaxe de “cidade santuario”, que está a tornarse hexemónica para Santiago, referindo datos de entidades turísticas para ratificar que as motivacións relixiosas non son as principais razóns declaradas para visitar Compostela.

Con respecto á xestión do turismo, unha das ideas máis repetidas foi a de que na cidade que se desexa exista unha gobernanza en harmonía con turismo responsábel, mais non hai coincidencia sobre o mellor modo de xerir o turismo dentro da cidade e do concello. Resultando evidente que a principal necesidade será ter coñecemento sobre como ordenar a presenza e cantidade de visitantes, de modo especial na parte urbana e, nomeadamente, na Zona Vella, valórase a denominada “Taxa turística” como un imposto de regulación das visitas –sobre todo na “améndoa”–, mais existen opinións diverxentes sobre a conveniencia da implantación. Maior converxencia maniféstase ao apuntar unha vontade de distribuír o turismo dun xeito máis homoxéneo ao longo da cidade e tamén coa finalidade de establecer políticas para xestionar as áreas saturadas polo turismo, á vista das consecuencias que ten a concentración da presión turística, por exemplo, en forma de xentrificación e falta de servizos para locais na Zona Vella, de encarecemento desproporcionado dos prezos da vivenda, de aumento de aloxamentos de uso turístico, de proliferación de tendas de *souvenirs*... Para conseguir frear ou mesmo reverter a situación actual é indispensable que haxa condicións de facer vida cotiá na Zona Vella e que os habitantes non se sintan desprazados polo influxo turístico.

Matizouse que o negocio do turismo local de Santiago de Compostela está en mans de pequenas e medianas empresas, mesmo de empresas familiares, e foi apuntado como déficit que non existe unha promoción turística expresa para guiar as persoas rumbo á Zona Nova, de tal modo que continúa a haber unha barreira invisíbel a afastala da Zona Vella. Tamén se chamou a atención para a infrautilización do rico patrimonio rural do concello de Santiago de Compostela, feito ao que hai que sumar o aparente paradoxo de que sexa aquí onde se encontran tramos dos peor conservados de todo o Camiño de Santiago. Resaltouse, aínda, que, segundo os datos ofrecidos polo estudo do grupo Galabra, hai sorprendentes omisións e descoñecemento de referentes

como a Universidade, os museos ou a Cidade da Cultura, por parte de quen visita Santiago.

**URL da 1ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=TXq4PR6qGF0&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF>



### **16 de maio de 2019 – Encontro con Asociacións Veciñais: Zona Vella / Zona Nova**

Considerando que as asociacións veciñais son as principais entidades de encontro, dinamización e organización nos barrios e que, segundo os datos que constan no Concello de Santiago, existían en marzo de 2018 61 destas asociacións<sup>6</sup> en Compostela, optouse por organizar dúas mesas redondas con este tipo de colectivos, a fin de colocar as diversas necesidades e oportunidades por eles detectadas.

No primeiro destes encontros foron situadas no foco, a través das entidades asociativas de moradores, as áreas que concentran unha importante actividade comercial e fluxo de persoas, incluíndo un elevado número de visitantes, isto é, a Zona Vella e a Zona Nova de Santiago. Esta mesa redonda contou coa participación das seguintes persoas: Mercedes Vázquez, pola

---

<sup>6</sup> [http://santiagodecompostela.gal/medi/departamento/atencion\\_cidadan/Participacion\\_Cidada/Asociacion\\_vecinos\\_2018\\_sin\\_nombres.pdf](http://santiagodecompostela.gal/medi/departamento/atencion_cidadan/Participacion_Cidada/Asociacion_vecinos_2018_sin_nombres.pdf) (Recuperado a 15 de marzo de 2019).

Asociación de Veciños Xuntanza, do barrio de San Pedro; Xulia Guntín representando a Asociación de Veciños do barrio de Santa Marta – Choupana; Xosé Manuel Durán da Asociación de Veciños Raigame, do barrio do Ensanche; e Marcos Pombo en representación da Asociación de Veciños do Casco Histórico. A moderación da Mesa foi realizada polo investigador social Luís G. Cuntín do Campo.

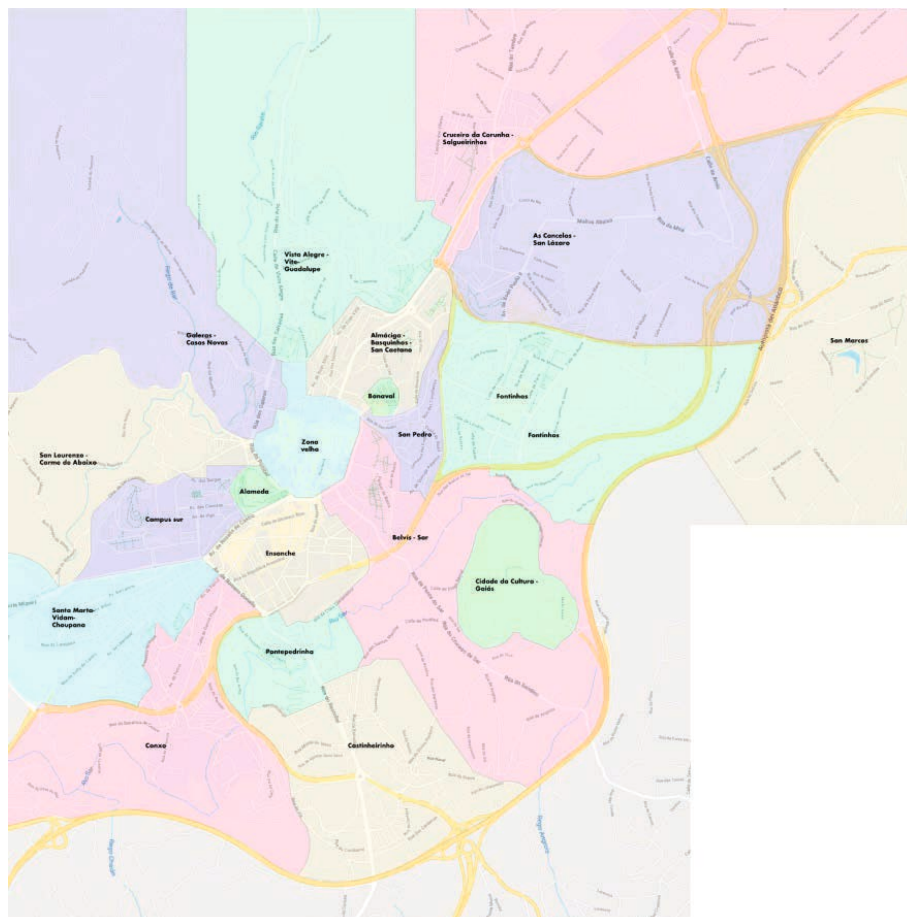


De esquerda a dereita: Mercedes Vázquez, Xosé Manuel Durán, Luís G. Cuntín do Campo, Xulia Guntín e Marcos Pombo

Conforme podía suxerir xa o título escollido para a actividade, “Encontro con Asociacións Veciñais: Zona Vella/Zona Nova”, ao colocar en contraposición ou mesmo en oposición as áreas que (máis ou mellor) representan o vello e o novo da urbe compostelá, ao longo do debate ficou evidenciado que, para alén das fronteiras xeográficas materiais, existen tamén fronteiras psicolóxicas a dividir zonas, identidades e actividades. Rúas como a Senra, Romero Donallo ou a Avenida de Lugo crean liñas que parecen delimitar o(s) centro(s) ou parte(s) nuclear(es) de Compostela con respecto ao que pode ser entendido –dependendo das diversas visións ou concepcións da cidade que teñan os seus habitantes– como a(s) súa(s) periferia(s).

Importa notar que, aínda pertencendo á mesma cidade, os catro barrios aquí representados (San Pedro, Santa Marta – Choupana, Ensanche e Casco Histórico) presentan varias diferenzas e distintas percepcións en relación á habitabilidade, á xentificación e ao turismo.





Espazo urbano e periurbano de Santiago de Compostela

## Barrio de San Pedro

Segundo os representantes veciñais, neste conxunto habitacional están censadas por volta de 8.000 persoas, aínda que se estime que viven nel ao redor de 1.000 máis. A zona concentra uns 300 negocios, o que dá idea da vitalidade desta área, na cal as xentes desenvolven outras actividades para alén das propiamente residenciais. De feito, San Pedro goza de gran dinamismo social e é (re)coñecido pola movimentación cultural xerada pola veciñanza, apesar de ser un barrio con escasos equipamentos públicos para albergar as propostas.

O feito de que a metade do territorio asociado a este barrio se encuentre dentro da área catalogada como Patrimonio da Humanidade resulta de enorme importancia ao nivel turístico, mais resta atractivo en termos de habitabilidade porque



a falta de servizos como internet de alta velocidade ou gas cidade dificulta a residencia prolongada.

Sen dúbida, a referencia conceptual á “Zona Vella” de Santiago de Compostela deixa marxes ao subxectivismo, porque tanto se refere ás edificacións que se sitúan dentro da antiga muralla como inclúe outros lugares que poden ser entendidos como entrada á urbe. San Pedro é un deses “barrios (de) entrada”, pois por el decorren os últimos metros do Camiño Francés e do Camiño Primitivo –as rotas máis frecuentadas do Camiño de Santiago–, achegando quen peregrina á coñecida como Zona Vella, dentro da cal dan os últimos pasos que conducen á (meta da) Catedral. De acordo cos datos coñecidos, do total de 327.378 camiñantes que chegaron a Santiago de Compostela en 2018<sup>7</sup>, máis de douscentos mil –exactamente 201.237, que representan 61,47% do volume– entraron pola rúa de San Pedro. Isto permite calcular que a cantidade de turismo determina ou condiciona o día a día neste barrio e, ademais, que ese tipo de afectación na vida rotineira de residentes é, con certeza, aínda maior na área da cidade histórica, que soporta unha presión superior.

### **Barrio do Casco histórico**

O representante veciñal desta zona sinala as obvias mudanzas de natureza dos pequenos comercios, cunha evidente orientación ao turismo que fai que a Zona Vella teña perdido ultramarinos ou comercio singular de servizos diversos, que foron convertidos en tendas de *souvenirs*. Mais é importante sinalar que, aínda sendo importante o problema do turismo, a principal preocupación manifestada desta área, segundo este interveniente, reférese á falta de servizos e facilidades para a habitabilidade na zona, que vai inevitablemente asociada a un progresivo despoboamento dela. Do mesmo modo que en San Pedro, acúsase a ausencia de fibra óptica e de gas natural e detéctase, ademais, que esas deficiencias son agravadas polas restricións no acceso con automóbil á área e coa falta de lugares para estacionar os vehículos, mais tamén coa limitada oferta de comercios de produtos básicos orientados aos habitantes. Igualmente, son destacadas as numerosas dificultades que deben encarar as persoas propietarias na tramitación das xestións burocrático-administrativas focadas á realización de reformas ou alteracións na construción orixinal que permitan adaptala aos novos modos e ás comodidades dun fogar do século XXI.

---

<sup>7</sup> Trátase do ano máis recente dispoñible na actualización de estatísticas da Oficina do Peregrino. Fonte: <http://oficinadelperegrino.com/wp-content/uploads/2016/02/peregrinaciones2018.pdf> (Recuperado a 30 de xuño de 2020).

### **Barrio de Santa Marta – Choupana**

Este é, como o de San Pedro, outro “Barrio entrada” das rotas do Camiño de Santiago, pois por el pasan os coñecidos como Camiño Portugués e Rota Xacobeá en barco. A pesar diso, a representación veciñal declara non detectar problemática co fluxo da peregrinación nin presenza importante do tema nas conversas, contrariamente ao que acontece co crecemento da cidade cara a esta zona. A preocupación con este fenómeno relaciónase coa construción intensiva producida na área desde o ano 1999, cando comezou a funcionar o novo Complexo Hospitalario Universitario de Santiago (CHUS). Con ela viñeron mudanzas para o barrio, que desde os anos 50 viña sendo conformado por persoas que traballaban en fábricas e empresas da área compostelá e aí foran adquirindo vivendas de nova construción enfocadas como residencias. Así, está a producirse unha transformación, marcada pola grande actividade construtiva e movimentación inmobiliaria da actualidade, que, na percepción da veciñanza, non só fai que a zona de Santa Marta – Choupana se vexa afectada actualmente pola especulación inmobiliaria como, tamén, que o outrora barrio obreiro se torne “barrio profesional”, advertíndose certa falta de integración entre as persoas establecidas no lugar desde longa data e as novas residentes que están a chegar.

### **Barrio do Ensanche**

Esta zona, na cal se encontran censadas aproximadamente 16.000 persoas e cuxa media de idade ronda os 48 anos, é considerada por boa parte da cidadanía de Compostela un lugar comercial e de servizos. Os datos que constan na Cámara de Comercio mostran, de feito, que nela existen 1025 comercios censados (en inicios de 2019); importa considerar que 250 deses negocios son de hostalaría, o que dá unha idea de que o Ensanche serve, ademais de para adquirir produtos e servizos, como zona de convívio, de estar e de desfrute entre persoas. Unha das necesidades, no que se refere á actividade cultural e de lecer, é a falta de equipamentos culturais na zona para dinamizar as aproximadamente 25.000 que aquí residen e ás 40.000 persoas que aquí fan vida a diario.

O barrio do Ensanche compostelán representa unha realidade singular nesta cidade, pois, a pesar da súa proximidade ao foco principal de atracción turística de Santiago, fica para alén da rúa da Senra que funciona a modo de “fronteira psicolóxica”, retendo o turismo na parte antiga de Compostela e facendo, en certa forma, que as persoas visitantes non traspasen este límite rumbo á ignota zona designada como nova. Trátase, por tanto, dunha área non (ou pouco) frecuentada por turistas, motivo polo cal no barrio existe a demanda –trasladada pola representación veciñal– de políticas turísticas que visen derivar o turismo cara á Zona Nova. No entanto, cabe apuntar, en

referencia á turistificación da cidade, o paradoxo que aquí se dá pola existencia dunha densidade importante de pisos turísticos que, no entender das asociacións, funcionan ben como aloxamentos na vertente comercial mais provocan unha certa alerta entre a veciñanza polas repercusións que teñen sobre a convivencia.

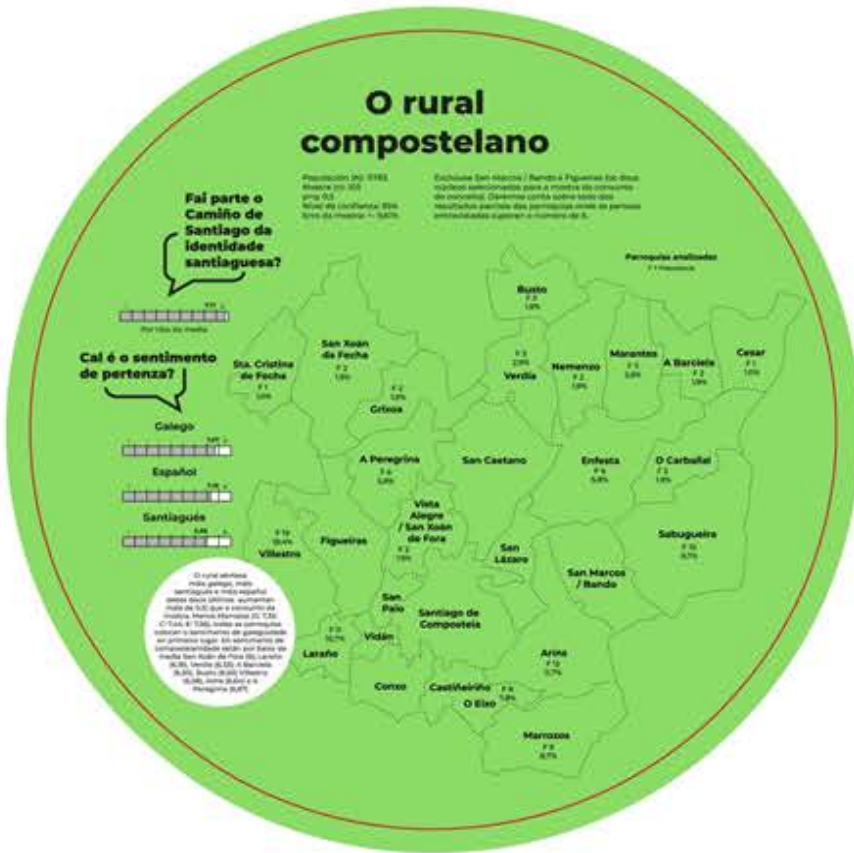
**URL da 2ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=gxT6CbS-fvPg&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF&index=10>



### **23 de maio – Encontro con Asociacións Veciñais: rural e zonas (re)emerxentes**

A segunda das mesas dedicadas ás Asociacións de Veciñas/os do concello intitulouse “Santiago de Compostela: barrios (re)emerxentes e mundo rural”. Nela participaron as seguintes persoas: Cruz Vázquez Veiga, representante da AAVV San Cristovo de Enfesta e presidenta da Federación de Asociacións Veciñais do Rural de Santiago (FERUSA); David Ríos Martínez pola AAVV Álvaro Cunqueiro da zona de Vista Alegre – Vite; Emilio Cao Vázquez en representación da AAVV de Marrozos; Eva Armental pola AAVV Conxo Aberto; e Fátima Rodríguez Figueiras representando a AAVV As Marías da zona dos Basquiños. A moderación da mesa foi, nesta ocasión, feita polo profesor Elías Torres Feijó.

Colocáronse en debate as necesidades e as oportunidades que estas diversas áreas detectaban con respecto á súa visión e relación coas restantes áreas da



Painel con mapa das parroquias do concello de Santiago, procedente da exposición sectorial “A Cidade e quen a habita”

cidade, coas persoas que a visitan e co tipo de actividade comercial existente na parte urbana e no conxunto do Concello.

### Barrio de Conxo

O sentimento xeneralizado dos habitantes de Conxo é, segundo palabras extraídas deste encontro, de forte identidade e pertenza ao seu barrio. Unha das posibles razóns para explicar este sentir pode encontrarse (e relacionarse con ela) na autoimaxe de aldea e, ao mesmo tempo, de periferia do núcleo urbano de Santiago. Mais non se debe esquecer que Conxo foi concello independente entre 1835 e 1925, aínda que actualmente sexa un barrio que, debido ao aumento demográfico de Compostela, atrae persoas que desexan vivir perto do centro urbano de Santiago.

Relativamente ao turismo, non parece ser considerado como un fenómeno que afecte as persoas cuxa vida é feita neste barrio e mesmo existe unha aparente demanda de visitantes para a zona cando se apunta que a visita turística non debe limitarse samente á parte antiga de Santiago e se propón que vaian visitar Conxo, que conta no seu patrimonio, entre outros valores, co Mosteiro da Mercé, con petroglifos ou co Castelo da Rocha.



De esquerda a dereita: Fátima Rodríguez Figueiras, Eva Armental, Elias Torres, Emilio Cao Vázquez, Cruz Vázquez Veiga e David Ríos Martínez.

### Vista Alegre

O barrio de Vista Alegre ten xa certa experiencia con respecto á poboación flutuante, por causa da presenza dun número importante de estudantes universitarias/os. A existencia de apartamentos dedicados ao aluguer para estudantes e/ou de outros orientados á actividade comercial en forma de “pisos turísticos” afecta –con independencia do estado de legalización en que se encontren– a poboación local que está a procurar vivenda no seu barrio de orixe. Así, un dos problemas que se sinala nesta mesa é que, debido a unha falta de política de vivenda, foron moitos os composteláns que tiveron que partir para se estableceren fóra desta zona.

Alén de pensións e pisos de aluguer, este barrio dispón dun colexio maior –o Colexio Maior Xelmírez, fundado por orde ministerial de 27 de febreiro de 1967 e xestionado pola congregación dos irmáns Maristas– e da residencia universitaria do Burgo das Nacións, para atender o importante volume de poboación estudantil, especialmente ligada ás veciñas facultades de

Ciencias Económicas e Empresariais e, sobre todo, de Filoloxía e de Ciencias da Comunicación. Con esas edificacións e, tamén, coa proxección do Auditorio de Galicia, conseguiuase a vertebración do barrio coa Zona Vella, facilitando sen dúbida a instalación dun hotel de cinco estrelas que veu complementar os servizos de aloxamento coa súa clara orientación a congresos e eventos.

O barrio é moito máis extenso do que se pensa, pois comprende outras áreas que, segundo os representantes veciñais, non son coñecidas por quen visita a cidade turisticamente e nen sequera polos propios cidadáns do concello de Santiago. Talvez por causa diso e a pesar da existencia de rico patrimonio natural –como o que representa o paseo do río Sarela, onde a práctica da pesca, de camiñadas e de máis actividades lúdicas de exterior pode ser desenvolvida con grande facilidade–, non parece demandarse un modelo de turismo para a distribución da presenza dos numerosos visitantes a Compostela e, portanto, da afectación que iso implica ou pode provocar. Tamén pode pesar o feito de o barrio se sentir relativamente abandonado ou preterido, sobre todo a nivel turístico, porque por el non pasa o Camiño de Santiago e porque non conta con infraestruturas suficientes e adecuadas para acoller visitantes.

### **San Cristovo de Enfesta - Federación de Asociacións de Veciños do Rural**

Segundo a representante veciñal desta área de Compostela, no rural non se ten turismo ou, no mínimo, non existe a percepción de que o haxa. É por esta razón que a asociación de veciños de Enfesta se interroga con respecto á relación que as persoas visitantes establecen co mundo rural compostelán –en particular, as peregrinas que o atravesan– e, a partir da federación de asociacións de veciños do rural, se demandan datos que permitan coñecer as percepcións delas sobre as áreas rurais de Santiago.

### **Marrozos**

Considerando a superficie de Santa María de Marrozos con respecto ao espazo polo cal o Camiño transita nela e, tamén, que o fluxo desta rota non é moi importante, os representantes veciñais da parroquia interpretan que aí non existe conflito. Mais transmiten o problema que detectan na identificación estreita do Camiño de Santiago co destino final, isto é, a sensación de unión do mesmo co núcleo urbano. Por outro lado, apuntan a perda de espazos na cidade e as dificultades de mobilidade que enfrentan quen reside en Marrozos, especialmente en termos de transporte público para se conectaren co núcleo urbano, o que motiva que esta veciñanza se sinta desprazada do centro da cidade.

### **Espírito Santo, Santa Clara, Ulteira, Basquiños e San Roque (AA.VV. As Marías)**

Nesta asociación veciñal organízanse persoas moradoras das rúas Espírito Santo, Santa Clara, Ulteira, Basquiños e San Roque, que, aínda ocupando espazos ben próximos da chamada “améndoa” compostelana, se consideran parte dun “barrio aldea” ou unha burbulla habitacional, segundo a súa representación. Con esta caracterización, non notan nin manifestan afectación do turismo na vida do día a día da zona, aínda que aprecien que a proximidade da estación de autobuses provoca certo fluxo na área, non só de peregrinas mais tamén de estudantes, veciños e visitantes en xeral.

Como sucede en Santa Marta – Choupana, neste barrio tamén se detecta que as novas persoas aí instaladas non conectan coa veciñanza establecida desde hai décadas.

**URL da 3ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=57TPwYoNp-w>



### **4 de xuño – Encontro con representantes da USC, Catedral, CETUR: A cidade patrimonial, universitaria, relixiosa, turística, habitable...**

A mesa redonda “Santiago de Compostela: Perfís da cidade” celebrouse no día 4 de xuño coa participación de diversos representantes institucionais de Santiago de Compostela. O panel foi conformado polas seguintes persoas: Belén Hernández, Xerente do Consorcio de Santiago; Gumersindo Feijóo,

Vicerreitor de Planificación e Proxección Estratéxica da USC; Jorge Duarte, concelleiro de Espazos Cidadáns naquela altura; Rubén C. Lois, coordinador do Grupo ANTE, de Análise Territorial da Universidade de Santiago de Compostela; e Segundo Pérez, Deán da Catedral de Santiago. O moderador foi o investigador social Luís G. Cuntín do Campo.

Como indicaba o título, neste encontro foron colocados para comentar e debate os diversos perfís de Santiago, isto é, cuestións relativas á convivencia e posíbel harmonía entre eles, á cohesión da cidade, á relación e influencia que eses varios perfís teñen ou poden ter na vida das persoas residentes, na actividade de Compostela e na relación establecida con visitantes e turistas. Igualmente, tratouse a percepción que as persoas, tanto visitantes como locais, teñen da cidade, dos espazos públicos e das varias entidades con maior peso nela.

A representación do Consorcio de Santiago apreciou, no tocante á exposición, a importancia dos datos recollidos –como resultado dunha investigación previa– sobre sentires e pareceres, sobre todo porque costuman ser escasos. Un dos máis destacados pode ser o de desafección con respecto á Zona Vella, tanto para vivir nela como para traballar, demostrada pola fuga de residentes, que foron abandonando a parte antiga de Compostela á procura de melloras e comodidades como garaxes ou calefacción, e polo abandono de edificios por parte de empresas e institucións, incluíndo a Xunta de Galicia ou a Universidade de Santiago de Compostela.

Da Vicerreitoría de Planificación e Proxección Estratéxica da USC obsérvase que hai unha posíbel falta de vinculación entre esta universidade e as cidades que a albergan, isto é, Santiago e Lugo, ao mesmo tempo que se considera que unha ligazón máis potente podería axudar a fomentar unha comunidade sustentábel nas poboacións onde a universidade máis antiga da Galiza ten infraestruturas.

Somando ideas na liña do discurso anterior, da Concellería de Espazos Cidadáns traladouse a opinión de que a universidade non debería abandonar a parte antiga das cidades saíndo dos seus edificios históricos. Isto porque é un verdadeiro foco de dinamización habitacional e porque este tipo de dinamización está intimamente ligado á calidade de turismo. Esa calidade varía en función da posibilidade e capacidade que teñen as persoas visitantes de relacionarse coa poboación local e, consecuentemente, se non hai persoas locais, como está a suceder na Zona Vella de Santiago, non pode existir ese turista ideal.

Segundo a Coordinación do Grupo de Investigación ANTE, de Análise Territorial, existe un forte interese sobre o Camiño de Santiago no mundo académico. No que se refere á interpretación dos discursos creados sobre a cidade, afirmase que abunda unha percepción errada e magnificada do





De esquerda a dereita: Segundo Pérez, Gumersindo Feijoo, Luís Cuntín, Jorge Duarte, Belén Hernández e Rubén Lois.

centro histórico compostelán e que isto provoca moito uso e exceso de turismo na Zona Vella. Este fenómeno presenta en Compostela dúas ameazas importantes: a expulsión de residentes da “améndoa” por multiplicación de pisos turísticos e a banalización das paisaxes comerciais propiciada pola entrada de franquicias. Así mesmo, importa ter en conta que o Camiño de Santiago non é patrimonio exclusivo da cidade de Compostela e que hai cidades, como Astorga, que compiten pola identidade do Camiño.

Do cabido da Catedral de Santiago márcase claramente a posición de que a cidade de Santiago e o Camiño funcionan como vertebración de Europa e piar de valores ocidentais e cristiáns, ao mesmo tempo que se expresa a firme convicción de que cabe a esta cidade liderar o Camiño de Santiago. Así mesmo, o máximo órgano de xestión da Catedral compostelá manifesta o desexo de diversificar, valorar e recuperar os espazos xacobeos históricos na cidade e de procurar outros debido a que non hai edificios suficientes en propiedade da Igrexa para acoller os voluntarios que colaboran coa institución católica.

**Url da 4ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=8DexXGs-VcSQ&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF&index=11>



### **5 de xuño – Encontro con comerciantes, restaurantes e produtores/as agrícolas locais**

Facéndoa coincidir co Día Internacional do Medio Ambiente, a 5 de xuño celebrouse a mesa redonda “Comerciantes, restaurantes e produtores agrícolas locais” con participación de diversos profesionais da produción e da restauración local. No debate fixeron as súas intervencións as seguintes persoas: Carmen Freire, produtora/comercializadora agrícola; Manuel Fernández Gutiérrez, xerente administrador do Restaurante A Moa; Xavier Freire, Xerente da empresa Airas Catering; Rita Sobrado, vicepresidenta da Asociación de Hostelería de Santiago, da Área de Restauración. Actuou como moderador o profesor Emilio Carral Vilariño, membro do Galabra USC da área de Ecoloxía da Universidade de Santiago de Compostela.

A mesa, orientada a coñecer opinións e reflexións sobre a actividade comercial no ámbito do consumo, da oferta e da produción de alimentos e as relacións establecidas con quen visita a cidade de Santiago, parte dos resultados da investigación realizada, nos cales se encontra que case a metade das persoas que visita Compostela tiña pensado comer e/ou beber no tempo da súa permanencia na cidade. Inicialmente, os produtos máis referidos son o polbo e o arroz con lumbrigante, apuntando para un consumo previsto que se afasta do que é máis habitual para habitantes tanto da cidade como da Galiza. Mais tamén se observa que cando as persoas nos visitan máis dunha vez por ano, o consumo delas muda e pasa a ser moito máis parecido ao de residentes de Santiago, confluindo, por exemplo, na valorización do pan.



De esquerda a dereita: Rita Sobrado, Manuel Fernández Gutiérrez, Emilio Carral Vilariño, Carmen Freire e Xavier Freire.

No desenvolvemento da mesa foron colocadas diferentes opinións e reflexións sobre o papel que pode xogar a promoción do produto de proximidade e, no seu caso, de produción orgánica, considerando o punto de vista do beneficio económico-social-ambiental. Tamén se reflexionou sobre o potencial que estes modos produtivos presentan para articular un turismo non masificado, contemplando a posibilidade de transmisión dos valores da produción familiar –por exemplo, mediante visitas “reais” ás casas de labranza–, fuxindo de circuítos en que parece funcionar o modelo do parque temático.

Esta mesa redonda estivo dirixida especialmente ao mundo do comercio, da restauración, da produción e do consumo, así como a público en xeral, interesado por un consumo responsábel de baixo impacto, atraído polo desenvolvemento sociocomunitario e pola transmisión dos valores culturais asociados a un determinado modo de producir, de comercializar e de consumir, próximo do concepto de desenvolvemento sustentábel e tamén con encaixe posíbel nos de Biodistrito, que se refere á produción e subministro local de produción orgánica, ou de SAT, sistemas alimentares territorializados.

Carmen Freire estimou, como produtora/comercializadora agrícola con grande experiencia no sector, que na Galiza existe volume suficiente de produción para facer un abastecemento de produto fresco de proximidade a un mercado macro, mais apunta que para iso sería necesario haber máis produtoras comunicadas con compradoras e viceversa. Portanto, nota unha falta importante de comunicación e organización entre ambos grupos, entendendo que é básico contar cun canal de comunicación, un tempo e un espazo onde

poidan encontrarse as axentes –produtoras-compradoras-consumidoras-restauradoras– para así poderen establecer negociacións en diferentes escalas. Esta profesional da produción agraria afirma que as relacións humanas creadas entre quen produce e quen consome establecen un valor intanxíbel e que afianza os procesos de compravenda nunha economía sustentábel e de medio alcance xeográfico; ao mesmo tempo, destaca que estas relacións permiten tamén mostrar e valorar o traballo de cada unha das axentes que fan parte do proceso de cultivo do agro feito por pequenas produtoras. Non só se fai necesaria a produción de alimentos, tamén e moi importante xerar relacións sociocomunitarias.

O sentir xeral das persoas cociñeiras que traballan con produtos de calidade, entre as cales se encontra Manuel Fernández Gutiérrez, xerente administrador do restaurante A Moa, é o de que importa valorar o produto e pagalo de acordo coa súa calidade. Como cociñeiro e xestor da súa propia empresa restauradora –situada na Rúa de San Pedro– ten como filosofía de negocio, no referente á utilización de alimentos, a adquisición e tratamento de produto fresco, de época, comprado no mercado de Santiago ou de produto orgánico producido por pequenas empresas locais. Mais presenta o dilema que surge cando o crecemento do seu restaurante non consegue ser acompañado pola produción dos seus fornecedores, de modo que a filosofía de negocio pode verse alterada.

Ser fiel a un modelo sustentábel nun volume macro de vendas é moi difícil, como expón Xavier Freire, xerente de Airas Catering, empresa cunha capacidade produtiva de aproximadamente 8.000 menús diarios. Con estes números, existe certa dificultade para colocar produto fresco porque non todos os produtores locais poden xestionalo a grande escala, de modo que se torna necesario traballar con varios deles para un único produto. Este empresario afirma que debería conseguirse un modelo de negocio no cal todos os axentes (produtores locais, restauradores, provedores de servizos...) participasen en harmonía. No que se refere á relación que garda a gastronomía co turismo, xulga que o modelo de turismo gastronómico sustentábel debería ir en función do produto existente, tanto en relación á temporada como á cantidade, para respectar vedas e sistemas de produción e de cultivo. Finalmente, observa que o volume macro –que o mercado imperante vai alargando en varias facetas, incluída a turística–, lonxe de ser beneficioso para eles, distorsiona e deteriora os mercados locais. Tamén é importante axustar o prezo á calidade do produto, e ser capaces de transmitir esta relación a quen o consome.

A vicepresidenta da Asociación de Hostalaría de Santiago, Rita Sobrado, da Área de Restauración, considera que as persoas que nos visitan foron mudando os hábitos de consumo de comida ao chegaren a Compostela e que, mesmo quen peregrina, van optando por pratos máis lixeiros nos restaurantes.

A restauración local pretende que os visitantes se involucren na vida dos habitantes de Santiago, sabendo e coñecendo que é o que aquí é producido, o que se come, o que se fai e, finalmente, quen somos; para iso, enténdese que o mercado de abastos é o lugar idóneo e que a visita da praza debía proporse como máis que recomendábel, obrigatoria. É necesario “incluír” a/o visitante na vida diaria da cidade. As restauradoras deberían servir de guías nun circuíto de produción/consumo local.

**Url da 5ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=z2VNzoNMVBo>



### **6 de xuño – Encontro con comerciantes da Zona Vella: A actividade comercial singular na parte antiga da cidade**

Para esta mesa redonda, Galabra púxose en contacto con comerciantes responsables de establecementos de Santiago que poden ser definidos como “comercio singular”, con carácter único por algún dos seus constituíntes (traballadores, xestión, produto, servizo, localización, construción, decoración, historia...) ou pola combinación deles e sen orientación a un público masificado, isto é, negocios de proxección local que non dependen de franquiciado nin teñen delegacións. Entendendo o “comercio singular” a partir de dúas variables, a do servizo que presta e a da área xeográfica que atende, tamén incluímos nel o concepto de microempresa, que se refere ás empresas que ocupan menos de 10 persoas e teñen volume de negocios ou balance anual

xeral anual inferior a 2 millóns de euros<sup>8</sup>. Segundo o Instituto Galego de Estatística<sup>9</sup>, en 2018 –último ano de que hai datos– no concello de Santiago de Compostela había 3.130 empresas de menos de 9 asalariados, sendo as máis numerosas as que teñen entre 1 e 2 (1.944), seguidas das de 3 a 5 asalariados (805) e, por último, das que contan entre 6 e 9 asalariados (381).

Neste encontro sobre a actividade comercial singular compostelana participaron as seguintes persoas: Arturo Ouro, como Presidente de Ourives de Compostela; Carmen Miranda, da tenda de moda e decoración Malvasía; Cristina Tojo, de Comercial Julio Tojo; Judyth Baña, da lencería Judyth; e Pablo Couceiro, da Librería Couceiro. A moderación da mesa redonda foi feita por Eva Otero Rúa, avogada e veciña da Zona Vella.

A comentario e debate estiveron a visión do concello, da cidade e do centro histórico, a vida social e comercial da Zona Vella, a relación con habitantes, turistas e visitantes, en xeral, e a percepción que as persoas visitantes e locais poidan ter da cidade, dos espazos públicos e da vida na parte antiga.



De esquerda a dereita: Pablo Couceiro, Arturo Ouro, Judyth Baña, Eva Otero Rúa, Cristina Tojo e Carmen Miranda

<sup>8</sup> Comisión Europea (2015). Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme. Disponível en: <http://www.ipyme.org/es-ES/DatosPublicaciones/Documents/Guia-usuario-Definicion-PYME.pdf>, p. 11.

<sup>9</sup> Instituto Galego de Estatística (S.D.). Empresas con actividade en Galicia segundo o estrato de asalariados. Disponível en: [http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=7996&R=9931\[15078\];0\[2:3:4\]&C=1\[2018\]&F=&S=&SCF=](http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=7996&R=9931[15078];0[2:3:4]&C=1[2018]&F=&S=&SCF=)

A idea común a todas as persoas que integraron esta mesa é a transformación comercial que está a sufrir a Zona Vella, onde o tipo de clientela mudou duns anos a esta parte, pasando de atender preferentemente a cidadanía de Compostela e da súa comarca a ter como clientes principais turistas de estancia breve.

No debate comeza por destacarse a desaparición de comercio tradicional e singular, en parte atribuído a certa desafección por parte da veciñanza compostelana e da comarca. Tamén se considera que hoxe en día é difícil facer vida na Zona Vella de Santiago por causa da falta de variedade de comercios e, do mesmo modo, é difícil conservar un comercio tradicional, aínda máis pola inexistencia dunha organización, dun sentimento de pertenza grupal dos comerciantes propietarios deste tipo de establecementos.

A seguir, dedícanse varios minutos á cuestión da influencia do turismo en Compostela nos cambios de modelo de negocio do comercio singular da cidade, apuntándose observacións como que hai unha masificación que promove un tipo de comercio. O predominio dun novo perfil de comprador implica ter que adaptarse, sobre todo ao público foráneo, o que pode obrigar a mudar a esencia do negocio ou a necesidade de idear formas novas de chegar ao consumidor potencial, como aconteceu coa Librería Couceiro, que leva os seus produtos á rúa en certos días ou mesmo coordina visitas de escolares ás súas instalacións, na Praza de Cervantes. Frente aos riscos que representa pensar só en clientes turistas, faise un chamamento para tentar un cambio de promoción de mercado, apostando por gañar o cidadán de Santiago e non tanto o turista.

Considérase que o anterior conduce, en parte, á desaparición de habitantes na Zona Vella, porque o turismo afecta de modo particular ao prezo dos locais comerciais na parte antiga da cidade e só un tipo de comercio determinado pode asumilos, de modo que moitos están abandonados ou mesmo xa en estado ruinoso. Por este motivo, xúlgase que debía haber políticas máis estritas coas edificacións arruinadas, porque, ademais de seren un problema estético, se convierten nun problema de seguridade para outras persoas e comercios, por causa de filtracións de augas, humidades ou frío, por exemplo. En relación cos inmobles, tamén a vivenda da Zona Vella se ve afectada no prezo polo turismo, de modo que os cidadáns se ven desprazados e, en consecuencia, os comercios tradicionais deixan de telos como clientes. Por eses motivos, opínase que se debería incentivar que as persoas volvan vivir na cidade vella, pois a súa retirada da parte antiga vai arrastrando tamén a dos oficios tradicionais, como por exemplo o de ourive. Arturo Ouro, como Presidente de Ourives de Compostela, afirma que están a desaparecer oficios tradicionais de Santiago de Compostela na Zona Vella e destaca que o de ourives é un gremio moi lonxevo na cidade, na actualidade integrado por unhas 400 persoas.

Foi tratada, tamén, a cuestión da organización destes comerciantes e a relación que manteñen coas institucións gobernantes. Segundo as persoas que asistiron a esta mesa, nótase certa desorganización por parte dos pequenos comerciantes da Zona Vella para conseguir cousas ante as diferentes administracións. De feito, botando a vista atrás e examinando anteriores experiencias, apúntase que as asociacións de comerciantes tenden a politizarse e, consecuentemente, a desvirtuarse. Cristina Tojo, de Comercial Julio Tojo, afirma que existe a sensación de que as institucións non fan nada por protexer o comercio singular compostelano, aínda que non toda a culpa deba recaer nas institucións gobernantes, xa que os propios comerciantes permitiron á administración abandonar a cidade, deixando que pechasen negocios históricos. A falta de xestión dun turismo masivo impacta de modo grave nos comercios tradicionais, tanto porque implica un incremento das rendas –que pode facelos desaparecer– como porque non hai distribución de visitantes por toda a cidade.

As persoas traballadoras do pequeno comercio singular consideran que Santiago debe aspirar a un turismo de máis calidade e pechan as intervencións coa reflexión dirixida aos gobernantes que espella a seguinte frase: “Se tes tendas *low cost*, terás turismo *low cost*”.

**URL da 6ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=ZlTks9lh0wo&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF&index=5>





### 13 de xuño – Encontro con representantes comerciais, empresariais e sindicatos: A actividade comercial e empresarial e o concello

Esta mesa redonda, por reunir representantes comerciais, empresariais e sindicais de Santiago de Compostela, foi celebrada na Cámara de Comercio (San Pedro de Mezonzo, 44). Nela participaron, pola parte empresarial: Delmiro Prieto González, Secretario do Padroado da Fundación Santiago Centro; José Ángel Blanco, Xerente da Asociación Compostela Monumental; Xosé Bermúdez de Conxelados Bermúdez, na Praza de Abastos; e Alain Bernárdez, Director de El Corte Inglés en Santiago. Tamén foron participantes, pola parte sindical: Celestino Criado Currás, representante do sindicato UGT, na Área de Comercio da Federación de Servizos e Aitor Sebe, Secretario Comarcal do sindicato CIG en Compostela. A moderadora foi Marisa del Río, membro de Galabra e profesora titular da USC na área de Comercialización e Investigación de Mercados.

No encontro “A actividade comercial e empresarial e o concello” foron obxecto de comentario e debate a situación do comercio nas distintas áreas da cidade, a problemática propia de cada zona e tipo de establecemento, as características do consumo da cidadanía de Santiago de Compostela así como os efectos das persoas visitantes sobre a actividade comercial.



De esquerda a dereita: Delmiro Prieto González, Celestino Criado Currás, Alain Bernárdez, Marisa del Río, José Ángel Blanco, Xosé Bermúdez e Aitor Sebe

Con independencia da problemática propia de cada zona e tipo de establecemento, existe consenso en que a principal ameaza é común e afecta a todas as partes comerciais implicadas, xa que se trata do comercio *online* de grandes

empresas distribuidoras a nivel mundial. En consecuencia, reflexiónase sobre a necesidade de adaptarse ás novas tecnoloxías, non tanto para competir con grandes firmas internacionais, senón para ter algunha oportunidade de sobrevivir nun ecosistema globalizado e dixital –sexan pequenos distribuidores e franquicias, como Multiópticas, ou grandes superficies comerciais, como El Corte Inglés.

Surxiu tamén a referencia ao sentimento de inseguridade que poden notar algúns habitantes e visitantes na Zona Vella e, sobre todo, na Praza do Toural, segundo afirma José Ángel Blanco, Xerente da asociación Compostela Monumental. Mais Delmiro Prieto González, Secretario do Padroado da Fundación Santiago Centro –da Zona Nova compostelana– móstrase en desacordo, explicando que non percibe ningunha sensación de inseguridade.

Os empresarios aquí convocados aprecian certa falta de liderado e de proxecto comercial, ao mesmo tempo que consideran necesario idear un plano estratéxico de promoción para o comercio de Santiago, a fin de axudar á promoción do pequeno comercio mais tamén para negociar coas institucións de goberno e conseguir que as políticas e normativas municipais aplicadas ao sector reduzan as moitas trabas actuais na execución e mellora de procesos necesarios para a actualización e competitividade deste comercio. Na ausencia deste tipo de planos poden encontrarse motivos do despoboamento da Zona Vella, mais tamén no mal deseño dos mesmos, por exemplo, cando se determinou que os polos comerciais debían estar fóra do casco vello, situándose en grandes áreas da periferia como as Fontiñas ou, posteriormente, as Cancelas. Os empresarios aquí presentes están de acordo en que Santiago ten un produto de calidade para venda e en que se debe pór en valor o que hai. Grazas a estes bens e servizos de calidade, Santiago debe converterse nun lugar para ir de compras, segundo o empresariado participante.

O turismo, porén, é un tema que xera certas discrepancias entre os comerciantes da cidade, ao se detectar unha aposta demasiado alta por este tipo de negocio cando debería pensarse na diversificación e non en aplicar o modelo de explotación industrial ao turismo. Destácase que o turismo a que se está derivando en Compostela tende a distorsionar o día a día de habitantes e das persoas que nela traballan. Aitor Sebe, Secretario Comarcal da CIG en Santiago, afirma que a cadea do turismo *low cost* repercute nas condicións laborais dos traballadores de todas as empresas que forman parte do ecosistema empresarial turístico: axencias de viaxe, hoteis, restaurantes, transportistas, etc. Outro elemento que afecta as persoas que viven na cidade, sobre todo no caso da xuventude, é o prezo da vivenda –con escasa oferta de aluguer e prezos abusivos na venda– provocado pola especulación e vinculado á problemática e falta de fiscalización de pisos turísticos. Este representante sindical tamén ofrece unha visión do que sería un turismo de calidade: “respectuoso coa sociedade

que visita e cos xeitos de vivir que ela ten. Que non modifique a cidade, como por exemplo, a vivenda.”

**URL da 7ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=J6WvkplkmYs&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF&index=8>



### **18 de xuño – Encontro con especialistas en turismo e urbanismo: mobilidade, urbanismo e turismo**

A mesa redonda “Mobilidade, urbanismo e turismo” contou coa participación das seguintes persoas: Jorge Duarte, concelleiro (en funcións) de Mobilidade do Concello de Santiago; Gonzalo Muíños, previsíbel futuro concelleiro responsábel pola mobilidade no Concello (como despois se confirmaría); Iago Lestegás, especialista en urbanismo e rexeneración urbana; Miguel Pazos, Director do CETUR e profesor da Universidade de Santiago de Compostela especialista en mobilidade. A moderación foi realizada por Fidel Martínez, profesor da área de Economía Aplicada na USC.

A comentario e debate, estivo a cidade, a súa convivencia e harmonía; a cohesión da cidade, a relación e influencia dos usos da cidade na vida das persoas, na actividade da cidade, e na relación con visitantes e turistas. Igualmente, a percepción que as persoas, visitantes e locais, teñen da cidade, dos espazos públicos fundamentalmente, e os seus usos.



De esquerda a dereita: Gonzalo Muíños, Iago Lestegás, Fidel Martínez, Jorge Duarte e Miguel Pazos

### **Vivir na Zona Vella**

No que se refire a Santiago como cidade que ten conservado correctamente o seu casco histórico, Compostela podería considerarse exitosa. Mais, lonxe de ser unha “cidade escenario” samente para ser vista, a améndoa é un núcleo habitado que, co tempo, vai gañando máis visitantes e tendo menos habitantes. A función residencial na cidade histórica está cada vez máis desaparecida. Un dos problemas maiores é que moitas vivendas van sendo destinadas a pisos turísticos ilegais e que non hai un corpo específico para facer o seguimento, segundo o concelleiro en funcións de Mobilidade. Outro problema importante é o que manifestan os veciños que, para faceren reformas ou melloras nas súas casas, enfrentan procesos tediosos e dilatados no tempo, por causa da protección asociada á condición de Patrimonio da Humanidade. Neste sentido, Jorge Duarte mostra a súa filosofía de habitabilidade cando di que o importante é que viva xente na Zona Vella, aínda que a estética se vexa un pouco alterada por cables para fibra óptica ou tubos para gas natural.

### **Mobilidade**

A mobilidade na cidade coloca permanentes desafíos debido ao tamaño, á frecuencia e ao peso dos transportes utilizados tanto para persoas como para mercadorías. Segundo Miguel Pazos, Director do CETUR, o máis importante é ter accesibilidade a servizos (centros de saúde, supermercados, comercios, etc), de modo que a chave para unha cidade é dispor de boa mobilidade e non ter moita, porque a mobilidade non é boa *per se*. Seguindo esa liña, Iago Lestegás

une as ideas de mobilidade e sustentabilidade e afirma que a bicicleta debe conseguir maior espazo como medio de transporte nesta cidade e que se debe dispor de infraestruturas adecuadas para o seu uso habitual. Por outro lado, chama a atención para a importancia do trazado urbano –xa que saber cara a onde deben desprazarse os cidadáns (e en que medio) é capital na planificación urbana e na mobilidade– e sinala un paradoxo importante de Santiago, o de que o polo residencial se encontra deslocao para o Sur (Milladoiro, Os Tilos, Bertamiráns, Cacheiras) e o polo industrial está situado no Norte, o que implica que todos os días haxa un gran volume de traballadores tendo que percorrer varios quilómetros.

**URL da 8ª Mesa Redonda:** <https://www.youtube.com/watch?v=LYWjIL-GzoM&list=PLxcqzJuU74L0Z8GWp00wjXCQ9R-GNXnAF&index=9>



#### IV.1.1. Conclusións sobre as mesas redondas

As sesións feitas coas asociacións veciñais serviron para constatar o vivo interese das entidades convocadas, pois varias pediron información adicional, e a súa explicitada desarticulación, xa que algunhas das entidades nos solicitaron unha futura convocatoria conxunta de todas co fin de se abrir un foro de debate sobre resultados que servise de punto de encontro entre elas. Tamén convén destacar que certas asociacións pasaron a utilizar este modelo proposto por nós para fomentar debates vinculados aos mesmos asuntos; é o caso de

Raigame, colectivo da área máis poboada de Santiago, o Ensanche, que abriu unha serie de mesas redondas, contando coa participación do grupo Galabra (<http://aavvraigame.blogspot.com/p/novas.html>).

As mesas de participación política e institucional suscitaron igualmente interese. Na campaña electoral que se desenvolveu en maio de 2019, os datos da investigación desenvolvida foron usados de maneira relevante por algunha formación política (<https://praza.gal/politica/desafiamos-os-poderes-facticos-e-somos-peza-a-bater-pero-estamos-en-condicions-de-revalidar-o-goberno-de-compostela>).

No encontro de especialistas en turismo callou a idea, formulada por Galabra, de propor ao Concello de Santiago a creación dun observatorio da cidade, en cuxa elaboración se traballou posteriormente con varios grupos de investigación da USC, sediados en diferentes Facultades. O proxecto foi presentado nos finais do pasado ano ao Concello sen resposta positiva, até o momento.

Os encontros con comerciantes evidenciaron non só a falta de unidade do sector como a necesidade de actuacións conxuntas, mais neles foi destacada a relevancia destes traballos de pesquisa para a súa actividade e mesmo recibimos algún pedido de asesoramento de determinadas asociacións gremiais –por exemplo, Ourives de Compostela, colectivos de consumidores/as, produtores/as e pequeno comercio *Non é o mesmo* ou da Plataforma pola Recuperación do Sar, río e comarca de Santiago.

No relativo ao patrimonio, recóllese a observación de que hai moito patrimonio (civil, histórico, ecolóxico...) desaproveitado e eclipsado polo casco vello de Santiago.

As asociacións veciñais situadas no entorno rural do concello de Santiago afirman non sentirse afectadas polo turismo. Cabe sinalar que incluso existe un sentimento de “petición de turismo” e non por causas aparentemente económicas senón polo orgullo que sería mostrar o patrimonio dos barrios aos visitantes, un patrimonio natural, arquitectónico e social, sobre todo social porque a sociabilidade é un ben intanxíbel totalmente sen explorar nin explotar por parte das políticas turísticas do concello, e de organismos supramunicipais.

Suxírese unha unión entre as asociacións veciñais do urbano coas asociacións veciñais do rural para conseguir máis forza fronte as institucións e mesmo é solicitada a axuda do Grupo Galabra para isto. O Grupo asumiu o compromiso e convocou as asociacións en outubro de 2019, con escaso éxito de participación, razón por que non prolongou máis ese apoio, ao entender que estamos perante un problema estrutural cuxa eventual solución as propias asociacións deben protagonizar.

Enúnciase a falta dun “hub”, un lugar e un motivo de encontro onde atoparse entre persoas con intereses complementarios – produtoras/es-consumidora/es-restauradoras/es.

Participantes constatan que as/os visitantes chegan a Santiago cunha idea preconcebida do que debería ser esta cidade, a diferenza do que acontece noutras cidades e isto pode ser debido á distorsión que se ofrece na promoción turística da cidade.

Convén anotar que, e con apoio nun outro dos resultados do traballo executado pola Rede Galabra se evidenciou que, en xeral, todos os sectores involucrados, visitantes, habitantes, comerciantes, produtoras/es, etc, queren maior interlocución: as persoas visitantes desexan establecer interlocución coas habitantes da cidade, quen producen os alimentos queren falar con compradoras/es e consumidoras/es, ou as/os veciñas/os de diferentes barrios e/ou parroquias necesitan falar entre eles/as e organizarse para seren máis eficientes nos seus cometidos de cohesión cidadá.

## IV.2. A repercusión mediática da exposición

A proxección e interese desta exposición focalizouse no ámbito local, de Santiago de Compostela, de modo que se verificou a incidencia comunicativa nos medios locais, aínda que con transcendencia en relación á comunidade autónoma.

O feito de que estas actividades estivesen realizadas en colaboración co Concello de Santiago e se situasen no cadro do convenio asinado por el coa Universidade de Santiago de Compostela levou asociada a oportunidade e a posibilidade de se aproveitaren as infraestruturas de comunicación de ambas, sobre todo no referente á comunicación institucional (por exemplo, *Xornal USC*, webs institucionais ou boletíns internos). Ademais de contar co apoio dos departamentos de prensa de ambas as entidades, o propio grupo de investigación realizou o envío de notas de prensa con motivo da inauguración da exposición, da realización de cada unha das mesas redondas organizadas e, tamén, da itinerancia das exposicións sectoriais.

### Radio

Constatouse a presenza de contidos relacionados con “A Cidade, o Camiño e Nós” en varias emisións: en Cadena Ser – Radio Galicia, e tamén en Onda Cero e Radio Voz, onde a exposición foi referida na axenda de actos diarios e se ofreceron breves reseñas do contido na mesma. No caso de Radio Voz, cabe destacar a entrevista ao coordinador do grupo de investigación, Elías Torres, realizada no día 6 de xuño de 2019, no programa “Voces de Galicia”.

### Prensa escrita

No que se refire á prensa xeneralista escrita, tanto en papel como na versión dixital houbo bastante impacto, pois apareceron noticias relacionadas coa exposición en xornais como *La Voz de Galicia*, *El Correo Gallego*, *Sermos Galiza*, *Praza*, *La Vanguardia*, *Galicia Confidencial* ou *Lindeiros*.





Na comunicación social dixital merece destaque a frecuente aparición de referencias tanto no apartado de noticias do sitio web do Concello de Santiago como no sitio web da Universidade de Santiago de Compostela.

En relación á prensa especializada, pode destacarse a *Revista da Asociación de Empresarios de Hospedaxe e Restauración de Santiago e Comarca* que no número 187, correspondente a xullo e agosto de 2019, ofrece cinco páxinas coa



De esquerda a dereita: Emilio Carral, Marisa del Río e Elías Torres. Foto: Iván Barreiro.  
Fonte: *Revista da Asociación de Empresarios de Hospedaxe e Restauración de Santiago e Comarca* | Número 187 | xullo-agosto 2019. P. 7



entrevista feita a tres dos investigadores da Rede Galabra: Elias Torres, Marisa del Río e Emilio Carral, profesores na USC.

No anexo 1 poden consultarse os impactos recollidos na prensa ordenados por data.

### Comunicación dixital e redes sociais da Rede Galabra

A Rede Galabra habilitou unha páxina web dentro do seu sitio oficial para albergar toda a información que se encontraba patente na exposición. Así, en <https://redegalabra.org/exposicion-a-cidade-o-camiño-e-nos/> foron disponibilizadas as reproducións dos paineis orixinais en galego, acompañadas de versións da parte textual para español e Inglés. Tamén por esa vía se deu acceso ao folleto elaborado para a divulgación do proxecto expositivo e do calendario das actividades paralelas que foron sendo desenvolvidas entre maio e xuño de 2019; neste caso, por estar direccionado para o público local, optouse só pola lingua propia.



Página web da Rede Galabra

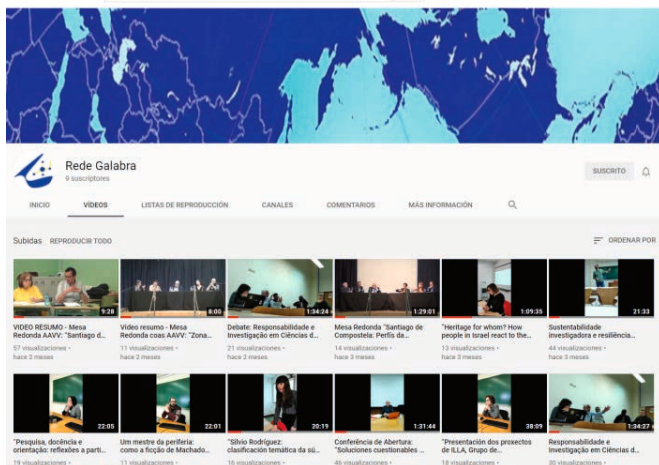
No perfil de Facebook do grupo <https://www.facebook.com/RedeGalabra> foise actualizando a información relativa a *A Cidade, o Camiño e Nós* e mesmo se crearon albuns para documentala fotograficamente. Esta vía serviu tamén para rebotar as noticias relacionadas coa exposición que ían aparecendo nos medios de comunicación.

Tamén se creou un canal de Youtube no cal, alén de gravacións doutras actividades académicas propias da Rede Galabra, se encontran 13 vídeos



Facebook da Rede Galbra

pertencentes ás mesas redondas celebradas con motivo desta exposición, que unha vez editados foron subidos a este repositorio audiovisual, e cuxo enlace, sexa por URL ou sexa por código QR, aparece neste traballo no final da reseña elaborada para cada unha das mesas redondas.



Canal Youtube da Rede Galbra

#### IV.2.1. Valorización da repercusión mediática

Á hora de facer o tratamento e de observar o contido das noticias é importante ter en conta que no día 26 de maio de 2019 se celebraron eleccións municipais. Esta circunstancia explica ou axuda a entender que calquera acción por parte dos diferentes grupos políticos estea moi medida e, ao mesmo tempo, altamente mediatizada.

Os datos manexados para esta exposición e comunicados a través dela, ademais de seren entendidos como un servizo á cidadanía –de acordo con aquilo que ficou apuntado no inicio deste traballo, ao referir o Compromiso Social Investigador con que a Rede Galabra traballa–, son susceptibles de utilización no argumentario político do momento.

En relación ao contido, as informacións que fan referencia á exposición poden ser organizadas en 3 períodos diferentes, que corresponden aos momentos anteriores á abertura, ao impacto da inauguración da exposición e ás semanas e meses seguintes.

O primeiro período sitúase entre 29 de abril e 2 de maio de 2019 e nel realízase a presentación da exposición, con importante peso do gabinete de prensa do Concello de Santiago de Compostela, que xogan un papel fundamental convocando os medios en rolda de prensa.

Considerando que os titulares marcan claramente as ideoloxías e liñas editoriais dos medios de comunicación, importa advertir que se detecta aquí polarización na creación de dúas liñas de destaque ante o mesmo feito:

Os primeiros dous céntranse no termo “turistificación”:

1. Santiago reflexionará sobre turistificación con exposiciónes y charlas tras una investigación de la USC (*Galiciapress*).
2. Santiago reflexionará sobre turistificación con exposiciónes y charlas (*El Correo Gallego*).

Os gabinetes de prensa da USC e do Concello optan por centrarse nos termos “investigación” –concepto que omite o xornal *El Correo Gallego* no seu titular– e “Prácticas culturais”:

3. Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Compostela (*Xornal USC*).
4. Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Santiago de Compostela (*Concello de Santiago*).

O segundo período corresponde aos días 3 e 4 de maio de 2019, breve espazo temporal no cal as referencias xornalísticas se centran no contido da exposición e é abundante a aparición nas axendas de eventos.

O terceiro período esténdese de 9 de maio até 20 de novembro de 2019, comezando coa promoción das mesas redondas por medio de notas de prensa que partían do Equipo de investigación da Rede Galabra e se destinaban aos

medios de comunicación locais e finalizando coa divulgación dos proxectos expositivos temáticos e de formato reducido que circularon por diversos locais da rede de Centros Socioculturais da cidade de Compostela, e que serán obxecto do segundo libro, *Visitar, Comerciar, Visitar a Cidade*, deste proxecto.

No mes de maio, en que predominaban na sección local informacións relacionadas coa campaña electoral municipal de 26 de maio, chama a atención que, que nos conste, o único representante político a facer uso dos dados da pesquisa que foron fixados na exposición *A cidade, o Camiño e Nós* foi Martiño Noriega, candidato da formación “Compostela Aberta” e alcalde naquela altura.

Pode concluirse que aínda presentando unha inxente cantidade de información sobre hábitos e prácticas culturais relacionados coas persoas de Santiago de Compostela e con visitantes da Galiza, da España, do Brasil e de Portugal, esta exposición non conseguiu repercusión (d)e calado nos diferentes medios de comunicación. Excepción foron os diarios dixitais *Galicia Confidencial* e *Sermos Galiza*:

O primeiro utilizou dados da presente investigación para dúas reportaxes, unha sobre consumo gastronómico e outra sobre a evolución comercial da cidade de Santiago

1. Nin polbo, nin marisco... Os dilemas de agricultores e restauradores nunha cidade turisticada <http://www.galiciainconfidencial.com/noticia/96797-polbo-marisco-dilemas-agricultores-restauradores-nunha-cidade-turisticada>
2. EN FOTOS | Así se turisticou Santiago: o antes e o agora de sete pequenos comercios da capital galega [http://www.galiciainconfidencial.com/noticia/96882-fotos--se-turisticou-santiago-agora-sete-pequenos-comercios-capital-galega?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](http://www.galiciainconfidencial.com/noticia/96882-fotos--se-turisticou-santiago-agora-sete-pequenos-comercios-capital-galega?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook)

O segundo usou os datos fornecidos pola Rede Galabra para a realización dunha reportaxe que visaba a percepción que teñen as persoas visitantes sobre a cidade de Santiago de Compostela e as súas cidadás

3. Como nos ven as turistas? <https://www.sermosgaliza.gal/articulo/social/como-nos-ven-turistas/20190826194919083420.html>

## ANEXO I

### IMPACTOS RECOLLIDOS NA PRENSA

Segunda feira 29 de abril de 2019

1. Santiago reflexionará sobre turistificación con exposiciones y charlas tras una investigación de la USC <https://www.galiciapress.es/texto-diario/mostrar/1401748/santiago-reflexionara-sobre-turistificacion-exposiciones-charlas-investigacion-usc>
2. Santiago reflexionará sobre turistificación con exposiciones y charlas <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/santiago-reflexionara-turistificacion-exposiciones-charlas/idEdicion-2019-04-29/idNoticia-1180057/>
3. Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Compostela [http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019\\_04/noticia\\_0134.html](http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019_04/noticia_0134.html)
4. Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Santiago de Compostela [http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id\\_nova=18481](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id_nova=18481)
5. 1:00h.- Santiago de Compostela.- MUNICIPAL SANTIAGO.- Presentación de la exposición "A cidade, o Camiño e nós". Ayuntamiento. [https://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2019-04-29/lunes-29-de-abril-de-2019\\_2196230/](https://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2019-04-29/lunes-29-de-abril-de-2019_2196230/)

Terza feira 30 de abril de 2019

6. A debate el impacto del turismo con el auge de la Ruta <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/debate-impacto-turismo-auge-ruta/idEdicion-2019-04-30/idNoticia-1180169/>
7. Unha mostra na Alameda divulgará a investigación da Rede Galabra da USC sobre prácticas culturais en Santiago de Compostela <https://www.compostela24horas.com/texto-diario/mostrar/1401828/>

unha-mostra-na-alameda-divulgara-investigacion-da-rede-galabra-da-usc-sobre-practicas-culturais-santiago-compostela

#### Sexta feira 3 de maio de 2019

8. A mostra 'A cidade, o Camiño e nós' explora a percepción da cidadanía sobre Compostela [http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019\\_05/noticia\\_0023.html](http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019_05/noticia_0023.html)
9. La evolución de Santiago desde los años 90 en una exposición en la Alameda [https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/santiago/2019/05/03/evolucion-santiago-anos-90/0003\\_201905S3C109915.htm](https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/santiago/2019/05/03/evolucion-santiago-anos-90/0003_201905S3C109915.htm)

#### Sábado 4 de maio de 2019

10. Muchos turistas no creen que en la zona vieja solo residen cuatro mil vecinos <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/muchos-turistas-no-creen-zona-vieja-solo-residen-cuatro-mil-vecinos/idEdicion-2019-05-04/idNoticia-1180948>
11. A xente identifica Santiago coa Catedral, tanto cando chega como cando se vai [https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/santiago/santiago/2019/05/04/muestra-recoge-vision-vecinos-turistas-sobre-santiago/0003\\_201905S4C5991.htm](https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/santiago/santiago/2019/05/04/muestra-recoge-vision-vecinos-turistas-sobre-santiago/0003_201905S4C5991.htm)
12. A cidade, o Camiño e nós, unha exposición sobre a relación da cidade coa ruta e os que a fan <http://lindeiros.gal/a-cidade-o-camino-e-nos-unha-exposicion-sobre-a-relacion-da-cidade-coa-ruta-e-os-que-a-fan/>

#### Quinta feira 9 de maio

13. Mesa redonda en torno a la muestra "A Cidade, o Camiño e Nós" en el IES Rosalía <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/24-horas-compostela/idEdicion-2019-05-09/idNoticia-1181853/>

#### Sexta feira 10 maio

14. A cidade, o Camiño e nós. Compostela. Paseo da Ferradura. Até 18.6.2019 <https://www.sermsgaliza.gal/articulo/cultura/todo-o-que/20190509072032079355.html>

#### Terza feira 21 de maio

15. Representantes veciñais debaten sobre "Santiago de Compostela: barrios (re)emerxentes e mundo rural" nunha mesa redonda [http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id\\_nova=18549&lg=gal](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id_nova=18549&lg=gal)

Quinta feira 23 de maio de 2019

16. Desafiamos os poderes fácticos e somos peza a bater, pero estamos en condicións de revalidar o goberno de Compostela <https://praza.gal/politica/desafiamos-os-poderes-facticos-e-somos-peza-a-bater-pero-estamos-en-condicions-de-revalidar-o-goberno-de-compostela>
17. Martiño Noriega quere conciliar o turismo cos dereitos da veciñanza <https://www.compostela24horas.com/texto-diario/mostrar/1428287/martino-noriega-quere-conciliar-turismo-cos-dereitos-da-vecinanza>

Segunda feira 3 de xuño de 2019

18. Novo debate en torno á exposición “A cidade, o Camiño e nós” [http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id\\_nova=18595&lg=cas](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id_nova=18595&lg=cas)
19. Mesa Redonda sobre “Comerciantes, restaurantes e produtores agrícolas locais” <http://lindeiros.gal/mesa-redonda-sobre-comerciantes-restaurantes-e-productores-agricolas-locais/>

Cuarta feira 5 de xuño de 2019

20. Mesa Redonda sobre “Comerciantes, restaurantes e produtores agrícolas locais” <http://lindeiros.gal/mesa-redonda-sobre-comerciantes-restaurantes-e-productores-agricolas-locais/>

Quinta feira 13 de xuño de 2019

21. Compostela, 13 de xuño do 2019 – Con motivo da exposición “A Cidade, o Camiño e Nós”, no paseo da Alameda ao carón do monumento a Rosalía de Castro, o grupo Galabra da USC organiza unha mesa redonda sobre o comercio e o tecido empresarial na cidade <http://lindeiros.gal/mesa-redonda-sobre-a-actividade-comercial-de-compostela/>
22. O grupo Galabra organiza unha mesa redonda sobre a actividade comercial e empresarial en Compostela [http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019\\_06/noticia\\_0065.html](http://xornal.usc.gal/xornal/acontece/2019_06/noticia_0065.html)

Sexta feira 14 de xuño de 2019

23. Nin polbo, nin marisco... Os dilemas de agricultores e restauradores nunha cidade turistificada <http://www.galiciaconfidencial.com/noticia/96797-polbo-marisco-dilemas-agricultores-restauradores-nunha-cidade-turistificada>

24. O grupo Galabra pecha o seu ciclo de mesas redondas debatindo sobre mobilidade, urbanismo e turismo [http://xornal.usc.es/xornal/acontece/2019\\_06/noticia\\_0076.html](http://xornal.usc.es/xornal/acontece/2019_06/noticia_0076.html)
25. Última mesa redonda en torno á mostra «A cidade, o Camiño e nós» [http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id\\_nova=18634&lg=gal](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id_nova=18634&lg=gal)

#### Terza feira 18 de xuño de 2019

26. Coloquio en el IES Rosalía de Castro sobre la relación entre turistas y santiagueses <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/24-horas-compostela/idEdicion-2019-06-18/idNoticia-1189306/>
27. Galabra pecha o ciclo de mesas redondas falando de mobilidade, urbanismo e turismo <http://lindeiros.gal/galabra-pecha-ciclo-mesas-redondas-mobilidade/>
28. O grupo Galabra pecha o seu ciclo de mesas redondas debatindo sobre mobilidade, urbanismo e turismo <https://www.compostela24horas.com/texto-diario/mostrar/1456836/grupo-galabra-pecha-seu-ciclo-mesas-redondas-debatindo-sobre-mobilidade-urbanismo-e-turismo>
29. EN FOTOS | Así se turistificou Santiago: o antes e o agora de sete pequenos comercios da capital galega [http://www.galiciainconfidencial.com/noticia/96882-fotos--se-turistificou-santiago-agora-sete-pequenos-comercios-capital-galega?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](http://www.galiciainconfidencial.com/noticia/96882-fotos--se-turistificou-santiago-agora-sete-pequenos-comercios-capital-galega?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook)

#### Terza feira 27 de agosto de 2019

30. Como nos ven as turistas? <https://www.sermsgaliza.gal/articulo/social/como-nos-ven-turistas/20190826194919083420.html>

#### Cuarta feira 20 novembro de 2019 – Exposicións sectoriais

31. Los centros socioculturales abren un proyecto sobre identidad de los santiagueses [https://www.lavozdegalicia.es/noticia/santiago/2019/11/19/centros-socioculturales-abren-proyecto-sobre-identidad-santiagueses/0003\\_201911S19C6992.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/santiago/2019/11/19/centros-socioculturales-abren-proyecto-sobre-identidad-santiagueses/0003_201911S19C6992.htm)
32. “A cidade, o Camiño e nós”, nos centros socioculturais [http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id\\_nova=19066](http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?lg=gal&id_nova=19066)
33. “A cidade, o Camiño e nós”, chega aos centros socioculturais da cidade <https://www.compostela24horas.com/texto-diario/mostrar/1637107/cidade-camino-e-nos-chega-aos-centros-socioculturais-da-cidade>



## ANEXO II

# LA CIUDAD, EL CAMINO Y NOSOTROS PENSAR, CONTAR, SENTIR, CUIDAR EL AYUNTAMIENTO Y SUS GENTES. HE AQUÍ EL RETO.

Presentamos en cuatro exposiciones (esta general será completada con otras tres sectoriales que circularán por los barrios de la ciudad) una síntesis de algunos de los resultados de la investigación que la Rede Galabra está realizando desde el año 2008 sobre visitantes en general e impactos del Camino de Santiago en particular en nuestra ciudad.

Personas de 9 universidades diferentes hemos analizado los discursos, las imágenes y las prácticas referenciadas en Santiago de Compostela, tanto de comerciantes y habitantes de Compostela como de las personas procedentes de los países que aportaban los contingentes más numerosos en el momento en el que delimitamos nuestro análisis, 2008: el resto de Galicia, visitantes del resto del Estado, Portugal y Brasil (respectivamente primer país europeo y no europeo en número de visitantes).

Estudiamos aquí las ideas presentes en los libros que las personas que nos visitan leen, en las películas que ven y en las webs que consultan. Obtenemos informaciones confiables y significativas, de quien viene y de quien vive en la ciudad, a partir de los cuestionarios y de las encuestas cualitativas que hemos hecho.

Más allá de esta exposición central invitamos a participar de todo el conjunto de actividades paralelas:

- Exposiciones sectoriales en los centros socioculturales del ayuntamiento: *La ciudad y quien la habita / La ciudad y quien la visita / La ciudad y la actividad comercial.*
- Mesas redondas temáticas con especialistas y representantes de la ciudad.
- Divulgación y participación de escolares de los Centros de Enseñanza Secundaria del ayuntamiento.
- Participación ciudadana y exposición fotográfica: "Cómo el Camino influye en tu vida diaria? La ciudadanía (re)piensa el Camino"

Invitamos a caminar a esta primera exposición procurando respuestas posibles para las muchas preguntas que la ciudad nos plantea.

Toda la información en [redegalabra.org](http://redegalabra.org)

## Ficha Técnica

**Tipo de entrevista realizada:**

Personal con cuestionario estructurado

**Nivel de confianza:** 95 %;  $p = q = 0,5$

**Procedimiento de muestra:**

De conveniencia

**Ámbito geográfico:** Santiago de Compostela

**Catalogados:**

559 libros

211 webs

90 audiovisuales

**Universo:**

Visitantes procedentes de Galicia, resto del estado, Portugal y Brasil (mayor volumen de visitantes de la UE y de fuera de la UE en 2008) (Fuente: CETUR).

Población: Infinita ( $\approx 100.000$ )

Error de la muestra:  $\pm 2,15$  %

Fechas: De marzo de 2013 a marzo de 2014

Residentes en Santiago de Compostela o municipios limítrofes (Teo y Ames):

Población: Infinita ( $>100.000$ )

Error de la muestra:  $\pm 3,2$  %

Fechas: Segundo semestre de 2014 a mayo de 2015

Actividad económica y comercial en Santiago de Compostela.

Población (Cuadro de la muestra): 4096

Error de la muestra:  $\pm 4,6$  %

Fechas: Abril y mayo de 2015

**Tamaño de la muestra:**

Encuestas visitantes

2081 encuestas válidas

Galicia: 398

Resto del Estado: 878

Portugal: 408

Brasil: 396

Encuestas locales

929 encuestas válidas

Santiago: 684

Teo: 104

Ames: 144

Encuestas actividad económica y comercial: 410 encuestas válidas

Entrevistas cualitativas:

Entrevistas a visitantes: 271

Galicia: 56

Resto del Estado: 100

Portugal: 56

Brasil 59

Entrevistas a personas peregrinas: 34 de Porto Alegre (Brasil)

6 grupos de conversación con población local

Encuestas de control para comprobar tendencias (2018)

155 visitantes

50 habitantes

50 comercios

Los resultados de las encuestas de control hechas en 2018 son plenamente confiables pero no estadísticamente representativos. Su valor reside en detectar signos de evolución o, si fuese el caso, confirmar la constancia de las tendencias manifestadas en la encuesta de 2013-2015.

## Créditos

Coordinación general del Proyecto expositivo: Discursos imágenes y prácticas culturales sobre Santiago de Compostela como meta de los Caminos de Santiago.

Comisariado general de la exposición *La ciudad, el Camino y Nosotros*.

Comisariado exposiciones temáticas

La ciudad y quien la habita

La ciudad y quien la visita

La ciudad y la actividad comercial

Equipo actual

Participaciones Anteriores

Equipos de apoyo o con trabajos asociados

Colaboradores

# Compostela y los Caminos

## Creación de un nuevo relato sobre la ciudad

Año / peregrinan

[Año santo]

\*Número de personas acreditadas por la Oficina del Peregrino

En 1970 llegan a Compostela 68 personas peregrinando

En 2018 llegan 327.378 personas peregrinando

El proceso de institucionalización de los Caminos de Santiago, que comienza en la década de los ochenta con la fijación y señalización de las varias rutas posibles, contará con la colaboración y reconocimiento de organizaciones y administraciones de varios niveles (local, autonómico, estatal e internacional)

1993 Año del primer Xacobeo promovido por el gobierno de Manuel Fraga Iribarne

Tendrá impactos destacados en la configuración de la ciudad.

Elevada oficialmente a capital de Galicia con el régimen autonómico en 1981, en poco más de veinte años la Compostela de la población local y el estudiantado da paso a una ciudad (pre)ocupada e identificada con el turismo y la peregrinación.

## Compostela y los Caminos

La idea de ciudad actual de Santiago de Compostela descansa fundamentalmente en 3 discursos, en gran medida convergentes y ya elaborados en los años ochenta:

1. **La narrativa de la Iglesia Católica** identifica el Camino y la Peregrinación como un elemento clave en la vertebración europea, el cristianismo como base fundamental de la identidad y de la cohesión de los pueblos que habitan el continente, y el Apóstol y el camino, respectivamente, como meta y proceso de conversión y superación católicas.
2. **El discurso de las organizaciones internacionales** (fundamentalmente UNESCO y UE) fija una idea de ciudad y de Camino identificados con el europeísmo, el cristianismo (aludiendo también a su papel con relación al mundo musulmán), el medievalismo y el valor patrimonial de Compostela.
3. **La obra de Paulo Coelho** y otras posteriores relativas al Camino a Compostela presentan tres elementos constantes: la identificación de la ruta con un proceso de búsqueda y transformación individual, una concepción religioso-mística de la vida y la búsqueda de felicidad como meta vital. Desde la publicación de *O diario de un mago* 1987 y *O Alquimista* 1988 por Coelho, Medalla de Ouro de Galicia en 1999 y con calle dedicada en Santiago desde 2008, este discurso llega a millones de personas del mundo.

### El peso de tres macronarrativas

Al lado de estos tres discursos fundacionales y de las acciones realizadas por los agentes que las sostienen, otras instituciones contribuyen a la transformación de la ciudad con elaboraciones de impacto relevante a partir de la década de los noventa. De ellas, con un discurso vinculable con las tres macronarrativas referidas, más allá del propio ayuntamiento de Santiago (con Xerardo Estévez en el gobierno municipal entre 1983-1986 y 1987-1998), destaca la acción de la Xunta de Galicia, primero a través del Xacobeo cada Año Santo desde 1993, y ya en el siglo XXI con la campaña promocional "*Galicia o Bo Camiño*".

## Cronología del cambio para la ciudad actual

- 1981 Capital de la Comunidad Autónoma de Galicia
- 1982 Año Santo Visita del Papa Juan Pablo II
- 1984 Premio Europa Consejo de Europa
- 1985 Patrimonio de la Humanidad UNESCO
- 1987 Camino 1er Itinerario Cultural Europeo (Consejo de Europa)  
*O diário de um mago* Paulo Coelho
- 1988 *O Alquimista* Paulo Coelho
- 1989 Visita del Papa Juan Pablo II  
IV Jornada Mundial de la Juventud
- 1991 Real Patronato de la ciudad de Santiago de Compostela
- 1992 Consorcio de Santiago
- 1993 Patrimonio de la Humanidad UNESCO; [Año Santo] Xacobeo '93
- 1999 [Año Santo] Ciudad de la Cultura de Galicia  
Paulo Coelho Medalla de Oro de Galicia
- 2000 Ciudad Europea de la Cultura (UE)
- 2004 Camino Francés = Gran itinerario cultural europeo Bandeira de Honra (Consejo de Europa)
- 2008 Calle Paulo Coelho
- 2010 [Año Santo] Xacobeo '10
- 2013 *Galicia o Bo Camiño* Xunta de Galicia
- 2014 Año Franciscano

## Compostela y los Caminos

El Plan Xacobeo fue aprobado por unanimidad en el Parlamento de Galicia en 1991.

Su misión era armonizar los esfuerzos de las fuerzas políticas, civiles y eclesiásticas para conseguir la recuperación física, cultural y económica del camino de Santiago. El Xacobeo perseguía un triple objetivo:

1. Reafirmar la identidad de Galicia a través de un elemento esencial de su historia y personalidad.
2. Vincular Galicia y el Camino de Santiago con la idea de Europa.
3. Promover Galicia globalmente en cada Año Santo

El Xacobeo: la promoción mundial de un centro de peregrinación

Año      Inversión

La S.A. para la Gestión del Xacobeo cuenta, desde 1991, con una fuerte inversión pública de la Xunta de Galicia, y a su alrededor emergen un conjunto de organizaciones cuyo propósito máximo es el desarrollo turístico del país. Entre ellas destaca el Consorcio de la Ciudad de Santiago (1992), órgano ejecutor del Real Patronazgo de Santiago (1991), en el que se materializa la cooperación institucional entre el Arzobispado de Santiago, el Gobierno de España, la Xunta de Galicia y el Ayuntamiento de Santiago.

Fuente de las inversiones:

Consello de Contas y Xunta de Galicia

## ¿Compostela reinventada?

Estas inversiones, esas decisiones políticas y aquellos discursos explican la imagen que actualmente proyecta para el mundo Santiago de Compostela. Una ciudad identificada, para las personas que nos visitan, en buena medida con la Catedral y con los espacios patrimoniales que la rodean, en el contexto de una Zona Vieja que pierde población local y que reorienta su oferta comercial dirigiéndola a la gastronomía y el souvenir, fundamentalmente.

La parte vieja de la ciudad cobra, así, significados antes menores o desconocidos (medievalizantes, místico-espirituales...), hoy muy presentes en las calles y el comercio local.

Por lo general, la población local (sea o no comerciante) no se identifica con esta imagen de la ciudad. Por otro lado, tampoco siente sus modos de vida fuertemente modificados por el impacto del turismo en su día a día, aunque sea posible detectar una tendencia en este sentido en la parte antigua, el lugar con mayor presencia de visitantes, y en los barrios por donde pasan los Caminos Francés y Portugués.

## Compostela y los Caminos

¿Cuáles son los efectos, sobre todo en la Zona Vieja, de las narrativas sobre la ciudad?

¿Será que Compostela ha sido realmente reinventada?

¿Será ahora más la ciudad del Camino y menos la ciudad capital, patrimonial?



## ¿El Camino forma parte de nuestra identidad?

¿El Camino forma parte de la identidad santiaguesa? 7,26 / 6,56\*

¿El Camino forma parte de la identidad gallega? 6,81 / 6,02\*

\*Resultados del 2018

En el Año Santo de 1982 Peregrinación a Compostela de 2000 personas.  
(Otra cosa era venir a Santiago “ganar el Jubileo”, visitar la Catedral y en ella rezar en los Años Santos)

En el Año Santo de 1993 Peregrinó más gente que habitantes de derecho tenía el ayuntamiento: casi 100.000 personas

En poco tiempo, LA CIUDAD SE IDENTIFICÓ CON EL CAMINO hasta el punto de ser hoy considerado por el conjunto de Compostela un elemento central tanto de la identidad compostelana como de la gallega, aunque que en este último caso un poco menos.

## ¿Cómo nos vemos?

La mayoría de la ciudad parece estar cómoda en una identidad compartida, destacando fuertemente el sentimiento de galleguidad.

Retirando de la muestra las respuestas dadas por las personas censadas en Ames y Teo, los ayuntamientos con más habitantes de la comarca por detrás de Santiago, la identidad declarada por las personas que viven en el ayuntamiento de Santiago prácticamente no altera los resultados anteriores: los sentimientos de compostelanía y galleguidad suben lentamente, al lado de un pequeño descenso del sentimiento de españolidad.

Sentimiento de pertenencia o identificación en relación a:

Santiago: 6,36 / 6,04\*

Sin Ames y Teo: 6,50 / 6,11\*

Galicia: 7,42 / 7,37\*

Sin Ames y Teo: 7,45 / 7,29\*

España: 6,31 / 5,46\*

Sin Ames y Teo: 6,20 / 5,78\*

\*Resultados del 2018

### ¿Cuál es nuestro sentimiento de pertenencia?

El sentimiento de pertenencia no aparece alterar nuestra identificación con el Camino, detectándose apenas que un mayor sentimiento de españolidad hace aumentar un poco la consideración del Camino como parte de la identidad santiaguesa y gallega.

Las personas entrevistadas se declaran:

Sólo gallega — Más gallega — Gallega y española — Más española — Sólo española

Habiendo algo más de 30% con sentimiento galleguista dominante, sobresale igualmente la coincidencia en el nivel de identificación de las personas con un alto sentimiento de pertenencia tanto a Galicia como a España.

Resultados 2018

Los datos de control indican una tendencia para el aumento del sentimiento de galleguidad (de menos de un tercio a más de mitad) y el aumento también del predominio del sentimiento de españolidad (de 4,4% a 8,3%). El sentimiento de exclusiva españolidad desaparece de la muestra y el equilibrio de sentimientos iguales gallego y español baja 25 puntos.

## ¿Nos identificamos con la ciudad?

Nuestra identidad declarada está relacionada también con el aprecio de la ciudad y de sus espacios.

### **Galicia = Zona Vieja**

Cuando el sentimiento de pertenencia que más destacamos es la galleguidad preferimos la parte antigua de la ciudad.

### **Santiago = Zona Vieja + Zona Nueva**

Si fuese la compostelanidad, la preferencia va también para la Zona Vieja (con Rúa do Vilar a la frente) y para la Zona Nueva, y tendemos a identificarnos menos con la Catedral, con Belvís y con el Campus, y aún menos con la Ciudad de la Cultura y con los centros comerciales.

### **Spain = Campus universitario**

Si el peso de la españolidad fuese mayor, destacaremos el Campus y nos identificaremos menos con la Almendra, San Pedro o Bonaval

## Lugares que consideramos más emblemáticos

- Zona Vieja
- Catedral
- Alameda
- Obradoiro
- Quintana
- Plaza de Abastos
- Zona Nueva
- Rúa do Franco
- Parques y Zonas Verdes
- Rúa de San Pedro
- Ciudad de la Cultura
- Eixo Preguntoiro-Orfas
- Centros Comerciales

## ¿Con que lugares nos identificamos menos?

La Zona Nueva, la Ciudad de la Cultura y los centros comerciales son, por este orden, los lugares más aludidos entre las respuestas a la pregunta "En la búsqueda del Santiago verdadero, ¿A dónde no iría nunca?"

Fuera de los usos propios de nuestras obligaciones laborales, entre los diferentes espacios de la ciudad que preferimos para nuestro ocio y nuestras compras destaca la Zona Vieja.

1. Zona Vieja (37,4%)
2. Espacios verdes, Zona Nueva (15,9%)
3. Alameda (10,1%)

En general, la usamos más para pasear (45,5%), tomar algo (31,4%), ir de compras (15,1%) y asistir a actividades culturales (13%), aunque en este último caso estudiantes y personas jubiladas van menos.

### ¿Para que usamos la ciudad?

La edad parece condicionar el uso que hacemos de los espacios de la ciudad:

Las personas mayores de 65 años van a la Zona Vieja a pasear, comprar o a ver escaparates, sin embargo, van menos por ocio de lo que la gente joven, sobre todo estudiantes, que citan poco esas actividades.

En cuanto al consumo, personas jubiladas y estudiantes frecuentan menos bares y cafés y estas últimas compran más en las tiendas tradicionales y menos en el Mercado de Abastos.

## ¿En qué lugares estamos más cómodas?

Lugares que consideramos más queridos

Zona Vieja  
Alameda  
Zonas Verdes  
Quintana  
Obradoiro  
Catedral  
Rúa de San Pedro  
Zona Nueva  
Rúa do Franco  
Plaza de Abastos  
Eixo Preguntoiro-Orfas  
Ciudad de la Cultura  
Centros Comerciales

Resultados 2018

Suben:

Alameda  
Emerge Belvís  
Zona Nueva  
Obradoiro  
Quintana  
Catedral

Bajan:

Zona Vieja  
Rúa do Franco  
Plaza del Pan/Cervantes

Mujeres y menores de 65 años están especialmente cómodas en la Alameda, la zona verde la ciudad que mantiene su estructura y organización tradicional, y que suma con Bonaval y otros Parques y Zonas Verdes casi el 50% de menciones en los primeros lugares de la lista de nuestros espacios más queridos.

En el control de 2018 el afecto por las Zonas Verdes sube al 70% (Alameda + Belvís + Bonaval + Parques)

Zona Vieja

Zonas Verdes

Nuestros espacios más queridos son la **parte histórica** y las **Zonas Verdes**, y a mayor tiempo de permanencia en la ciudad mayor cambio en la identificación de lugares como nuestros predilectos.

Cambio de lugares predilectos en relación con número de años viviendo en Santiago:

De 5 a 19 años

+de 20 años

Hasta 5 años

Según los datos recogidos en 2018, esta tendencia que va a cambiar (de lugares favoritos) no resulta significativa en las personas con menos de 5 años de residencia en Compostela y permanece estable en aquellas que llevan hasta 19 años aquí, pero aumenta fuertemente, hasta 47,2%, en el caso de las que están en la ciudad hace más de dos décadas.

¿Te gusta Santiago más que hace 20 años?

31.00% Me gusta menos

28.00% Me gusta igual

40.00% Me gusta más

**Entre la gente que recuerda el Santiago de hace 20 años, predomina aquella a la que le gusta más la ciudad ahora; pero no por mucho.** Las personas a las que le gusta menos la ciudad ahora perciben un cambio mayor en sus vidas como consecuencia del turismo, y cerca de la mitad de ellas (47,3%) preferiría otro tipo de turista.

Resultados 2018

La tendencia indica algunos cambios: según nuestros datos, en 2018, a quien le gustaba más la ciudad antes (33,3%) superaba a quien le gustaba MENOS, aumentando el número de personas de a quien le gustaba por igual (37%).

¿Cambia el turismo nuestra percepción de la ciudad?

¿Le gusta más la ciudad de antes o la ciudad de ahora? (Por edades)

¿Le gusta más la ciudad antes o ahora?

Me gustaba la ciudad más antes

Me gusta la ciudad igual antes que ahora

Me gusta la ciudad más ahora

Las personas de 30 a 49 años prefieren en mayor medida la ciudad en el pasado (o les gusta igual el Santiago de hoy que el de ayer), mientras que las mayores de 65 años manifiestan una preferencia mayor por la ciudad actual.

La diferencia más sobresaliente entre ambos grupos de edad se encuentra en la preferencia por la ciudad actual, que es la opinión de 52,4% de las personas mayores de 65 años, mientras que es sólo de 31,6% del grupo de 30 a 49 años.

Resultados 2018

La tendencia es a bajar la estima por la ciudad actual. El conjunto de personas mayores de 65 años que muestra preferencia por la ciudad hoy baja a 33,3% y el de 30 a 49 años a 28,6%.

## ¿Compostela *vertebradora*?

El fenómeno jacobeo se consolidó en poco tiempo. El Camino está ahora en el centro de atención compostelana y constituye parte de la identidad de una ciudad que se siente cómoda siendo principalmente gallega, pero también santiaguesa y española.

El corazón y emblema de la ciudad es la Zona Vieja, en conjunto con los Parques y las Zonas Verdes. Estos son los lugares que queremos y usamos (la Ciudad de la Cultura está en el lugar opuesto). En general, *vertebramos* la ciudad a través de aquellos espacios queridos y frecuentados, de los lugares donde está situado el comercio pequeño y tradicional donde compramos, incluyendo el Mercado de Abastos. Desde ese punto de vista, podemos decir que son fundamentalmente las mujeres que vertebran Santiago.

La transformación de la ciudad en los últimos veinticinco años agrada a muchas personas de Santiago. Pero importa resaltar que casi un tercio de las entrevistadas prefiere Compostela tal y como era antes y a más de un cuarto le gusta la ciudad igual que antes.

Parece, en todo caso, que ya no vamos o ya no queremos determinados espacios que antes eran muy frecuentados. Estamos abandonando la Catedral, el Obradoiro, la Quintana y el Franco, que son muy considerados santiagueses (emblemáticos), pero menos queridos y todavía menos frecuentados. Estamos sustituyéndolos por otros como la Zona Nueva, que va apareciendo como más santiaguesa y querida.

¿Cuáles son nuestros espacios más queridos?

¿En qué medida l@s visitantes se relacionan con la comunidad y la cultura local?

¿Sabemos alguna cosa más sobre cómo somos y cómo nos vemos?



## ¿Cómo nos imaginan antes de visitarnos?

Catedral 44,60%  
Camino-Peregrinación 21,60%  
Tipo-tamaño de ciudad 8,40%  
Otros 7,50%  
Apóstol 7,00%  
Religión-Espiritualidad 6,60%  
Plaza del Obradoiro 5,20%  
Universidad 3,00%  
Zona vieja 2,80%

La imagen previa del conjunto de personas visitantes sobre SANTIAGO DE COMPOSTELA está dominado por elementos vinculados a la ciudad en su dimensión jacobea: Catedral, Camino-Peregrinación, Apóstol, Religión-Espiritualidad, Plaza del Obradoiro...

La gente imagina Compostela como una ciudad con una media de 160.279 habitantes: acierta bastante; pero atribuye a la Zona Vieja 25.448,1 habitantes de media, seis veces más que la realidad. Esa sobredimensión de la Zona Vieja lleva implícita la consideración de que una entidad habitacional y patrimonial de este tamaño tendría un correlato de habitantes... que no tiene.

La imagen previa que las personas visitantes tienen de Galicia, se identifica también por el paisaje, la naturaleza, la geografía y el clima; por pueblos, ciudades y comarcas concretas y, también, por la gastronomía.

### **La zona vieja pierde gente.**

Siendo mayor el descenso en áreas como la Rúa do Vilar y en las calles próximas a la Catedral.

| Año | Habitantes Zona vieja* | Habitantes Compostela |
|-----|------------------------|-----------------------|
|-----|------------------------|-----------------------|

\*Áreas censales de la Zona Vieja: Quintana, Mercado, Porta do Camiño, Carretas, San Martiño Pinario, Algalias, Mazarelos, Castrón Douro, Pexigos, San Clemente, Obradoiro, Toural.

## ¿Cómo nos ven cuando llegan?

### Imagen de Santiago durante la visita

|                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| Catedral 25,90%               | Piedra/Calles de piedra 8,50% |
| Camino-Peregrinación 20,90%   | Gastronomía 5,70%             |
| Otros 20,60%                  | Clima 3,40%                   |
| Tipo-tamaño de ciudad 18,10%  | Ocio 2,70%                    |
| Zona Vella 9,80%              | Paisaje/Naturaleza 2,50%      |
| Religión-Espiritualidad 9,70% | Capital de Galicia 1,30%      |
| Universidad 6,70%             | Botafumeiro 1,20%             |
| Apóstol 5,50%                 | Amistad-familia 0,90%         |
| Plaza del Obradoiro 5,00%     |                               |

Para las personas gallegas la visita parece implicar un reajuste de la imagen, pues asocian la ciudad a más atributos jacobeos (23,4%) de lo que, si exceptuamos la Catedral, declaraban previamente (14,8%). Los gallegos y las gallegas, cuando visitan la ciudad, descubren, no solo, aunque también, una Compostela jacobea.

### Resultados 2018

#### Suben:

Tipo-tamaño de la ciudad: 25,7% + 18,10%  
Camino-Peregrinación: 19,2% + 20,9%  
Religión-Espiritualidad: 7,1% + 9,7%

#### Baixan:

Catedral: 12%-25,9%  
Plaza del Obradoiro: 5%  
Universidad: 3,1%-6,7%

### ¿Como gallego/a que es para Ud. Santiago de Compostela?

Capital, Símbolo o referente de Galicia.  
Capital, Ciudad cultural.  
Otros.  
Ciudad Universitaria.  
Fin del Camino.  
Ciudad religiosa, espiritual.  
Punto de encuentro.  
Una ciudad más.  
Ciudad turística

### Resultados 2018

Se observa una tendencia de invisibilización de la capitalidad y un incrementos de la idea de ciudad turístico-religiosa. Para las personas de Galicia entrevistadas, y siempre en relación con los porcentajes de 2013-2015, en 2018 aumenta mucho su percepción de la ciudad como universitaria en 31% y como turística en 12,6%; también como ciudad Religiosa/Espiritual en 3,8%. Baja significativamente la percepción de Santiago como capital cultural (-17,1%) y como capital/referente de Galicia (-15%) y como Fin del Camino (-4,6%).

## ¿Cuánta gente viene por el Camino?

Las personas que llegan a Santiago de Compostela peregrinando suponen un 30% del conjunto de visitantes que figura en nuestra base de datos. La mayoría de ellas proceden del resto del Estado, la minoría del resto de Galicia; case un tercio de las portuguesas vienen por el Camino y menos de un quinto de las procedentes de Brasil, el país del mundo como mayor número de personas que se declaran católicas, se identifica como peregrina.

Visitantes a Santiago según las procedencias indicadas.

Peregrinos / No peregrinos

Resto de Galicia / Resto del Estado / Portugal / Brasil

Resultados 2018

Parece aumentar el nº de personas peregrinas procedentes de Portugal (70,4% del total de visitantes) y de Brasil (30,0% del total de visitantes). Disminuye un poco la del resto de Galicia y del resto del Estado y aumenta el total de personas peregrinas (40,0%)

## ¿Cómo ven la ciudad las personas que llegan peregrinando a Compostela?

Imagen previa de Compostela

Imagen una vez en Compostela

No peregrino/a

Peregrino/a

Catedral

Camino-Peregrinación

Apóstol

Religión-Espiritualidad

Plaza del Obradoiro

Tipo-Tamaño ciudad

Zona vieja

Universidad

Otros

Resultados 2018

Disminuyen las percepciones relativas a la Catedral, el Apóstol, la Zona Vieja y la Plaza del Obradoiro. Y aumentan los de Camino/Peregrinación, Religión/Espiritualidad y Tamaño/Tipo de ciudad. Aumenta mucho en el caso de las personas no peregrinas; y la percepción de la ciudad como universitaria para las no peregrinas frente a las peregrinas.

¿Las personas que nos visitan compran más cosas y gastan más dinero del que tenías previsto antes de llegar a Compostela?

Intención de compra de las personas que nos visitan según su procedencia:

Souvenirs

Pensado

Comprado

Productos gastronómicos

Pensado

Comprado

Ropa/Joyas

Pensado

Comprado

Libros, revistas, películas

Pensado

Comprado

ES: España

PT: Portugal

BR: Brasil

GZ: Galicia

Si una de las primeras imágenes es la gente, se multiplica por 10 el gasto en ocio.

Si uno de los imprescindibles de la visita es pasear, se multiplica por 40 el gasto en ocio.

Si una de las primas cosas de Santiago que señala es la Universidad, se multiplica por 20 el gasto en alojamiento.

Si uno de los imprescindibles de la visita es la gastronomía, se multiplica por 4 el gasto en cultura.

### Resultados 2018

El consumo general aumenta en el control del 2018. En concreto, el de productos gastronómicos comprados crece muchos y pasa a: Galicia 23,1%, España 54,4%, Portugal 33,3%, Brasil 40,0%

### ¿Qué y dónde consume la gente que nos visita?

Las personas de fuera de Galicia eligen claramente la parte antigua de la ciudad para hacer sus compras: tarta de Santiago, souvenirs y, en menor medida, también ropa y joyas. Los visitantes de origen gallego diversifican más los lugares y los productos que consumen, y compran también en centros comerciales o en la Zona nueva.

España. Portugal. Brasil. Galicia.

Zona vieja. Zona nueva. Centros comerciales. Puestos ambulantes.

Si analizamos los hábitos de consumo de las personas no gallegas que nos visitan, qué productos y en qué lugares de la ciudad realizan sus compras, qué opinión tienen de la calidad de los productos y servicios recibidos, las procedentes de Portugal son las más parecidas a nosotros.

**Galicia y Portugal compra:**

- +pan, dulces, libros, ropa y joyas
- vino, tarta de Santiago, quesos
- +en la Zona nueva
- en la Zona vieja

Las personas gallegas y portuguesas también vamos más a supermercados y centros comerciales y somos más exigente: entendemos que los precios son altos y tenemos una valoración de la atención al cliente más baja.

**¿Quién consume como nosotros?**

En los datos de 2018, la tarta de Santiago disminuye en consumo de personas de España y Portugal y aumenta en el ámbito de Brasil y Galicia. El consumo de queso y dulces disminuye, en general, y aumenta el de vino y licores y sobre todo el de "Otros productos".

Consumo de productos (%)

- Quesos
- Vinos
- Pan
- Dulces

Valoración de oferta/Precios/Calidad (%)

- Ampla/Suficiente
- Precios accesibles
- Productos de mala calidad
- Mala atención al cliente
- Valoración genérica positiva
- Excesiva orientación al turismo

Valoración de la oferta (alimentos-espacios) (%)

- Precios accesibles
- Precios altos
- Buena atención al cliente

# ¿Qué hacen en la ciudad las personas que peregrinan?

El perfil de la persona peregrina está equilibrado en cuanto al género, se corresponden con:

- Una persona de entre 30 y 49 años
- con formación escolar superior
- forma parte de una unidad familiar de tres miembros
- usa preferentemente internet (y Apps) para informarse antes de la visita
- tiene un comportamiento próximo al de quién viene por turismo

Consume fundamentalmente en la Zona vieja, artículos religiosos, y en general, es menos crítica con la calidad de los productos y los servicios que las personas no peregrinas.

El consumo de pescado y carne aumento en las encuestas de control de 2018 (35,6% y 7,7%, respectivamente).

| <b>Consumo de productos</b> | No peregrino | Peregrino |
|-----------------------------|--------------|-----------|
| Quesos                      |              |           |
| Carnes, pescados            |              |           |
| Productos gastronómicos     |              |           |
| Libros                      |              |           |
| Artículos religiosos        |              |           |
| <b>Zona de compras</b>      |              |           |
| Zona vieja                  |              |           |
| Zona nueva                  |              |           |
| Centros comerciales         |              |           |
| Puestos ambulantes          |              |           |
| <b>Valoración</b>           |              |           |
| Negativa de zonas concretas |              |           |
| <b>Información</b>          |              |           |
| <i>El Corte Inglés</i>      |              |           |
| Internet/App                |              |           |

## ¿Compostela visibilizada?

La imagen exterior de Santiago está, ahora, determinada por el Camino. Basta contrastar con la imagen más variada que tiene de Galicia las personas que nos visitan. Cabe reparar en que las personas gallegas que vienen a Santiago salen con una idea menos plural de la ciudad que aquella con la que llegaban (fundamentalmente la de la capital y referente de Galicia, ciudad patrimonial, universitaria y cultural). O verificar como después de la visita, la imagen de la ciudad es más rica y se parece más a la de Galicia (incluyendo clima, paisaje y gastronomía).

Es la gente que se declara peregrina la que conserva en mayor medida una idea ligada al camino y es menos permeable a la ciudad y a su cultura. Este es, en general, un grupo con formación escolar superior, que no viene necesariamente por motivos religiosos (menos de 20% de las personas procedentes de Brasil, el principal país católico del mundo, declaran motivaciones de este tipo), es el de comportamiento más típicamente turístico en función de la oferta dominante y el menos crítico con ella.

Esa oferta comercial de la ciudad es considerada poco variada y homogénea, a pesar de ser tendencialmente valorada como positiva y de calidad por las personas visitantes. En general, la gente gasta más de lo que tenía previsto y compra más souvenirs y elementos tópicos (imanes, camisetas, llaveros, conchas, etc.) que producción cultural local. Son las personas que vienen de Portugal las que más se parecen en hábitos de consumo a las gallegas; ambas compran también en la Zona nueva y no se quedan, como el resto de visitantes, apenas en la Zona vieja.

## ¿Cómo nos ven?

¿Qué visitante se parece más a nosotros?

¿Sabemos, en fin, alguna cosa más sobre cómo nos ve quién viene?

¿Será ahora la ciudad más del Camino y menos la ciudad cultural, universitaria...?



## ¿Cómo vemos a quien viene?

### ¿Nos gusta el turismo que llega a Santiago?

En función del lugar de la ciudad donde vivamos, mostraremos opiniones diversas con respecto al turismo y al efecto que tiene su presencia en la vida cotidiana de la comunidad local.

#### ¿Le gusta el turismo que llega a Santiago?

12,00% No sabe / No responde

59,00% Me gusta

29,00% No me gusta

La Zona Vieja y las entradas del Camino Francés y Portugués son los lugares de residencia de las personas que sienten su vida más afectada y que preferirían otro tipo de turistas. Quien reconoce este sentimiento tiene actitudes diferentes al resto de la muestra con respecto a los cambios de la ciudad y, también, en relación con su consideración de algunos espacios concretos.

En todo caso, en general la visión positiva del turismo es claramente mayoritaria entre nosotros, ya que al 59,5% de las personas consultadas (excluidas residentes en Ames y Teo) le gusta el tipo de visitante que llega a Santiago, frente a un 28,8% a quien esta clase de turismo no le agrada.

#### Resultados 2018

Esta situación tiende a cambiar; sin contar Ames y Teo, al 48,3% le continúa gustando este tipo de turismo, pero al 41,1% no (Ns/Nr: 10,3%). Con Ames y Teo: 50% vs. 43%)

## ¿Preferimos un turismo diferente?

Hay tres zonas en la ciudad en que muchas personas residentes preferirían otro tipo de turismo, concretamente:

- Zona Vieja 35.4%
- Rúa de San Pedro (Entrada del Camino Francés) 52.8%
- Choupana Santa Marta (Entrada del Camino Portugués)
  - 47.6% Santa Marta
  - 37.5% A Choupana

De hecho, aunque la proporción de personas que prefiere otro tipo de turismo y hasta se declara dispuesta a reservar espacios específicos para turistas en la Zona Vieja es muy pequeña, ella es significativamente mayor (casi 10%) entre aquellas a las que le gustaría otro tipo de turista.

Resultados 2018

Aparece una tendencia fuerte a rechazar este tipo de turista en la Zona Vieja (66,7% vs, 16,7% NS/NC 16,6%)

### ¿Preferimos un turismo diferente?

No preferiría otro tipo de turismo

Preferiría otro tipo de turismo

Totales

No reservaría espacios en la Zona Vieja para turistas

Reservaría espacios en la Zona Vieja para turistas

## ¿Cambia el turismo nuestro modo de vida?

Es precisamente la gente que preferiría otro tipo de turista quien siente más efecto del turismo en su vida cotidiana. De los 25 barrios considerados, nuevamente las tres zonas más impactadas por el Camino (San Pedro, a Choupana y la Zona Vieja de la ciudad) destacan como las que perciben mayor modificación de sus modos de vida por causa del turismo.

A Choupana (Camino Portugués)

Zona Vieja

San Pedro (Camino Francés) La tendencia se mantiene en San Lázaro

Media

Aunque que no todo es tan lineal: Santa Marta, al lado de la Choupana, está por debajo de la media en este caso (2,35). No parece haber aquí correlación entre la eventual alteración de su modo de vida y el rechazo, hay otras causas...

Resultados 2018

Aumenta el rechazo: la media de nuestros datos de 2018 está en 3,84 y en la Zona Vieja llega a 4,50)

En general, quien prefiere otro tipo de turista ve su vida cotidiana más cambiada por causa del turismo.

Preferiría otro tipo de turista: 3.11

No preferiría otro tipo de turista: 2.46

Resultados 2018

La tendencia es para aumentar

Sin resultados en Ames y Teo

Prefiere otro turista: 4.25

No prefiere otro turista: 3.00

Total de la muestra

Prefiere otro turista: 4.81

No prefiere otro turista: 3.32

## ¿Cómo vemos a quien viene?

Las personas a las que les gusta menos la ciudad ahora perciben un cambio mayor en sus vidas como consecuencia del turismo, y casi la mitad de ellas (47,3%) preferiría otro tipo de turista.

Quien aprecia especialmente los lugares considerados más santiagueses (emblemáticos), como el eje Preguntoiro-Orfas o los Parques y las Zonas Verdes, siente la vida cotidiana más alterada debido al turismo.

Por otro lado, cuanto menos nos gusta el tipo de visitantes que llega a Compostela, más nos identificamos con la Zona Vieja.

Y véanse las áreas que son consideradas como menos auténticas según el gusto que hay sobre el tipo de turista: a mayor gusto del tipo de turismo menos auténtica es considerada la Zona Vieja.

## ¿Altera el turismo nuestra relación con la ciudad?

Cuanto más me gusta el turismo, ¿qué considero menos santiagués?

Zona Nueva (resto de la zona nueva)

Zona Nueva (calles comerciales)

Entorno de la Catedral

Zona Vieja

## ¿Compostela turistificada?

En general, la sociedad de Compostela está satisfecha con el turismo que nos visita.

Sin ser grande, empieza a emerger un problema de incomodidad en las personas que habitan la ciudad en las zonas más frecuentadas por la gente que llega a través del Camino, concretamente los barrios de San Pedro, a Choupana y la Zona Vieja; esto lleva a que algunas de estas personas muestren posiciones desfavorables en relación al tipo de turista.

Todo parece indicar que empezamos a ver el turismo como un fenómeno que está afectando a lugares que consideramos importantes en varias dimensiones, espacios que nos representan o en que nos sentimos cómodos para comprar o pasar nuestro tiempo de ocio.

De esos lugares, el tradicional eje comercial de la parte antigua (Preguntoiro-Orfas) es el más querido por la gente que siente más modificada su vida por el turismo. La Zona Nueva, por su lado, gana aprecio y es vista como un lugar auténticamente santiagués tanto por sectores de visitantes (en mayor medida que por quien mora en la ciudad), como por las personas que habitamos Compostela, sobre todo por quien no le gusta el tipo de turista. Teniendo esto en cuenta, y también que a quien le gusta el tipo de visitante declara en menor medida la Zona Vieja como un espacio típicamente santiagués: ¿Estará la gente de Santiago a la que no le gusta el tipo de turismo que llega a la ciudad buscando refugio en la Zona nueva y en los Parques?

## ¿Cómo vemos a quién viene?

¿Cuál es la diferencia entre la persona que peregrina y quién viene de visita por turismo?

¿Sabemos, en fin, alguna cosa más sobre cómo vemos a quien nos visita?

La ciudad, el camino y nosotros.

## ANEXO III

# THE CITY, THE WAY, AND US

## THINKING, TELLING, FEELING, AND CARING FOR THE CITY AND ITS PEOPLE. THIS IS THE CHALLENGE.

We present four exhibitions (this general one and three others which will circulate through city neighborhoods) which mark a synthesis of some of the results of the research carried out by the Galabra Network since the year 2008 on visitors in general and, in particular, the effects of the Way of Saint James on our city.

Members from 9 different universities analyze the discourse, images, and practices taking place in Santiago both from businesses and residents of Compostela, as well as people from countries who provided the largest number of visitors at the time our analysis is begun in 2008: those from other parts of Galicia, visitors from the rest of the State, Portugal and Brazil (first in terms of European and non-European number of visitors, respectively).

We study the ideas present in the books read by those who visit us, the films they watch and the websites they consult. We derive solid and meaningful facts regarding who comes here and who experiences the city from out of the questionnaires and qualitative interviews we conduct.

And beyond this main exposition we urge participation in a variety of parallel activities:

- Sectorial exhibitions in the City Council's sociocultural centers: *The city and its inhabitants / The city and its visitors / The city and commercial activity.*
- Thematic round tables discussions with city specialists and representatives.
- Education and schoolchildren participation from the city's Secondary Schools.
- Citizen participation and photographic exhibition: "How does the Way influence your daily life? Citizens (re)thinking the Way"

We invite you to walk through this first exhibition looking for possible answers to the many questions that the city places before us.

All information at [redegalabra.org](http://redegalabra.org)

## Technical Details

|  |  |
|--|--|
| <b>Type of inquiry carried out:</b><br>Personal with a structured questionnaire  | Galicia: 398<br>Rest of the State: 878<br>Portugal: 408<br>Brazil: 396   |
| <b>Accuracy level:</b>   |  |
| <b>Sampling procedure:</b><br>Convenience-based  | Local inquiries<br>929 valid inquiries   |
| <b>Geographic location:</b> Santiago de Compostela   | Santiago: 684<br>Teo: 104<br>Ames: 144   |
| <b>Catalogued:</b><br>559 books<br>211 websites<br>90 audiovisual materials  | Economic and commercial activity inquiries: 410<br>valid inquiries   |
| <b>Universe:</b><br>Visitors from Galicia, the rest of the State, Portugal and Brazil (largest number of visitors from EU and from outside the EU in 2008 [Source: CETUR].<br>Sampling error: $\pm 2.15\%$<br>Dates: From March 2013 to March 2014 | Qualitative interviews:<br>Visitor interviews: 271<br>Galicia: 56<br>Rest of the State: 100<br>Portugal: 56<br>Brazil: 59  |
| Residents in Santiago de Compostela or in surrounding municipalities (Teo and Ames):<br>Infinite population ( $>100,000$ )<br>Sampling error: $\pm 3.2\%$<br>Dates: Second half of 2014 to May of 2015   | Interviews to pilgrims: 34 from Porto Alegre (Brazil)<br>6 conversation groups in the local population   |
| Economic and commercial activity in Santiago de Compostela<br>Population (sampling section): 4,096<br>Sampling error<br>Dates: April and May, 2015   | Control inquiries to test tendencies<br>155 visitors<br>50 inhabitants<br>50 shops   |
| <b>Sample size:</b><br>Visitors Inquiries<br>2,081 valid inquiries   | The results of the control inquiries made in 2018 are fully reliable but not statistically representative. Their value lies in detecting signs of evolution or, if it were the case, confirming the trend consistency manifested in the 2013-2015 inquiry. |

## Credits

General Coordination of the Exhibition Project: Discourse, images and cultural practices regarding Santiago de Compostela as a goal of the Saint James Way.  
General Curator of the Exhibition *The City, the Way and Us*.  
Curator of Thematic Exhibitions  
The City and who Inhabits it  
The City and who visits it  
The City and Commercial Activity  
Current Team  
Earlier participation  
Support and associated teams  
Collaborators



# Compostela and the Routes

## Creation of a new story about the city

Year / Pilgrims

[Holy Year]

\*Number people accredited by the Pilgrim Office

In 1970 68 people arrive to Compostela on the pilgrimage

In 2018 327,378 pilgrims arrive

The institutionalization process of the Routes of Saint James, which begin in the 1980s with the establishment and signposting of the various possible routes, is aided by the evolution and recognition of organizations and administrations at various levels (local, autonomous, state, and international).

1993 Year of the first Xacobeo promoted by the government of Manuel Fraga Iribarne.

It would have important effects on the city's configuration.

Upgrade to the capital of Galicia with the autonomous regime of 1981, in little more than twenty years the local and student population of Compostela turns into a (pre)occupied city of tourism and pilgrimages.

## Compostela and the Routes

The current idea of the city of Santiago de Compostela is founded primarily on three notions, largely convergent and created already in the 1980s.

1. **The narrative of the Catholic Church** identifies the Way and the Pilgrimage as key element to Europe's formation, with Christianity as the fundamental identitarian and cohesive basis for the people inhabiting the continent, and the Apostle and the Way, respectively, as both goal and Catholic processes of conversion and overcoming.
2. **The discourse of international organizations** (particularly UNESCO and the EU) assign an idea of the city and Way linked to Europeanism, Christianity (likewise referring to its role with regards to the Muslim world), medievalism and the heritage value of Compostela.
3. **The work of Paulo Coelho** and other later works referring to the Way and Compostela offer three constants: the identification of the Route with the process of the individual's search and transformation, a religious/mystical conception of life, and the search for happiness as life's goal. Ever since the publication of *The Pilgrimage* (1987) and *The Alchemist* (1988) by Coelho, winner of the Galician Medalla de Ouro award in 1999 and with a street bearing his name since 2008, this discourse reaches millions of people worldwide.

### The weight of three macro-narratives

Next to these three foundational narratives and the actions undertaken by the agents who support them, other institutions contribute to changing the city with noticeable impacts beginning in the nineteen-nineties. Among these, with a narrative connected to the aforementioned macro-narratives —beyond those promoted by the Santiago City Council itself (with Xerardo Estévez at the helm from 1983-1986 and 1987-1988)— work by the Xunta de Galicia, first through the concept of Xacobeo each Holy Year since 1983, and then in the twenty-first century with the promotional campaign *Galicia o Bo Camiño* [Galicia the Good Way].

## Chronology of the shift towards the current city

- 1981 Capital of the Galician Autonomous Community
- 1982 Holy Year Visit by Pope John Paul II
- 1984 European Prize (European Council)
- 1985 World Heritage (UNESCO)
- 1987 *The Pilgrimage* (Paulo Coelho)
- 1988 *The Alchemist* (Paulo Coelho)
- 1989 Visit by Pope John Paul II  
IV World Youth Day
- 1991 Royal Patronage of the City of Santiago de Compostela
- 1992 Consortium of Santiago
- 1993 World Heritage (UNESCO) Xacobeo '93. [Holy Year]
- 1999 Galician City of Culture  
Paulo Coelho Galician Medalla de Ouro. [Holy Year]
- 2000 European Cultural City (EU)
- 2004 French Route = Important European Cultural Itinerary Flag of Honor (European Council)
- 2008 Paulo Coelho Street
- 2010 Xacobeo '10 [Holy Year]
- 2013 *Galicia o Bo Camiño* [Galicia the Good Way]
- 2014 Franciscan Year

## Compostela and the Routes

The Xacobeo Plan was passed unanimously by the Galician Parliament in 1991.

Its mission was to streamline efforts by political, civic and ecclesiastical powers in order to achieve the Way of Saint James's physical, cultural and economic recovery. The Xacobeo entails a threefold goal:

1. Reaffirm Galician identity through an element which is essential to its history and personality.
2. Connect Galicia and the Way of Saint James with an idea of Europe.
3. Promote Galicia in general each Holy Year.

Xacobeo: Worldwide promotion of a Pilgrimage destination

Year      Investment

Since 1991, the S.A. receives a large public investment for its management of the Xacobeo, and is made up of a group of organizations whose primary objective is the tourist development of Galicia. Among these the Consortium of the City of Santiago is noteworthy as the executive organism of the Royal Patronage of Santiago (1991), which embodies the institutional cooperation between the Archbishopric of Santiago, the Spanish Government, the Xunta de Galicia, and the Santiago City Council.

Source of Investment:

Council of Accounts and the Xunta de Galicia

## Compostela, re-invented?

These investments, political decisions and aforementioned narratives account for the image currently projected outwardly by Santiago de Compostela. A city identified, for those who visit us, to a large extent with the Cathedral and the heritage sites surrounding it, in an old town losing its local population and which revamps its businesses mainly towards gastronomy and souvenirs.

Thus, the oldest part of the city adopts a significance which had been much less emphasized or forgotten before (medieval, mystic/spiritual) which is quite present nowadays on the streets and in local businesses.

As a rule, the local population (whether businesses or individuals) does not identify itself with this image of the city. Conversely, neither does it feel its day to day way of life strongly modified by the impact of tourism, though it is possible to detect a tendency in this regard in the ancient part, the place with highest presence of visitors, as well as in the neighborhoods crossed by the French and Portuguese Routes.

## Compostela and the Routes

What are the effects, particularly in the historic part of the city, of these narratives centered on the city?

Could it be that Compostela was in fact re-invented?

It is now more the city of the Way and less the capital, heritage city...?

## Does the Way of Saint James form a part of our identity?

Does the Way form a part of Santiago's identity? 7,26 / 6,56\*

Does the Way form a part of the Galician identity? 6,81 / 6,02\*

\*2018 results

In the 1982 Holy Year Less than 2,000 people make the pilgrimage to Compostela

In the 1993 Holy Year More people arrived as pilgrims than the total of its legal inhabitants — almost 100,000 people.

In little time, THE CITY IDENTIFIED ITSELF WITH THE WAY to the extent that it is now considered by the whole of Compostela as a central element both of Santiago and Galician identity, though in the latter case slightly less.

The majority of the city seems to be beholden to a shared identity, strongly highlighting a feeling of being Galician.

Collecting samples of responses given by people registered in Ames and Teo — the municipalities with the most inhabitants after Santiago, the identity declared by the people living in the municipality of Santiago are practically the same as the earlier ones: feels of being Santiagan and Galician increase slightly, next to a small decrease in terms of feeling Spanish.

A feeling of belonging or identification in relation to:

Santiago: 6,36 / 6,04\*

Without Ames and Teo: 6,50 / 6,11\*

Galicia: 7,42 / 7,37\*

Without Ames and Teo: 7,45 / 7,29\*

Spain: 6,31 / 5,46\*

Without Ames and Teo: 6,20 / 5,78\*

\*2018 results

### What is our feeling of belonging?

A feeling of belonging does not appear to alter our identification with the Way, detecting that an increased feeling of being Spanish contributes to slightly increasing a consideration of the Way as part of the Santiagan or Galician identity.

People interviewed declare themselves:

Only Galician — More Galician — Galician and Spanish — More Spanish — Only Spanish

With slightly more than 30% with a dominant feeling of Galician nationality, also notable is the level of identification of people with a strong feeling of belonging both to Galicia and Spain.

2018 results

The control data indicates a tendency towards an increase in feelings of being Galician (from less than a third to more than half) and an increase as well in a predominance of feeling Spanish (from 4.4% to 8.3%). Feelings of being exclusively Spanish disappears from the sample and the balance of feeling equally Galician and Spanish drops 25 points.



## Do we identify ourselves with the city?

Our declared idea is also related to the city and its spaces

### **Galicia = Old Town**

When the feeling of belonging that most defines us is Galician, we prefer the old part of the city.

### **Santiago = Old Town + New Town**

Regarding a Compostelan identity, preference goes both for the Old Town (with its Rúa do Vilar in the lead) and the New Town, and we tend to identify less with the Cathedral, Belvís Park and the University Campus, and even less with the A Cidade da Cultura [City of Culture] and with shopping centers.

### **Spain = University Campus**

In the case of a predominantly Spanish feeling of belonging, we highlight the Campus and identify less with Améndoa San Pedro and Bonaval.

## Places we consider to be most emblematic

- Old Town
- Cathedral
- Alameda
- Obradoiro Square
- Quintana
- Abastos Market
- New Town
- Parks and green areas
- San Pedro Street
- A Cidade da Cultura [City of Culture]
- Crossing of Preguntoiro and Orfas Streets
- Shopping centers

## Which places do we least identify with?

The New Town, the A Cidade da Cultura [City of Culture], and shopping centers, in this order, are the places most referred to among answers to the question "In seeking out the true Santiago, where would you never go?"

Outside of its own use and our work duties, the Old Town stands out among the different city spaces we prefer for our leisure and our shopping.

1. Old Town (37,4%)
2. Green spaces, New Town (15,9%)
3. Alameda (10,1%)

In general, we use it most to stroll (45.5%), have a drink (31.4%), go shopping (15.1%), and attend cultural events (13%), though with regards to the latter students and retirees attend less.

## What do we use the city for?

Age appears to determine the use that we make of the city's spaces:

People over the age of 65 go to the Old Town to stroll, shop or window shop, and go less for pleasure than younger people, who rarely mention these activities.

In terms of spending, retirees and students go to fewer bars and cafes and the latter shop more in traditional stores and less in the Abastos Market.

## Where are we most at ease?

Places we consider to be most loved

- Old Town
- Alameda
- Parks and Green Areas
- Quintana
- Obradoiro Square
- Cathedral
- San Pedro Street
- New Town
- Abastos Market
- Crossing of Preguntoiro and Orfas Streets
- A Cidade da Cultura [City of Culture]
- Shopping centers

Increase

Decrease

Women over the age of 65 are particularly at ease in the Alameda, the green area of the city that maintains its tradition structure and organization, which combines with Bonaval and other parks and green areas to comprise almost 50% of the first place mentioned on the list of our most beloved spaces.

In the control test of 2018 and affection for Green Areas increases to 70% (Alameda + Belvís + Bonaval + Parks).

Old Town

Green Areas

Our most beloved spaces are the **Old Town** and the **Green Areas**, and the longer one lives in the city the more the shift in identifying with our favorite spaces.

Shift in favorite places as related to the number of years residing in Santiago:

From 5 to 19 years

More than 20 years

Less than 5 years

According to the data collected in 2018, this tendency to shift (favorite places) is insignificant in people with less than 5 years of permanent residence in Compostela and remains fixed in those who have been here for 19 years, however it increases strongly —to 47.2%— in the case of those who have been in the city for more than two decades.

## Do you like Santiago more than 20 years ago?

31.00% Like less

28.00% Like the same

40.00% Like more

**Among the people who remember Santiago from 20 years ago, there are more who like the city nowadays, but not by much.** People who like the city less now perceive a bigger shift in their lives due to tourism, and close to half of them (47.30%) would prefer another type of tourist.

### 2018 results

The tendency indicates some shifts: according to our data, in 2018, those who liked the city more before (33.3%) surpassed those who liked it (29.6%), and those who like both equally increased (37%).

## Does tourism change our perception of the city?

Do you like the city more before or now? (by age)

Do you like the city more before or now?                      30-40 years old. Etc.

I like the city before more.

I like the city before the same as now.

I like the city now more.

People aged 30 to 49 prefer to a greater degree the city in the past (or they like the Santiago of today as much as that of yesteryear), while people over 65 express a preference for the current city.

The most notable difference between both age groups can be found in their preference for the current city, which is the opinion of 52.4% of those 65 and older, as compared to only 31.6% of the 30-49 year old group.

### 2018 results

The tendency points to a lowering of the opinion of the current city. The over 65 group that showed preference for the current city decreased to 33.3% and the 30-49 age group dropped slightly to 28.6%.

## Compostela *constructed*?

The Xacobeian phenomenon was consolidated in a very short time. The Way is now at the center of Compostela's attention and it is part of the identity of acity that feels itself primarily Galician, but also Santiagan and Spanish as well.

The heart and emblem of the city is the Old Town, together with Parks and Green Zones. These are the places we love and use (the Cidade da Cultura is in the opposite place). In general, We *construct* the city through these dear and frequented spaces, two places where the small and traditional businesses are located and where shot, including the Abastos Market. From this point of view, we can to say that it is basically women who construct Santiago.

The transformation of the city over the last twenty-five years pleases many people from Santiago. However, it is important to note that almost a third of those interviewed liked how Compostela was before more and over a quarter like the city as much as before.

At any rate, it seems that we visit less or think less of certain spaces that were once more frequented. We are abandoning the Cathedral, Obradoiro Square, the Quintana and Franco Street, who are considered to be very much a part of Santiago (as emblematic), but are less beloved and even less frequented. We are replacing them with others such as the New Town, which is seen as more Santiagan and beloved.

Which are our most beloved spaces?

To what extent do visitors interact with the community and local culture?

Do we know anything else about how we are and how we view ourselves?

## How do they imagine us before they visit us?

Cathedral 44,60%  
The Way – Pilgrimage 21,60%  
Type – City size 8,40%  
Others 7,50%  
Apostle 7,00%  
Religion – spirituality 6,60%  
Obradoiro Square 5,20%  
University 3,00%  
Old Town 2,80%

The general initial image of visitors to SANTIAGO DE COMPOSTELA is marked by elements connected to the city in its Xacobean dimension: Cathedral, The Way – Pilgrimage, Apostle Religion – spirituality, Obradoiro Square...

People imagine Compostela to be a city of, on average, 160,279 inhabitants: this is quite close, yet they attribute 25,228.1 inhabitants, on average, to the Old Town. This is six times the actual numbers. This overestimation of the Old Town implies that they feel that a living, heritage entity of such magnitude would be correlated in number of its inhabitants...However, this is not the case.

The initial image that non-Galician visitors have of Galicia involves the landscape, nature, geography and climate; certain small towns, cities and counties, and also for the gastronomy.

### **The Old Town is losing inhabitants.**

The biggest drop being in places like the Rúa do Vilar and the streets nearest to the Cathedral.

| Year | Inhab. Old Town* | Inhab. Compostela |
|------|------------------|-------------------|
|------|------------------|-------------------|

\*Census areas of the Old Town: Quintana, Market, Porta do Camiño, Carretas, San Martiño Pinario, Algalias, Mazarelos, Castrón Douro, Pexigos, San Clemente, Obradoiro, Toural.

## How do they view us when they arrive?

### Image of Santiago during the visit?

|                               |                            |
|-------------------------------|----------------------------|
| Cathedral 25,90%              | Stone/ stone streets 8,50% |
| The Way – Pilgrimage 20,90%   | Gastronomy 5,70%           |
| Others 20,60%                 | Climate 3,40%              |
| Type – City size 18,10%       | Free time 2,70%            |
| Old Town 9,80%                | Landscape/Nature 2,50%     |
| Religion – spirituality 9,70% | Capital of Galicia 1,30%   |
| University 6,70%              | Botafumeiro 1,20%          |
| Apostle 5,50%                 | Friendship, family 0,90%   |
| Obradoiro Square 5,00%        |                            |

For Galicians the visit appears to imply a readjustment to the image, since they associate more Xacobeian attributes to the city (23.4%) than, with exception to the Cathedral, they had previously declared (14.8%). When Galicians visit the city they don't only discover a Xacobeian Compostela, but even more.

### 2018 results

#### Increase:

Type – City size: 25,7% + 18,10%  
The Way – Pilgrimage: 19,2% + 20,9%  
Religion – spirituality: 7,1% + 9,7%

#### Decrease:

Cathedral: 12%-25,9%  
Obradoiro Square: 5%  
University: 3,1%-6,7%

### As a Galician, what is Santiago de Compostela to you?

Capital, Symbol or reference in Galicia  
Capital, Cultural city  
Others  
University city  
End of the Way  
Religious city, spiritual  
Meeting place  
Just another city  
Tourist city

### 2018 results

A trend towards less importance as a capital city can be observed, as can an increase in the idea of a tourist/religious city. For the Galician people interviewed, and always in relation to the percentages of 2013-2015, in 2018 there is a marked increase in perceiving the city as a University town (31%) and as tourist city (12.6%), as well as a religious/spiritual city at 3.8%. The idea of Santiago as a cultural capital declines significantly (-17.1%) and as capital/referent in Galicia (-15%) and as the End of the Way (-4.6%).



People who arrive as pilgrims to Santiago de Compostela make up 30% of all visitors in our database. The majority come from other parts of the country, a minority from the rest of Galicia. Almost one third of Portuguese come via the Way, and less than a fifth from Brazil —the country with the largest number of people who call themselves Catholics and identify themselves as pilgrims.

Visitors to Santiago according to where they come from

Non-pilgrim / Pilgrim

Rest of Galicia / Rest of the country / Portugal / Brazil

2018 results

An increase in the number of pilgrims coming from Portugal (70.4% of all visitors) and from Brazil (30.0% of all visitors).

Decrease in visitors from the rest of Galicia and rest of Spain, with an increase in the total number of pilgrims (40.0%).

How do the people who arrive as pilgrims view Compostela?

Preconceived notion of Compostela

Image while being in Compostela

Non-pilgrim

Pilgrim

Cathedral

The Way – Pilgrimage

Apostle

Religion – spirituality

Obradoiro Square

Type – City size

Old Town

University

Others

2018 results

Decrease in perceptions with regards to the Cathedral, the Apostle, Old Town, and Obradoiro Square. A substantial increase in terms of non-pilgrims who appreciate the city's diversity (Others), as opposed to the pilgrims, and the perception of city as a university city by non-pilgrims as opposed to pilgrims.

Do the people who visit us buy more things and spend more money than they had previously planned before arriving in Compostela?

Purchasing intent of the people who visit us, according to their country of origin:

Souvenirs/articles

Thought

Bought

Gastronomical products

Thought

Bought

Clothes/Jewelry

Thought

Bought

Books, magazines, films

Thought

Bought

ES: Rest of the country

PT: Portugal

BR: Brazil

GZ: Rest of Galicia

If one of the first images is the people: multiply by 10 spending in leisure.

If one of the essential aspects of the trip is strolling, multiply by 40 spending on leisure.

If one of the first things about Santiago they point out, multiply by 20 spending on lodging.

If one of the visit's essential elements is gastronomy, multiply by 4 spending on culture.

### 2018 results

General spending goes up in the control of 2018. In particular, purchased gastronomical products greatly increase to GZ: 23.1% ES: 54.4% PT 33.3% BR 40.0%

### Where do people spend when they visit us?

People from outside of Galicia clearly choose the old part of the city to do their shopping: Santiago Cake, souvenirs, and to a lesser extent, clothes and jewels. Visitors from Galicia diversify to a greater extent the products that they purchase and where they buy them, and also shop in shopping centers and in the New Town.

Old Town

New Town

Shopping Centers

Street vendors

If we analyzed the purchasing patterns of the non-Galician people that visit us, which products they consume, and where they buy them, what opinion they have of the quality of products and services, Portuguese people are those who most closely resemble us.

**GZ + PT buy:**

- +bread, sweets, books, clothes and jewels
- wine, Santiago Cake, cheese
- +In the New Town
- In the Old Town

Galician and Portuguese people also go more often to supermarkets and shopping centers and we are more demanding: we understand that prices are high and we have a low opinion of customer service.

## Who consumes like we do?

In data from 2018, Santiago Cake purchase from people from ES and PT dropped and increased in those from BR and GZ. Purchases of cheese and sweets dropped, in general, and wine and liquor —and above all “Other products” increased.

Purchase of products (%)

- Cheese
- Wine
- Bread
- Sweets

Evaluation of supply/Prices/Quality (%)

- Ample/Sufficient
- Accessible prices
- Products of poor quality
- Poor customer service
- Generic positive evaluation
- Excessive focus on tourism

Evaluation of supply (food-spaces) (%)

- Accessible prices
- High prices
- Good customer service

## What do people on pilgrimages do in Santiago?

The profile of the pilgrim is balanced in terms of gender, corresponding with:

- A person between the ages of 30 and 49
- With post-compulsory education
- Forms part of a family unit of three members
- Preference for Internet (and Apps) to research prior to visit
- Behavior similar to those who come for tourist purposes:

Purchase religious articles, primarily in the Old Town, and are generally less discerning with regard to the product quality and customer service than non-pilgrims.

| <b>Product purchase</b> | Non-pilgrim | Pilgrim |
|-------------------------|-------------|---------|
|-------------------------|-------------|---------|

Cheese

Meat, fish

Gastronomical products

Books

Religious articles

### **Area of purchases**

Old Town

New Town

Shopping centers

Street vendors

### **Evaluation**

Negative in particular areas

### **Information**

*El Corte Inglés*

Internet/App

The external image of Santiago is now determined by the Way. One must only compare the most varied image that the people who visit us have of Galicia. It is noteworthy that Galician people that come to Santiago leave with a less plural idea of the city than that with which they arrived (i.e., that of capital and Galician referent, a heritage city, and a university and cultural town). Or verify that after their visit the image of the city is richer, more resembling that of Galicia (including climate, landscape or gastronomy).

And people who declare themselves to be pilgrims retain more of an idea linked to the Way and are less permeable to the city and its culture. This is, in general, a group with post-secondary education who does not necessarily come on religious pretexts (less than 20% of the people from Brazil, the largest Catholic country in the world, declare a motivation of this sort), and have a more typical tourist behavior in function to the dominant offer and are the least critical of it.

This commercial offer is considered to be quite unvaried and homogeneous, despite tending to be valued as positive and of quality by those visitors. In general, people spend more than they had planned, and buy more souvenirs and cliché items (magnets, t-shirts, keychains, shells, etc.) than products of the local culture. Those people coming from Portugal are the most similar to Galicians in terms of their consumer habits. They both shop in the New Town and don't remain watching, like the rest of the visitors, except in the Old Town.

What visitor most resembles us?

Finally, do we know anything more about how we are viewed by those who come here?

It is now more the city of the Way, and less a cultural, university town?

## Do we like the tourism that arrives in Santiago?

According to the part of the city we live in, we will exhibit varied opinions with regards to tourism and the effect that its presence has on the local community's daily life.

Do you like the tourism that arrives in Santiago?

12,00% Don't know / Don't answer

59,00% Like

29,00% Don't like

The Old Town and the entrances of the French and Portuguese Routes are the living places of the people who see their life most affected and who would prefer a different type of tourist. Those who recognize this feeling have attitudes which are different from the rest of the sample with regards to the city's shift and in relation to certain spaces in particular.

For whatever reason, in general the positive vision surrounding tourism is clearly in a majority, since 59.4% of people polled (except for residents of Ames and Teo) like the type of visitor that comes to Santiago, as opposed to 28.8% who do not like this type of tourism.

2018 results

This situation tends to shift: Without taking into account Ames and Teo, 48.3% continue to like this type of tourist, however 41.1% do not. I(Ns/Nr: 10.3% including Ames and Teo: 50% vs. 43%)

## Do we prefer a different kind of tourism?

There are three areas of the city in which residents would prefer a different type of tourism, namely:

- Old Town 35.4%
- San Pedro Street (The entrance of the French Route) 52.8%
- Choupana Santa Marta (Entrance of the Portuguese Route)
  - 47.6% Santa Marta
  - 37.5% A Choupana

Despite the fact that the proportion of people preferring another type of tourism and even declaring themselves willing to reserve specific spaces for tourists in the Old Town is quite small, it is significantly larger (almost 10%) among those who would like a different type of tourist.

2018 results

A tendency to reject this type of tourist in the Old Town appears (66.7% vs. 16.7% Ns/NC: 16.7%)

Do we prefer a different type of tourism?

Would not prefer another type of tourism

Would prefer another type of tourism

Totals

Would not reserve spaces in the Old Town for tourists

Would reserve spaces in the Old Town for tourists



## Does tourism change our way of life?

It is precisely those people who would prefer another kind of tourism who feel their everyday lives to be more affected by tourism. Of the 25 neighborhoods in question, once again the three areas most affected by the Way (San Pedro, A Choupana, and the Old Town) stand out as those who notice the biggest changes on their way of life due to tourism.

A Choupana (Portuguese Route)

Old Town

San Pedro (French Route) The tendency also observed in San Lázaro

Average

However it is not completely linear: Santa Marta, next to A Choupana, is below average in this case (2.35). There does not appear to be a correlation here between the eventual alteration of their way of life and rejection, there are other causes...

2018 results

Rejection increases: the average of our data from 2018 is 3.84 and in the Old Town it reaches 4.50...)

In general, s/he who prefers a different type of tourist finds everyday life to have changed more as a result of tourism.

Would prefer another type of tourist: 3.11

Would prefer another type of tourist: 2.46

2018 results

The tendency is towards an increase

Without results in Ames and Teo

Would prefer another type of tourist: 4.25

Would prefer another type of tourist: 3.00

Sample total

Would prefer another type of tourist: 4.81

Would prefer another type of tourist: 3.32

People who like the city now less perceive a bigger change on their lives as a consequence of tourism, and close to one half of them (47.3%) would prefer another type of tourist.

Those who particularly appreciate places considered to be most emblematic of Santiago, such as the Preguntoiro-Orfas axis or Parks and Green Areas, feel their everyday life to be more altered by tourism.

On the other hand, the less we like the type of visitors that arrive to Compostela, the more we identify with the Old Town.

It can be observed that areas are considered less authentic according to how much a certain type of tourist is liked: the highest preference of the least authentic tourism is the New Town.

### Does tourism alter our relationship with the city?

The more I like tourism, what do I consider to be less Santiagan?

New Town (Rest of the New Town)

New Town (Commercial avenues)

Surrounding the Cathedral

Old Town

## Touristy Compostela

In general, Compostelan society is satisfied with tourism and the type of tourism that visits us.

By no means large, nevertheless a problem of discomfort is growing for people inhabiting the city in the areas most frequented by the people that arrive on the Way of Saint James, especially in the neighborhoods of San Pedro, A Choupana and the Old Town. This in turn leads some of these people to take unfavorable positions with regard to a certain type of tourist.

Everything seems to indicate that we are beginning to see tourism as a phenomenon that affects places we consider to be important on several levels, spaces that represent us or where we feel at ease to shop, stroll or spend our leisure time.

Of these places, the traditional commercial axis from the old part (Preguntoiro - Orfas) is the most beloved by the people who feel their lives most altered by tourism. The New Town, on the other hand, gains in terms of appreciation and is seen as authentically Santiagan both by sectors of visitors (more than for those living in the city), as well as by people living in Compostela, especially for those who do not like this type of tourist. Taking this into account, and also that those who enjoy this type of visitor declare to a lesser extent that the New Zone is a typically santiagan space: Do people from Santiago, who do not like the type of tourism that arrives, seek refuge in the New Town and in the Parks?

## Touristy Compostela

In general, Compostelan society is satisfied with tourism and the type of tourism that visits us.

By no means large, nevertheless a problem of discomfort is growing for people inhabiting the city in the areas most frequented by the people that arrive on the Way of Saint James, especially in the neighborhoods of San Pedro, A Choupana and the Old Town. This in turn leads some of these people to take unfavorable positions with regard to a certain type of tourist.

Everything seems to indicate that we are beginning to see tourism as a phenomenon that affects places we consider to be important on several levels, spaces that represent us or where we feel at ease to shop, stroll or spend our leisure time.

Of these places, the traditional commercial axis from the old part (Preguntoiro - Orfas) is the most beloved by the people who feel their lives most altered by tourism. The New Town, on the other hand, gains in terms of appreciation and is seen as authentically Santiagan both by sectors of visitors (more than for those living in the city), as well as by people living in Compostela, especially for those who do not like this type of tourist. Taking this into account, and also that those who enjoy this type of visitor declare to a lesser extent that the New Zone is a typically santiagan space: Do people from Santiago, who do not like the type of tourism that arrives, seek refuge in the New Town and in the Parks?



Será que Compostela foi mesmo reinventada?

Cales son os efectos, sobre todo na Zona Vella, dos discursos sobre a cidade?

En que medida as persoas que nos visitan se relacionan coa comunidade e a cultura local?

Cal é a diferenza entre a persoa que peregrina e quen vén de visita ou por turismo?

Que visitante se parece máis connosco?

Cales son os nosos espazos máis queridos?

Santiago é agora máis a cidade do Camiño e menos a cidade capital, patrimonial, cultural, universitaria?

**A Cidade, o Camiño e Nós**, con resultados de investigación de proxectos da Rede Galabra sediados na USC, pretende contribuír para responder diversas preguntas relacionadas con Santiago de Compostela e as súas xentes do abundantes informacións sobre como somos, como nos vemos, como vemos quen nos visita e como esta xente nos ve, inclúese a síntese das diversas perspectivas manifestadas en oito mesas redondas de representantes cidadáns/ás que acompañaron o proxecto expositivo que dá título a esta obra, xunto coas motivacións dun traballo divulgativo deste tipo.

Este libro continúa co volume *Visitar, Comerciar e Habitar a Cidade*, aparecido nesta mesma editora.



Resultados parciais de proxectos de investigación.  
Discursos, imaxes e prácticas culturais sobre Santiago de Compostela como meta dos Camiños de Santiago FF2012 - 35521.  
Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameazas para o benestar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela. FF2017-88196-R.

