

ANTROPOLOGÍA DE LA TURIPEREGRINACIÓN A SANTIAGO DE COMPOSTELA¹

Xerardo Pereiro

Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

CRIA-UMINHO – Centro em Rede de Investigação em Antropologia

Portugal

Mail: xerardopereiro@utad.pt

Palabras clave: antropología del turismo, turiperegrinación, camino(s) de Santiago de Compostela.

Resumen

En los caminos de peregrinación a Santiago de Compostela (Galicia, España) diversos factores han contribuido al reciente crecimiento del número de turiperegrinos: a) las características identitarias de cada camino; b) las nuevas multimotivaciones de los turiperegrinos; c) el malestar social, las crisis económicas y de salud; d) la búsqueda de una nueva espiritualidad, ya no exclusivamente de tipo religioso y e) la moda global de caminar. Con base en una revisión exhaustiva de la literatura científica, en este texto realizamos una profunda revisión y discusión de la compleja relación entre turismo, peregrinación y los significados del caminar. Los resultados son una comprensión crítica de la invención cultural de los caminos de Santiago y su turiperegrinación (turistificación de experiencia peregrina), que condiciona y estimula prácticas sociales cada vez más cotidianas y menos extraordinarias como es la del caminar.

Introducción

Aunque este trabajo tenga una sustentación empírica fundamentada en un trabajo de campo sobre las peregrinaciones a Santiago de Compostela iniciado en el año 2015 (cf. Pereiro, 2019), teniendo como caso de estudio el camino portugués interior de Santiago de Compostela (ver: <https://cpis.utad.pt/> y <https://cpisantiago.org/>), en este artículo

¹ Trabalho apresentado na 34ª Reunião Brasileira de Antropologia (Ano: 2024);

privilegiamos la revisión de la literatura científica y el análisis de la problemática relación entre turismo, peregrinación y caminar. Nuestra mirada teórica desde la Antropología cuestionará la tradicional dicotomía entre turismo y peregrinación (Pack 2008; 2010; Di Giovine 2013). En nuestro pensamiento, interpretamos lo que denominamos turiperegrinación como un sistema cultural (juicios, vivencias y creencias interconectados), al modo de Clifford Geertz (1988), con significados diversos y con experiencias hiper-significativas (Di Giovone y Choe 2020), es decir como algo más que religión (ej. turismo religioso) y sacralidad (Vukoni'c, 1996; Badone y Roseman 2004; Roccas y Elster 2014), pero también como algo más que secularidad profana (cf. Taylor 2015; Giner 2016). Las peregrinaciones jacobeanas son cada vez más turiperegrinaciones espirituales post-seculares (Santos y Lois 2011; Di Giovone 2013; Lois y Santos 2015, Santos, 2016; Berger 2016; Balkenhol, Hemel y Stengs 2020), y neoespirituales (Mendel 2015), en las cuales el acto de caminar es un eje central de la experiencia turiperegrina. Más allá de la división durkheimniana del mundo entre sagrado y profano, es hoy imposible separar peregrinos y turistas (Steil y Rodrigues 2019). Y en el caso de los caminos de Santiago de Compostela ellos son cada vez más gobernados por el turismo.

Las peregrinaciones movilizan seres humanos hacia lugares sagrados y permiten el intercambio social, cultural y económico, en la búsqueda de una renovación física, corporal, espiritual y emocional. La OMT (2014) calcula que en el mundo hay anualmente entre 300 y 330 millones de peregrinos que acaban utilizando instalaciones turísticas (Sampson 2020, 6). La aparición del virus del covid-19 ha supuesto un nuevo impulso de las peregrinaciones, por ejemplo, las peregrinaciones jacobeanas a Santiago de Compostela han aumentado su frecuencia y práctica, en parte debido a la percepción positiva de su realización en seguridad y por su relativamente bajo coste financiero, pero también por otros motivos de significación humana y antropológica que analizaremos en este artículo.

La estructura del texto es la siguiente: en primer lugar, haremos una aproximación a la transición del homo peregrinus al turiperegrinus (transición de la modernidad a la posmodernidad), para luego analizar la compleja relación entre peregrinación y turismo, contextualizada en los caminos de Santiago de Compostela. Seguidamente revisamos las motivaciones de los turiperegrinos desde una perspectiva teórica y también los significados del camino y del caminar como práctica social contemporánea según la literatura científica al uso.

1. Del *homo peregrinus* al *homo turiperegrinus*

“No se trata de que el hombre está en sociedad, sino que la sociedad está en él” (Ortega y Gasset 1947, 201)

El sociólogo Zygmunt Bauman (2003) en su análisis de la modernidad ha puesto el foco en el interés social por y para la perdurabilidad (ej. el acero, la memoria cronística y el hormigón). La figura del peregrino sería un arquetipo social de esa modernidad y la vida moderna habría que entenderla como una peregrinación. Frente a ello, afirma este autor, la posmodernidad es la época del reciclaje, el vídeo y la memoria que puede ser borrada, el interés por la falta de compromiso, lo plástico, lo biodegradable. La identidad posmoderna es una busca de salidas para la incertidumbre, es un proyecto humano en el cual las distancias se miden por el tiempo necesario para acortarlas y borrarlas, es decir, se miden las distancias en tiempos de su recorrido.

La figura que mejor encarna la posmodernidad es según Bauman la del turista, un arquetipo social que no es del lugar que visita, está en todas partes y procura experiencias antes de regresar a su hogar. En la posmodernidad, la gente está en guardia contra los compromisos de largo plazo, no se ata demasiado a las cosas, la gente y los lugares, sin tanta lealtad como en la modernidad, ya no hay empleos para toda la vida, y hay una sexualidad plástica, nos dice Bauman (2003, 51), además las relaciones sociales son inestables y desconcertantes. El turista encarna así metafóricamente la identidad posmoderna, está en el lugar, pero no es de allí, y el turismo acaba por convertirse en un modo de vida que responde a un apetito de gran excitación (Bauman 2003, 61). En la posmodernidad las relaciones sociales son fragmentarias y discontinuas, hay menos redes sociales perdurables de deberes y obligaciones mutuas, hay más evaluaciones estéticas del otro que evaluaciones morales, la autonomía individual pesa más que el compromiso colectivo y la responsabilidad común, hay desencanto y cultura narcisista que sigue un deber de una vida deleitosa de placer.

Otros autores como la antropóloga Jackie Feldman (2017), en la misma línea que el sociólogo Zygmunt Bauman (2003), han creado y mantenido la dicotomía “peregrino / turista” para explicar la diferencia entre modernidad y posmodernidad. La modernidad es interpretada por ella como sólida y estable, y la posmodernidad como líquida y fluida. Peregrino y turista son así vistas ambas figuras sociales arquetípicas contrapuestas. El

peregrino está asociado al sacrificio, el esfuerzo, la recompensa y la meta. El turista busca placer, novedad, diversidad. El peregrino, como arquetipo social de la modernidad, rompe los lazos cotidianos y las rutinas, asume riesgos en su peregrinación con el deseo de trascendencia, intimidad y una experiencia corporal intensa. Además, busca una autotransformación, que se produce según esta autora en su relación al tiempo y a la naturaleza. El peregrino asume nuevas formas de comunidad y de imaginar el futuro, dando cuerpo a una identidad y movilidad modernas.

Pero desde nuestra mirada, pensamos que hay que cuestionar esa dicotomía entre peregrino y turista, peregrinación y turismo, para defender conceptos mestizos y sincréticos de turiperegrino y turiperegrinación, que creemos se ajustan mejor al entendimiento de la borrosa realidad empírica, especialmente a lo que está aconteciendo en la actualidad en los caminos de Santiago de Compostela por toda Europa. Hay aún algo de moderno pero también hay al mismo tiempo algo de posmoderno en la turiperegrinación jacobea.

2. Entre la peregrinación y el turismo

Uno de los orígenes del turismo contemporáneo es sin duda el conjunto de peregrinaciones históricas (cf. Margry 2008; Sharpley 2009; Norman 2011; Norman y Cusack 2015), junto a otros como el Grand Tour, la revolución industrial y la revolución de los transportes. Pero si nos centramos en las peregrinaciones, estas han sido analizadas desde diferentes perspectivas por la antropología y las ciencias sociales:

- a) Una perspectiva psicologicista (Castiglione 1945), según la cual las peregrinaciones y la creencia en santos y lugares sagrados sería una forma de vencer la angustia existencial humana, sabiendo que al final de la vida, cuyo sentido integra la muerte, abandonaremos el cuerpo en la naturaleza. Este carácter de la vida tiene en los santuarios de peregrinación una especie de “flotadores” sociales, culturales y emocionales asociados a la creencia de la vida *postmortem* y a la comunicación con seres sobrenaturales (Cassirer 1945).
- b) Una clásica perspectiva funcionalista que destaca la peregrinación como una forma de cohesión social y de conexión con lo sagrado (cf. Lisón Tolosana 1992; Halbwachs 2017). El sacrificio del peregrino tradicional se realiza para purificar el alma y obtener el perdón de sus pecados por medio de un sacrificio y una penitencia. La

penitencia y la purificación permitirán el contacto con lo sagrado, el agradecimiento, la petición y la promesa. Sucede que la repetición del viejo ritual otorgará autoridad a la tradición. Desde esta perspectiva, la peregrinación tiene la función de socializar y formar identidades sociales (Tajfel 1981).

- c) Una perspectiva simbólico-performativa-ritual (Turner 1974; Turner y Turner 1978), según la cual las peregrinaciones son una inversión ritual y liminar de las estructuras sociales seculares y cotidianas, es decir son experiencias antiestructurales. La peregrinación del *homo viator* puede ser interpretada como un ritual de paso en un tiempo liminar y ambiguo, diferente del tiempo cotidiano desde el punto de vista de la vivencia personal y social. Y en su expresión ritual, la conexión con la tradición y el pasado son muy importantes, y también un cierto castigo corporal como forma de salvación espiritual y purificación previa al contacto con lo sagrado (Mariño Ferro 1987, 100; Mouriño 1997; Slavin 2003; Amirou 2007; Marques 2023). El cuerpo es aquí un elemento central de la experiencia peregrina, que conecta cerebro, mente y espíritu.
- d) Desde una perspectiva dialéctica postturneriana, las peregrinaciones son vistas como un campo de heterogeneidades y de disputas, divisiones sociales, discursos y significados simbólicos en tensión (Morinis 1984; 1992; Herrero Pérez 1995; Murray y Graham 1997; Coleman y Eade 2004; Herrero Pérez 2008a; Eade y Sallnow 2013; Di Giovini y Choe 2020). En las peregrinaciones también hay fronteras sociales reforzadas, distinción social, significados, motivaciones y discursos en confrontación (ej. entre discursos religiosos, espirituales, laicos, profanos, turísticos y seculares); por lo tanto, se deconstruye la peregrinación como categoría y estructura fija o estable.
- e) Una perspectiva procesual, neoespiritual y transformadora (Graburn 1977; 1983; 2001; Rodrigues 2019), interpreta la peregrinación como una experiencia de transformación personal que responde a necesidades de renovación espiritual y ruptura temporal con las rutinas cotidianas, y que se alía recientemente con el turismo como forma de búsqueda personal. En la peregrinación, especialmente la de los caminos de Santiago, se estimula una cierta crisis de consciencia y una reflexión íntima sobre lo que realmente necesitamos en la vida frente al consumismo dominante en nuestras sociedades capitalistas avanzadas. En su marco, la naturaleza se convierte para muchos peregrinos en sagrada, en una especie de templo de nuevas espiritualidades animistas, la práctica de lo que se denominan religiones *self* (Steil y Carneiro 2011) y un espacio de nuevas sociabilidades. Podemos afirmar que las peregrinaciones son vistas ahora como

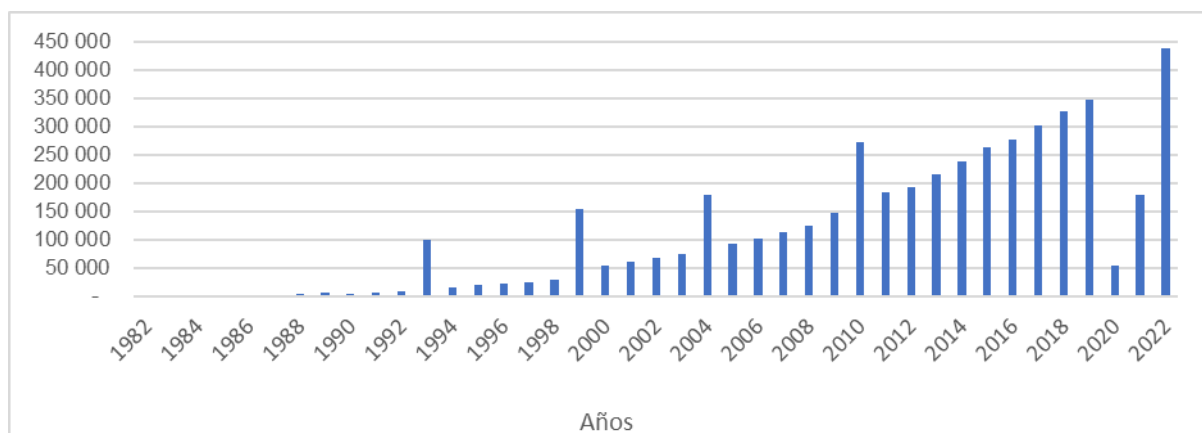
un supermercado de lo espiritual en el cual hay de todo, desde religión hasta esoterismo y animismo.

- f) Desde una perspectiva turismológica, el turismo es una forma laica de peregrinación (Amirou 2007, 29) y la peregrinación es un desplazamiento a un lugar sagrado, un ritual simbólico y de paso con carácter performativo y metafórico (Fernández 1974), que en su relación con el turismo presenta nuevos contenidos simbólicos y materiales. Desde una perspectiva tradicional se pensó que la peregrinación era muy diferente del turismo (cf. Frey 1998; Herrero Pérez 2008a), ella estaba asociada con la religión y los centros espirituales, y, por otro lado, el turismo estaba asociado con lo lúdico, la diversión y lo superficial, pero hoy en día las peregrinaciones son vistas como un tipo de turismo que mezcla religión, secularidad y espiritualidad (Steil y Carneiro 2011; Palmer, Begley y Coe 2012; López 2013; Gomes 2017; Pereiro 2019). La peregrinación tradicional significaba la revalorización social y moral del individuo, la gracia y la realización humana y espiritual. El caminar del peregrino religioso significaba un tiempo para pensar, meditar, penitenciar, un tiempo de promesa y de admiración de la naturaleza, de entrar dentro de sí mismo, misterio y procura de lo trascendente, algo más allá de lo prosaico (Hall, Ram y Shoal 2018; Di Giovini y Choe 2020). Pero en la peregrinación turística contemporánea (turiperegrinación) se destaca el culto a uno mismo, el orgullo corporal, la salud física y mental, la ecología, la distinción social, la estética y la experiencia diferencial y exótica (Álvarez Sousa 1999, 40; Álvarez Sousa 2005; Roseman 2015; Kurrat 2019), y al mismo tiempo la búsqueda de diversidad, placer y novedad (Feldman 2017).

3. La turiperegrinación a Santiago de Compostela

Las peregrinaciones a Santiago de Compostela se han popularizado mucho en las últimas décadas como nos muestran las fuentes estadísticas oficiales y la literatura científica al uso (cf. Timothy y Olsen 2006; Margry 2008; Collins-Kreiner 2010; Norman 2011; Norman y Cusack 2015; Sánchez-Carretero 2015; Roseman 2015; Sousa et al. 2017). Hay que poner de relieve que son más de 430.000 peregrinos los que llegan anualmente a Santiago de Compostela a pie, en bicicleta o a caballo (figura 1 y <https://oficinadelperegrino.com/>), con mayor demanda en los años santos como podemos observar en la figura 1.

Figura 1: Evolución anual del número de peregrinos que llegan a Santiago de Compostela



Fuente: <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/#> y <https://www.editorialbuencamino.com/estadistica-peregrinos-del-camino-de-santiago/>

Pero estas peregrinaciones jacobeanas no se pueden clasificar solamente como turismo religioso y espiritual. Horne (1984) llegó a afirmar que el turista contemporáneo es un peregrino moderno y MacCannel (1976) señaló que el turismo sería la versión laica moderna de la relación con lo sagrado. Nuestra mirada es que las peregrinaciones jacobeanas son cada vez más turiperegrinaciones, es decir, cada vez más se les asocian infraestructuras turísticas como caminos, señalización, apps, alojamiento turístico en albergues y otros servicios (ej. <https://caminocomodo.com/>).

La turiperegrinación acentúa la conexión entre lo religioso, lo secular y lo espiritual, impulsada por políticas públicas que crean nuevos sentidos del lugar, nuevas inclusiones y exclusiones, pero también cambios sociales y económicos en los territorios que atraviesa. Muchas turiperegrinaciones, como las de los caminos de Santiago de Compostela, han creado rutas permanentes por las que se camina (Urry 2007), se anda en bicicleta o se cabalga a caballo (en menor medida). Estas rutas de turiperegrinación no son un camino senderista cualquier, sino que son metafóricamente una forma de escritura sobre el territorio, convertido ya en destino turístico, con formas específicas de gobernanza, marcos legales, jurídicos y políticos, que acentúan su dimensión turiperegrina (Pereiro 2018).

Las motivaciones de los peregrinos han cambiado a lo largo de la historia (Eade 1992), y en las últimas décadas surgen nuevas motivaciones y se resignifican viejos motivos (Lois-González y Santos 2015; Escudero-Gómez et al. 2021). De este modo, la turiperegrinación contemporánea (Nolan y Nolan 1992; Timothy y Olsen 2006) agrega

la tradicional peregrinación religiosa (Durkheim 1996) a los valores de los viajes turísticos seculares (Coleman y Elsner 1995; Collins-Kreiner 2016, 2018), produciendo una convergencia, singular y particular en cada contexto de peregrinación, entre turismo, religión, espiritualidad y peregrinación (Morinis 1983; Porcal Gonzalo 2006; d'Entremont y Lerga 2019). Las peregrinaciones contemporáneas asumen comportamientos y prácticas que pueden ser integradas en el turismo convencional, mostrando una amalgama de elementos pré-modernos, modernos y postmodernos (Mustonen 2006).

En la misma dirección, Erik Cohen (1979) afirmaba que los turistas son en su modo de viajar comparables a los peregrinos, pues ambos disfrutan de experiencias y actividades de ocio, pero también buscan un nuevo centro espiritual. Hay una línea muy borrosa entre turismo y peregrinación, tanto desde el punto de vista estructural como del institucional, motivacional y experiencial (Smith 1992), pues si bien el peregrino puede buscar santuarios y lugares sagrados para realizar en ellos prácticas religiosas, también busca la historia y la cultura como respuesta al secularismo, la urbanización y el cambio social rápido (Nolan y Nolan 1989; Mouriño 1997), y al mismo tiempo servicios turísticos como cualquier otro turista.

El turiperegrino rompe así varias falsas dicotomías entre peregrino y turista, entre sagrado y profano, entre religioso y secular. Pero también conviene señalar que no observamos una ruptura con las antiguas formas de manifestación de lo sagrado (Turner 1978; Bowman 1991), sino que se mantienen y adaptan a los nuevos tiempos y en conexión con el turismo (Murray y Graham 1997; Ambrósio 2007; Margry 2008; Torres 2019), como podemos observar y verificar empíricamente en los Caminos de Santiago de Compostela (cf. <https://www.caminodesantiago.gal/es/inicio>). Pero este cambio del *homo peregrinus* al *homo turiperegrinus* no se produce siempre de forma lineal, sin tensiones ni conflictos, pues las fuerzas sociales en campo luchan simbólicamente por priorizar un significado de la peregrinación sobre los otros. Es lo que Balkenhol, Hemel y Stengs (2020, 5) denominan como “sagrado secular”, para definir los procesos de fusión y entrelazamiento conflictivos de secularización y sacralización (ej. de ideas, sentimientos, emociones, motivaciones, experiencias, percepciones, objetos, imágenes, representaciones y lugares). En este último sentido, el antropólogo Joan Prat (2011) habla de tres versiones en confronto en las representaciones del camino de Santiago de Compostela:

- a) La versión pagana (pagus: tierra, terruño): abierta, laica y heterodoxa, que integra energías telúricas y espirituales, la ecosofía y la madre naturaleza que al contactar con ella se produce un cambio interior, de vida, un “turning point” o giro transformador.
- b) La versión religiosa cristiana y ortodoxa, que refuerza el sentido de vida católico, el camino físico y virtual hacia Dios se realiza por medio de la oración, la meditación, el dolor corporal, la vía ascética y purificadora para salvación del alma.
- c) Una versión mixta religiosa y espiritual, donde se combinan fe y magia, sacralidad y turismo, iniciación ritual y metamorfosis franciscana en un camino interior como metáfora de la vida.

Y en este escenario dialéctico en el que tienen lugar las peregrinaciones a Santiago de Compostela, la antropóloga Sharon Roseman (2015) utiliza el concepto de “turigrños”, tomado de un grafiti del centro histórico de Santiago de Compostela, un neologismo en lengua gallega para definir despectivamente y con humor la figura del peregrino ya mercantilizada. El “turigrño” es una expresión crítica con la turiperegrinación y la turistificación de los caminos de Santiago de Compostela, no exenta de un cierto antiturismo. Es un término mestizo que ridiculiza como los antiguos turistas se “disfrazan” de peregrinos y como los antiguos peregrinos se visten de turiperegrinos con nuevas iconografías como las propuestas por la multinacional francesa Decathlon (cf. https://www.decathlon.es/es/camino-de-santiago_lp-JMS088).

Desde nuestra perspectiva y como veremos más adelante, desde el punto de vista “etic” (el del investigador) todos los peregrinos de Santiago de Compostela pueden ser considerados turiperegrinos, pero desde el punto de vista “emic” (el de los peregrinos) no todos ellos se definen a sí mismos como “turipegirinos”, lo que no niega el proceso de cambio de significado sociocultural de las peregrinaciones jacobeanas actuales, siguiendo estrategias de diferenciación y distinción social complejas.

4. Teorografía de las motivaciones turiperegrinas

Las motivaciones turísticas en general son complejas y diversas y pueden ser analizadas desde una perspectiva psicosocial (García-Mas y García-Mas 2005) o una perspectiva socioantropológica (Pereiro 2018). La primera se centra más en los factores intrínsecos de los turistas (necesidades personales, curiosidad, gratificación, intereses), su psicología y personalidad como influenciadores en las selecciones y prácticas de viaje

turístico (Plog, 1974; 2001; 2002; 2016). Plog diferenciará entre turistas aloécnicos (extrovertidos, aventureros y curiosos) y psicocéntricos. Los aloécnicos procuran destinos nuevos y diferentes, con pocos turistas, y que buscan la sensación de descubrir lugares poco conocidos. Los psicocéntricos buscan destinos familiares y bien conocidos, donde va mucha gente (turismo de masas). Isso-Ahola (1982) creó la dicotomía turística motivacional “evasión (escape) / descubrimiento”, para diferenciar la demanda de ocio, novedad, cambio de rutina y reducción de estrés. Las motivaciones turísticas son para este autor representaciones cognitivas sobre futuros estados psicológicos de la experiencia turística, que imaginan dejar atrás problemas personales y recibir compensaciones de bienestar psicológico.

Pearce (1988) creó un modelo jerárquico de deseos y necesidades turísticas inspirado en Maslow, según el cual los turistas están condicionados por factores de impulso interno y de atracción externa de los atributos de los destinos (Crompton 1979). Este autor adopta una perspectiva funcionalista y afirma que el turismo es una actividad que satisface necesidades niveladas (fisiológicas, de seguridad, sociales, de autoestima, de autorrealización). Dann (1977; 1981) afirma que hay dos motivaciones turísticas básicas: la anomía y el autodesarrollo. Ellas están influenciadas por la soledad, el individualismo, la necesidad de reconocimiento, sociabilidad, afecto y estatus.

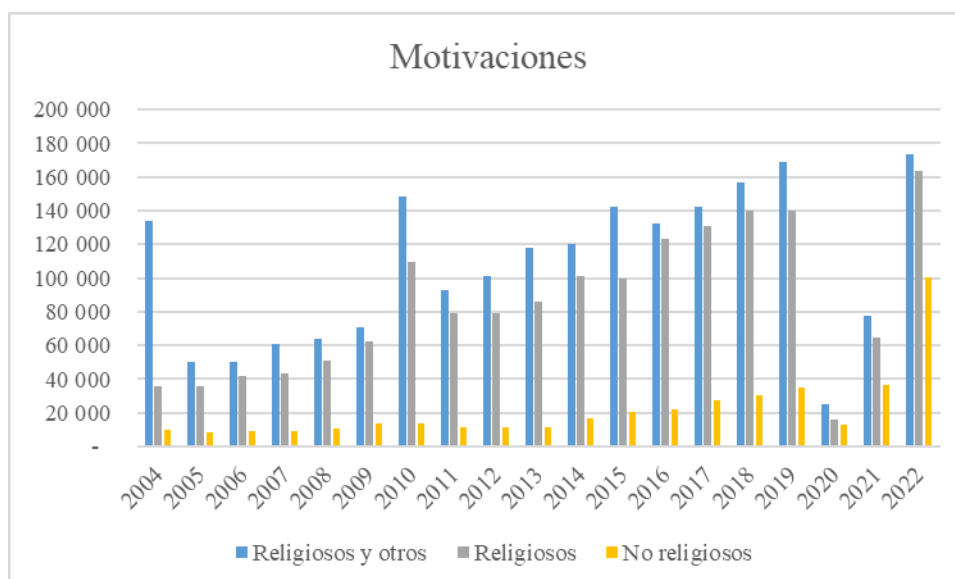
Fakeye y Crompton (1991) identificaron seis factores motivacionales externos: las oportunidades sociales en el destino; las atracciones naturales y culturales; el alojamiento y el transporte; la comida y la simpatía; las actividades de animación y recreación; el entretenimiento. Crompton y McKay (1997) detallaron siete factores de impulso para viajar: el deseo de novedad; el deseo de socialización; el deseo de prestigio, estatus y reputación; del deseo de descanso y relajación; el interés en educación y enriquecimiento intelectual; el deseo de fortalecer lazos con familiares y parientes; el deseo de regresión. Ambos factores, internos y externos, son interdependientes desde nuestra perspectiva, aunque sean jerarquizados por los visitantes.

Y desde una mirada antropológica, las motivaciones turísticas representan la búsqueda de un lugar (espacio), de uno mismo (mismidad) y de otro (alteridad), y están condicionadas por valores e imaginarios que movilizan el sistema turístico (Amirou 2007). Ello nos obliga a analizar no solamente los individuos y su personalidad (perspectiva psicográfica), sino los colectivos, grupos sociales, estructuras, interacciones y expresiones de significado (perspectiva etnobiográfica). Desde esta

mirada teórica, las tipologías y tipos generales de motivaciones turísticas son diversas. McIntosh y Thyne (2005) diferenciaron entre motivaciones físicas (relajación, deporte, salud), culturales, interpersonales y de estatus y prestigio. Murphy (1985, 10) distinguió entre físicas, culturales, sociales e imaginarias.

Pero las motivaciones turísticas de los turiperegrinos están asociadas a variables sociodemográficas y al ciclo de vida humana (Collins y Tisdell 2002a; 2002b; Cooper et al. 2007), y también a los estilos de vida y sus valores (González Fernández y Esteban Talaya 2000), a factores culturales (Li 2014) y a motivos etnobiográficos personales heterogéneos (Kurrat 2019) que nos permiten hablar de multimotivaciones (Pereiro 2018), especialmente en las experiencias de los turiperegrinos a Santiago de Compostela (Álvarez Sousa 1999; Collins-Kreiner 2018). Los turiperegrinos jacobeos reconfiguran lo sagrado en relación con lo espiritual y lo turístico, resignificando y resemantizando la peregrinación, pero también elaborando una nueva economía política de los caminos de Santiago de Compostela y redefiniendo estos como un sistema cultural postsecular más reflexivo (Oviedo, Courcier y Farias 2014). El turismo integra hoy lo sagrado, lo profano y lo espiritual en una convergencia borrosa (Berger 2016). Cada vez más, los peregrinos a Santiago de Compostela afirman que su experiencia es multimotivacional, aumentando las motivaciones no religiosas y disminuyendo las exclusivamente religiosas. cómo se observa en la figura 2.

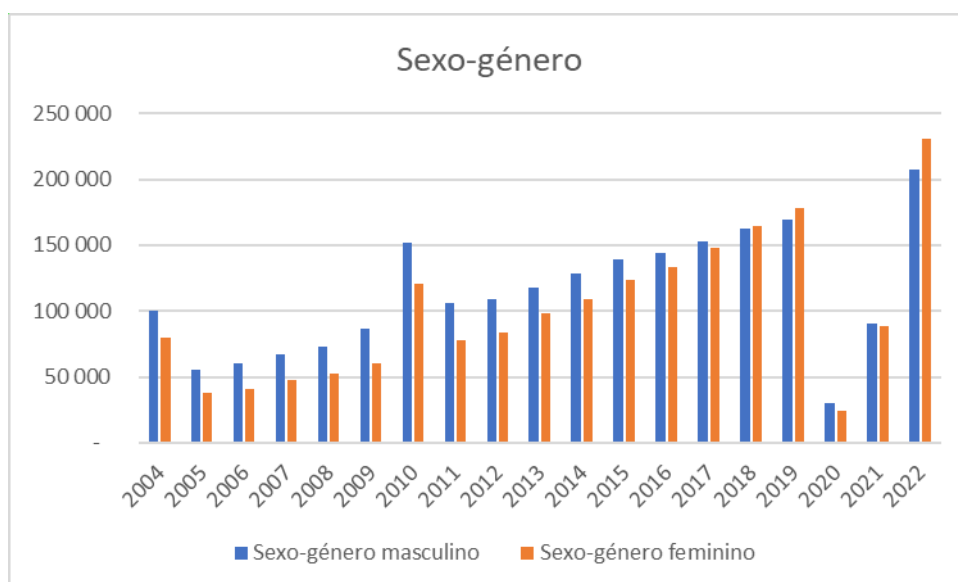
Figura 2: Evolución de los tipos de motivaciones de los peregrinos a Santiago de Compostela según la Oficina del Peregrino de la Catedral de Santiago de Compostela 2004-2022.



Fuente: <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/>

Con datos referentes al año 2022, de los 438.307 peregrinos totales, vemos como 173.721 (39,64%) peregrinos indican motivaciones religiosas y otras, 163.879 (37,39%) sólo religiosos y 100.701 (22,97%) motivaciones no religiosas. Y desde una perspectiva de género, la peregrinación a Santiago de Compostela es cada vez más protagonizada por mujeres (en 2022 unas 207.437 mujeres frente a los 189.684 hombres), como comprobado en la figura 3.

Figura 3: Evolución del sexo-género de los peregrinos a Santiago de Compostela 2004-2022



Fuente: <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/>

Otro aspecto importante es el apuntado por la investigación de Xosé Antón Rodríguez González y su equipo (Rodríguez et al. 2023), sus conclusiones e interpretaciones son muy semejantes a las nuestras, pero algo se destaca: la multimotivación turiperegrina, el aumento de las motivaciones espirituales sobre las estrictamente religiosas (solamente 30%) y la amalgama de la peregrinación con el turismo (espiritualidad, recreo, relax, cultura, deporte, aire libre, ocio, religión), hasta el punto de desdiferenciarse (Autor, 2018).

Lo cierto es que la turiperegrinación es un fenómeno muy visible en los caminos de Santiago de Compostela, pero sin embargo ella es vivida de forma personal y

biográfica. Así, por ejemplo, Kurrat (2019) en su estudio con peregrinos alemanes en el camino francés de Santiago encuentra las siguientes motivaciones:

- a) Las de revisión de la vida.
- b) Las de situaciones de crisis, en búsqueda de posibilidades de superación para mejor enfrentar el futuro (ej. la muerte de un familiar o un ser querido).
- c) El hacer un intervalo en su estresante profesión para calibrar y pensar las prioridades vitales profesionales y personales.
- d) Las motivaciones transitorias de los que están terminando un ciclo de vida y pasando para otro ciclo quieren sentirse vivos.
- e) Los que están cansados de su vida profesional y quieren empezar una nueva vida haciendo un intervalo para reconstruir su identidad.
- f) Los que hacen vacaciones en el camino como una forma de ocio más introspectivo e intercultural.

Estas motivaciones muestran perfiles sociales diferenciados, pero también se entrecruzan en muchos de ellos, según afirma el autor. Por lo tanto, las motivaciones turiperegrinas hay que analizarlas como un espejo de la sociedad (MacCannell 1976), como algo multidimensional, polisémico, experimental, experiencial y complejo (Marujo 2016) más allá de una simple perspectiva cuantitativa mercadológica o política.

5. Nacidos para caminar... y que mejor que caminar a Santiago de Compostela

Si bien el camino de Santiago de Compostela no se hace solamente a pie, sino también en bicicleta y a caballo, la mayoría de los peregrinos que llegan a Compostela lo hacen caminando. En este punto vamos a explorar los significados del caminar y del camino, pero sobre todo que significa caminar por motivos turiperegrinos, siguiendo una vía hacia una meta sacralizada como es Santiago de Compostela, sacralizada también por el turismo. Y aunque caminar o turiperegrinar no es un caminar cualquiera, de forma genérica podemos afirmar que vivir es caminar y caminar es vivir, algo que vamos a explorar en su dimensión significativa y significativa (Tolstói 2019). Y el primer sentido fue expresado por el famoso poema de principios del siglo XX de la autoría de Antonio Machado, poeta modernista español de orígenes gallegos:

Caminante no hay camino
el camino y nada más;
Caminante, no hay camino,

se hace camino al andar.
Al andar se hace el camino,
y al volver la vista atrás
se ve la senda que nunca
se ha de volver a pisar.
Caminante no hay camino
sino estelas en la mar
(Machado 2012)

Por lo tanto, caminar es una construcción social, y más que nacidos para correr, en famoso título del periodista Christopher MacDougall sobre los grandes corredores de fondo tarahumaura y su cultura del correr (cf. MacDougall 2011), nos inclinamos a pensar que nacimos para caminar. Caminar es una de las técnicas del cuerpo (Mauss 1996; Ingold e Vergunst 2008), es decir, uno de los modos de utilización del cuerpo en palabras de Marcell Mauss (1996, 395), posibilitado por la evolución biológica y física humana hacia el bipedismo. Caminar es una actividad intrínseca al ser humano que es buena para pensar (Ingold e Vergunst 2008; Stevenson y Hazlitt 2010; Gottlob Schelle 2013; Careri 2014; Lamas y Mato 2016; Gros 2018; Thoreau 2018; Ortín 2018; Pla 2019).

Caminar está asociado con los caminos y senderos en los que se desarrolla, y es una actividad física, psíquica, política, social y estética (Gottlob Schelle 2013; Careri 2014; Solnit 2015). El senderismo, como concepto y práctica social, ha venido a asumir en las últimas dos décadas una importancia central en la experiencia turística global, se ha convertido en una actividad muy popular en subtipos del turismo como el turismo rural, el turismo de interior, el turismo de aventura, el turismo verde o el turismo de naturaleza (Gonçalves 2003; Davies 2016; Hardy e Aryal 2020). El senderismo es una actividad física, deportiva, emocional y también social, que consiste en recorrer a pie caminos señalizados con marcas o códigos simbólicos, y con una distancia determinada en contacto con elementos naturales, culturales y patrimoniales (Pratt 2011), promoviendo el bienestar y la calidad de vida (Braga 2007). El senderismo es una tendencia a nivel mundial (Lane 1994; Zimmer e Grassman 2001; Dickinson e Lumsdon 2010; Teixeira *et al* 2018, 486; Ward-Perkins *et al* 2019) evidenciada en el gran uso de usuarios de plataformas y apps de senderismo como WIKILOCK (13.007.602 de miembros, 45.742.076 de rutas pedestres y ciclistas al aire libre y

82.277.100 fotografías; ver: <https://es.wikiloc.com/>), creada en el año 2006 por el catalán Jordi Ramot, o ALLTRAILS – fundada en el año 2011 y que cuenta con 45 millones de usuarios, 400.000 rutas pedestres y 1.126 millones de kilómetros (ver: <https://www.alltrails.com/pt-pt>). Estas plataformas son de dos tipos, unas gratuitas (ej. GPX Viewer, IGN Mapas España) y otras de pago o con versiones gratuitas y otros servicios de pago (ej. Wikiloc, Alltrails, Komoot, Gaia GPS, Outdooractivo). Pero lo cierto es que en todas ellas están muy relacionadas con las narrativas temáticas del deporte y la salud, como en el caso de ALLTRAILS:

“All Trails fue fundada por Russell Cook, presidente de Fit On, una Plataforma de salud y bienestar que cofundó con su mujer, la ejecutiva de Fitbit, Lindsay Cook. En 2021, All Trails recaudó 150 millones de dólares procedentes de la firma de capital privado “Permira” para ampliar las opciones del negocio, después de experimentar un fuerte crecimiento en 2020 impulsado por la pandemia.” (fuente: <https://www.cmdsport.com/montana/actualidad/all-trails-alcanza-los-45-millones-usuarios-mundo-renueva-imagen/>).

Lo cierto es que en todas ellas los caminos de peregrinación a Santiago tiene una presencia y uso muy importante. Estas rutas pedestres pueden ser vistas y analizadas desde una perspectiva semiótica, y pensados como una forma de escritura en el territorio que atraviesa y dibuja (Wood 2018), transformando su paisaje en un escenario para ser contemplado y disfrutado multisensorialmente con el cuerpo en movimiento (cf. Careri 2014 y también el proyecto empresarial de la antropóloga Nancy Frey <https://www.onfootinspain.com/tours/>). Al caminar se produce una relación entre el cuerpo, el paisaje y el camino que se muestra favorable a pensar en movimiento (Ingold e Vergunst 2008), como nos muestra el hábito de caminar de muchos filósofos para pensar, hablar con sus discípulos y romper la rutina, aunque con no más de cuatro personas como sugerido por Frédérick Gros (2018). El *homo viator* camina generalmente buscando una sensación de libertad, pues las piernas fueron hechas para el bipedismo y andar a pie, no para estar sentados, nos dice Thoreau (2018, 149).

Caminar es una actividad humana polisémica (López Monné 2023), por un lado, caminar es conocer y reconocer (Perussi 2011, 189), por otro, es una forma de evasión del estrés de la posmodernidad (Gesse 2018), y por otro una forma de reencuentro con nosotros mismos (Gesse 2018; Le Breton 2020; O'Mara 2020, Hoban 2021). Caminar

es la primera forma de viajar, la acción de dos piernas en balance y movimiento del cuerpo. Pero igualmente es un movimiento de la mente, una herramienta política, un descubrimiento y exploración del territorio caminado, una forma de escuchar el mundo y probar el límite del cuerpo en su esfuerzo físico por atravesar paisajes visuales y sonoras (Ortín 2018). Caminar también es curar las heridas y recomponerse (Hoban 2021), es decir que tiene un fin terapéutico como sucede en Japón con el *shinrin yoku* (baños de bosque) (Geshe 2018). O dicho por el cantante panameño Rubén Blades (ver: <https://www.youtube.com/watch?v=DOaPL3GU6mE>):

“Caminando, se aprende en la vida
Caminando, se sabe lo que es
Caminando, se cura la herida
Caminando, que deja el ayer

En Puerto Rico, en Panamá
En Colombia o en New York
El que no vive, no prueba
El sabor que da el amor

Caminando, di mil tropezones
Caminando, y nunca pare
Caminando, entre risa y dolores
Caminando, pa'lante y con fe

Con el tiempo, comprendi'
Que la vida da pa' to'
Que nada borra el recuerdo
De lo que uno camino'

Caminando, mirando una estrella
Caminando, oyendo una voz
Caminando, siguiendo la huella
Caminando, que otro camino
Caminando, buscando a la vida

Caminando, buscando al amor
Caminando, curando la herida
Caminando, que deja el dolor” (Rubén Blades 1991).

Caminar es una prueba y un desafío para el cuerpo y la mente donde la fuerza física, la resistencia, la resiliencia y la persistencia son factores fundamentales que acaban por diseñar cartografías personales y sociales significativas. Pero si en el pasado caminar era considerada una forma de desplazamiento, transporte y penitencia peregrina (sacrificio, esfuerzo, recompensa, meta), hoy en día el caminar se ha convertido también en un disfrute social, en un placer y en una actividad turística que contribuye a la felicidad humana (Murray y Graham 1997; Hall *et al* 2017, Ram y Hall 2018).

Caminar se ha convertido en la actualidad en una actividad performativa, teatral y estética que integra ropa, calzado y complementos específicos para la caminata diseñados por marcas deportivas bien conocidas internacionalmente. Este cambio de sentido ha sido impulsado por un sistema de ideas y valores sobre la salud y el bienestar que se vienen forjando desde el fin de la segunda guerra mundial. Ella nos conecta con la naturaleza y su diversidad urbana, rural o rurbana, pero sobre todo nos libera de tensiones y estrés, construyendo así una nueva visión de nuestra vida y del mundo (cf. Hoban 2021). Y desde el punto de vista socioeconómico, el senderismo no exige gran gasto financiero, más bien poco y es una actividad interseccional y transversal en cuanto a las variables de clase, género, edad, profesión, etc. de sus usuarios.

Caminar también se ha convertido en una práctica turística y espiritual (Wood 2018; Murray y Graham 1997; Hall *et al* 2017; Ram y Hall 2018), que se puede realizar de forma solitaria o acompañada, de forma autónoma y autoguiada o siguiendo la señalética que conecta puntos y lugares de interés construidos en una relación tensa entre valores autóctonos y alóctonos. La práctica de caminar al aire libre hecha por turistas se denomina en el argot de los estudios turísticos *walking tourism* o turismo de caminatas (Rodrigues, Kastenholz y Rodrigues 2010; Fullagar, Markwell y Wilson 2012; Kato y Prozano 2017) y constituye un modo de hacer turismo, como así consideramos la turíperegrinación a Santiago de Compostela. Muchos autores consideran este tipo de turismo asociado al *slow tourism* (Fullagar, Markwell y Wilson 2012; Kato y Prozano, 2017). La literatura científica diferencia varios subtipos de turismo de caminatas: a) el *hiking tourism* se encuentra asociado a los recorridos, relativamente cortos, en áreas protegidas como parques naturales y áreas verdes (Li, Ge

y Liu 2005), buscando bienestar y tranquilidad (Rodrigues, Kastenholz y Rodrigues 2010); b) el *trekking tourism* define la acción de realizar rutas o caminos largos en áreas de montaña u otras (Shakya 2009, 93) como los caminos de Santiago de Compostela.

El cuerpo es una herramienta fundamental en el caminar, que es algo intencional y selectivo, se puede caminar solo o en grupo, formando sociabilidades diversas: amicales, familiares, vecinales, asociativas, empresariales, etc. Caminar es una forma de experiencia y de conocimiento de uno mismo y de los otros, pero también de la naturaleza y del medio ambiente. Además de somático, experiencial y pedagógico, caminar es una actividad reflexiva y pensante, se puede pensar con los pies dicen algunos. Pero por otro lado caminar es también una actividad semiótica y comunicativa en la cual intervienen diversos sentidos, aunque haya un predominio de lo visual. Cuando caminamos la consciencia del espacio y del tiempo es diferente de la de correr, por mucho que caminemos rápido los recorridos llevan su tiempo y se aplica el refrán gallego: “Devagar chégase lonxe!”. Caminar es un estado mental encarnado en el cuerpo, más aún cuando caminamos por motivos de peregrinación.

Los senderos o caminos pedestres señalizados constituyen generalmente percursos turísticos y temáticos, organizados por etapas y uniendo lugares de interés para el caminante que representan la identidad (local, regional, internacional o transnacional) diferencial (Zabbini 2012, 61; Molina Ruíz, Tudela Serrano y Guillén Serrano 2014, 190; UNWTO 2015). Según el ICOMOS, cuando esos senderos son considerados itinerarios naturales o culturales posibilitan las relaciones humanas interculturales (ICOMOS – Carta de los Itinerarios Culturales 2008). Los senderos convertidos en producto turístico son complejos y heterogéneos (Kouchner y Lyard 2001; Hernández Ramírez 2011, 226) pudiendo ser denominados como rutas (ej. PR, GR), itinerarios, senderos locales, circuitos, caminos, vías verdes, etc. pero en general incentivan el conocimiento del territorio visitado y el desarrollo sostenible (Zimmer y Grassmann 1996; Kouchner y Lyard 2001; Hernández Ramírez 2011; Paiva *et al* 2019), por medio de la agregación y articulación de los atractivos turísticos, los bienes patrimoniales, los recursos naturales endógenos (Zimmer e Grassmann 1996; 2001) y su imagen (Salgado et al. 2019).

6. Reflexiones finales

Turismo y peregrinación son dos caras de la misma moneda, como podemos observar en la literatura científica de los caminos de peregrinación a Santiago de Compostela,

governados cada vez más por el turismo. Las peregrinaciones no son siempre hechas por motivos religiosos (Badone y Roseman, 2004; Di Giovine 2013, 64), son más bien turiperegrinaciones, y es necesario cada vez más romper las fronteras entre turismo y peregrinación, pues son un falso dualismo. El Camino de Santiago de Compostela se ha convertido en un modelo de ruta cultural internacional imitada por todo el mundo, siguiendo un proceso que el antropólogo Peter Margry (2008) denominó como “caminonization”, pero también en un modelo de encuentro multicultural. Esta internacionalización difusionista y osmótica lleva a que en la actualidad tengamos que hablar de “camino de Santiago de Compostela” y no de camino, como cronotopos cultural global.

Hay cuatro grandes narrativas de los caminos de Santiago: 1) la de la Iglesia Católica (camino de fe, sentidos religiosos); 2) la de la Política (identidad y poder público); 3) la de la Sociedad Civil (patrimonio cultural y natural); 4) la del Mercado (el camino turístico, rutas, desarrollo, economía). Y de estas narrativas las que se están imponiendo son las de la política y el mercado. La primera convierte los caminos de Santiago de Compostela en una construcción política a varios niveles. La segunda convierte la peregrinación en turiperegrinación en la línea de lo afirmado por Bauman (2003).

La turiperegrinación a Santiago de Compostela significa un nacer de nuevo en términos simbólicos para los que buscan en esa experiencia caminera la realización humana y espiritual, pero también una revalorización moral multimotivacional (culto al cuerpo, salud, cultura de culturas, contacto con la naturaleza, socialización, etc.) y una remotivación de los turiperegrinos de un camino para otro, convirtiéndose en coleccionares de caminos de Santiago. La turiperegrinación a Santiago es transformativa y existencial, en el sentido que le otorga Erik Cohen (1979; 1992) pero también es cada vez más un sistema cultural postsecular que integra lo sagrado y lo profano bajo el paraguas del turismo.

Referencias

Álvarez Sousa, Antón, dir. 1999. Homo peregrinus. Vigo: Xerais.

- Álvarez Sousa, Antón.** 2005. "Las peregrinaciones: Dramaturgia y ritos de paso". En Turismo religioso: O Camiño de Santiago, editado por Xulio Pardellas, 11-30. Vigo: UVIGO.
- Ambrósio, Victor.** 2007. "Sacred pilgrimage and tourism as secular pilgrimage". En Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective, editado por Razaq Raj y Nigel D. Morpeth, 78-88. Egham: CABI.
- Amirou, Rachid.** 2007. Imaginário turístico e sociabilidades de viagem. Vila Nova de Gaia: Estratégias Criativas.
- Badone, Ellen y Sharon Roseman, ed.** 2004. Intersecting Journeys. The Anthropology of pilgrimage and tourism. Illinois: University of Illinois Press.
- Balkenhol, Markus, Ernest Van Den Hemel e Irene Stengs, eds.** 2020. The Secular Sacred- Emotions of belonging and the perils of nation and religion. Cham: Palgrave Macmillan.
- Bauman, Zygmunt.** 2003. "De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad". En Cuestiones de identidad cultural, editado por Stuart Hall y Paul du Gay, 40-68. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berger, Peter.** 2016. Los numerosos altares de la modernidad. Salamanca: Sígueme.
- Blades, Rubén.** 1991. Disco Caminando. Panamá: Sony Music.
- Bowman, Glenn Walker.** 1991. "Christian Ideology and the Image of a Holy Land: The Place of Jerusalem in the Various Christianities". En Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage, editado por Michael J. Sallnow y John Eade, 98-121. London: Routledge.
- Braga, Teófilo.** 2007. Pedestrianismo e Percursos Pedestres. Açores: Amigos dos Açores.
- Careri, Francesco.** 2014. Walkscapes. El andar como práctica estética. Barcelona: Gustavo Gili.
- Cassirer, Ernst.** 1945. Antropología filosófica. México: FCE.
- Castiglione, Arturo.** 1945. Encantamiento y magia. México: FCE.
- Cohen, Erick.** 1979. "A Phenomenology of Tourist Experiences". Sociology, 13(2): 179-201. <https://doi.org/10.1177/003803857901300203>
- Cohen, Erick** 1992. "Pilgrimage centers: concentric and excentric". Annals of Tourism Research, 19(1), 33-50. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90105-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90105-X)
- Coleman Simon y John Elsner, eds.** 1995. Pilgrimage: Past and Present in the World Religions, Cambridge: Harvard University Press

- Coleman, Simon y John Eade, eds.** 2004. *Reframing Pilgrimage: Cultures in Motion*. London: Routledge.
- Collins, Darrian y Clem A. Tisdell.** 2002a. "Age-related lifecycles: purpose variations". *Annals of Tourism Research*, 29(3): 801-18. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00081-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00081-0)
- Collins, Darrian y Clem A. Tisdell.** 2002b. "Gender and differences in Travel Life Cycles". *Journal of Travel Research*, 41(2): 133-43. <https://doi.org/10.1177/004728702237413>
- Collins-Kreiner, Noga.** 2010. "Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations". *Annals of Tourism Research*, 37(2): 440-456. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>
- Collins-Kreiner, Noga.** 2016. "The lifecycle of concepts: The case of 'pilgrimage tourism'". *Tourism Geographies*, 18(3): 322-334. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1155077>
- Collins-Kreiner, Noga.** 2018. "Pilgrimage-tourism: common themes in different religions". *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1): 8-17. <https://doi.org/10.21427/D73428>
- Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill.** 2007. *El Turismo: teoría y práctica*. Madrid: Síntesis.
- Crompton, John L.** 1979. "Motivations for pleasure vacation". *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Crompton, John L. y Stacey L. Mackay.** 1997. "Motives of visitors attending festival events". *Annals of Tourism Research* 24(2): 425-439. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
- Dann, Graham M. S.** 1977. "Anomie, Ego-enhancement and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 4(4): 184-194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Dann, Graham M. S.** 1981. "Tourism motivation and appraisal". *Annals of Tourism Research*, 9(2): 187-219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Davies, Nick.** 2016. "Who walks, where and why? Practitioners' observations and perspectives on recreational walkers at UK tourist destinations". *Annals of Leisure Research*, vol. 21, n° 5, pp. 553-574. <https://doi.org/10.1080/11745398.2016.1250648>
- D'Entremont, Alba y Jesús Tanco Lerga.** 2019. "From private devotion to universal phenomenon: the way of Saint James in Spain, the case of Navarra". *International*

Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 7(5): 11-23.

<https://doi.org/10.21427/38th-3e38>

Di Giovine, Michael A. 2013. "Apologia Pro Turismo: Breaking Inter and Intra-Disciplinary Boundaries in the Anthropological Study of Tourism and Pilgrimage". *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 6(2): 63-94.

Dickinson, Janet y Les Lumsdon. 2010. *Slow travel and tourism*. Londres: Earthscan.

Durkheim, Émile. 1996. *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. São Paulo: Martins Fontes.

Eade, John. 1992. "Pilgrimage and Tourism at Lourdes", France, *Annals of Tourism Research*, 19(1): 18-32. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90104-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90104-W)

Eade, John y Michael J. Sallnow, ed. 2013. *Contesting the Sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*, 2ª ed. London: Wipf and Stock Publishers.

Escudero-Gómez, Luis Angel, Lucrecia López.; María de los Ángeles Piñeiro Antelo y Rubén Camilo Lois-González. 2021. "The Timeline of The Way St James: Motivations and Impacts of the Pilgrimage on Personal Lives". En *Pilgrims: Values and Identities*, editado por Darius Liutikas, 72-82. Wallingford: CABI.

Fakeye, Paul C. y John L. Crompton. 1991. "Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley". *Journal of travel research*, 30(2): 10-16. <https://doi.org/10.1177/004728759103000202>

Feldman, Jackie 2017. "Key figure of mobility: the pilgrim". *Social Anthropology*, 25(1): 69-82. <https://doi.org/10.1111/1469-8676.12378>

Fernández, James. 1974. "The Mission of Metaphor in Expressive Culture". *Current Anthropology*, 15(2): 119-145. <https://www.jstor.org/stable/2740989>

Frey, Nancy L. 1998. *Pilgrim Stories: On and Off to Road to Santiago*. Berkeley: University of California Press.

Fullagar, Simone, Kevin Markwell y Erica Wilson, Erica, eds. .2012. *Slow tourism: Experiences and mobilities*. Bristol: Channel View Publications.

García-Mas, Assumpta y Alexandre García-Mas. 2005. *La Mente del Viajero. Características psicológicas de viajeros y turistas*. Madrid: Thomson.

Geertz, Clifford. 1988. "La religión como sistema cultural". En *La interpretación de las culturas*, escrito por Clifford Geertz, 87-117. Barcelona: Gedisa.

Gesse, Alex. 2018. *Sentir el bosque: La experiencia del shinrin-yoku (baño de bosque) (Crecimiento personal)*. Barcelona: Grijalbo.

- Giner, Salvador.** 2016. El porvenir de la religión: Fe, humanismo y razón. Barcelona: Herder.
- Gomes, Eustáquio Leandro.** 2017. “Os Caminhos Portugueses a Santiago de Compostela. O Património em Processo”. Tesis doctoral en Antropología, Departamento de Ciências da Vida, Universidade de Coimbra.
- Gonçalves, Joaquim.** 2003. Passo-a-passo, Percursos Pedestres de Portugal. Lisboa: FPC.
- González Fernández, Ana María y Águeda Esteban Talaya.** 2000. Valores y estilos de vida en el análisis de la demanda turística. Madrid: Ramón Areces.
- Porcal Gonzalo, María Cruz.** 2006. “Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio”. Cuadernos de turismo, (18): 103-134. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/17831>
- Gottlob Schehllle, Karl.** 2013 / 1802. El arte de pasear. Madrid: Díaz y Pons.
- Graburn, Nelson.** 1977. “Tourism: The sacred journey”. En Hosts and guests: The anthropology of tourism, editado por Valene Smith, 17-31. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Graburn, Nelson.** 1983. To Pray, Pay, and Play: The Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.
- Graburn, Nelson.** 2001. “Secular Ritual: A General Theory of Tourism”. En Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century, editado por Valene Smith y Maryann Brente, 42-50. London: Cognizant Communications.
- Gros, Frederic.** 2018. Andar, una filosofía. Madrid: Taurus.
- Halbwachs, Maurice** 2017. Los orígenes del sentimiento religioso según Durkheim. Introducción a la Sociología de la religión de Émile Durkheim. Madrid, Ediciones Dado.
- Hall, Michael, Yael Ram y Noam Shoval.** 2018. The Routledge International Handbook of Walking. London: Routledge.
- Hardy, Anne y Jagannath Aryal.** 2020. “Using innovations to understand tourist mobility in national parks. Journal of Sustainable Tourism, vol. 28, nº 2: 263-283. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1670186>
- Hernández Ramírez, Javier.** 2011. “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales”. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 9, nº 2: 225-236. http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf
- Herrero Pérez, Nieves.** 1995. “Camiño de Santiago, metáfora da vida humana”, Compostellanum, 40(3-4): 465-480.

- Herrero Pérez, Nieves.** 2008a. “La recuperación de la peregrinación jacobea. Aportaciones al debate acerca de las relaciones entre turismo y peregrinación”. En *Teorías y prácticas emergentes en antropología de la religión*, editado por Mónica Cornejo Valle, Manuela Cantón Delgado y Ruy Llera Blanes, 123-138. San Sebastián: Ankulegui.
- Herrero Pérez, Nieves.** 2008b. “Reaching Land's End: new social practices in the pilgrimage to Santiago de Compostela”. *International Journal of Iberian Studies*, 21(2): 131-149. https://doi.org/10.1386/ijis.21.2.131_1
- Hoban, Jonathan.** 2021. *Camina con tu lobo. Descubre los beneficios de andar*. Madrid: MAEVA.
- Horne, Donald.** 1984. *The Great Museum: the representation of history*. London: Pluto Press.
- Ingold, Tim.** 2011. *Being alive: Essays on movement, knowledge and description*. London: Routledge.
- Ingold, Tim y Jo Lee Vergunst, eds.** 2008. *Ways of Walking. Ethnography and Practice on Foot*. Adershot: Asghate.
- Isso-Ahola, Seppo E.** 1982. “Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder”. *Annals of Tourism Research*, 9(2): 256-262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Kato, Kumi y Ricardo Nicolás Prozano.** 2017. “Spiritual (walking) tourism as a foundation for sustainable destination development: Kumano-kodo pilgrimage, Wakayama, Japan”. *Tourism Management Perspectives*, vol. 24: 243-251. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.017>
- Kim, Bono, Seongseop Sm Kim, Brian King.** 2016. “The sacred and the profane: Identifying pilgrim traveler value orientations using means-end theory”. *Tourism Management* 56(5): 142-155. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.04.003>
- Kouchner, Françoise y Jean Pierre Lyard.** 2001. *A valorização do turismo de passeio pedestre nos territórios rurais – Guia pedagógico sobre a elaboração e execução de um projeto de passeio terrestre, Inovação em Meio Rural. Caderno n.º 12*. Bruxelas: Observatório Europeu LEADER.
- Kurrat, Christian.** 2019. “Biographical motivations of pilgrims on the Camino de Santiago”. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(2): 11-18. <https://doi.org/10.21427/06p1-9w68>

- Lamas, Santiago y Mato, Alfonso.** 2016. De caminos, viaxeiros e camiñantes. Vigo: Galaxia.
- Lane, Bernard.** 1994. "What is rural tourism?". *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 2, nº 1-2: 7-21.
- Le Breton, David.** 2020. *Elogio del caminar*, 2ª edición. Madrid: Siruela.
- Lisón Tolosana, C.** 1992. *Individuo, estructura y creatividad. Epopeyas para la antropología cultural*. Madrid: Akal.
- Lois-González, Rubén Camilo y Xosé Manuel Santos.** 2015. "Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2): 149-164. <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.918985>
- López, Lucrezia.** 2013. "How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last?" *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.21427/D7C133>
- López Monné, Rafael.** 2023. "Caminar entre crisis. Significats de caminar en un món en transformació". *SENDÈRIA, Noticiari deis camins*. <https://sompirineu.cat/senderia/caminar-entre-criisis/>
- Maccannell, Donald** (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.
- Macdougall, Chris.** 2011. *Nacidos para correr: La historia de una tribu oculta, un grupo de superatletas y la mayor carrera de la historia*, 2ª ed. Barcelona: Debate.
- Machado, Antonio.** 2012 / 1912. "Proverbios y cantares XXIX". En *Campos de Castilla*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mauss, Marcel.** 1996 / 1934. "Las técnicas del cuerpo". En *Incorporaciones*, editado por Crary, Jonathan y Sanford Kwinter. 385-407. Madrid: Cátedra.
- McIntosh, Alison J. y Maree Thyne.** 2005. "Understanding tourist behavior using Means-end chain theory". *Annals of Tourism Research*, 32(1): 259-262. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.05.005>
- Margry, Peter Jean, ed.** 2008. *Shrines and Pilgrimage in the Modern World. New Itineraries into the Sacred*. Amsterdam: Amsterdam University.
- Mariño Ferro, Xosé Ramón.** 1987. *Las romerías, peregrinaciones y sus símbolos*. Vigo: Xerais.
- Marques, João Filipe** 2023. "Liminaridades e autenticidades: uma viagem à dimensão ritual e existencial do turismo". *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos – ABET*, 13: 1-15. Online en: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/41121>

- Marujo, Noémi.** 2016. “Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas”. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 9(20): 1-13. <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/turistas.html>
- Mendel, Tommi.** 2015. *Common Roads. Pilgrimage and Backpacking in the 21st Century*. Watertown: Documentary Educational Resources.
- Molina Ruíz, José Manuel, Mary Luz Tudela Serrano y Virginia Guillén Serrano.** 2014. “Potenciación del Patrimonio Natural Cultural y Paisajístico com el Diseño de Itinerarios Turísticos”. *Cuadernos de Turismo*, vol. 34, pp. 189-211. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203081>
- Morinis, E.Alan.** 1983. “Pilgrimage and tourism”. *Annals of Tourism Research*, 10(4): 569-570. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90015-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90015-4)
- Morinis, E. Alan.** 1984. *Pilgrimage in the Hindu Tradition. A Case Study of West Bengal*. New York: Oxford University Press.
- Morinis, E.Aalan, ed.** 1992. *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*. Westport: Greenwood.
- Mouriño, Eva** 1997. *Vivir o Camiño. Revivir a Historia*. Vigo: Ir Indo.
- Murphy, Peter.** 1985. *Tourism. A Community Approach*. London: Methwen.
- Murray, Michael. y Brian Graham.** 1997. “Exploring the dialects of route-based tourism: the Camino de Santiago”. *Tourism Management*, 18(8): 513–524. <https://doi.org/10.1177/004728759803700115>
- Mustonen, Pekka.** 2006. “Volunteer tourism: Postmodern pilgrimage?”. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(3): 160-177. <https://doi.org/10.1080/14766820608668493>
- Nolan, Mary Lee y Sidney Nolan.** 1989. *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe*. Chapel Hill: North Carolina University Press.
- Nolan, Mary Lee. y Sídney Nolan.** 1992. “Religious sites as tourism attractions”. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 68-78. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90107-Z](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90107-Z)
- Norman, Alex.** 2011. *Spiritual Tourism: Travel and Religious Practice in Western Society*. London: Continuum.
- Norman, Alex y Carole Cusack, eds.** 2015. *Religion, Pilgrimage and Tourism*. London: Routledge.
- O’Mara, Shane.** 2020. *Elogio del caminar*. Barcelona: Anagrama.

OMT 2014. El primer Congreso Internacional de la OMT sobre Turismo y Peregrinaciones explora el nexo entre el turismo y las rutas espirituales. Madrid: OMT-UNWTO. Consultado el 30 de mayo de 2022. <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-09-16/el-primer-congreso-internacional-de-la-omt-sobre-turismo-y-peregrinaciones->

Ortega y Gasset, José. 1947. “Plasticidad del hombre, en Ortega y Gasset, J., Nuestro pasado es nuestra limitación. - El carácter étnico como el pasado de un Pueblo.- Entrevisión de qué es lo social”. En Obras completas, vol. V: 201. Madrid: Revista de Occidente.

Ortín, Pere 2018. “Editorial Altair magazine, El arte de caminar. Un viaje a escala humana”. Altair, 2018: 6-10.

Oviedo, Lluís, Scarlett De Courcier y Miguel Farias. 2014. “Rise of Pilgrims on the Camino to Santiago: Sign of Change or Religious Revival?”. Review of Religious Research, 56(3): 433-442. <https://www.jstor.org/stable/43186237>

Pack, Sasha. 2008. “The Camino de Santiago and the paradox of national Catholicism in modern Spain”. En Nation and conflict in modern Spain: Essays in honor of Stanley G. Payne, editado por Brian Bunk, Sasha Pack.y Carl-Gustaf Scott: 65-80. Madison: University of Madison Press.

Pack, Sasha. 2010. “Revival of the pilgrimage to Santiago de Compostela: The politics of religious, national, and European patrimony, 1879–1988”. The Journal of Modern History, 82(2): 335–367. <https://doi.org/10.1086/651613>

Palmer, Craig. T., Ryan O. Begley y Katryn Coe. 2012. “In Defence of Differentiating Pilgrimage From Tourism”. International Journal of Tourism Anthropology, 2(1): 71-85. <https://doi.org/10.1504/IJTA.2012.046062>

Paiva, Odete, Cláudia Seabra y José Luís Abrantes. 2019. “Cultural Routes Crossing Portugal: history and traditions”. International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 7 (4): 18-33. <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol7/iss4/4/>

Pearce, Phillip L. 1988. The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings. New York: Springer-Verlag.

Pereiro, Xerardo. 2019 “Turismo y peregrinación, dos caras de la misma moneda: El Camino Portugués Interior de Santiago de Compostela”. Cuadernos de Turismo, 43: 407-434. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.43.16> Online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/374871/262061>

- Pereiro, Xerardo. (coord.)** 2019. Património cultural jacobeu, turismo e peregrinação. O Caminho Português Interior de Santiago de Compostela. La Laguna: PASOS Edita. Online en: <http://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/173-numero-25-patrimonio-cultural-jacobeu-turismo-e-peregrinacao-o-caminho-portugues-interior-de-santiago-de-compostela-cpis>
- Perussi, Regina Ferraz.** 2011. “Planejamento de roteiros de ecoturismo”. En Turismo e Meio Ambiente, editado por Reinaldo Teles: 185-204. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Pla, Josep.** 2019 / 1949. Viaje a pie. Barcelona: Ediciones 98.
- Plog, Stanley.** 1974. “Why destination areas rise and fall in popularity”. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14(4): 55-58. <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
- Plog, Stanley.** 2001. “Why destination areas rise and fall in popularity: an update of a Cornell Quarterly classic”, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 42(3): 13-24. [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(01\)81020-X](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(01)81020-X)
- Plog, Stanley.** 2002. The power of psychographics and the concept of venturesomeness. Journal of Travel Research, 40(3): 244-251.
- Plog, Stanley.** 2016. “Travel personality” types. Consultado el 23 de mayo de 2023. <http://besttripchoices.com/travel-personalities/>
- Prat, Joan.** 2011. “¿Por qué caminan? Una mirada antropológica sobre el Camino de Santiago”. En La cultura sentida. Homenaje al profesor Salvador Rodríguez Becerra, editado por Antonio Miguel Nogués-Pedregal y Fernando Checa Olmos: 495-529. Sevilla: Signatura ediciones.
- Ram, Yael y Michael C. Hall.** 2018. “Walkable places for visitors: assessing and designing for walkability”. En The Routledge International Handbook of Walking, editado por Michael C. Hall, C. Michael, Yael Ram y Noam Shoval: 311-329. Routledge: Abingdon.
- Roccas, Sonia y Andrey Elster.** 2014. “Values and religiosity”. En Religion, personality, and social behavior, editado por Vassilis Saroglou: 193-212. New York: Psychology Press.
- Rodrigues, Aurea y Elisabeth Kastenholz.** 2010. “Sentir a Natureza- passeios pedestres como elementos centrais de uma experiência turística”. Revista Turismo & Desenvolvimento, 13/14: 719-728. <https://doi.org/10.34624/rtd.v2i13/14.12285>
- Rodrigues, Donizete.** 2019. “Caminhar com fé: estudo sócio-antropológico de uma peregrinação ao Santuário de Fátima, Portugal”. Estudos de Religião, 33(2): 181-196.

<https://doi.org/10.15603/2176-1078/er.v33n2p181-196>

Rodríguez, Xosé Antón, Fidel Martínez Roget, Carlos Tilves y María Luisa Loureiro. 2023. Percepción e espiritualidade no Camiño de Santiago. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

Roseman, Sharon. 2015. “Turigriños go home”. *Tourism Review*, 8. <https://doi.org/10.4000/viatourism.1579>

Salgado, Manuel, Isabel Oliveira y José Martins. 2019. “Pedestrianismo no vale do Alva: Rotas de Água”. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32: 143-157. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i32.20468>

Sampson, Charlie. 2020. *Religious Tourism*, 2ª ed. New Delhi: Discovering Publishing House.

Sánchez-Carretero, Cristina, ed. 2015. *Heritage, Pilgrimage and the Camino to Finisterre*. New York, Springer.

Santos Solla, Xosé Manuel y Rubén Camilo Lois González. 2011. “El Camino de Santiago en el contexto de las nuevas ofertas turísticas: una aproximación teórica”. *Estudios Turísticos*, 189: 95–116. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/Portadas_indices/ET-189_04.pdf

Santos Solla, Xosé Manuel. 2016. “The Way of Saint James as an event: politics and nation”. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 8(3): 233-248. <https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1214960>

Shakya, Martina. 2009. *Risk, vulnerability and tourism in developing countries: The case of Nepal*. Berlin: Logos Verlag Berlin GmbH.

Sharpley, Richard. 2009. “Tourism, Religion and Spirituality”. En *The Sage Handbook of Tourism*, editado por Mike Robinson y Tazim Jamal: 237-253. London: Sage.

Slavin, Sean. (2003). “Walking as Spiritual Practice. The Pilgrimage to Santiago de Compostela”. *Body and Society*, 9(3): 1-18. <https://doi.org/10.1177/1357034X030093001>

Smith, Valene. L. 1992. “Introduction. The Quest in Guest”. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 1-17. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90103-V](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90103-V)

Solnit, Rebecca. 2015. *Wanderlust. Una historia del caminar*, 2ª edición. Madrid: Capitán Swing.

Sousa, Bruno, Beatriz Casais, Alexandra Malheiro y Cláudia Simões. 2017. “A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso

ilustrativo dos Caminhos de Santiago”. Revista Turismo e Desenvolvimento, 27/28: 789-800. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.8831>

Steil, Carlos Alberto y Sandra Carneiro, ed. 2011. Caminhos de Santiago no Brasil. Interfaces entre turismo e religião. Rio de Janeiro: Contracapa Livraria.

Steil, Carlos Alberto y Donizete Rodrigues. 2019. “Apresentação do Dossiê: Peregrinação e turismo religioso numa perspectiva sócio-antropológica”. Estudos de Religião, 33 (2): 119-124. <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/ER/article/view/9497/6970>

Stevenson, Robert Louis y Hazlitt, William. 2010. Ir de pie. Excursiones a pie. Palma de Mallorca: Ediciones José J. de Olañeta.

Tajfel, Herni. 1981. Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology. Cambridge: Cambridge University Press.

Taylor, Charles. 2015. La era secular. Barcelona: Gedisa.

Teixeira, Rute, Elsa Esteves y Paula Odete Fernandes. 2018. “Experiência turística dos praticantes de percursos pedestres.”. En I Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas: livro de atas, 485-493. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança.

Thoreau, Henry David. 2018. “Un paseo invernal”, en Altair Magazine, El arte de caminar. Un viaje a escala humana, 2018: 148-155.

Timothy, Dallen y Daniel Olsen, eds. 2006. Tourism, Religions and Spiritual Journeys. New York: Routledge.

Tolstói, Lev. 2019. El camino de la vida. Barcelona: Acantilado.

Torres Feijó, Elias José. 2019. Bem-estar comunitário e visitantes através do Caminho em Santiago. Grandes narrativas, ideias e práticas culturais na cidade. Santiago de Compostela: ANDAVIRA.

Turner, Victor. 1974. O processo ritual: estrutura e anti-estrutura. Petrópolis: Vozes.

Turner, Victor y Turner, Edith. 1978. Image and pilgrimage in Christian culture. New York: Columbia University Press.

UNWTO, ed. 2015. World Tourism Organization. Global Report on Cultural Routes and Itineraries. Madrid: World Tourism Organization.

Urry, John. 2007. Mobilities. Cambridge: Polity Press.

Vukoni’c, Boris. 1996. Tourism and Religion. Oxford: Pergamon Press.

Ward-Perkins, David, Christina Beckmann y Jackie Ellis. 2019. Tourism Routes and Trails: Theory and Practice. CABI.

Wood, Jeremy. 2018. “El cuerpo como lápiz”, en Altair Magazine, El arte de caminar. Un viaje a escala humana, 2018: 54-59.

Zabbini, Enza. 2012. “Cultural Routes and Intangible Heritage”. AlmaTourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development, 5: 59-80.
<https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/3188>

Zimmer, Peter y Simone Grassmann. 1996. Avaliar o potencial turístico de um território. Bruxelas: Observatório Europeu LEADER.

Zimmer, Peter y Simone Grassmann. 2001. A valorização do turismo de passeio pedestre nos territórios rurais. Guia pedagógico sobre a elaboração e execução de um projecto de passeio pedestre. Bruxelas: Observatório Europeu LADER.