



TURISMO Y CIUDADES PATRIMONIALES: ESTUDIO DE CASO, SANTIAGO DE COMPOSTELA

M. SOTELO PÉREZ

Grupo de Investigación de la UCM: "Desarrollo y Gestión Ambiental del Territorio"
maria_sotelo_perez@hotmail.com

Recibido: 06-05-2012

Aceptado: 15-06-2012

RESUMEN

En Santiago de Compostela encontramos una ciudad en la que sus centros históricos y, por ende, los monumentos que lo configuran, nos muestran la realidad de una memoria colectiva inscrita en hitos arquitectónicos o museísticos que la convierten en importantes y diversificados focos de atracción, no solamente turística. Partiendo de esta idea, en el presente artículo estudiamos la importancia que puede tener en la realidad actual de dinamización del turismo compostelano, a partir de las consecuencias emanadas por actuaciones como los "Planes de Dinamización Turística" y los "Planes de Excelencia Turística". Igualmente, nos detenemos en la descripción de las funciones turísticas de los principales monumentos compostelanos, base de su patrimonio monumental, deteniéndonos, por último, en la valoración del papel desempeñado por los actores públicos y privados del turismo compostelano.

Palabras clave: Turismo, ciudad patrimonial, oferta turística, Santiago de Compostela.

Tourism and heritage cities: case study, Santiago de Compostela

ABSTRACT

In Santiago de Compostela we found a city in which its historic and therefore, the monuments that form it shows us the reality of a collective memory inscribed in architectural landmarks or museum that make it important and diversified sources of attraction, not only tourist. With this in mind, the present paper we study the potential importance in the current reality of boosting tourism Compostela, from the consequences arising from actions such as the "Tourism Promotion Plan" and "Excellence in Tourism Planning." Similarly, we stop at the job description of the main tourist

sights Compostela, based on its monuments, stopping finally in assessing the role of public and private tourism Compostela.

Keywords: tourism, heritage city, tourist supply, Santiago de Compostela

1. INTRODUCCIÓN

Santiago de Compostela es una ciudad media en el contexto del sistema urbano de Galicia, ubicado en el corredor urbano que conforma la autopista del Atlántico, entre las provincias de La Coruña y Pontevedra, en el noroeste de España. Tiene unos 95.200 habitantes, cuya evolución demográfica tiende a estancarse; su imagen urbana está estrechamente vinculada a su patrimonio histórico, siendo la ciudad cultural por excelencia, su centro histórico, el Camino de Santiago y el culto religioso profesado al apóstol.

De esta forma, podemos afirmar que Santiago de Compostela se ha configurado como paradigma dinámico de la integración entre la conservación de un patrimonio tangible, complejo y múltiple, con su uso y explotación. Los ciudadanos que residen en Santiago han logrado vivir y disfrutar plenamente de una ciudad de gran valor paisajístico, cultural y artístico fomentando, a su vez, la conservación de un patrimonio histórico.

El turismo es uno de los sectores fundamentales de la economía de Santiago de Compostela (bien patrimonial tangible en si misma), no exento de problemas, riesgos y dificultades, no sólo en materia de conservación sino también de puesta en valor y, por ende, de gestión del propio patrimonio (ya sea a la hora de conciliar uso residencial con el turístico, la dotación de infraestructuras necesarias, proyectos de información y documentación no sólo para turistas sino también para residentes, etcétera)

Al tratar la dualidad entre turismo y patrimonio, las dificultades para compatibilizar conservación y explotación adquieren características específicas. El análisis de dicha problemática que se da entre la Ciudad Patrimonio de Santiago y el turismo se ha de abordar de manera global en el ámbito local del propio centro histórico de la ciudad, ente "vivo" y dinámico en el que la gestión de la explotación turística y, por ende, conservación de un patrimonio explotado a través del turismo, se enfrenta a peligros propios como el deterioro físico del patrimonio, la crisis del comercio tradicional, la degradación social, conflictos entre el espacio residencial y el turístico...

A la hora de tratar la dichas problemáticas se hace imprescindible incidir en la importancia que tienen aspectos como capacidad de acogida y flujos turísticos, que se hacen imprescindibles describir a la hora de tratar temas tan sustanciosos como es el de vincular la ciudad patrimonio de Santiago de Compostela como destino turístico. La capacidad de acogida

parte de la premisa de que el turismo no puede crecer de manera indefinida, planteándose los límites a nivel físico, cultural, social económico y medioambiental debiendo, por tanto, controlar los flujos de visitantes limitando el turismo.

En la memoria histórica de Santiago domina la imagen de ciudad religiosa y universitaria, vinculada a la Iglesia católica, el culto al mito del sepulcro de Santiago Apóstol (Santos, 2002; Ferrás, 2004), y a la universidad, que hasta los años ochenta era la única de Galicia. En la actualidad, dicha imagen se refuerza con la puesta en valor de su patrimonio cultural y el papel de capital política de Galicia. La capitalidad política erosionó fuertemente la imagen de ciudad eclesiástica dando paso a una imagen de ciudad de servicios especializada en el turismo cultural.

La gestión sostenible del Patrimonio Cultural, requiere conciliar la conservación con las nuevas perspectivas económicas y sociales que abre la función turística, convirtiendo el patrimonio cultural en recurso turístico. El turismo es un fenómeno complejo, y eso explica que no sea fácil gestionarlo ni integrarlo en las estructuras urbanas, las ciudades patrimonio tienen ante sí el reto de lograr la inserción equilibrada del turismo en la economía y en la sociedad y, evidentemente, todo ello en el marco de modelos urbanos que permitan: conservar ese patrimonio, impulsar su utilización responsable y, en ese contexto, resolver el problema de los centros históricos que es de su dinamización funcional. La recuperación funcional del patrimonio es, por ello, una de las apuestas más sólidas para lograr una ciudad sostenible (Azcarate y Bang, T., 2004).

Por otra parte, destacar que desde el punto de vista urbanístico, Santiago tiene reconocida fama internacional por recibir un premio de la Unión Europea que reconoce el valor de la política de conservación y rehabilitación de su centro histórico. La creación y puesta en funcionamiento de un organismo público denominado "Consortio de la Ciudad de Santiago de Compostela", en el que participan las administraciones central, autonómica y local, presidido por el rey de España, contribuye a la puesta en valor de su patrimonio y a la difusión de la imagen cultural de la ciudad. En Santiago, durante los últimos años, se ha producido un gran auge socioeconómico y urbanístico vinculado a la dotación de grandes infraestructuras como las carreteras del periférico, la autovía al aeropuerto de Lavacolla, el palacio de Congresos, el auditorio de Galicia, la ampliación de las dependencias de la Universidad de Santiago, el Museo de Arte Contemporáneo, etc., si bien, no ha ido acompañado de un crecimiento demográfico ni del parque de viviendas. Sin embargo, no debemos olvidar que Santiago experimenta un crecimiento urbanístico con pérdida progresiva de población, la cual se dirige a los municipios de su periferia inmediata, (Ames, Teo y Brión,...) donde las viviendas y las políticas urbanísticas menos rígidas, a veces especulativas, cubren la demanda que no

encuentra oferta en la ciudad; todo ello unido a la aparición de graves problemas de transporte y comunicación de la ciudad con los municipios de su periferia urbana.

No debemos olvidar que la visión dinámica de los ámbitos patrimoniales complejos, en términos urbanísticos y arquitectónicos abre un nuevo marco de reflexión y debate que posibilita el diálogo entre la amplia gama de agentes, públicos y privados, implicados en la conservación y en la gestión patrimonial. Estos planteamientos aparecen recogidos en la *Declaración de la UNESCO sobre Conservación de los Paisajes Urbanos Históricos* (2005) elaborada a partir del «Memorando de Viena». De forma más específica, el *Manifiesto de Santiago de Compostela a favor de la Cooperación en la Conservación Activa y Gestión Sostenible de las Ciudades del Patrimonio Mundial*, adoptado en la *IV Asamblea General de la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial* (1999), ya reclamaba apoyo para innovar en el terreno de la gestión y hacía un llamamiento para profundizar en la colaboración y cooperación con la industria turística y las Organizaciones Internacionales del Turismo, para que contribuyesen a la protección, recuperación y gestión del patrimonio cultural, en cuanto que constituye uno de los soportes prioritarios de su campo de actividad económica (De la Calle, M., 2011).

Igualmente, afirmar que se ha limitado el estudio al turismo en el centro histórico por ser el más relevante, representativo y de mayor demanda en la actualidad, fundamentalmente relacionado con el turismo patrimonial, histórico, cultural y religioso vinculado al Camino de Santiago.

2. LAS FUNCIONES TURÍSTICAS DE LOS MONUMENTOS COMPOSTELANOS

El reforzamiento simbólico de los centros históricos y, por ende, de los monumentos que lo configuran, en cuanto memoria colectiva de nuestra sociedad, y la presencia de hitos arquitectónicos o museísticos les ha convertido en potentes y diversificados focos de atracción, tal y como podemos ver en la propia ciudad de Santiago de Compostela.

El marco construido, conformado a lo largo del tiempo y materializado en el trazado y la edificación, refleja y es la huella donde se han desarrollado las formas culturales de hacer la ciudad. El patrimonio edificado responde a la decisión de los grupos sociales que modelaron y ocuparon la ciudad. En el momento actual, es la edificación monumental la que más perdura por su mayor calidad constructiva y por ser tradicionalmente más valorada y conservada. Así, las iglesias, conventos y monasterios, los palacios, casas nobles y mansiones señoriales, y las obras públicas, perduran en la ciudad actual (Branids, D. y Río, I, 1998).



Cuadro 1: Componentes del Medio Ambiente de la Ciudad Histórica
Fuente: Elaboración propia, a partir de Brandis, D. y Río, I., (1998)

Por ello, debemos tener en cuenta que, el centro histórico de Santiago y, por ende, los monumentos que los configuran (ver clasificación cuadro 2), ha sido tradicionalmente un espacio multifuncional ya que hasta mediados del siglo pasado era el centro urbano en el que se desarrollaba la actividad comercial, cultural, social y residencial por excelencia de todo el término municipal de Santiago. Si bien es cierto, que la funcionalidad de los monumentos del centro histórico de la ciudad patrimonial la veían limitada. Sin embargo, a lo largo de los años y, especialmente, a partir del último decenio (con la implantación de los Planes de Excelencia y de Dinamización) la funcionalidad de dichos monumentos ha evolucionando a rápidamente favoreciendo, gracias al cambio morfológico y social de la ciudad, una interconexión entre lo turístico, lo patrimonial y lo residencial (en pro de una nueva era de globalización y, por consiguiente, de una nueva tendencia de consumo).

Atendiendo a esta clasificación, más del 70% de los bienes monumentales compostelanos (sobre todo, aquellos situados en el casco antiguo) tienen un nivel de funcionalidad turística secundaria o principal (estos últimos, fundamentalmente, vinculados a los 7 Bienes de Interés Cultural declarados, de los 41 incoados), es decir, nos encontramos ante una ciudad patrimonial en la que la actividad diaria tanto cultural, educativa, religiosa... se complementa perfectamente con la actividad turística, sin generar distensiones entre residentes y turistas (ver cuadro 3). Todo ello denota que nos encontramos en una ciudad altamente cualificada, no sólo como atractivo turístico sino también como emplazamiento residencial-funcional en el que conviven, perfectamente interrelacionados, residentes y turistas.

| | Identificación | Situación Administrativa | Nivel de Funcionalidad Turística | Fechas |
|---|--|--------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| | Conjunto Histórico de Santiago de Compostela | Declarado | | Desde 1940 y ampliada en 1976 |
| 1 | Iglesia de Santo Domingo de Bonaval | Declarado | Principal | Monumento Histórico-Artístico (1912) |
| 2 | Monasterio de San Lorenzo de Trasouto | Declarado | Principal | Monumento Histórico-Artístico (1979) |
| 3 | Catedral de Santiago de Compostela | Declarado | Secundario/Principal | Monumento Histórico-Artístico (1986) |
| 4 | Iglesia de Santa María la Real del Sar | Declarado | Principal | Monumento Nacional (1890) |
| 5 | Palacio Arzobispal de Santiago de Compostela | Declarado | Incidental | Monumento-Histórico-Artístico |
| 6 | Hospital Real de Santiago de Compostela | Declarado | Principal | Monumento Histórico-Artístico (1912) |
| 7 | Iglesia de San Francisco | Declarado | Principal | Monumento Histórico-Artístico (1986) |

Cuadro 3: Bienes de Interés Cultural declarados en Santiago y su nivel de funcionalidad

Fuente: Elaboración propia

Esta es una de las cuestiones más relevantes e importantes a la hora de clasificar el propio turismo de la ciudad cultural e histórica de Santiago, y la importancia que puede tener en la mecánica actual de dinamización del turismo compostelano, es decir, como han incidido hasta hoy día los Plan de Dinamización Turística y los Planes de Excelencia Turística, no solo en la atracción de turismo de calidad sino también, las repercusiones que esté a generado a la propia economía en términos de PIB y, por ende, sus repercusiones sobre la población local. Todo ello con el fin de generar modificaciones en la tendencia de dinamización con el objetivo de no saturar o abocar al fracaso de las políticas y programas turísticos hasta hoy acaecidos.

Tomando como punto de referencia el plano turístico de Santiago de Compostela y, centrándonos, fundamentalmente en el caso histórico de la ciudad, realizaré un recorrido por el mismo, analizando de manera visual las funciones turísticas de los distintos monumentos compostelanos, ahondando en algunos casos en la evolución de dichas funciones e incluyendo, de igual modo, el entramado de calles, callejones, carteles, servicios turístico-gastronómico... que encontramos a la hora de recorrer el casco antiguo de la ciudad. Para ello, partiré de la Plaza de Galicia haciendo mención al Hotel Compostela y, tras recorrer lugares emblemáticos como el Museo de Granell, la Facultad de Geografía e Historia, la Catedral de Santiago, la Plaza de L Obradoiro,... regresaré al punto de partida.



Figura 1: Plano turístico de la Ciudad de Santiago de Compostela
Fuente: Universidad de Santiago de Compostela

Uno de los primeros ejemplos del cambio de funcionalidad, con la implantación de los Planes de Dinamización Turística, Plan de Excelencia Turística y el Plan de Marketing, amén de las dotaciones, ayudas, subvenciones... de los Fondos Europeos, encontramos el Hotel Compostela, situado en la céntrica *praza de Galiza*, el cual ha pasado de ser un monumento civil a convertirse en un hotel de gran importancia, no sólo por su funcionalidad turística principal como lugar de alojamiento sino que también como atractivo turístico por su fachada restaurada que conserva la esencia edificatoria del centro histórico de Santiago de Compostela, realizada en piedra (si bien, cabe señalar, que no aparece en el plano turístico de Santiago, tal vez por no encontrarse propiamente dicho dentro del centro histórico). A su vez, cabe destacar la diversificación empresarial ya que, la parte inferior del edificio se destina a servicios bancarios.



Figura 2: Hotel Compostela, en la Praza de Galiza.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Continuando el por el centro histórico de Santiago, recorreremos la calle de Orfes la cual corta transversalmente calles no comerciales, estrechas, rehabilitadas y vacías (donde el bullicioso turismo deja paso a la vida residencial tranquila y sosegada). A los márgenes derecho e izquierdo de la Rúa de Orfes se establecen tiendas bien distribuidas y ordenadas en los bajos de los edificios, que incitan al consumo de gastronomía gallega (especialmente repostería) y de cultura tradicional (camariñas y literatura). Indudablemente, la función comercial de esta vía es el eje central.



Figura 3: Rúa de Entremurallas.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

A la llegada a la Rúa Nova esquina con Cantón do Toural podemos observar como en la función residencial de un antiguo palacio blasonado, hoy convertido en pisos de viviendas es hoy centro de acogida de turistas que, lejos de buscar su belleza monumental se ven más atraídos por las tradicionales funciones comerciales de cuero. De igual modo, la limpieza es patente no sólo en la blancura de los edificios sino en los propios servicios de recogida de basura, lo que sirve de atracción de un turismo que se agolpa entre los edificios de la Rúa Nova.



Figura 4: Rúa Nova esquina con Cantón do Toural
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Sin embargo, a pesar de las políticas, planes y proyectos destinados a la rehabilitación de edificios civiles (que, posteriormente han sido empleados para alojar museos o tiendas de paso) hoy día muestran sus fachadas limpias y son atractivo visual para el turista, aunque son muestra clara del abandono por parte de los dueños, con lo cual tienden a pasar desapercibidos sus blasones centenarios, desaprovechando sus potencialidades (entre ellas comerciales) y siendo un enclave primario de atracción de ocupas. Por el contrario, tal y como podemos ver en la imagen de la derecha, en la figura , otras aprovechan sus oportunidades y sus potencialidades para acoger en su interior exposiciones pictóricas que son de claro atractivo turístico y, en sus bajos, ofertan una interesante gama comercial.



Figura 5: Edificio solariego en Cantón do Tourel y Galería de Arte Contemporáneo José Lorenzo, en la praza do Tourel.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Emplazados en la *praza do Tourel* encontramos uno de los monumentos civiles más emblemáticos de la ciudad, convertido hoy día en el Museo Granell. Es una de las mejores muestras de la evolución de la funcionalidad pasando de ser un palacio residencial ha una funcionalidad principalmente turística que atrae a peregrinos, visitantes y turistas de todas las edades. El flujo de visitantes al Museo de Granell, se incrementa progresivamente año tras año.



Figura 6: Museo Granell
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Cabe destacar la importancia que cobran las plazas en este histórico casco de la ciudad de Santiago. En la praza do Tourel en la que nos encontramos, es propicia para el disfrute de del descanso entorno a la fuente, en la que tanto turistas como residentes encuentran espacio de diálogo y disfrute. Sin embargo, algunos días de diario, la paz queda truncada por el acelerado ir y venir de furgonetas que aparcen en plena plaza para descargar sus mercancías en los pequeños negocios y restaurantes de la zona (a pesar de estar prohibido el tráfico en el núcleo urbano del casco histórico, en ciertos horarios y, a ciertos vehículos, se les permite trasuntar por dichas vías).

Si continuamos nuestro camino por a rúa das orfas, encontramos la Iglesia, Convento y Colegiata que le da nombre a la calle. El complejo fue construido a comienzos del siglo XVII para dar alojamiento y educación a las niñas desamaparadas de la ciudad. Actualmente, el convento es la sede del Colegio Nuestra Señora de los Remedios, si bien popularmente sigue siendo llamado *As Orfas*. Por su parte, la iglesia está abierta todos los días y se ofician misas de culto católico diariamente, lo que denota el carácter funcional secundario de la Iglesia. Aunque los horarios limitan la posibilidad de visitar la iglesia.



Figura 7: Iglesia, Convento y Colegiata das Orfas
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Por otro lado, llegados a este punto en el que vamos avanzando progresivamente por el entramado de calles principales, orientadas al turismo y que sirven de guía al viajero, hacia su "meta", la plaza de Obradoiro y la Catedral, se hace imprescindible describir la importancia que cobran los distintos carteles que distraen la mirada de los transeúntes, dándoles a conocer la calidad (previamente catalogada) del producto turístico que está consumiendo in situ, tal es el caso del "Compostela Monumental" o el "Galicia Calidade". De igual modo, se conservan los clásicos carteles que informan de la localización de las clásicas y, tal vez, ya no tanto, panaderías, pulperías, farmacias, restaurantes... todo ello sin limitar el paso a los visitantes ni generar una visión negativa de la propia ciudad, sino adaptándose plenamente al medio.



Figura 8: Carteles informativos en las calles del centro histórico de Santiago
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Lo mismo sucede con el emplazamiento dedicado a las “terraccitas”, las cuales se sitúan en sitios que no dificultan el acceso de los turistas ya que se sitúan en calles poco transitadas o apartadas. Si bien son fáciles de localizar y, de cierta manera, se adaptan al medio en el que se localizan. Aunque, en muchas ocasiones, con motivo de la pendiente de las calles, la comodidad de las terrazas no es realmente la más óptima. Lo mismo sucede, en algunos casos, por su proximidad a aparcamientos o tránsito habitual de vehículos, lo que empeora la estancia en la misma. Si bien, la paz y la tranquilidad en estos emplazamientos es “palpable”.



Figura 9: Emplazamiento de terrazas
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

De igual modo, debemos tener en cuenta que, a pesar de ser atractivos turísticos, ciertos monumentos no tienen una funcionalidad turística. Tal es el caso de los edificios empleados por la Administración como centro neurálgico de sus actividades. Algunos ejemplos de ello los encontramos en la Rúa da Caldeira una sede Ministerial y la Dirección General de Turismo. Esta última abre sus puertas al público, procura asistencia a visitantes, pero no permite el acceso turístico al propio edificio monumental, el cual era un palacio blasonado cuya finalidad principal era la residencial.



Figura 10: Sede Ministerial en Santiago de Compostela y Dirección General de Turismo.

Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Una cuestión a destacar en estas dos últimas imágenes (figura 10 y 11), es el número considerable de vehículos estacionados en batería. Esta es una de las cuestiones más relevantes del turismo de Santiago de Compostela ya que, al estar prohibido el tránsito de vehículos por el centro histórico, tan solo algunas calles están habilitadas tanto para circular con vehículos como para estacionarlo en días festivos ya que, de diario, el aparcamiento está prácticamente prohibido y dichos emplazamientos dedicado al estacionamiento de vehículos se destina a carga y descarga de bienes de consumo para tiendas, hoteles y restaurantes.

Otro de los edificios emblemáticos de la ciudad, es la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Santiago, emplazada en pleno casco histórico representa uno de los hitos más representativos de la ciudad, de la actividad cultural y científica de la misma. El origen de la Facultad data de 1974 (la función de facultad que no el edificio que data de finales del siglo XVIII) y tiene gran importancia por ser la única subtitulación que emana de Filosofía y Letras. La principal funcionalidad de la Facultad es plenamente secundaria. La función principal es acoger y formar al importante número de estudiantes que acude curso tras curso académico a formarse. De igual modo, aunque de manera puntual y, tal vez, excepcional, abre sus puertas para acoger al turista curioso que, tras salirse del recorrido "establecido" por la propia dinámica del entramado de calles regula el turismo, arriba a la Rúa da Caldeira. Al igual que en las imágenes anteriores, vemos la importancia que tiene el vehículo privado y, por ende, el aparcamiento del mismo en el entorno más cercano al caso histórico.



Figura 11: Facultad de Geografía e Historia.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

En buena medida, estas ciudades fundamentan su oferta turística en el componente ocio-cultura considerando el sentido amplio (museos y monumentos, universidades y centros de enseñanza, lugares de peregrinación, etc.). Esta forma de turismo cultural supone una oportunidad para la conservación del patrimonio y la recuperación física y económica de buena parte de las ciudades históricas (De la Calle, M., 1998) Un claro ejemplo de ello lo encontramos en uno de los museos más visitados, por su fácil acceso (que no su buena indicación, ya que, como veremos más adelante, este es uno de los puntos débiles del turismo en la ciudad de Santiago, la indicación a pie de calle de los monumentos, museos, plazas, estatuas...) y por su cercanía al turista. Atrae la mirada su fachada renacentista aunque confunde al visitante por la falta de información, apenas un cartel en la puerta del museo, ya que uno tiende a pensar que se trata de un edificio religioso destinado a albergar entre sus muros a religiosos o religiosas. Sin embargo, el número de visitantes anuales es importante, con la tendencia a incrementarse. La funcionalidad es principalmente turística y eso da cierto valor, sobre todo atractivo al visitante, ya que siente la tranquilidad de poder disfrutar de su recorrido por los interiores del Convento sin molestar a ningún inquilino.



Figura 12: Museo de Arte Sacro de las Benedictinas de San Pelayo de Antealtare.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)



Figura 13: Imagen de servicios integrados en el espacio compostelano
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

En la figura 13, podemos observar como los “nuevos” productos vinculados con la gastronomía y con la tradición (especialmente con la *queimada*) se interrelacionan con los nuevos procesos productivos vinculados a un sector servicio homogéneo, global y actual (creación de bares) los cuales se disponen de manera adaptativa en un edificio del casco antiguo, pasando prácticamente desapercibido evitando así cualquier impacto visual distorsionador, ya que *Impulsado por el turismo, el patrimonio trasciende su dimensión cultural como legado histórico y acervo colectivo, y se transforma en recurso productivo* (De la Calle, M. y García Hernández, M., 1998).

La Catedral de Santiago es uno de los mayores exponentes del turismo gallego y, más concretamente, de la propia ciudad de Santiago de Compostela. Cuya funcionalidad hoy día es compleja de definir, puesto que, en principio debería ser secundaria ya que el culto religioso es la actividad principal a desarrollar, si bien, en las últimas décadas las tornas han girado entorno a una funcionalidad principal en el que la Catedral es el eje central de atracción y desarrollo de actividad turística por excelencia.



Figura 14: Catedral de Santiago, nuevos atractivos turísticos.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Indudablemente, el valor de uso turístico del patrimonio cultural urbano viene precedido por su valor formal. En palabras de Bazin (1995), “para que pueda existir una turistificación del patrimonio, debe haber primero una patrimonialización del mismo”. De hecho, un elemento cultural no es un recurso turístico si primero éste no es clasificado como patrimonio, y después transformado o gestionado por unos agentes (públicos o privados, como veremos más adelante) que lo incorporen al mercado turístico. Un claro ejemplo de ello, lo encontramos en la propia praza do

Obradoiro y, concretamente, en la Catedral de Santiago, donde el proceso de restauración y mantenimiento de la misma ha sido potencializado con nuevas formas de hacer turismo, como podemos ver en la figura 14, donde un "trenecito" realiza las labores turísticas no sólo de localización sino de información y culturización de aquellos visitantes que montan en sus vagones. Esto, transforma plenamente la ciudad, pero no siempre a peor, ya que el impacto de este elemento en el propio territorio urbano es prácticamente inapreciable por la magnitud y magnificencia de los propios monumentos históricos.

El antiguo Hospital Real de Santiago construido en 1486, hoy convertido en hotel (Hostal de los Reyes Católicos), es uno de los palacios más bellos que podemos encontrar en la Praza do Obradoiro. Su construcción en granito, la disposición de su ornamentación, y su emplazamiento emblemático dotan de atractivo a la plaza y, convirtiéndose así en un reclamo para turistas, visitantes y población local, que acude no sólo a hospedarse sino que también es un reclamo para bodas, bautizas, comuniones y otras celebraciones... siendo, de igual modo, reclamado para reuniones entre distintos miembros de las administraciones. Su funcionalidad, hoy día, es principalmente principal está estrechamente relacionada con el turismo ya sea local o foráneo.



Figura 15: Hostal de los Reyes Católicos.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Un claro ejemplo de que cual es el turismo que alberga actualmente el centro histórico de Santiago, lo podemos ver en las imágenes de la figura 16. Nos encontramos ante un turismo de peregrinación, un turismo cultural o cuanto menos que se siente atraído por lo monumental, y, un turismo de consumo (consumo no sólo de patrimonio y gastronomía, sino de productos tradicionales, de joyas, de ropa, de cuero...)



Figura 16: Llegada de peregrinos a su destino, la Catedral de Santiago.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

A nuestro regreso al punto de partida, encontramos cuestiones, escenas y realidad curiosas y, a su vez, relevantes. Una de ellas es el propio emplazamiento de la policía local en la rúa da Trinidad, en las proximidades a la Iglesia de San Fructuoso. Podemos observar en las imágenes, amén de la seguridad que conlleva tener cerca del centro histórico la protección policial (en la calle paralela a la praza do Obradoiro), como se enmarca en orden y en plena consonancia las actividades actuales (discretamente informadas en la fachada de los edificios) en los monumentos históricos o en sus proximidades. Aunque, no es menos cierto que el impacto de los vehículos situados en pleno mirador es importante. A su vez, si nos fijamos en la imagen podemos observar de nuevo, como alrededor del casco se genera un importante tráfico rodado, fundamentalmente vinculado a la población local que tiene su acceso prohibido al centro histórico.



Figura 17: Emplazamiento de la Policía Local e iglesia de San Fructuoso.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Por último, es muy interesante observar las imágenes de la figura 18, la cual nos da muestra de la realidad que acontece al turismo en el centro histórico de Santiago y la vinculación que se establece entre este y el uso residencial del mismo. Indudablemente, la ciudad de Santiago limita el acceso turístico de manera, podríamos denominar, intuitiva (ya que el visitante o turista sólo transcurre por determinadas calles, dejando a un lado otras sin tener en cuenta que, tal vez, en estas no transitadas se

encuentren edificios o monumentos históricos de importancia o relevancia) lo que favorece a la capacidad de acogida del mismo, evitando su sobrecarga y, a su vez, denota la calidad turística vinculada al turismo cultural ya que, en cierta manera este no es realmente un turismo cultural pleno (no se pretende empaparse puramente de cultura sino pasar un buen rato de ocio y esparcimiento –en la mayoría de los casos-).



Figura 18: Divergencias entre calles destinadas al turismo y las de uso residencial.
Fuente: María Sotelo Pérez (2012)

Con todo ello, finalizamos un recorrido intenso y variado por el centro histórico de Santiago en el que se puede ver variedad monumental, turística, social y potenciada de atractivo turístico, cultural, gastronómico y de relación social.

3. LA PUESTA EN VALOR DEL ESPACIO URBANO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

La diversidad constituye una de las ventajas fundamentales de la oferta cultural de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y, por esta razón, una estrategia de desarrollo debe ser decidida en función de las características y de las necesidades de las diversas ciudades. No se trata sólo de vender patrimonio sino de valorizar recursos, tanto de cara a la sociedad local como a los visitantes. La promoción cultural y turística deberían vincularse con los

procesos productivos, la creación de empleo, la innovación tecnológica y la generación de riqueza (Calle Vaquero; García Hernández, 1998).

El valor de uso turístico del patrimonio cultural urbano viene precedido por su valor formal. En palabras de Bazin (1995), "para que pueda existir una turistificación del patrimonio, debe haber primero una patrimonialización del mismo". De hecho, un elemento cultural no es un recurso turístico si primero éste no es clasificado como patrimonio, y después transformado o gestionado por unos agentes (públicos o privados, como veremos más adelante) que lo incorporen al mercado turístico.

Por lo tanto, los componentes nucleares del fenómeno de configuración de las identidades en el campo del turismo forman los nodos del sistema de referentes utilizados. El territorio y el paisaje son el anclaje de su designación y de su definición categórica, los que consolidan su posición en un nivel morfológico y funcional; el código de la narrativa y del discurso es el lenguaje codificado en lemas; la representación, en secuencias combinadas de elementos fijos y móviles, despliega una serie de imágenes complejas polivalentes (Di Méo, 2004; Cànoves et al., 2005; García Álvarez, 2009). Identidad e imagen, para el turismo y en el turismo, alimentan un proceso en continua transformación que pone a disposición de los usuarios recursos tangibles e intangibles, enlazados en un conjunto de valores como una respuesta inicial basada en los intereses e interacciones de los actores locales y foráneos. En esta respuesta, más allá de lo que el territorio es en un momento dado, interesa lo que el territorio *ha* sido, lo que el territorio puede *llegar* a ser.

La valoración de los referentes estratégicos respecto a la identidad es además interdependiente de la dinámica entre los niveles local/global. Sea cual sea la clave de su formalización (física, simbólica, política, funcional) los referentes, junto con sus contenidos variantes, acotan una determinada organización de los elementos y de los significados seleccionados (Maccanell, 1973; Castells, 1998; Wang, 2000; Vaccaro y Beltrán, 2007). La identificación interna y externa de este sistema tiene lugar a través de los bienes de excelencia de la naturaleza (la red de áreas protegidas del territorio), de las modalidades de la relación cultural sociedad-ambiente (los paisajes culturales), de la narración elaborada para su lectura en mapas, fotografías y productos multimedia o en recorridos del territorio como vivencia (sendas, itinerarios, rutas). En consecuencia, generar identidad y dotarla de valor para el turismo implica la existencia de procesos evidentes y latentes que revelan algunos contenidos mientras ocultan otros, todos asociados a la creación de la imagen desde un marco, el de sus referentes.

3.1. PERCEPCIÓN Y VALORIZACION DE LA POBLACIÓN LOCAL

Hablar de desarrollo turístico en un destino determinado requiere, en la mayoría de los casos, diseñar un conjunto de estrategias y líneas de acción tendentes a conseguir el máximo grado de desarrollo posible con base en los recursos disponibles, sean de tipo natural, cultural, económico, patrimonial, intangible, etc. Este esquema tan repetido en gran parte de la literatura relacionada con el turismo incorpora de forma paralela un conjunto de agentes, directa o indirectamente implicados en el desarrollo del sector, que van a jugar un papel activo tanto en el diseño de estrategias como en la puesta en marcha de las mismas y, sobre todo, un papel preponderante en la percepción y valoración directa de los impactos que el desarrollo del turismo tiene en el destino.

Además de las obvias dimensiones socioeconómicas del turismo, ligadas directamente a los principales impactos en materia de renta y empleo que se generan en un destino determinado, el turismo es una actividad que, como es lógico, se desarrolla en un espacio determinado y que tiene consecuencias, más o menos, importantes, sobre la población local o residente.

Las ciudades históricas representan para sus habitantes el nicho ecológico habitual, donde formas e individuos se reconocen fácilmente. Con el fenómeno turístico esta pertenencia debe compartirla con individuos, formas y modos ajenos a ellos. De este modo, los efectos del turismo van a poder alterar el normal desarrollo de la población local. Los efectos negativos derivados de la congestión de turistas en la ciudad, los cambios que se producen en el patrimonio edificado (pérdida de inmuebles residenciales, elevación del precio de las viviendas, etc.), así como las transformaciones en las actividades económicas, pueden incitar u obligar a la población local a abandonar las ciudades históricas (Brandis, D. y Rio, I., 1995).

La relación que se establece, por tanto, entre el turismo, y en particular entre su máximo exponente en el destino (el turista), y el lugar donde se desarrolla el mismo (el destino turístico, sea de carácter local, comarcal o regional) adquiere múltiples dimensiones debido a la compleja realidad de las relaciones sociales que se dan entre el turista y el residente. Es en este campo donde se generan gran parte de los impactos de tipo social y cultural, más potentes cuanto mayor es la brecha que se da entre turistas y residentes a nivel económico, cultural o tecnológico.

Al margen de lo anterior, existen múltiples dimensiones en las cuales el turismo juega un papel esencial en el desarrollo de un destino concreto, afectando positiva o negativamente el nivel y calidad de vida de la población local. Como factor de desarrollo, el turismo representa una opción estratégica altamente valorada en destinos con gran potencial turístico, y conseguir un óptimo nivel de desarrollo exige, antes o después, la necesaria participación o implicación de la sociedad local en todo el proceso (en aras de garantizar la sostenibilidad del mismo y evitar

impactos negativos y situaciones de crisis). La presencia del turismo es asimismo beneficiosa para el enriquecimiento cultural de la población local y de la propia ciudad. Así, la oferta cultural orientada al turismo, que se intenta sea lo más amplia posible (ciclos de conferencias, cursos, encuentros, exposiciones, teatro, conciertos, fiestas y verbenas, etc.), podrán ser consumida por la población local (Brandis, D. y Rio, I., 1995). Esto es especialmente importante si se tiene en cuenta la condición de transversalidad que tiene el turismo, sector que genera, impulsa o desarrolla actividades de diversa índole y características, lo cual redundará en una mayor diversificación de la actividad productiva.

El turismo presenta además una opción de puesta en valor de determinados recursos que, en otras circunstancias, estarían olvidados, degradados o, en el peor de los casos, eliminados. Su puesta en valor y promoción debe partir necesariamente de, como mínimo, la complicidad y aceptación de la población local, cuando no de su participación activa (López, R. 2006).

Una de ellas y, tal vez, de las más importantes reside en la valoración del turismo por parte de la población local. La necesidad de conocer y medir el grado de percepción y valoración que el conjunto de residentes de un destino tiene en relación a la actividad turística desarrollada en el mismo se concreta, en este caso, en la puesta en marcha de una línea de trabajo dentro de las actividades de investigación que actualmente está desarrollando el Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR) de la Universidad de Santiago de Compostela.

La ciudad de Santiago de Compostela, destino urbano que alcanza en estos años la madurez desde el punto de vista turístico asociado a dos elementos fundamentales: Por un lado, al Camino de Santiago, que es el primer itinerario cultural europeo cuyo final se sitúa en esta ciudad, y en relación con el mismo la festividad del Xacobeo; y, por otro lado, la ciudad histórica (dentro de la que se encuentra la Catedral), declarada Patrimonio de la Humanidad en 1985. Todos estos elementos confieren a la ciudad su carácter de destino cultural y religioso, principalmente. A finales del año 2005 finalizaron las acciones de ejecución del Plan de Excelencia Turística de la ciudad.

A la hora de analizar la percepción y valoración conjunta que los residentes de la ciudad tienen en relación al desarrollo turístico en su destino parte de dos ideas fundamentales; por un lado, la importancia que le asigna el turismo como factor de desarrollo local, observando directamente qué papel juega como motor de generación de riqueza y empleo; y, el grado de conocimiento y percepción que la población residente tiene de los distintos elementos que configuran la oferta turística del destino y, en particular, de las distintas medidas, planes o proyectos que se estén desarrollando en la ciudad así como su grado de participación en los mismos.

Por otro lado, se hace imprescindible analizar la valoración del turismo como actividad económica: Un primer elemento de análisis de la percep-

ción del turismo tiene que ver con la importancia asignada al mismo como actividad económica con capacidad para generar riqueza y empleo, no sólo dentro del sector sino en otros sectores de la economía local a través del efecto inducido o indirecto. En definitiva, como factor de desarrollo (López, R. 2006). El contexto socioeconómico en el que tiene lugar el proceso de desarrollo del turismo es esencial para entender y enmarcar la importancia del mismo. Así, una primera aproximación a esta cuestión nos muestra, en términos generales, una percepción distinta de la situación económica. En la ciudad de Santiago de Compostela, la mayor parte de la población opina que la situación económica mejoró o, en todo caso, sigue igual en los últimos años. En este marco, el turismo es considerado como uno de los principales sectores estratégicos de desarrollo futuro (junto con el sector industrial). Esta circunstancia está en lógica relación con el grado de desarrollo de la ciudad que necesita de la consolidación de una base socioeconómica sólida y diversificada.

La valoración de la importancia del turismo como factor de desarrollo está apoyada por la propia ciudad como destino turístico. La práctica totalidad de los residentes de Santiago consideran que su ciudad es un destino turístico atractivo y de especial interés, elemento que está en clara relación con el grado de desarrollo del sector. Paralelamente a lo expuesto, y teniendo en cuenta que es una ciudad Patrimonio de la Humanidad, la encuesta indaga también en qué medida este hecho ha sido positivo para la ciudad. En este caso existe una práctica unanimidad en la respuesta por cuanto casi la totalidad de la población residente en considera que la declaración de su ciudad como Patrimonio de la Humanidad ha sido muy importante para el desarrollo turístico. Se observa por tanto ciertos comportamientos generalizables en relación a la valoración del turismo como actividad económica en Santiago de Compostela. El residente entiende que su ciudad es, en mayor o menor medida un destino turístico atractivo en el cual el turismo puede consolidar como un elemento más de desarrollo estratégico importante.

De igual modo, cobra gran importancia la propia valoración de los recursos turísticos: Esta idea se apoya en la percepción obtenida en relación a los recursos turísticos (López, R. 2006). Existe la percepción de que la ciudad posee importantes recursos turísticos sobre los que sentar las bases para la creación de productos, principalmente de carácter patrimonial y cultural, en sintonía con la buena valoración en cuanto al atractivo turístico. La ciudad de Santiago es considerada por la mayor parte de la población, como una ciudad en la que los bienes monumentales y culturales está suficientemente valorizados (en concreto algo más de la mitad de la misma). Por lo que la buena valoración y predisposición en cuanto a las potencialidades que desde el punto de vista turístico tiene la ciudad, cuando menos en relación a la percepción de la población.

En cuanto a la valoración asignada al conjunto de la oferta turística de la ciudad corresponde a la doble necesidad de corroborar las respuestas anteriores en cuanto a la percepción del desarrollo turístico de la ciudad y de observar cual o cuales son los elementos más destacados en la misma. Esta alternativa permite ver en que medida las actuaciones desarrolladas en materia de creación y/o promoción de la oferta turística está siendo percibidas por la población local y cuales son los principales problemas detectados que suponen una merma importante en la calidad del destino y, sobre los que necesariamente habrá que establecer medidas de mejora y optimización. La ciudad de Santiago muestra como todos los elementos analizados en relación a la oferta turística tienen una valoración positiva, destacando singularmente la conservación y rehabilitación del patrimonio histórico y artístico, y el desarrollo y mejora tanto de la oferta de alojamientos como de la restauración y gastronomía, siendo este último, uno de los factores relevantes en términos turísticos como atractivo turístico junto con los monumentos y la cultura (López, R. 2006).

Por otro lado, conseguir una mayor implicación de la ciudadanía en el proceso de desarrollo turístico exige saber de antemano cual es el grado de conocimiento que la misma tiene tanto de las principales características del sector como de su dinámica de desarrollo. Y no sólo eso, sino que, además este conocimiento de la percepción de la sociedad va a permitir evaluar en que medida las medidas desarrolladas son respaldadas y participadas por la población y, por tanto, en qué medida la política turística recibe el respaldo social necesario para hacer de este sector un elemento sostenible en el futuro. En este sentido, y según los resultados analizados a partir de los estudios de percepción de la población local, se observa el bajo o muy bajo conocimiento que la ciudadanía tiene de las distintas acciones que se están desarrollando en su ciudad en relación al turismo, sean estas de gran envergadura (planes o programas de planificación y gestión de destinos, por ejemplo) o de menor dimensión (puesta en marcha de visitas guiadas, bus turístico, apertura de oficinas de información,...) En particular, el porcentaje de residentes que afirma conocer alguna de las acciones que en relación al turismo se están desarrollando en su ciudad alcanza el 16%. Esta curiosa circunstancia muestra, en cualquier caso, que no existe una estrecha relación entre el grado de desarrollo turístico de la ciudad y el conocimiento que del mismo tiene la población local. En la ciudad de Santiago, la ciudadanía entiende que el turismo es un elemento transversal y estratégico para el desarrollo socioeconómico de la ciudad, y que, además camina en esa dirección por cuanto algo más de la mitad afirma que tanto los recursos turísticos como la oferta turística está suficientemente valorizada y dimensionada en relación a la capacidad y potencialidad de la ciudad y, sin embargo, desconoce en su mayor parte qué acciones o políticas se han desarrollado a tal fin. Es probable que la población haya visto, por encima de todo, los beneficios positivos

que el desarrollo del turismo, paralelamente a otro tipo de iniciativas de índole urbanística, social, ambiental, etc. Ha tenido y tiene en la ciudad (rehabilitación y revitalización del centro histórico, incremento de la actividad comercial y de restauración y gastronomía, aumento de la oferta hotelera especialmente en segmento de categoría alta, desarrollo urbanístico equilibrado,...) y, sin embargo, no valore el cómo o por qué de los mismos. Esta circunstancia tiene validez en la medida en que los resultados obtenidos son positivos para todos/as, cuestión que probablemente no funcione en caso contrario, esto es, cuando los impactos negativos son de especial envergadura. Otro elemento paralelo al anterior es el conocimiento explícito que la población tiene del Plan de Excelencia Turística de la ciudad, instrumento de planificación y gestión del destino, que analizaremos a continuación, con gran capacidad financiera y de actuación sobre el mismo, y de sus diversos programas o proyectos desarrollados. Así, entorno al 20% de la población local de Santiago afirma conocer el PET o, al menos, algunos de los proyectos que incluye.

Todo esto nos lleva a afirmar que no existen mecanismos, cuando menos consolidados o maduros, de comunicación y búsqueda de implicación de la ciudadanía en todo proceso de desarrollo turístico, circunstancia que, aunque no necesaria, debe buscar una participación activa de la misma, si debería sustentarse en un respaldo mayoritario, en una aceptación activa que consolide toda actuación en el futuro y haga propio y sostenible todo el proceso. Es, en cualquier caso, un elemento transcendental para evitar impactos negativos, cuanto menos de índole social o cultural.

3.2. EL PLAN DE EXCELENCIA TURÍSTICA DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Los Planes de Excelencia Turística se dirigen a destinos turísticos consolidados y tradicionales, solo denominándose Planes de Dinamización Turística (a partir de 1996) cuando se dirigen a destinos turísticos en fase de desarrollo turístico. Así, el contenido del Convenio Tipo de Excelencia Turística es semejante al del Convenio de Dinamización Turística, lo que cambia son los objetivos que imponen sus diferentes destinos (Monteserín, O., 2007). Con lo que, a partir de los Planes de Dinamización Turística diseñados por la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo se puede advertir un consolidado cambio en la política turística de Santiago de Compostela ya que ha permitido poner en valor los recursos turísticos (no sólo tangible como los monumentos anteriormente reseñados sino que, también, los intangibles que forman parte de las propias peregrinaciones realizadas cada año), mediante el diseño de políticas y estrategias de producto y precio, que han permitido el fortalecimiento e integración del tejido empresarial, la creación de nuevos productos (fundamentalmente vinculados a aspectos gastronómicos y culturales) y la articulación de los recursos, servicios y oferta turística.

Como bien sabemos, Santiago de Compostela es una ciudad con una importancia histórica de primer orden, fundamentada básicamente en el Camino de Santiago, en el patrimonio monumental de su centro histórico, en el carácter universitario que le caracteriza desde hace siglos, y en el extraordinario acervo cultural que atesora. Todos estos factores han hecho incrementar en los últimos años, y de una manera sorprendente, su atractivo turístico como destino preferente, especialmente para un público objetivamente involucrado en el concepto de calidad.

El Concello de Santiago, con el ánimo de conseguir unos parámetros de calidad y sostenibilidad idóneos para atender una demanda cada vez más exigente, consideró la necesidad de establecer estrategias de mejora continua con el objetivo consolidar el sector turístico, por cuanto se erige en una de las mayores fuentes de riqueza de la ciudad tanto por ingresos directos, como por la repercusión de esta industria en la generación de valor y la creación de puestos de trabajo.

Paralelamente a la inclusión de Santiago en un Plan de Calidad en Destino, el Concello de Santiago, presentó la solicitud y un proyecto para acogerse a la selección de zona piloto de los Planes de Excelencia Turística que se venían desarrollando por el Ministerio de Economía y la Dirección Xeral de Turismo de la Xunta de Galicia, el cual será aprobado en el año 2001 con lo que se desarrollo el Plan de Excelencia Turística 2001-2004 que, con periodo posterior, se amplió mediante el Plan de Acción Turística 2010-2013 (si bien, en este caso, de carácter autonómico).

Con este Plan de Excelencia lo que se pretendía, como objetivo general, era declarar la ciudad de Santiago como zona piloto para la excelencia turística; con lo que se fijaron objetivos específicos que, a día de hoy, han sido cumplidos con éxito. Entre estos objetivos encontramos los siguientes:

- a. Aumento de la calidad de los servicios turísticos del Destino.
- b. Mejora del medio urbano y natural del municipio.
- c. Ampliación y mejora de los espacios de uso público.
- d. Mejora de los servicios públicos.
- e. Aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.
- f. Puesta en valor de recursos turísticos.
- g. Creación de nuevos productos.
- h. Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de la calidad.

Para ello se estableció una inversión total de cuatro millones de euros, aproximadamente, que se financiaban mediante las administraciones públicas del Concello de Santiago, por la Comunidad Autónoma de Galicia y el propio Estado, todos ellos a partes iguales. El Estado a través del Ministerio de Economía, la Xunta de Galicia mediante la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, y por último el Concello de Santiago por vía

de su Concejalía de Turismo, consideran que la mejora de la competitividad turística del término municipal de Santiago de Compostela y su sostenibilidad económica, social y medio ambiental, precisa de una mejora de la calidad del medio urbano y natural del municipio, una ampliación y mejora de los servicios públicos, una adaptación a las tendencias de la demanda y la puesta en valor de nuevos recursos turísticos.

Para analizar si los objetivos estipulados se cumplían se estableció un raudito seguimiento, de ahí, en parte, el gran éxito sostenido por el Plan de Excelencia, ya que sin el control y regulación pertinente tal vez los resultados obtenidos no serían los óptimos a día de hoy. De hecho, al tratarse de tres Administraciones diferentes, la confluencia de los planteamientos y programas de todas las partes aconseja la coordinación de sus actuaciones y la realización conjunta de proyectos con la finalidad de lograr la Excelencia Turística del municipio y la optimización en la utilización de los recursos empleados. Por ello, con el fin de llevar a buen fin todo el desarrollo del Pla de Excelencia Territorial, se firmó un convenio entre las partes y se acuerda la creación de la comisión de seguimiento formada por:

- a. Secretaría General de Turismo.
- b. Un representante de la Delegación del Gobierno en nombre de la Administración Central del Estado.
- c. Director General de Turismo de la Xunta de Galicia y un funcionario que se designe en representación de la Comunidad Autónoma de Galicia.
- d. El Alcalde y el Concejel de Turismo en representación del Concello de Santiago de Compostela.
- e. Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación.
- f. Co-Presidentes de la Asociación de Hostelería de Santiago y comarca.
- g. El convenio establece que la gerencia del PET se encomiende a la empresa municipal INCOLSA.

3.2.1. EL SISTEMA INTEGRAL DE LA CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINO

El Sistema Integral de Calidad Turística española (SICTED), surge con la necesidad de dotar a los destinos turísticos de instrumentos óptimos que favorezcan una buena gestión y desarrollo de actuaciones para generar un turismo de calidad. Al igual que el Plan de Marketing, complementa al Plan de Excelencia y al Plan de Dinamización turística mediante un nuevo sistema de calidad caracterizado por la vinculación entre sectores tanto turísticos como no, con la realidad y la calidad del destino turístico.

El enfoque entiende la calidad como la satisfacción del cliente en la que se interrelacionen tanto la oferta turística (vía hoteles, restaurantes, agencias...) con la demanda, haciendo referencia así a un destino turístico no a entes independientes (por lo que la calidad de destino se valora de forma global).

El SICTED ha supuesto aplicar en Santiago de Compostela una herramienta directamente a los sectores que voluntariamente se implicaran en un proceso de calidad, a través de una serie de actuaciones complementarias del Plan de Excelencia Turística. Para ello fue necesario la creación de un Ente Gestor con una estructura básica de técnicos, administración, sectores profesionales y universidad de Santiago. Gracias a la adhesión voluntaria se potencializó el desarrollo de nuevos emplazamientos para albergues, hotel, apartamentos turísticos, restaurantes, comercios turísticos, centros de interés turístico, salas de congresos, bares, oficinas... en definitiva numerosos establecimientos a los que se dirigió la propuesta informativa del Sistema de Calidad.

Por último, señalar que la herramienta conlleva un proceso complejo y continuado en el tiempo que supone unas pautas metodológicas que hay que seguir: La implantación de estándares intersectoriales de calidad que superen los requisitos ríticos exigidos en el modelo; procesos de autoevaluación; manuales de buenas prácticas; Asistencia Técnica individualizada; Planes de Mejora; y, por último, el seguimiento y las auditorías por parte de la Administración Local.

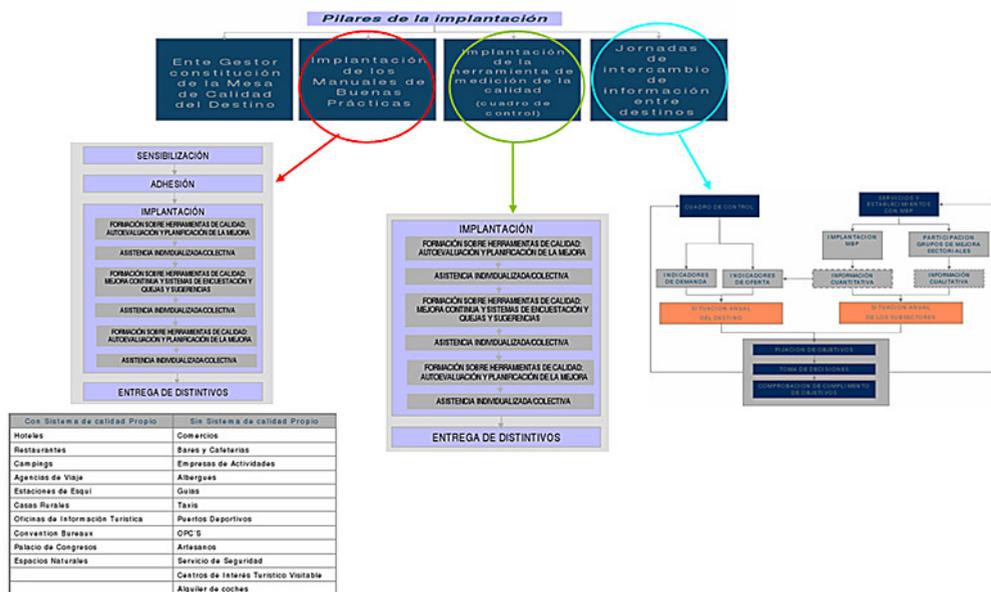


Figura 19: Sistema Integral de Calidad en Santiago de Compostela.
Fuente: Elaboración propia, a partir de TurGalicia

En la figura 19, podemos ver el plan de trabajo del Sistema Integral de Calidad de Santiago que se asienta sobre cuatro pilares fundamentales; la creación de un Ente Gestor, la Adhesión voluntaria, la Implantación de

Manuales de Buenas prácticas y, por último, una jornada de intercambio informativo, ya descritos anteriormente.

3.2.2. EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SANTIAGO

El Observatorio turístico de Santiago tiene su origen en el año 2005, concretamente en el mes de enero, como encargo que Turismo de Santiago le hace al recién creado Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas de la Universidad de Santiago de Compostela. Entre las funciones del Observatorio se encuentra el de realizar encuestas trimestrales a todos aquellos visitantes y turistas que llegan a la Ciudad de Santiago de Compostela y, de igual modo, realizar encuestas a los hosteleros y reposteros de la ciudad con el fin de analizar y concluir el estado o situación del sector hotelero y de restauración. A su vez, con el fin de contrastar resultados, ampliar opiniones y mejorar las posibles actuaciones, se realizan encuestas a la población local para ver cual es la percepción, grado de adaptación y conocimiento de la política turística municipal.

Es importante analizar el origen y el trabajo realizado por dicho Observatorio, no solo por los resultados obtenidos por el mismo, sino por su estrecha relación con el Plan de Excelencia Turística de Santiago de Compostela. El cual se consideró como una magnífica oportunidad para profesionalizar la gestión turística municipal. Un destino como Santiago que había tenido en los últimos años un crecimiento acelerado de las visitas y del sector, en buena medida gracias al Xacobeo, necesitaba eficacia profesional para maximizar los beneficios derivados de la actividad turística. Esto significaba reforzar los órganos de gestión y crear herramientas útiles que permitan enfrentarse con éxito a los retos que exige gerenciar un destino complejo.

Cabe destacar que el Observatorio debía servir para establecer un mecanismo de estudio y análisis continuado y sistemático del sector turístico en un destino concreto, en este caso en Santiago de Compostela, procurando desglosar las características básicas e intrínsecas de cada una de las actividades que lo integran así como discernir las sinergias entre ellos y los vínculos o aportaciones del turismo al desarrollo socioeconómico. A tal fin, desde el punto de vista conceptual, el Observatorio debe responder a los principios de objetividad, pragmatismo y armonía en relación a otros sistemas de información reconocidos (Santos, X., 2008). En este último sentido, si bien es cierto que el Observatorio de Santiago es una herramienta original no es, ni mucho menos, única.

De igual modo, debemos tener en cuenta que, previos a los trabajos realizados por el Observatorio, encontramos los trabajos del Plan de Excelencia Turística y del Plan de Marketing Estratégico del Turismo que sentaron las bases de las investigaciones amén de incentivar y potenciar medidas de actuación, entre ellos, el establecimiento de una colaboración entre Concello y Universidad de Santiago. De esta colaboración surgió la creación del Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR) que

se inserta en la actividad académica así como en otras actividades de entidades locales como la Asociación de Hostelería o la Cámara de Comercio.

La importancia del Observatorio reside en su capacidad para generar información cualitativa sobre los visitantes a la ciudad. Tenemos que considerar que uno de los objetivos prioritarios de cualquier empresa es conocer su clientela con el fin de mejorar su satisfacción y dar los pasos adecuados para mantener su fidelidad. En turismo esto debería parecer una evidencia (Santos, X., 2008). En una actividad tan dinámica, cambiante y con una creciente competencia, mantener, ganar y mejorar la clientela debe ser una meta fundamental. Para ello es importante conocer las tendencias generales del mercado pero también la que afectan a los individuos que consumen un determinado destino. Infelizmente, con demasiada frecuencia las únicas referencias que se poseen son la que recogen en las oficinas de información y que hacen referencia a la edad, sexo, procedencia y poco más (o menos).

Desde el punto de vista del trabajo del Observatorio, el interés radica en ver cual es el uso que hacen los turistas de la ciudad, cual es la valoración de estos sobre el espacio, sobre los bienes culturales y los servicios turísticos que ofrece la ciudad. Para ello, se realiza una encuesta basada en una muestra de cuatrocientas encuestas trimestrales (Santos, X., 2006). Estas son realizadas en los entornos a la catedral, en plazas y calles del centro histórico (es la única muestra que se toma, con lo que puede generar cierto error al acotar demasiado la muestra). Una cuestión interesante o llamativa es que no se realiza en los hoteles o establecimientos semejantes ya que, según el propio Observatorio se cree podría alterar los resultados.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que, con el fin de evitar estos errores de información o el sesgo de la misma, el Observatorio realiza otro tipo de encuestas a los hoteles y a los restaurantes de Santiago; con el fin de comprobar la situación de algunas variables que tienen que ver con el empleo, la formación, las inversiones, la comercialización o la calidad del establecimiento (Santos, X., 2006). Pero que, anualmente, se le distribuye una encuesta que se segmenta por barrios, grupos de edad y sexo. Lo que se busca es saber el grado de conocimiento que tienen de la política turística, su valoración, así como su identificación con la ciudad turística. Consideramos que estas encuestas tienen una especial relevancia en la medida en que la opinión de la comunidad local muy pocas veces es tenida en cuenta a pesar de que existe una creciente conciencia acerca de su papel trascendental en el éxito de un destino. Por último, podemos señalar que a lo largo del año 2006, el Consorcio de la ciudad de Santiago puso en marcha el Observatorio urbano de Santiago que pretende tener una visión de conjunto de la evolución y de las necesidades de la capital gallega y, especialmente, de su centro histórico. En este Observatorio se incorporará parte del trabajo realizado por el CETUR para el Ayuntamiento de Santiago, además de abrir nuevas líneas de trabajo

en base a las necesidades detectadas para el óptimo e integral desarrollo de la urbe compostelana (Santos, X., 2008).

Algunos de los datos más representativos del perfil del turista compostelano, que se obtienen de las encuestas del Observatorio son, por un lado que más de la mitad de los turistas que viajan o peregrinan a la ciudad de Santiago son españoles (entorno a un 60%), mientras que el 40% restante son extranjeros. Si bien estas cifras, en términos extranjeros puede resultar escasa debemos resaltar que es la más alta de la totalidad de la Comunidad Gallega. Esto favorece la conexión, no solo el acercamiento, vía aérea fundamentalmente entre el propio municipio y el exterior del País. En cuanto al origen de los visitantes españoles, mayoritariamente provienen de la propia comunidad gallega, de Andalucía, de Cataluña y de Madrid, aunque también podemos encontrar visitantes del País Vasco, de Baleares o de Castilla y León. En cuanto al turismo extranjero predominan los portugueses, franceses, italianos y del Reino Unido (sobre todo a partir de la implementación de las líneas de bajo coste).

Del mismo modo, en los estudios se observa como las nuevas tecnologías, vinculadas a internet, favorecen el incremento porcentual de visitas (que no siempre se traduce en mayores estancias ni en cantidades monetarias), ya el aproximadamente, el 40% de los visitantes contrata su servicio de viajes por Internet o vía agencia de viajes, y, a su vez, solicitan información y se documentan en sus propias residencias antes de llegar a destino. Con ello se hace imprescindible un buen diseño y una correcta accesibilidad a las páginas turísticas. Gracias al Plan de Marketing esto ha sido posible y hoy día podemos encontrar numerosas páginas web en las que, de manera breve pero atractiva, llaman la atención del turista amén de informarles genéricamente de las opciones a su uso y disfrute (ver figura 20).

Otra cuestión relevante es la estancia media y las actividades realizadas en destino. En los últimos años, aparentemente como consecuencia de la crisis económica, la estancia se sitúa en torno a 2 días, mientras que años anteriores a la crisis la estancia rondaba los 2,4 días. Es cierto que desde la Administración local se intenta prolongar la estancia media mediante la continua renovación del producto. En cuanto a la actividad realizada en la ciudad, principalmente encontramos la visita obligatoria a la ciudad y el paseo por las calles del casco histórico conociendo y disfrutando del patrimonio histórico-artístico. La oferta turística cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos; sino que las ciudades históricas ofrecen una amplia gama de posibilidades en relación con fiestas, eventos religiosos, exposiciones temporales, ciclos de conferencias, representaciones temporales...(De la Calle, M., 1998); con lo que aunque de menor relevancia, encontramos que entre las actividades realizadas se destaca el comer en algún restaurante 80% o comprar regalos 70%, pero no tiene mucha incidencia el turismo cultural más que en un 13% de las visitas, lo que hace reflexionar sobre si realmente se trata de un destino puramente cultural o no.

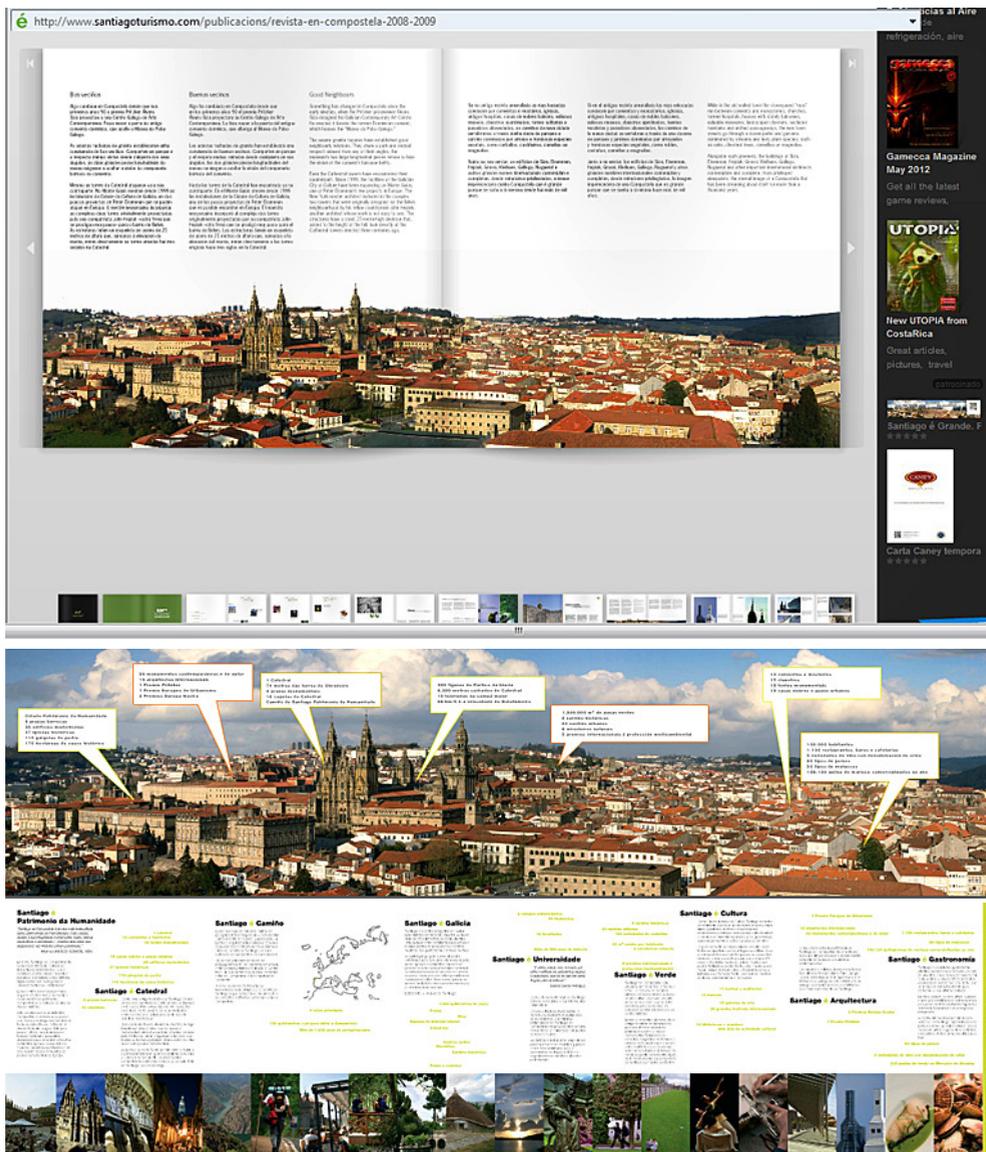


Figura 20: Folletos y documentos web.
Fuente: www.santiagoturismo.com

En cuanto al dinero que realmente aportan los turistas, el Observatorio desatacaba para el año 2006 que el turista gastaba entorno a los 60 y los 70 euros diarios y los excursionistas alrededor de 40 euros. Y, por último, resaltar que la percepción que el turista tiene de la ciudad, la impresión y la valoración global que este realiza al final de su estancia en la Capital gallega es de 8,5 sobre 10 lo que denota una calificación muy alta rese-

ñando que la calificación media descendió como consecuencia de la valoración que obtuvo la señalización turística (que fue valorada con un 7).

3.2.3. LOS ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS DEL TURISMO

El turismo es tan importante y, ante sus múltiples implicaciones, no puede caminar a su libre albedrío (Borg; Gotti, 1995). Para dar respuesta a una demanda creciente es necesario organizar bien nuestras ciudades en términos urbanísticos, de medio ambiente, de oferta cultural, de rutas e itinerarios y de equipamientos e infraestructuras turísticas (Troitiño, M.A., 2008).

Desde la perspectiva relacional, el turismo se considera un fenómeno complejo en el que intervienen un gran número de actores públicos y, privados (ya sean individuales o colectivos), entre lo que se establecen interacciones derivadas de la segmentación y la transversalidad características de la actividad turística. Los actores que intervienen en la actividad, los recursos turísticos utilizados, las relaciones entre ellos, y las que se producen entre éstos y el entorno, constituyen lo que Rafael Merinero y Elias Zamora (2009) denominan Sistema Turístico Local.

En un contexto en el que el turismo es reconocido como elemento importante de crecimiento económico y de dinamización social, las administraciones públicas participan en su desarrollo, aunque de manera desigual y siempre con el ayuntamiento como responsable principal a través de la Consejería de turismo y de la oficina municipal de turismo (Zárate, A., 2006). Como hemos visto anteriormente, el Concello cuenta desde 2005 con un Plan de Excelencia Turística en el que se apuesta por el carácter sostenible de la actividad, la modernización y diversificación de la oferta y el alargamiento de la estancia media de los turistas. Para alcanzar estos objetivos se crean nuevos servicios turísticos y se ofertan nuevos productos, siempre con la colaboración de la Xunta de Galicia y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Los programas institucionales y las políticas públicas refuerzan la formalización e instrumentalización del sistema con orientaciones preestablecidas (Uña Álvarez, E y Vilariño Pérez, M., 2011). En el territorio español, la administración central (SGT 2007-2013) propone un horizonte en el que la responsabilidad del desarrollo del turismo corresponde a los propios destinos, centrada en los atributos únicos del territorio y apoyada en los ejes sustantivos de los diversos programas que le afectan (PRODER, LEADER, LIFE...). En consecuencia, generar identidad y dotarla de valor para el turismo implica la existencia de procesos evidentes y latentes que revelan algunos contenidos mientras ocultan otros, todos asociados a la creación de la imagen desde un marco, el de sus referentes. Además, el análisis del turismo en este marco favorece la detección de situaciones de funcionalidad y de disfuncionalidad respecto a su valoración como agente de desarrollo (Andrés Sarasa, 1999 y 2000; Jeong and Almeida, 2004; Cànoves et al., 2006; Jimeno, 2008).

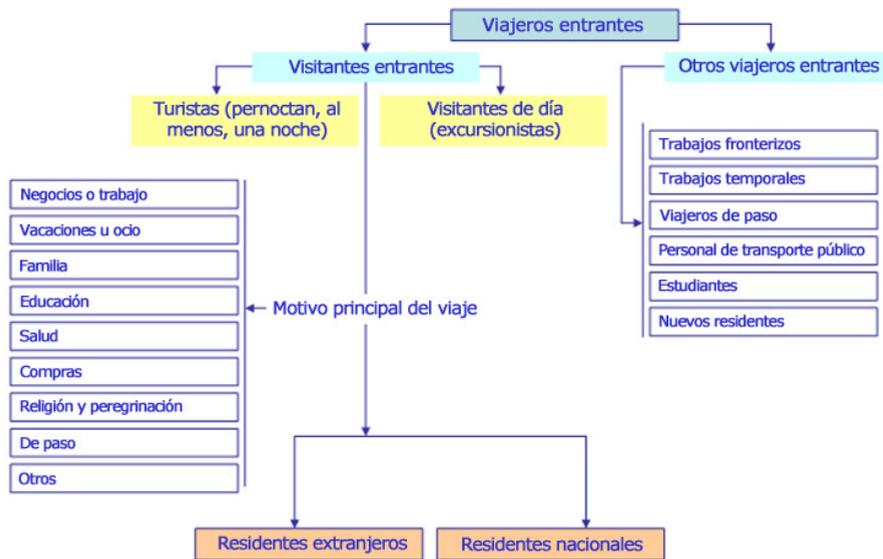


Figura 21: Tipología de los visitantes
Fuente: Elaboración propia, a partir de CETUR

Por otro lado, la importancia económica del turismo justifica el interés creciente de los empresarios locales por el turismo y, consecuentemente, la Cámara de Comercio de Santiago. Con el fin de establecer un conjunto de agentes privados podemos clasificar la actividad de demanda de turismo atendiendo a la tipología del visitante y a las plazas ofertadas (toda oferta no siempre crea su propia demanda, sino que, en muchos casos sucede todo lo contrario) como podemos ver en las figuras 21 y 22, y, a partir de dicha clasificación analizar.

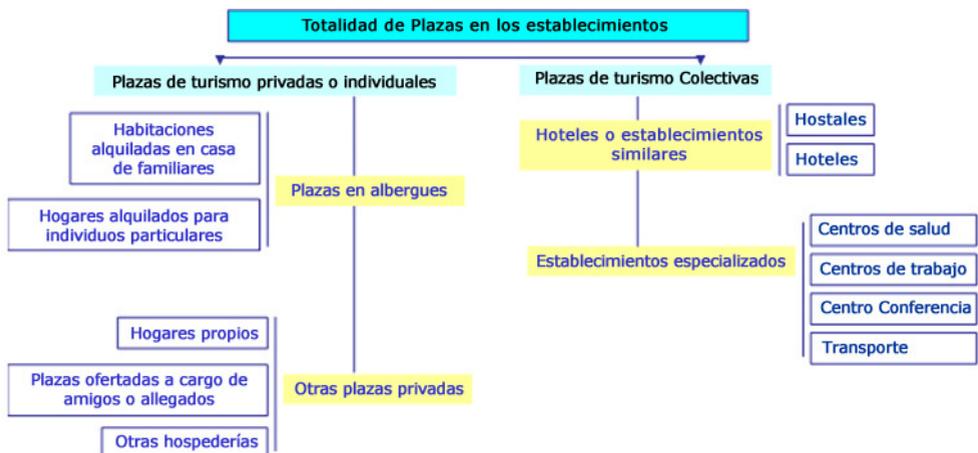


Figura 22: topología de plazas ofertadas
Fuente: Elaboración propia, a partir de CETUR

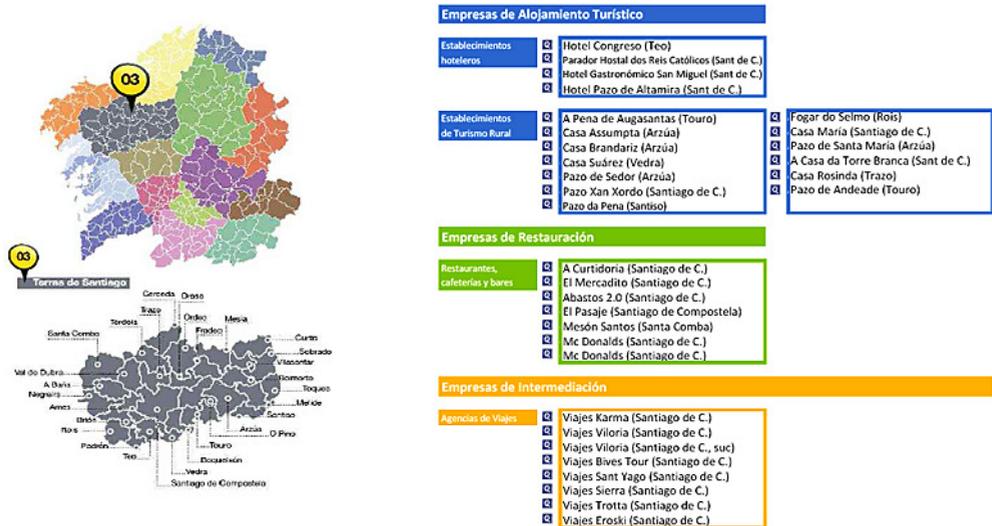


Figura 23: Empresas de Alojamiento Turístico en Santiago de Compostela
Fuente: TurGalicia

Los comercios minoristas dedicados a la venta de productos artesanales, fundamentalmente recuerdos, abundan en el centro histórico de Santiago, si bien han experimentado un fuerte crecimiento que se ha ralentizado en estos dos últimos años. La mayoría se localizan en el ya mencionado recorrido "forzado" por el que transcurren la mayor parte de los turistas, en las calles próximas a los monumentos más representativos. La Federación de Empresarios, la Cámara de Comercio y el propio Concello favorecen dicha especialización mediante la reconversión de antiguos locales.

4. ALGUNAS PROPUESTAS PARA MEJORAR LA DINAMIZACIÓN DE LA CIUDAD HISTÓRICA DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Indudablemente, nos encontramos ante una ciudad Patrimonio de la Humanidad, excepcional. La oferta turística responde claramente a un conjunto de factores endógenos entre los que prima la propia capacidad de atracción turística por su patrimonio histórico, artístico, cultural y gastronómico que, a su vez ha sido potencializado por las Administraciones Públicas –Concello, Xunta, Estado, Ayudas de la Unión Europea...- y por los agentes privados –hosteleros, reposteros, comerciantes...-; y, a su vez por el conjunto de factores externos, vinculados fundamentalmente a la necesidad de consumo de los individuos –locales y foráneos- de todas estas cualidades, anteriormente citadas, de las que dispone la ciudad

Patrimonio de la Humanidad de Santiago de Compostela y, más concretamente, su centro histórico.

Por ello, se hace conveniente, una vez conocidas las características y el potencial como recurso turístico que presenta el centro histórico de Santiago de Compostela y la afectación que este tiene sobre la población local, podemos establecer, mediante un instrumento cualitativo (DAFO; Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) aquellas cuestiones que más y menos caracterizan el turismo de la ciudad con el fin de potenciar mediante algunas propuestas de dinamización que favorezcan el desarrollo y buen funcionamiento del turismo en dicha ciudad, fundamentalmente, desde el punto de vista de la oferta para, de ese modo, favorecer la continuación de la buena dinámica existente hoy día entre turismo y población local.

Con todo ello, se podría potencializar aún más las cualidades intrínsecas de Santiago, por ejemplo, atendiendo a un Plan de Dinamización en el que se fomenten, mediante un plan de actuación para la gestión integral del sector turístico, como objetivos principales el incremento del peso del turismo en el Producto Interior Bruto, mejorar el salario medio del sector, aumentar la estancia media junto con el gasto medio diario de los mismos (a ser posible favoreciendo una demanda de calidad) y favorecer aún más la diversificación turística pero sin perder la esencia tradicional (que, en algunos aspectos, está entrando en crisis por el abandono de las mismas), potencializando así formas de benchmarking. Por ello, propongo se lleven a cabo propuestas de actuación atendiendo a los siguientes objetivos:

- a. Mejorar la accesibilidad al centro histórico (incrementar el número de plazas de aparcamiento en los alrededores del mismo).
- b. Ampliar los horarios de visitas a los monumentos religiosos, histórico, culturales... sobre todo en los meses de verano.
- c. Diversificar en materia gastronómica y mejorar la calidad de los productos ofrecidos.
- d. Incidir en un turismo de ocio y espectáculo mediante rutas nocturnas y diurnas por el centro histórico.
- e. Evitar la canalización de los atributos culturales y religiosos: sobre todo en centro de culto como la Catedral en la que, en inicio la funcionalidad es secundaria pero que, al albor de las circunstancias hoy día parece recaer más en la funcionalidad primaria.
- f. Mejorar la seguridad, sobre todo en los monumentos religiosos y civiles en los que la aglomeración de grandes masas de personas favorecen los robos.
- g. Potenciar el ecosistema cultural del centro histórico manteniendo su singularidad.

- h. Incrementar la interacción entre la promoción cultural y la promoción turística.
- i. Eliminar barreras para aquellas personas con minusvalías, las cuales, en algunos monumentos o calles encuentran dificultades en el acceso.

5. CONCLUSIONES

Santiago tiene reconocida fama internacional por recibir un premio de la Unión Europea que reconoce el valor de la política de conservación y rehabilitación de su centro histórico. La creación y puesta en funcionamiento de un organismo público denominado Consorcio de la Ciudad de Santiago de Compostela, en el que participan las administraciones central, autonómica y local, presidido por el rey de España, contribuye a la puesta en valor de su patrimonio y a la difusión de la imagen cultural de la ciudad. En Santiago, durante los últimos años, se ha producido un gran auge socioeconómico y urbanístico vinculado a la dotación de grandes infraestructuras.

Atendiendo a una clasificación funcional, más del 70% de los bienes monumentales compostelanos (sobre todo, aquellos situados en el casco antiguo) tienen un nivel de funcionalidad turística secundaria o principal, es decir, nos encontramos ante una ciudad patrimonial en la que la actividad diaria tanto cultural, educativa, religiosa... se complementa perfectamente con la actividad turística, sin generar distensiones entre residentes y turistas. Todo ello denota que nos encontramos en una ciudad altamente cualificada, no sólo como atractivo turístico sino también como emplazamiento residencial-funcional en el que conviven, perfectamente interrelacionados, residentes y turistas.

A la hora de analizar la percepción y valoración conjunta que los residentes de la ciudad tienen en relación al desarrollo turístico en su destino parte de dos ideas fundamentales; por un lado, la importancia que le asigna el turismo como factor de desarrollo local, observando directamente qué papel juega como motor de generación de riqueza y empleo; y, el grado de conocimiento y percepción que la población residente tiene de los distintos elementos que configuran la oferta turística del destino y, en particular, de las distintas medidas, planes o proyectos que se estén desarrollando en la ciudad así como su grado de participación en los mismos, con lo que, a tenor de los resultados, podemos afirmar cumple plenamente con los objetivos. La población local se ve plenamente vinculada al turismo que se da en su ciudad y disfruta de las ventajas que esta presenta.

De igual modo, cabe destacar la importancia que cobra en los últimos años, la participación de la ciudad de Santiago en un Plan de Excelencia Turística que paralelamente a la inclusión de Santiago en un Plan de Calidad en Destino, pretendía conseguir y lo logró una mayor implicación de la ciudadanía en el proceso de desarrollo turístico exige saber de ante-

mano cual es el grado de conocimiento que la misma tiene tanto de las principales características del sector como de su dinámica de desarrollo.

La puesta en marcha del Observatorio Turístico de Santiago, en mi opinión está actuando como una herramienta eficaz para la gestión del destino. Las informaciones cualitativas que se obtienen favorecen la aplicación de políticas públicas y privadas coherentes que tienen como objetivo no sólo mejorar la satisfacción del cliente sino que también hacer compatible la actividad turística con el desarrollo integral de la ciudad. Aunque, sin olvidarnos que es necesario continuar mejorando, tanto la realización de las estadísticas y la toma de datos, mediante la flexibilización constante que permita una adaptación a los cambios que afectan al sector.

En cuanto a los agentes, tanto privados como públicos, tienen que tener como objetivo principal, contribuir al éxito del destino haciendo del turismo una actividad motora de la economía manteniendo compatibilidades espaciales y sectoriales. Compostela es un destino maduro y bien posicionado en el mercado ibérico. Sin embargo, las grandes posibilidades que ofrece la demanda de otros países europeos obliga también a una adaptación a esas expectativas. Pero, tal vez, el gran desafío será la inauguración de la Ciudad de la Cultura a la afueras de Santiago. Las polémicas y espectaculares dimensiones de esta obra pueden suponer una auténtica reformulación del destino.

Finalmente, es necesario hacer referencia a la creación de un Instituto de Estudios Turísticos que, entre otras misiones, tendría que desarrollar una importante labor en el campo de las estadísticas con el fin último de realizar algunas de las propuestas de dinamización recogidas en el presente trabajo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AZCÁRATE Y BANG, T. (2004) *El turismo, la paz y el desarrollo sostenible*. Instituto Resonsable. UNESCO y OMT
- BAZÍN, C.M. (1995) *Industrial heritage in the tourism process in France*. Lanfant.
- BORG, J. y GOTTI, G. (1995): *Tourism and Cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aix-en-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice*. UNESCO-ROSTE. Venecia.
- BRANDIS, D. y RÍO, I. (1998) *La dialéctica turismo y medio ambiente en las ciudades históricas: una propuesta interpretativa*. Ería. nº 47. pp 229-240
- BRANDIS, D. y RÍO, I. (1995) *Turismo y medio ambiente de las ciudades históricas*. Anales de Geografía de tu Universidad complutense, nº 15, 157-167
- BRUNET, P. et alii (2005) Los planes de excelencia y dinamización turística (EDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo. Boletín de la .G.E.N. nº39.

CANOVÉS, G. et alii (2005) *Turismo rural en España: Paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones*. Cuadernos de Turismo, nº 15, pp. 63-76.

CÀNOVES, G. et alii(2006) *Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 41, pp. 199-217.

CASTELLS, M. (1995). *La ciudad informal*. Alianza Editorial

CASTELLS, (1998). *La era de la información*. Volumen 2: El poder de la identidad, Madrid, Alianza editorial

CETUR. *Centro de Estudios Turísticos de Santiago de Compostela*. Universidad de Santiago de Compostela

COMPOSTELA VIRTUAL

<http://www.compostelavirtual.com/nuestraciudad/monumentos/>

DE LA CALLE, M. y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (1998) *Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico*. Ería. nº 47, pp 249-266

DE LA CALLE, M. y TROITIÑO, M.A. (2011). *Las actividades turístico-recreativas en los planes de gestión de los sitios patrimonio mundial*. El caso de Aranjuez, paisaje cultural de la humanidad. Cuadernos de Turismo, nº 27, Murcia; pp. 907-929

DI MÉO, (2004) *Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités*. Annales de Géographie, nº 638/639, pp. 339-362.

FAMILITUR

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

FERRÁS, (2004) *Nuevas tecnologías y economía cultural*. IDEGA, Universidad de Santiago de Compostela.

FRONTUR <http://www.iet.tourspain.es/eses/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>

GARCÍA ÁLVAREZ, (2009) *Lugares, paisajes y políticas de memoria: una lectura geográfica*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 51, pp. 175-202.

GARCÍA, Y. (2009). *La ciudad como espectáculo. Marketing territorial, internet y atracción turística en Santiago de Compostela. ¿Éxito o fracaso?* Revista electrónica Vocpaper.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. y MÍNGUEZ GARCÍA, C. (2005): *Funcionalidad turística de los Reales Sitios españoles. Problemas y perspectivas*. Ería, nº 66, pp. 71-84.

GARCIA QUIROGA, F y SOTELO PÉREZ M.(2011): *Trasformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el Medio Ambiente: el estudio de caso de la provincia de Ávila*. Revista electrónica M+A, nº 11. IUCA/UCM.

GUÍA COMPLETA

<http://www.guiacompleta.com/santiagodecompostela/>

- LÓPEZ, R (2006) *Desarrollo turístico y población local. Un análisis en destinos urbanos Patrimonio de la Humanidad*. Editores Universidad Castilla La Mancha. nº 121
- MACCAELL, D. (1973) *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*. American Journal of Sociology, vol. 79, nº 3, pp. 589-603.
- MERINO, R y ZAMORA, E. (2009) *La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico*. Revista de Turismo y patrimonio cultura. Vol.7. nº 2
- MONTESERÍN, O. (2007) *Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*. Tesis Doctoral.
- PLAN DE EXCELECELENCIA TURÍSTICA
PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA
PLAN DE MARKETKING TURÍSTICO
SANTIAGO TURISMO
www.santiagoturismo.com
- SANTOS, X. (1999). *Mito y realidad del Xacobeo*. Boletín de la AGE. N.º 27, págs.103-117.
- SANTOS, X. (2002) *El camino de Santiago. Turistas y peregrinos hacia Compostela*. Cuadernos de Turismo. N.º 18, págs. 135-150
- SANTOS, X. (2006). *El Observatorio turístico de Santiago, una herramienta para la gestión eficaz del destino*. Editores Universidad Castilla La Mancha. nº 121, pp 117-127
- SARASA, A. (1999) *Disfuncionalidades en la percepción del binomio turismo/ desarrollo*. Cuadernos de Turismo, nº 4, pp. 21-32.
- SARASA, A. (2000) *Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural*. Cuadernos de Turismo, nº 6, pp. 45-59.
- Sotelo Navalpotro, J.A. (2001). «Modelos territoriales» vs. «Modelos de desarrollo» en el nuevo mapa geopolítico mundial. Anales de Geografía de la Universidad Complutense. 311-341
- Sotelo Navalpotro, J.A. (2001). *Estudiar la Región*. INFODAL. Madrid. 285pp
- Sotelo Navalpotro, J.A. (2002). El turismo rural y Leader+ en la sierra norte madrileña. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, 471-482
- Sotelo Navalpotro, J.A. (2005). Desarrollo y medio ambiente en Europa: el patrimonio natural como base de la sostenibilidad. Observatorio Medioambiental. 197-269
- TROITIÑO, L. (2006) *Oferta patrimonial e infraestructura turística en la ciudad de Cuenca*. Editores Universidad Castilla La Mancha. nº 121, pp 323-336
- TROITIÑO VINUESA, M. A.(2000) *Ciudades históricas y turismo: los desafíos de la sostenibilidad*. Mérida, Ciudad y Patrimonio. Revista de Arqueología, Arte y Urbanismo, 4, pp. 93-108.
- TROITIÑO, M.A. (2008) *Ciudades Históricas y Turismo Sostenible*.

UNESCO (2005). Declaración sobre Conservación de los Paisajes Urbanos Históricos

VACCARO, I y BELTRÁN, O (2007) *Patrimonial discussions in the hyper-modern era*. *Tourism Geographies*, vol. 9/3, pp. 254-274.

VILLARIÑO, M. y UÑA, E. (2011). *Configuraciones de indentidad en territorios del turismo. Condiciones generales en Galicia*. Cuadernos de turismo, nº 27; Murcia. pp 259-272.

WANG, (2000) *Tourism and Modernity*. Amsterdam, Pergamon

XUNTA DE GALICIA. Publicaciones.

XUNTA DE GALICIA (2006): *Galicia, sendas para descubrir un país*. Santiago de Compostela, Dirección Xeral de Turismo

ZÁRATE, A. (2006) Estrategia de dinamización turística en una ciudad Patrimonio de la Humanidad, Toledo. Editores Universidad Castilla La Mancha. nº 121