LA CIUDAD, EL CAMINO Y NOSOTROS

PENSAR, CONTAR, SENTIR, CUIDAR EL AYUNTAMIENTO Y SUS GENTES. HE AQUÍ EL RETO.

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

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

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

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

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

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

Toda la información en redegalabra.org

LA CIUDAD, EL CAMINO Y NOSOTROS.
Ficha Técnica
Tipo de entrevista realizada: Personal con cuestionario estructurado
Nivel de confianza: 95 %; p = q = 0,5
Procedimiento de muestra: De conveniencia
Ámbito geográfico: Santiago de Compostela
Catalogados: 559 libros 211 webs 90 audiovisuales
Universo:
Visitantes procedentes de Galicia, resto del estado, Portugal y Brasil (mayor volumen de visitantes de la UE y de fuera de la UE en 2008) (Fuente: CETUR).
Población: Infinita (>100.000)
Error de la muestra: +- 2,15 %
Fechas: De marzo de 2013 a marzo de 2014
Residentes en Santiago de Compostela o municipios limítrofes (Teo y Ames):
Población: Infinita (>100.000)
Error de la muestra: +- 3,2 %
Fechas: Segundo semestre de 2014 a mayo de 2015
Actividad económica y comercial en Santiago de Compostela.
Población (Cuadro de la muestra): 4096
Error de la muestra: +- 4,6 %
Fechas: Abril y mayo de 2015
Tamaño de la muestra:
Encuestas visitantes 2081 encuestas válidas
Galicia 398
Resto del Estado 878
Portugal 408
Brasil 396
Encuestas locales 929 encuestas válidas
Santiago 684
Teo 104
Ames 101
Encuestas actividad económica y comercial
410 encuestas válidas
Entrevistas cualitativas
Entrevistas a visitantes: 271 Galicia: 56 Resto del Estado: 100 Portugal: 56 Brasil 59
Entrevistas a personas peregrinas: 34 de Porto Alegre (Brasil)
6 grupos de conversación con población local
Encuestas de control para comprobar tendencias (2018)
155 visitantes
50 habitantes
50 comercios
Los resultados de las encuestas de control hechas en 2018 son plenamente confiables pero no estadísticamente representativos. Su valor reside en detectar signos de evolución o, si fuese el caso, confirmar la constancia de las tendencias manifestadas en la encuesta de 2013-2015.
CRÉDITOS
Coordinación general del Proyecto expositivo: Discursos imágenes y prácticas culturales sobre Santiago de Compostela como meta de los Caminos de Santiago: Elias J. Torres Feijó [Galabra-USC] y Marisa del Rio [Galabra-USC]
Comisariado general de la exposición La ciudad, el Camino y Nosotros
Felisa Rodríguez Prado [Galabra-USC] y Emilio Carral Vilariño [Galabra-USC]
Comisariado exposiciones temáticas:
La ciudad y quien la habita
La ciudad y quien la visita
La ciudad y la actividad comercial
Equipo
Equipo actual:
Elias J. Torres Feijó (I.P.) [USC] Emilio Carral Vilariño [USC] Felisa Rodríguez Prado [USC] Irene Pichel Iglesias [USC] María Luísa del Rio Araújo [USC] Roberto Samartim [UdC] Álvaro Iriarte Sanromán [UMinho] Carlos Pazos-Justo [UMinho] Raquel Bello Vázquez [UniRitter] Zósimo López Pena [UNIR]
Participaciones Anteriores Maria Luisa Fernández Rodríguez [USC] Lucía Braña López Xoán Carlos Carreira Pérez [USC] M. Carmen Villarino Pardo [USC] Xerardo Pereiro Pérez [UTAD] Antón Corbacho Quintela [UFG]
Equipos de apoyo o con trabajos asociados
Breogán Martínez Vila [USC] Maria Fidalgo Puga Carlos Neira Cortizas Mitzi E. Martínez Guerrero [USC] Adrián M. Gonçalves Barbosa Carla Sofia Mendes Trindade José Paredes Esther Iglesias Taboada [USC] Carlos de Francisco Martiñán [USC] Adrián Gómez Mato [USC] Andrés Ramos Garcia [USC] Helena González Do Val [USC] Melanie Jennifer Müller [USC] Sara Fernández Baldomir [USC] Guillermo Reiriz Varela [USC] Gabriel Ares Cuba [USC] Beatriz González González [USC] Ana Rita Soares [USC] David Gómez Lobato [USC] Susana Montesinos Amado [USC] Deolinda Freitas [UMinho] Carla Nepomuceno [UdC] Joyce De Oliveira [UFU] Rejane Pivetta De Oliveira [UniRitter]
Colaboradores: Gonçalo Cordeiro (Ideia.Comunica e Inova) Luís Cuntín (Investigador Social) Ignacio Lado (Sociólogo y Estadístico) Pablo Gamallo [USC]

COMPOSTELA Y LOS CAMINOS

Creación de un nuevo relato sobre la ciudad

Año / peregrinan / Año santo / Número de personas acreditadas por la Oficina del Peregrino

En 1970 llegan a Compostela 68 personas peregrinando

En 2018 llegan 327.378 personas peregrinando

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

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

Tendrá impactos destacados en la configuración de la ciudad.

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

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

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

El peso de tres macronarrativas

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

Cronología del cambio para la ciudad actual

1981 Capital de la Comunidad Autónoma de Galicia

1982 Año Santo Visita del Papa Juan Pablo II

1984 Premio Europa Consejo de Europa

1985 Patrimonio de la Humanidad UNESCO

1987 Camino 1er Itinerario Cultural Europeo (Consejo de Europa); O diario de um mago Paulo Coelho.

1988 O Alquimista Paulo Coelho

1989 Visita del Papa Juan Pablo II, IV Jornada Mundial de la Juventud

1991 Real Patronato de la ciudad de Santiago de Compostela

1992 Consorcio de Santiago

Patrimonio de la Humanidad UNESCO

1993 Año Santo Xacobeo ´93

1999 Año Santo Ciudad de la Cultura de Galicia Paulo Coelho Medalla de Oro de Galicia

2000 Ciudad Europea de la Cultura (UE)

2004 Camino Francés = Gran itinerario cultural europeo Bandeira de Honra (Consejo de Europa)

2008 Calle Paulo Coelho

2010 Año Santo Xacobeo ´10

2013 Galicia o Bo camino Xunta de Galicia

2014 Año Franciscano

1991

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

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

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

El Xacobeo: la promoción mundial de un centro de peregrinación

Año/Inversión (Fuente de las inversiones: Consello de Contas y Xunta de Galicia)

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

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

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

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

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

¿Será que Compostela ha sido realmente reinventada?

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

¿Cómo nos vemos?

¿El Camino forma parte de nuestra identidad?

¿El Camino forma parte de la identidad santiaguesa? 7,26

¿El Camino forma parte de la identidad gallega? 6,81

En el Año Santo de 1982

Peregrinación a Compostela de 2000 personas.

(Otra cosa era venir a Santiago “ganar el Jubileo”, visitar la Catedral y en ella rezar en los Años Santos)

En el Año Santo de 1993

Peregrinó más gente que habitantes de derecho tenía el ayuntamiento: casi 100.000 personas

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

¿Cómo nos vemos?

Sentimiento de pertenencia o identificación en relación a:

Santiago: 6,36 Sin Ames y Teo

Galicia: 7,42 Sin Ames y Teo

España: 6,31 Sin Ames y Teo

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

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

¿Cuál es nuestro sentimiento de pertenencia?

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

Las personas entrevistadas se declaran:

Sólo gallega Más gallega Gallega y española Más española Sólo española

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

Resultados 2018

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

La ciudad, el Camino y nosotros.

¿Cómo nos vemos?

¿Nos identificamos con la ciudad?

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

Galicia = Zona Vieja

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

Santiago = Zona Vieja + Zona Nueva

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

España = Campus universitario

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

Lugares que consideramos más emblemáticos

Zona Vieja

Catedral

Alameda

Obradoiro

Quintana

Plaza de Abastos

Zona Nueva

Rúa do Franco

Parques y Zonas Verdes

Rúa de San Pedro

Ciudad de la Cultura

Eixo Preguntoiro-Orfas

Centros Comerciales

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

¿Con que lugares nos identificamos menos?

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

Espacios verdes, Zona Nueva

Zona Vieja

Alameda

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

¿Para que usamos la ciudad?

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

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

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

¿En qué lugares estamos más cómodas?

Lugares que consideramos más queridos
Zona Vieja
Alameda
Zonas Verdes
Quintana
Obradoiro
Catedral
Rúa de San Pedro
Zona Nueva
Rúa do Franco
Plaza de Abastos
Eixo Preguntoiro-Orfas
Ciudad de la Cultura
Centros Comerciales
Resultados 2018
Suben
Alameda
Emerge Belvís
Zona Nueva
Obradoiro
Quintana
Catedral
Bajan
Zona Vieja
Rúa do Franco
Plaza del Pan/Cervantes

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

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

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

Zona Vieja Zonas Verdes
Cambio de lugares predilectos en relación con número de años viviendo en Santiago:
De 5 a 19 años +de 20 años Hasta 5 años

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

La ciudad, el Camino y nosotros.

¿Cómo nos vemos?

¿Te gusta Santiago más que hace 20 años?

Me gusta menos Me gusta igual Me gusta más

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

Resultados 2018

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

¿Cambia el turismo nuestra percepción de la ciudad?

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

¿Le gusta más la ciudad antes o ahora?

Me gustaba la ciudad más antes

Me gusta la ciudad igual antes que ahora

Me gusta la ciudad más ahora

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

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

Resultados 2018

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

¿Cómo nos vemos?

¿Compostela vertebradora?

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

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

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

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

La ciudad, el Camino y Nosotros.

¿Cómo nos vemos?

¿Cuáles son nuestros espacios más queridos?

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

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

La ciudad, el Camino y Nosotros.

¿Cómo nos ven?

¿Cómo nos imaginan antes de visitarnos?

Catedral 44,60%

Camino-Peregrinación 21,60%

Tipo-tamaño de ciudad 8,40%

Otros 7,50%

Apóstol 7,00%

Religión-Espiritualidad 6,60%

Plaza del Obradoiro 5,20%

Universidad 3,00%

Zona vieja 2,80%

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

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

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

La zona vieja pierde gente. Siendo mayor el descenso en áreas como la Rúa do Vilar y en las calles próximas a la Catedral.

Año	Habitantes Zona vieja*	Habitantes Compostal
1995	4.342	94.057
2001	3.751	93.381
2004	4.105	92.298
2010	3.908	94.824
2013	3.799	96.041
2015	3.600	95.612
2017	3.550	96.456

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

¿Cómo nos ven?

¿Cómo nos ven cuando llegan?

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

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

Resultados 2018
Suben:
Tipo-tamaño de la ciudad: 25,7% + 18,10%
Camino-Peregrinación: 19,2%+20,9%
Religión-Espirtualidad: 7,1%+9,7%
Bajan:
Catedral: 12%-25,9%
Plaza del Obradoiro: 5%
Universidad 3,1,-6,7%

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

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

¿Cómo nos ven?

¿Cuánta gente viene por el Camino?

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

Visitantes a Santiago según las procedencias indicadas.

Peregrinos/No peregrinos

Resto de Galicia. Resto del Estado. Portugal. Brasil

Resultados 2018

Parece aumentar el nº de personas peregrinas procedentes de Portugal (70,4% del total de visitantes) y de Brasil (30,0% del total de visitantes).

Disminuye un poco la del resto de Galicia y del resto del Estado y aumenta el total de personas peregrinas (40,0%)

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

	Imagen previa de Compostela		Imagen una vez en Compostela	
	No peregrino/a	Peregrino/a	No peregrino/a	Peregrino/a
Catedral	49,20%	36,40%	26,10%	26,10%
Camino-Peregrinación	20,60%	25,20%	19,20%	26,90%
Apóstol	7,50%	6,50%	5,40%	6,10%
Religión-Espirtualidad	6,30%	7,40%	10,40%	8,60%
Plaza del Obradoiro	4,70%	6,90%	4,90%	6,10%
Tipo-Tamaño ciudad	8,10%	10,00%	18,90%	17,80%
Zona vieja	3,00%	2,00%	10,80%	8,50%
Universidad	2,80%	3,00%	7,10%	5,90%
Otros	-	-	35,30%	38,20%

Resultados 2018

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

¿Cómo nos ven?

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

Intención de compra de las personas que nos vistan según su procedencia

	España	Portugal	Brasil	Galicia
Souvenirs				
Pensado	49,9%	49,7%	55,4%	39,5%
Comprado	71,4%	77,0%	78,1%	33,3%
Productos gastronómicos				
Pensado	17,7%	14,5%	4,7%	8,7%
Comprado	16,2%	15,5%	9,0%	6,4%
Ropa/Joyas				
Pensado	14,0%	10,4%	16,9%	12,2%
Comprado	37,0%	23,6%	40,3%	44,9%
Libros,revistas, películas				
Pensado	2,0%	4,1%	3,8%	12,3%
Comprado	2,9%	4,7%	7,0%	15,4%

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

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

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

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

Resultados 2018

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

¿Qué y dónde consume la gente que nos visita?

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

España. Portugal. Brasil. Galicia.

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

¿Cómo nos ven?

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

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

Las personas gallegas y portuguesas también vamos más a supermercados y centros comerciales y somos más exigente: entendemos que los precios son altos y tenemos una valoración de la atención al cliente más baja.
En los datos de 2018, la tarta de Santiago disminuye en consumo de personas de España y Portugal y aumenta en el ámbito de Brasil y Galicia. El consumo de queso y dulces disminuye, en general, y aumenta el de vino y licores y sobre todo el de "Otros productos".

Consumo de productos (%)				
	España	Portugal	Brasil	Galicia
Quesos	31,5	16,9	20,4	5,7
Vinos	12,8	5,6	9,3	0
Pan	4,2	6,7	3,2	13,2
Dulces	8,6	29,2	16,7	32,1

Valoración de oferta/Precios/Calidad (%)				
	España	Portugal	Brasil	Galicia
Ampla/Suficiente	30,1	26,7	30,1	27,1
Precios accesibles	14,2	13,3	19,3	12,9
Productos de mala calidad	3,1	2,0	0	1,9
Mala atención al cliente	2,4	0	4,3	1,9
Valoración genérica positiva	10,6	15,0	20,5	15,7
Excesiva orientación al turismo	13,4	18,4	8,7	17,0

Valoración de la oferta (alimentos-espacios) (%)				
	España	Portugal	Brasil	Galicia
Precios accesibles	20,6	16,7	8,2	17,7
Precios altos	18,5	26,7	4,3	25,0
Buena atención al cliente	5,6	2,8	4,1	2,5

¿Cómo nos ven?

¿Qué hacen en la ciudad las personas que peregrinan?

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

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

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

Hábitos de visitantes en Compostela:

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

Consumo de productos		
Quesos	No peregrino	20,90%
	Peregrino	30,60%
Carnes, pescados	No peregrino	10,70%
	Peregrino	5,30%
Productos gastronómicos	No peregrino	16,10%
	Peregrino	8,00%
Libros	No peregrino	4,80%
	Peregrino	1,90%
Artículos religiosos	No peregrino	66,50%
	Peregrino	78,50%

Zona de compras		
Zona vieja	No peregrino	53,50%
	Peregrino	67,00%
Zona nueva	No peregrino	5,60%
	Peregrino	2,40%
Centros comerciales	No peregrino	6,30%
	Peregrino	2,10%
Puestos ambulantes	No peregrino	5,50%
	Peregrino	2,10%

Valoración		
Negativa de zonas concretas	No peregrino	14,50%
	Peregrino	5,60%

Información		
El Corte Inglés	No peregrino	13,10%
	Peregrino	5,30%
Internet/App	No peregrino	5,00%
	Peregrino	22,60%

¿Compostela *visibilizada*?

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

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

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

¿Cómo nos ven?

¿Qué visitante se parece más a nosotros?

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

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

¿Cómo vemos a quien viene?

¿Nos gusta el turismo que llega a Santiago?

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

¿Le gusta el turismo que llega a Santiago?

12,00%

No sabe

No responde

59,00%

Me gusta

29,00%

No me gusta

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

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

Resultados 2018

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

¿Cómo vemos a quien viene?

¿Preferimos un turismo diferente?

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

Rúa de San Pedro (Entrada del Camino Francés) Zona Vieja Choupana Santa Marta (Entrada del Camino Portugués)

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

Resultados 2018

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

¿Preferimos un turismo diferente?

No preferiría otro tipo de turismo

Preferiría otro tipo de turismo

Totales

No reservaría espacios en la Zona Vieja para turistas

Reservaría espacios en la Zona Vieja para turistas

La ciudad, el camino y nosotros

¿Cómo vemos a quien viene?

¿Cambia el turismo nuestro modo de vida?

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

A Choupana (Camino Portugués) Zona Vieja San Pedro (Camino Francés) La tendencia se mantiene en San Lázaro Media.

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

Resultados 2018

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

Preferiría otro tipo de turista 3,11

No preferiría otro tipo de turista 2,46

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

Resultados 2018

La tendencia es para aumentar

Sin resultados en Ames y Teo

Prefiere otro turista: 4,25

No prefiere otro turista: 3,00

Total de la muestra

Prefiere otro turista: 4,81

No prefiere otro turista: 3,32

¿Cómo vemos a quien viene?

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

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

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

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

¿Altera el turismo nuestra relación con la ciudad?

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

Zona Nueva (resto de la zona nueva)

Zona Nueva (calles comerciales)

Entorno de la Catedral

Zona Vieja

¿Cómo vemos a quien viene?

¿Compostela turistificada?

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

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

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

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

¿Cómo vemos a quién viene?

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

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

La ciudad, el camino y nosotros.