

Turismo e catedrais en Galicia, unha relación (in)necesaria

XOSÉ M. SANTOS SOLLA

Universidade de Santiago de Compostela

RESUMO

O obxectivo deste artigo é analizar o papel que xogan as catedrais galegas na promoción e organización dos produtos turísticos. Durante moito tempo o turismo urbano, coa excepción de Santiago de Compostela, foi o grande esquecido da oferta turística de Galicia. Só nos últimos tempos se lle ten prestado atención, incorporándose as cidades e vilas con inusitada forza. O patrimonio relixioso forma parte indiscutible dos recursos turísticos que se ofertan malia que frecuentemente é difícil falar mesmo de que sexan recursos en sentido estricto. E son as catedrais os argumentos máis poderosos que se presentan nesta oferta, xunto cos mosteiros. Porén, existen moitos défices relativamente á xestión turística destes espazos e que seguen dúas direccións opostas: a infra-utilización ou a sobre-explotación.

Con este artigo queremos reflexionar sobre o papel que teñen as catedrais no turismo así como sobre as consecuencias que teñen tanto para elas como para o propio sector.

Palabras chave: turismo, catedrais, Galicia.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the role which plays the cathedrals in Galicia in the promotion and organization of tourism products. For a long time, the urban tourism, with the exception of Santiago de Compostela, was the most overlooked of the tourist offer in Galicia. Only in recent times it has paid attention, incorporating the cities and towns with unusual force. The religious heritage is indisputable part of tourism resources that although offer that frequently it is difficult to speak, in the same way, of which are resources in the strict sense. And the cathedrals are the most powerful arguments that are presented in this offer, together with the monasteries. However, there are many

deficits in relation to tourism management of these spaces which follow two opposite directions: the infra-use or over-exploitation. With this article we want to reflect on the role that have the cathedrals in the tourism as well as on the consequences that have much for them and the sector itself.

Keywords: tourism, cathedral, Galicia.

PRESENTACIÓN

De xeito bastante inexplicable as nosas vilas e cidades non foron obxecto de atención por parte da ollada turística ate hai relativamente pouco tempo. Isto non é unha singulariedade propia de Galicia, nin sequera de España. Page (1995) na súa obra de referencia xa fai mención a esta eiva específica de todo o sector. Porén, existe unha coincidencia en sinalar que é sobre todo a partir da década de 1980 cando se comezan a enfocar as potencialidades dos espazos urbanos. Isto é especialmente certo naquelas que posúen un rico patrimonio histórico-artístico, aínda que non só. A grave crise económica dos anos 1970 que acelerou o cambio do sistema produtivo estimulou a terciarización de moitas cidades que vían como a industria tradicional ía pechando. O exemplo de Bilbao é ben representativo destas transformacións.

Son varias as causas que poden servir para explicar o progresivo interese polo turismo urbano. Desde o lado da oferta está esa crise, á que xa fixemos referencia, do sistema produtivo que afectou ao longo da década de 1970 a moitas cidades que viron no turismo unha oportunidade para facilitar a súa recuperación. Isto aconteceu en urbes de moi diferentes características: nas grandes metrópoles que durante décadas recibiran visitantes por motivos variados pero que nunca se preocuparan por estimular nin ordenar esta actividade; nas cidades industriais que optaran por un modelo de desenvolvemento en principio oposto ao que debería ser un destino turístico; nas cidades medias fortemente terciarizadas e cun modesto patrimonio histórico-artístico que defendían o seu papel como centro de servizos e non crían na capacidade de atracción da herdanza do pasado; e, finalmente, nas cidades históricas que aínda sendo conscientes do seu potencial non se decidiran apenas polo desenvolvemento desta actividade ante as varias carencias existentes: problemas de accesibilidade ou escaso interese dos responsables públicos por un modelo turístico diferente ao dominante de sol e praia. E mesmo sufriran un forte proceso de deterioro e abandono do seu legado.

Desde o lado da demanda vanse producindo cambios substanciais nas motivacións que fan máis complexo o universo do turismo. O visitante tradicional vinculado coa modernidade vai cedendo terreo a actitudes e comportamentos máis propios da postmodernidade o que vai beneficiar de xeito evidente a novos destinos, entre eles os urbanos. En efecto, fronte á posturas pasivas no goce do tempo vacacional van aparecendo outras formas máis activas de desfrute e motivacións diferentes. O interese crecente pola cultura, polas compras ou polas tendencias e o cosmopolitanismo encontra nas cidades un campo óptimo para a satisfacción destas inxuedanzas.

En todo caso non hai incompatibilidade entre as formas tradicionais de facer turismo e as novas. Precisamente unha das características que define ao turista postmoderno é a combinación de motivacións que lles levan a realizar viaxes turísticas. Isto unido aos cambios na organización do tempo favorecen outros xeitos de desfrutar do tempo libre en xeral. Entre os aspectos que foron postos en evidencia está precisamente a multiplicación das viaxes ao longo do ano e a paulatina diminución da estadia media que afecta tanto aos destinos de sol e praia como aos urbanos.

As políticas públicas foron moi importantes para entendermos o éxito do turismo urbano. Ese recoñecemento, ao que fixemos referencia, do papel que podía desenvolver o turismo no renacemento urbano levou a tomar medidas a favor do turismo. Entre elas están as de carácter técnico como a creación de oficinas de xestión. Pero tamén outras moito máis globais e integrais. Por exemplo a organización de eventos ou os procesos de restructuración urbana, ás veces actuacións moi vinculadas entre si. En colaboración coa iniciativa privada puxéronse os medios para unha substancial mellora da accesibilidade sendo o caso máis significativo o apoio para a implantación das liñas aéreas de baixo custo. Podemos igualmente facer alusión á decidida incorporación das tecnoloxías da información e da comunicación así como ao papel xogado polo mundo audiovisual, designadamente a televisión e o cinema (aínda que non só) que aumentaron o noso stock de coñecemento sobre moitas cidades, estimulando o interese pola viaxe.

En definitiva obsérvase un crecente interese polo mundo urbano como obxecto do desexo da ollada turística, malia que a actual crise económica parece modificar algunhas tendencias reforzando formas tradicionais de viaxe. En calquer caso tamén é certo que non todas as cidades se teñen posicionado ben neste contexto. Sen dúbida aquelas que teñen un rico patrimonio histórico e artístico son das mellores colocadas toda vez que a cultura é un dos elementos máis valorados polos visitantes. Incluso dentro das mesmas as cidades declaradas pola UNESCO como Patrimonio da Humanidade contan con vantaxes comparativas grazas a ese recoñecemento internacional.

No contexto español estas cidades históricas acumularon boa parte do protagonismo turístico. Santiago de Compostela, Toledo, Segovia, Córdoba ou Salamanca, entroutras reforzaron enormemente o seu sector turístico ate se converter en estratéxico dentro das súas economías urbanas. A elaboración de estratexias conxuntas foi un elemento singular que serviu para mellorar o seu posicionamento competitivo nos mercados.

CIDADES HISTÓRICAS, CATEDRAIS E TURISMO

Na maior parte dos casos estas cidades apoiaron as súas estratexias turísticas na presenza de elementos histórico-artísticos de gran valor patrimonial. É o caso de Granada e a Alhambra, de Córdoba e a Mezquita, de Ávila ou Lugo e as súas murallas. Noutras ocasións máis que pezas singulares foron conxuntos urbanos os que serviron de base para a atracción de fluxos, como Santiago de Compostela, Toledo ou Salamanca. Fose

unha ou outra a alternativa escollida o certo é que as catedrais tiveron sempre un papel fundamental.

As catedrais acostuman seren a expresión máis sublime da presenza da igrexa. Elas representan o poder dunha institución que exerceu o seu dominio terrenal durante moitos séculos. Polo tanto tamén reflicten a súa riqueza e o seu papel como actores fundamentais na historia de occidente. Ademais a súa localización non é nunca casual senón estratéxica e no seu entorno acóplanse os outros poderes conformando así espazos de enorme significación no só política senón tamén histórica e artística.

O enorme poder que a igrexa tivo nalgúns estados europeos, designadamente España, eleva á máxima categoría a moitas das súas catedrais e, en consecuencia, tamén aos seus contornos. A este valor obxectivo vaise unir outro de non menor relevancia cultural e directamente vinculado co turismo. Trátase do recoñecemento específico do patrimonio relixioso que favorece e estimula a súa visita, ás veces mesmo independentemente do interese histórico-artístico das pezas obxecto de consumo. Igrexas, mosteiros, catedrais ocupan case sempre o centro da nosa atención en visitas con carácter cultural, mesmo que este último sexa apenas tanxencial.

O que vimos de comentar leva á formulación dunha cuestión inicial que non é outra que a derivada da incorporación dunha función diferente e ás veces pouco compatible coa primeira e principal para a que foi deseñado e construído o edificio ou conxunto. Mesmo non é estraño que a ollada turística se faga dominante xerando problemas non só no interior do templo e dependencias anexas senón tamén en toda a contorna exterior que se ve substancialmente modificada pola invasión, frecuentemente pouco organizada, de actividades vinculadas co turismo.

A raíz do problema tal vez haxa que buscala na pouca comprensión mútua entre ambas as actividades. Por un lado encontramos que a relixión habitualmente considera que o turismo é un fenómeno hedonista e superficial en exceso como para ser obxecto de interese. Lembremos a este respecto que as peregrinacións ou as viaxes por motivos relixiosos non sempre son denominadas como turísticas desde a perspectiva dos seus practicantes ou desde a propia institución eclesiástica. Non se ve como pertinente que un desllocamento que nace desde a fé sexa equiparado a outro que se realiza por causas recreacionais. De feito as dificultades para definir o que é ou non turismo relixioso deu lugar a amplos debates (Santos, M., 2006) que se quixeron solucionar recorrendo a un continuum que evidencia a complexa transición entre peregrinos e turistas *puros*.

Por outro lado o turismo tende a absorber baixo a súa ollada calquer obxecto ou espazo que considere de valor para os seus intereses. Aquí temos que distinguir entre os actores, públicos ou privados, que xestionan esta actividade e os propios turistas. Os primeiros buscan crear produtos que melloren a rendabilidade dos seus destinos e empresas. O turismo como fenómeno singular da contemporaneidade é considerado como prioritario e mesmo como globalmente positivo para un patrimonio histórico que doutro xeito dificilmente se podería manter ou incluso conservar. Os segundos, aínda sendo practicantes do punto de vista relixioso, escenifican os comportamentos que se esperan nesas

circunstancias. Isto quere dicir que nunha viaxe recreativa o elemento relixioso pasará a un segundo plano, moitas veces independentemente da fortaleza das súas crenzas.

En definitiva estamos ante un conflito que non é fácil de resolver. Isto malia que existen unhas evidentes relacións prácticas entre estes dous sectores. Mesmo cando se nega o carácter turístico de viaxes relixiosas, os destinos ou recursos vinculados con esta motivación desenvolven accións e estratexias claramente turísticas. Por exemplo as tendas de lembranzas no interior dos templos, as audioguías para os visitantes ou a diminución ate case a súa marxinalización das actividades relixiosas (frecuentemente colocadas en horarios *pouco turísticos*) para favorecer un uso máis turístico agochado baixo o paraugas cultural. Por non falarmos do pagamento para entrar no templo.

Podemos ir un paso na fronte para establecer similitudes entre a organización espacial dun destino de sol e praia e outro relixioso. Se nos primeiros a lóxica espacial determina unha centralidade en torno da praia, nos segundos é o santuario o elemento referencial. Fátima pode servir como exemplo. A grande explanada onde se localiza a Capeliña das Aparicións conforma o centro en torno ao que se organiza o destino. Os hoteis procuran esa localización en *primeira liña de santuario*, ao igual que as tendas de lembranzas que substitúen as toallas, bañadores e gorros por unha imaxinería propia do lugar. A frecuentación da praia e dos puntos de lecer son o equivalente das actividades vinculadas coa oración e a visita aos sitios relevantes para o destino; simplemente muda o significado.

Algo semellante se pode falar de destinos nos que unha catedral ocupa unha posición referente no destino. É o caso de Santiago de Compostela onde o espazo turístico está moi concentrado no entorno do templo que é onde se sitúan museos, tendas de lembranzas, restaurantes e servizos en xeral vinculados co turismo. A única excepción vén dada polo aloxamento na medida na que ao se tratar dun espazo urbano histórico as actuacións urbanísticas están suxeitas a controis moi estritos que impeden habitualmente a localización de edificios que alteren a estrutura urbana, como poden ser hoteis. Independentemente da cuestión da accesibilidade rodada.

Pero se falamos da implicación directa, aínda que frecuentemente negada, da igrexa co turismo, tamén temos que facer referencia á presión que o sector turístico exerce sobre o patrimonio relixioso. É costume, polo menos en países do sur de Europa, que unha parte substancial da oferta turística, designadamente a cultural, sexa substentada sobre o patrimonio relixioso sen que se teña en conta a súa conversión en recurso turístico nin a participación da institución propietaria (ou xestora) deses bens inmoables. Consecuencias comúns son que eses monumentos estean pechados para a visita, conflitos de uso ou mesmo deterioro pola superación da capacidade de acollida física ou, de xeito máis xenérico, pola falta de xestión do visitante.

Existe pois, na maior parte das ocasións, unha evidente desconexión entre os responsables de turismo e da igrexa que ten consecuencias directas sobre a oferta de moitos destinos. No entanto non se solucione ese problema de diálogo e de receos mútuos con toda seguridade continuará habendo signos de deficiencia na xestión tanto do patrimonio

como do destino. E a responsabilidade é compartida e non é, polo tanto, unha cuestión exclusiva nin das administracións públicas, nin do sector privado, nin tampouco da institución eclesiástica senón, insistimos, de todas elas.

Se consideramos que as catedrais, polo menos no caso galego, están inseridas en contextos urbanos histórico-artísticos de gran valor, entón é importante recoñecer que a súa xestión turística debe ser englobada nun contexto máis amplo como é o dos centros históricos. Porén hai algúns problemas recorrentes, alén da mencionada falta de diálogo entre igrexa e turismo. Un deles é a ausencia en moitos casos dunha auténtica política turística que non sexa a promocional. Isto é frecuente en destinos cunha forte carga patrimonial que deixan repousar a súa capacidade de atracción unicamente na súa riqueza monumental. Nestes casos as catedrais adoitan teren un forte protagonismo ao seren en múltiples ocasións as pezas máis singulares da oferta.

Pero aínda que exista unha política turística baseada na planificación e xestión do destino non é raro que se manteña a visión monumentalista do centro histórico. As tendencias turísticas apuntan á crecente importancia que está tendo para a satisfacción do visitante o papel das experiencias, designadamente aquelas que se poderían cualificar como auténticas. Isto entendéronno moi ben algúns destinos sobre todo aqueles con escaso patrimonio e que viron a oportunidade de substituír esas carencias por elementos máis inmateriais. No lado contrario a potencia monumental doutros destinos máis clásicos dificultaron ese reposicionamento, aínda que non sempre foi así. Un bo exemplo de adaptación, aínda que insuficiente, encontrámolo na catedral de Santiago de Compostela que coa incorporación da visita ás cubertas exteriores engade unha experiencia menos patrimonial e máis inmaterial que se achega ao que son esas novas tendencias.

De todos os xeitos, insistimos en que o valor monumental das cidades históricas en xeral limita as políticas turísticas internas e externas. Relativamente ás primeiras, se lle engadimos a escasa fortaleza que acostuma ter a xestión turística e aínda menor no caso das políticas municipais, chegamos ao pensamento dominante de que a riqueza patrimonial é dabondo para a atracción dos fluxos. Polo tanto as intervencións, alén da promocional, pasan polo reforzo da sinalética, pola conservación física do patrimonio e pola reutilización de edificios-espectáculo: sedes de fundacións, museos e servizos turísticos en xeral que acaban conformando espazos tematizados.

Por outro lado temos as influencias externas que consolidan imaxes monumentais que non fan máis que reforzar os estereótipos turísticos. Se recorremos ao exemplo de Santiago de Compostela, malia os esforzos por renovar a tradicional percepción de destino relixioso cun potente patrimonio histórico-artístico, a realidade segue a teimar na idea dunha cidade do estilo de Lourdes ou Fátima, como puxo en evidencia o estudo de L. López (2009) sobre as imaxes dos turistas italianos e portugueses. Obviamente nos mercados españois hai unha maior riqueza nas percepcións aínda que sen superar as limitacións dun destino patrimonial.

De feito os datos do Observatorio turístico de Santiago confirman que as antigas murallas da cidade seguen a actuar como barreira psicolóxica de tal xeito que son poucos

os visitantes que se aventuran alén da mesma. Igual acontece en Lugo coa diferenza de que alí a muralla segue en pé. Temos así unhas cidades que, do punto de vista turístico, son absolutamente duais ficando unha delas afastada da ollada turística. Ese afastamento acostuma ser deliberado ao se excluír de xeito consciente dos procesos de tematización que desenvolven os axentes turísticos, quer interiores quer exteriores, e que inciden directamente nas expectativas dos visitantes.

Como consecuencia de todo o anterior, i.e. a visión monumentalista e a creación dunha cidade dual, encontramos que tanto a experiencia do visitante como o uso do espazo por parte de este son moi limitados. Estes dous elementos están moi interrelacionados, como teremos ocasión de ver. O que vimos de dicir non significa que os datos de satisfacción sexan malos. Ao contrario, os responsables públicos acostuman incidir nos óptimos resultados que adoitan transmitir as enquisas para resaltaren as cualidades do destino. Porén cómpre insistir que con frecuencia o único que reflicten é a situación vacacional das persoas entrevistadas que tenden a valoracións xenerosas.

A visión monumentalista da que estamos a falar leva a que frecuentemente a oferta se centre en fitos histórico-artísticos que, en ocasións, poden mesmo chegar a ser repetitivos; ou a que haxa incompatibilidades de uso, a encontraren moitos edificios de interese pechados (como o caso das igrexas) ou a estaren diante de contentores pouco atractivos para o turista cultural de masas (por exemplo as Fundacións con exposicións de impacto secundario). En definitiva pódese observar non só unha excesiva carga sobre o patrimonio construído senón que este tamén non está preparado para o acollimento de visitantes.

Do anterior derívanse visitas superficiais que se fixan unicamente nas formas. Se a isto se lle engade que os centros históricos onde se concentra a maior parte dese patrimonio acostuman teren un tamaño reducido temos como consecuencia que a duración da estadía é bastante limitada. É certo que desde a xestión turística existe unha preocupación crecente pola continua redución do tempo que fican os turistas nos destinos, neste caso nos de carácter patrimonial. Todas as cidades das que posuímos datos apuntan nesta tendencia o que leva a que se insista na necesidade de incrementar a oferta para mudar ese comportamento. Porén tal vez nos esteamos a equivocar de estratexia. Desde a nosa perspectiva non parece demasiado axeitado tratar de modificar unha conduta xeral que obedece sobre todo aos cambios estruturais que están tendo lugar na nosa sociedade. De feito esta tendencia afecta a todo tipo de destino.

Máis razoable entendemos que é apoiar a fidelización e a repetición da viaxe así como actuar sobre o excursionismo. Este acostuma ter un forte impacto sobre destinos patrimoniais, designadamente cando vai en viaxe grupal organizada. O seu tempo de permanencia é de apenas unhas horas nas que trata de ver todo o que pode pasando a un segundo plano a cualidade do visitado fronte á cantidade. De xeito asombroso son os propios destinos os que facilitan moitas veces este comportamento e en clara contradición coas accións para alongar a estadía.

Un exemplo pode servir para ilustrar a anterior afirmación. En Santiago de Compostela onde a Catedral é o grande atractivo turístico, a recepción de visitantes, neste caso

de excursionistas, está organizada ao redor deste fito patrimonial. Unha serie de estacionamentos deixan a este visitante de día practicamente ao pé do Obradoiro facilitando o acceso a un entorno monumental que de todos os xeitos ía ser o obxecto privilexiado da súa ollada. Moi evidente é a dársena de Xoán XXIII, punto de chegada de centos e centos de autobuses cargados de ávidos consumidores de tempo. Localizada a apenas uns minutos da Catedral, os guías dirixen aos recién chegados pola rúa San Francisco con funcións que mudaron desde as universitarias ligadas á facultade de Medicina ás turísticas polo que nese breve itinerario é posible comprar as lembranzas que simbolizan a visita á cidade, por non falar da venda ambulante na contorna da dársena. Inmediatamente chegan ao Obradoiro, auténtico estudio fotográfico, ás prazas circundantes e ás rúas máis significativas, como Franco ou Vilar. Duas ou tres horas máis tarde xa teñen unha visión do centro histórico e da súa icona máis representativa, os seus recordos materiais e mesmo, nalgúns ocasións, inmateriais como a experiencia de asistir a unha misa nun lugar tan emblemático. Incluso para quen quixera ter unha visión máis ampla da cidade na propia rúa San Francisco existe a opción de coller un tren turístico que dá outra perspectiva de Santiago.

A través deste exemplo é fácil entender a escasa necesidade de tempo que precisa o excursionista. Este feito, como acabamos de sinalar, vén do uso dunha perspectiva monumentalista e material centrada en exceso nos denominados centros históricos, axudando ademais a xestión pública a agravar este problema. Outra cuestión que cumpriría colocar é a da clientela á que se orienta esta oferta e que pode servir para entender algúns comportamentos.

En principio as cidades históricas presumen de ter unha clientela fundamentalmente vinculada co turismo cultural. Neste punto poderíase abrir un amplo debate sobre o significado desa motivación, aínda que non o vamos facer. Limitarémonos a facer alusión a ese continuum que vai desde a cultura como razón principal e exclusiva para o desllocamento ate a súa presenza tanxencial. En xeral podemos dicir que nos destinos máis ou menos masificados a cultura representa unha porcentaxe relativamente pequena da experiencia turística e que esta é satisfeita cunha ollada máis superficial, como o demostra a escasa importancia que ten o desenvolvemento de actividades culturais máis aló dos habituais, incluída a visita a museos.

Polo tanto a oferta axústase á demanda. Tamén o fan os intermediarios cuxa proposta, ao menos no caso de grupos organizados, adoita incluír un conxunto de destinos que cumpran as expectativas dunha clientela fundamentalmente recreacional. Así, por exemplo, Santiago é parada obrigatoria para excursionistas, individuais ou non, que se aloxan no litoral da Coruña e de Pontevedra e que acostuman desenvolver itinerarios por diversos puntos de Galicia. Tui vincúlase máis coas Rías Baixas e cos desprazamentos a Valença motivados polas compras. No entanto que Mondoñedo se relacionaría coa Mariña, igual que Lugo aínda que con aportes de fluxos da Ribeira Sacra e da Coruña; e Ourense en boa medida co turismo interior ou o de sol e praia do sur do País.

CATEDRAIS E TURISMO EN GALICIA

Na realidade vincular a presenza das catedrais galegas co turismo non é, malia todo, unha tarefa fácil. Isto é debido a que dos cinco templos existentes tan só un se localiza nunha cidade que podemos definir como destino turístico, Santiago de Compostela. Nos outros catro casos, Mondoñedo, Ourense, Lugo ou Tui dificilmente se pode falar desa como unha actividade estruturante. Porén nos últimos anos, designadamente no caso de Lugo, se teñen feito significativos esforzos por crear unha oferta capaz de xerar uns fluxos que non sexan exclusivamente os do excursionismo.

A esta situación chegouse como consecuencia do escaso interese recíproco entre turismo e cidade. Por un lado a non consideración do turismo como unha actividade produtiva e, polo outro, a idea de que o modelo de sol e praia, dominante en España, era a única forma viable para o desenvolvemento deste fenómeno. Afortunadamente isto comezou a mudar na década de 1990 aínda que dun xeito pouco razoable e baseado fundamentalmente no recurso á riqueza patrimonial, como xa foi exposto no seu momento. A continuación vamos facer un breve percorrido por cada unha destas cidades para analizarmos e reflexionar sobre o papel que as súas respectivas catedrais teñen na súa oferta turística.

Tui. A cidade de Tui, na fronteira con Portugal, apenas tivo en consideración o protagonismo do turismo toda vez que a súa localización raiana estimulou durante moito tempo outras funcións, nomeadamente a comercial aproveitando unhas excelentes rendas de posicionamento. A integración na Unión Europea supuxo, entroutras cousas, a desaparición do efecto fronteira e a necesidade de reorientar as súas estratexias económicas. No entanto que a súa contraparte portuguesa, Valença, tivo menos dificultades ao se especializar no comercio téxtil, Tui tivo moitas máis problemas debido a que a atracción de Vigo facía sombra sobre as súas iniciativas. Porén nos anos máis recentes parece ter recuperado ese protagonismo coa instalación de importantes cadeas de distribución minorista que alimentan de novo a significación desta actividade.

Polo tanto o comercio é a base duns fluxos de visitantes, basicamente de proximidade e de excursionistas que, moitas veces, teñen o seu destino principal no veciño núcleo de Valença, aínda cunha gran capacidade de atractividade en base ao téxtil e á gastronomía. Neste contexto outras motivacións diferentes ás citadas aparecen claramente desvalorizadas. É certo que o seu centro histórico ten sido obxecto dunha fonda recuperación arquitectónica ficando pendente unha rehabilitación funcional baseada no comercio e na residencia.

A pesar da monumentalidade do centro histórico, este apenas está preparado para a recepción de visitantes o que xunto co seu reducido tamaño fai que a oferta sexa pouco potente. A catedral figura no centro da mesma, téndose unido nos últimos anos o seu papel como paso do Camiño portugués a Santiago, elemento moi vinculado por certo ao propio templo. As escasas informacións existentes fan moi difícil unha análise máis rigorosa. Mesmo na páxina web do concello o apartado dedicado a turismo aparece sen contido o

que é unha proba máis da escasa relevancia que aínda se lle dá a esta actividade. De todos os xeitos a catedral aparece como omnipresente en todas as imaxes que se proxectan.

Parece evidente que as potencialidades en torno á catedral están aínda por desenvolver e o cobro dunha entrada non é máis que un feito isolado sen maior significaión turística. O feito de se tratar dun templo cun marcado carácter defensivo localizado nun espazo raiano abre interesantes perspectivas para a súa posta en valor. Toda a rede de fortalezas que a un e outro lado do Miño salfiren o territorio completarían un eixo temático singular e revelador da historia dun territorio pertencente a dous estados.

Mondoñedo. A cidade de Mondoñedo ten coñecido un importante declive nas últimas décadas. O seu importante dinamismo pasado foi esmorecendo coa perda de funcións e o crecente protagonismo do litoral polo norte e das comarcas gandeiras polo sur lideradas polo núcleo de Vilalba. Nun contexto de incapacidade para facer fronte a esta nova situación se foi producindo una progresiva perda demográfica que se manifesta nunha evolución negativa desde un máximo histórico de máis de 10.000 habitantes no inicio do século XX ate os menos de 5.000 da actualidade dos que aproximadamente a metade se encontran no núcleo urbano. Ao contrario do que aconteceu noutros municipios onde a capital crecía a costa doutras entidades de poboación, neste caso nin sequera a vila tivo capacidade para manter unha liña minimamente ascendente.

A escasa presión urbanística sobre un núcleo esmorecente permitiu a conservación dun magnífico patrimonio histórico-artístico reflexo dun tempo pasado moito máis dinámico. Porén esa persistente crise de funcións que derivou no seu declive non foi orientada cara ao aproveitamento turístico deses bens materiais. En parte isto foi debido á escasa confianza en torno ao turismo urbano e que levou a que a maior parte das vilas e cidades galegas permanecesen alleas á ollada dos visitantes. Tan só nos anos máis recentes parece observarse un cambio de tendencia aínda que con obxectivos pouco definidos e políticas errantes en parte debido á escasa profesionalidade con que se está a facer esta incursión no sector, algo que tamén non é exclusivo da cidade mindoniense.

Como acontecía no caso de Tui, a catedral forma o elemento máis singular, estando tamén inserido nun contorno monumental de gran beleza. A capacidade de atracción confíase a este patrimonio sen que haxa actuacións específicas que vaian alén do físico. É certo que se crearon rotas unidas a persoeiros históricos ou literarios, quer na vila quer nos concellos veciños, pero sen a forza suficiente para crear unha oferta atractiva que sexa complementaria ou alternativa á que se produce no litoral mariñán. E ao igual que en Tui, confíase na forza do Camiño de Santiago para impulsar o desenvolvemento turístico.

Unha vez máis a catedral pasa a ser unha peza pasiva do patrimonio que se une a unha oferta turística pouco estruturada e que utiliza ese recurso monumental como un simple soporte da actividade. O feito de ter un museo é visto ás veces como un elemento fundamental na posta en valor turístico do templo. Porén, como temos visto, iso non é nin moito menos suficiente. A existencia da vella catedral de San Martiño de Mondoñedo (Foz) xunto co templo actual son dous bos argumentos para o desenvolvemento dun pro-

duto turístico de enorme interese vinculado coas orixes da identidade galega. Pero nese mesmo potencial está a súa limitación ao revelar unha historia distinta á oficial.

Ourense. A situación de Ourense a respecto do turismo non é moi diferente da que nos podemos encontrar en Tui ou Mondoñedo. En xeral é fácil de argumentar o escaso interese mostrado por esta cidade verbo dunha actividade que foi considerada ate hai ben pouco tempo escasamente estimulante para a economía local. Todo isto malia posuir un centro histórico de gran valor presidido por unha catedral cuxo elemento máis singular é o Pórtico do Paraíso que mesmo podería ser equiparable ao Pórtico da Gloria da catedral de Santiago.

Unha vez que Ourense se incorpora á procura de visitantes tenta singularizar o destino en relación á súa riqueza termal. Non é, desde logo, unha mala estratexia considerando a necesidade de marcar diferenzas con outros destinos e tendo en conta a presenza das Burgas e a abundancia de augas minero-medicinais. Ademais este posicionamento vese reforzado polo forte provincialismo que caracteriza a este territorio e que fai que a capital actúe en boa medida como centro redistribuidor de fluxos. Porén esta perspectiva é tal vez limitada en exceso e impede, de novo, ter unha visión máis ampla do que debera ser o turismo.

Deste xeito o centro histórico da cidade, presidido tamén pola catedral, pasa a ser un elemento secundario da oferta. A escasa confianza e o descoñecemento sobre o que facer co patrimonio leva, neste caso como nos anteriores, a unha clara infrautilización do seu potencial. A falta de diálogo entre a igrexa, as administracións públicas e o sector turístico revélase de xeito moi evidente. Mesmo pódese dicir que o Ourense monumental non existe na oferta turística e todos os esforzas promocionais semellan ir na mesma dirección: a súa auto-proclamación como capital termal e o seu eslógan de “somérxete” así o confirman.

Na realidade, co seu actual posicionamento, que non deixa de ser moi débil, parece difícil incorporar os seus valores patrimoniais, nos que a catedral ten un protagonismo moi importante. Precísase, polo tanto, un cambio significativo que saiba integrar a singularidade que achega o termalismo coa relevancia monumental do seu centro histórico e do seu fito principal, a catedral. Nestes momentos nos que Ourense se encontra nas fases iniciais do seu ciclo de vida turístico esta tarefa parece bastante complicada.

Lugo. A diferenza dos exemplos anteriores, Lugo ten desenvolvido nos últimos anos unha activa política turística, designadamente a raíz da concesión dun Plano de Dinamización Turística e da declaración da Muralla como Patrimonio da Humanidade. A elaboración dun documento estratéxico para o sector e a creación dun ente xestor foron dous pasos moi importantes no camiño da consolidación da cidade como un destino urbano. Santiago de Compostela foi basicamente o espello no que se quería ver reflectida aínda que é certo que o posicionamento de ambas as dúas é moi distinto.

Lugo buscou a súa singularidade a través do patrimonio romano aproveitando precisamente esa declaración da UNESCO que ademais ten efectos inmediatos sobre a

frecuentación turística. Toda unha serie de accións que van desde o Centro de Interpretación da Muralla ate a posta en valor da abundante herdanza da *Lucus Augusti* están a servir para conformar unha oferta atractiva e interesante. Na mesma, a catedral ocupa, como é habitual, un lugar central malia que polas súas orixes non forma parte dese produto organizado en torno da romanización. A súa localización ao pé dunha das portas da Muralla, alén dos seus valores histórico-artísticos, facilita unha elevada frecuentación turística. De feito, os datos do Observatorio Turístico da Cidade mostran que á visita ao templo é unha actividade que confesa realizar unha inmensa maioría das persoas que se achegan á capital, con porcentaxes similares ás que reflicte a propia Muralla.

De todos os xeitos, o reducido espazo turístico da cidade e a centralidade da catedral a respecto do mesmo e da Muralla facilita esa frecuentación. Aínda que en Lugo si hai unha política turística activa a catedral non parece formar parte da mesma mais que de forma accidental. Polo tanto existe un gran potencial que apenas ten sido desenvolvido aínda considerando as urxencias que neste sentido ten a capital lucense. A pesar dos esforzos por se posicionar no ámbito das cidades patrimoniais, o excursionismo segue a ser dominante con dous terzos do total dos visitantes que fican menos dun día. Faise pois necesaria mellorar a xestión do seu patrimonio, alén doutras accións encamiñadas a crear novos produtos, debendo ter a catedral un protagonismo tal vez maior do que presenta na actualidade.

Santiago de Compostela. Santiago de Compostela é o destino urbano máis consolidado de Galicia. Ao longo do seu percorrido histórico a catedral foi o centro da súa atractividade, quer por motivos relixiosos quer por cuestións culturais no senso amplo do termo. O templo catedralicio é o gran recurso na visita turística á cidade, ademais de ser o punto final do Camiño de Santiago, outro produto de grande éxito nos mercados. Este papel fai que cada ano reciba centos de miles de persoas interesadas en coñecer a tumba do apóstolo ou simplemente admirar a grandiosidade da súa arquitectura.

A política turística da cidade descansa en boa medida sobre este recurso, como así o demostra por exemplo o abundante merchandising que toma como elemento simbólico da visita á cidade a catedral. Pero a diferenza dos casos vistos con anterioridade a propia igrexa participa activamente da actividade turística. Non nos estamos a referir unicamente á existencia dun museo ou ás audioguías que axudan a entender os distintos elementos materiais ou inmateriais que compoñen o complexo catedralicio. Nin sequera aos negocios de lembranzas que ocupan os baixos exteriores do edificio ou mesmo unha pequena parte do interior. Falamos fundamentalmente do recoñecemento específico do fenómeno turístico e a súa implicación directa mediante a creación de produto e a xestión da visita.

En relación ao anterior podemos facer referencia á incorporación das cubertas da catedral á visita mediante a organización de percorridos de estricto carácter turístico. Tamén falamos da consciencia dos problemas xerados por unha sobrefrecuentación do templo que lles levou a participar nun estudo sobre a capacidade de acollida no que se propoñan medidas concretas de xestión de fluxos e que tiñan como obxectivo conciliar os

diferentes usos, entre eles o turístico. Ademais, esa preocupación levou a que se aplicasen algunhas das propostas realizadas. Tratábase non só de conservar o patrimonio ou de velar polo carácter sagrado do edificio, senón tamén de mellorar a experiencia dos visitantes.

En definitiva, a catedral de Santiago é o mellor exemplo de implicación activa no fenómeno turístico. E como vimos non se trata de unha simple cuestión económica (cobrar entrada) ou museística senón do recoñecemento dunha realidade que ten implicacións directas sobre o uso do ben. Polo seu lado tamén a administración local ten valorado o efecto perverso que pode ter unha excesiva concentración da presión turística sobre un único recurso. De aí a súa colaboración co propio cabido mais tamén os esforzos por crear novos produtos complementares e novos nodos turísticos que axuden a desconxestionar o foco principal organizado en torno á catedral e ás prazas que a arrodean.

CONCLUSIÓNS

A escasa tradición que ten o turismo urbano en Galicia fai que as catedrais non sexan na maior parte dos casos máis que elementos decorativos duns escenarios atractivos pero vacíos de contido. Nalgúns casos a súa presenza serve para xustificar ofertas que se consideran singulares e baseadas tan só no patrimonio. Noutros casos, os destinos optaron por especializacións fundadas nas acertadas segmentacións dos mercados o que levou, contrariamente, a un esquecemento da importancia das catedrais. En calquera das dúas situacións estamos ante un uso turístico pouco axeitado destes complexos histórico-artísticos. Unicamente a catedral de Santiago ten desenvolvido estratexias turísticas interesantes ao tempo que os responsables locais teñen feito moito máis que incluílas na súa folletaría.

Neste contexto cómpre facer reflexións sobre o papel que estes templos poden ter no seo do turismo dos seus respectivos territorios. As mesmas deben incidir no feito de que non estamos a falar de edificios singulares senón de construcións con capacidade para xerar cidade e para entender a historia e o territorio no que se localizan. Esta visión máis ampla debe ir acompañada do necesario diálogo entre institucións, neste caso entre a igrexa e as administracións públicas. No entanto todo isto non se produza a necesaria relación entre catedrais e turismo podemos considerala pouco útil ou mesmo innecesaria.

Bibliografía

- De la Calle, M., *La ciudad histórica como destino turístico*, Barcelona, Ariel. 2002.
 Ferrer, M., *Los centros históricos en España. Teoría, estructura, cambio*, Pamplona, Gobierno de Navarra. 2003.
 García, S., Troitiño, M. (coords.), *Vivir las ciudades históricas: recuperación integrada y dinámica funcional*, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha. 1998.

- González, S., Cendón, M. (Coords.), *Pasado, presente y futuro*, Pontevedra, Deputación. 2006.
- López, L., *La ciudad y su imagen: el caso de Santiago de Compostela. Un estudio comparativo a través de los mercados italiano y portugués*, Trballo de investigación tutelado, Universidade de Santiago. 2009.
- Page, S., *Urban Tourism*, London, Routledge. 1995.
- Pardellas, X. (dir.), *Estratexias turísticas urbanas*, Vigo, Universidade. 2002.
- Rivera, J. (Coord.), *La Europa de las catedrales. Conservación y gestión*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. 2008.
- Santos, M., *Espiritualidade, turismo e territorio. Estudo geográfico de Fátima*, Estoril, Príncipe Editora. 2006.
- Santos, X. e Lois, R. (coord.), *Desenvolvemento turístico sustentábel en cidades históricas*. Ed. Concellos de Santiago de Compostela e Lugo. 2005.
- Troitiño, M. (Ed.), *Ciudades patrimonio de la Humanidad: patrimonio, turismo y recuperación urbana*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía. 2009.
- VV.AA, *Desarrollo turístico integral de ciudades monumentales*, Granada, Patronato Municipal de Turismo. 2003.