

CARLOS PAZOS-JUSTO, MARISA DEL RÍO
ARAUJO & ROBERTO SAMARTIM

carlospazos@ilch.uminho.pt; marisa.delrio@usc.es; roberto.samartin@udc.gal

UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL | UNIVERSIDADE DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA | UNIVERSIDADE DA CORUNHA (GET), GALIZA

POLÍTICAS CULTURAIS E COMUNIDADE LOCAL: CONTRIBUTOS PARA A ANÁLISE DO CASO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA COMO META DOS CAMINHOS DE SANTIAGO

RESUMO

A cidade de Santiago de Compostela enfrenta vários desafios – alguns partilhados com outras localidades, outros específicos das cidades património e outros particulares da própria urbe. Estes desafios relacionam-se, entre outras questões, com as modificações nos consumos culturais e turísticos, nas lógicas identitárias da própria cidade ou nos usos dos espaços urbanos. Com base no projeto de investigação “Discursos, imagens e práticas culturais sobre Santiago de Compostela como meta dos Caminhos”, continuado pelo atual “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (Grupo Galabra-USC), pretende-se problematizar as linhas de força das políticas culturais públicas seguidas na cidade, nomeadamente no que diz respeito ao Caminho de Santiago, estabelecendo um diálogo com os resultados de um corpus construído a partir de entrevistas à comunidade local compostelana. Persegue-se, assim, contrastar as premissas e objetivos das políticas culturais implementadas com as ideias e imagens que o corpus elaborado denota relativamente à comunidade local.

PALAVRAS-CHAVE

Santiago de Compostela; políticas culturais; impactes do turismo;
comunidade local

INTRODUÇÃO

A cidade de Santiago de Compostela, enquanto meta dos Caminhos de Santiago, alcançou, a partir das últimas décadas do século XX, uma intensa visibilidade a nível internacional praticamente inédita na época contemporânea. De alguma forma, recuperou uma antiga capacidade de atração de origem medieval que, passando por diferentes fases, tinha acabado

por decair na época contemporânea (Lois & López, 2012). A par, a cidade, como tal, experimentou um forte reposicionamento nos mercados turísticos internacionais.

Este processo, relativamente rápido no tempo, não pode ser entendido sem ter em consideração o protagonismo crescente das cidades no panorama cultural, económico e também turístico – turismo cultural – durante décadas recentes; no contexto europeu, e não só, é notória uma tendência para a elaboração e implementação de políticas culturais cujo fim último passa por projetar as cidades no exterior. O papel da cultura como factor de desenvolvimento (Lopes, 2010; Rodríguez Morató, 2010; Paül, 2013; Barrera, 2017) apresenta-se fundamental para entender muitas das políticas aplicadas nas cidades, como é o caso de Santiago de Compostela. A conjuntura, segundo Rodríguez Morató (2005), de progressivo esvaziamento do papel do Estado no âmbito cultural, a partir da década de 80, está por trás da emergência de políticas culturais locais fundamentadas na cultura como elemento central para o desenvolvimento em várias direções¹. Para Remoaldo e Cadima Ribeiro (2017, p. 23):

a globalização em termos económicos e culturais fez aumentar a competição entre as cidades e transformou-as em bens de consumo para serem comercializadas como marcas que precisam de ser difundidas (...) Daí nasceu a oportunidade para (a necessidade de) as cidades repensarem a sua imagem, isto é, a imagem que queriam transmitir ao mundo, cada vez mais globalizado (...) Uma das vertentes mais destacada desse processo é a competição entre destinos turísticos, que se tornou cada vez mais feroz devido ao crescente número de cidades que tentam atrair visitantes internacionais.

Em linha com esta *competição entre cidades*, o caso aqui em foco também deve ser analisado tendo presente o facto de a mobilidade de bens e pessoas ter aumentado nas últimas décadas de forma muito significativa; determinadamente o turismo enquanto fenómeno económico, mas também social e cultural central nas sociedades ocidentais (e não só). Segundo

¹ “Os anos 80 significaram uma mudança geral muito importante da política cultural: a mudança encaminhada à economia, como nova perspectiva de avaliação e de legitimação da ação cultural pública. A nível local, esta mudança é resultado, em primeiro lugar, de uma estratégia defensiva da administração cultural perante o contexto negativo que supunham a subida da direita nos governos nacionais europeus e a ameaça da diminuição do financiamento local à cultura devido à crise económica. Esta situação provocou uma mudança de perspectiva, do ponto de vista da despesa ao ponto de vista do investimento, com a intenção de legitimar a manutenção dos orçamentos e para atrair capitais privados à prática do financiamento” (Rodríguez Morató, 2005, p. 360).

a Organização Mundial do Turismo, em 2016 o número total de turistas foi de 1.235 milhões em todo o mundo, 4% superior aos resultados de 2015 e, acresce, com um aumento continuado de sete anos consecutivos (UNWTO, 2017); tendo em consideração as perspetivas desta organização, em poucos anos o turismo pode inclusive converter-se na primeira atividade económica mundial (Pereiro, 2009, p. 22).

Neste quadro, turismo e cidade configuram-se como um binómio emergente, amiúde promovido e entendido na sua dimensão económica (Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2017, p. 23) e, nesta direção, com alto potencial de rentabilidade financeira para as comunidades recetoras. Contudo, os impactes para as cidades, para as comunidades locais, podem ser de signo diverso, positivos ou negativos; nas suas dimensões económicas, socioculturais e ambientais (Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2017; Pereiro Perez, 2009)². O turismo, deste ponto de vista, pode ser um aliado ou uma ameaça para a coesão social e a identidade das comunidades. *Turistificação*, *gentificação*, *turismofofia* e outros neologismos dão conta de novas realidades (e sensibilidades) mais complexas em que os impactes são crescentemente visibilizados e problematizados (Milano, 2017)³.

A seguir, será exposta uma caracterização geral das políticas culturais aplicadas na cidade de Santiago de Compostela, com foco no fenómeno turístico. Num segundo momento, contrastá-las-emos com a perceção, em várias direções, da comunidade local.

POLÍTICAS CULTURAIS EM SANTIAGO DE COMPOSTELA

Como já apontámos, Santiago de Compostela usufruiu na época medieval de uma considerável capacidade de atração fruto da *inventio*, i. e., do surgimento da lenda, no século IX, relativa à descoberta dos restos

² Caberia ainda isolar o que denominamos *impactes simbólicos*, igualmente de signo positivo ou negativo, em linha com a noção de capital simbólico de P. Bourdieu (2001) ou, mais especificamente, com o conceito de *sustentabilidade identitária* de Torres Feijó (2015, p. 148): “a sustentabilidade da identidade é o que garante a continuidade de uma comunidade e o consenso sobre a identidade da comunidade, sob a sustentabilidade de forma dupla: como a ação da comunidade para manter os mesmos ítems e a ação da comunidade para preservar a sua identidade e os seus limites”.

³ No momento atual, os problemas associados à massificação de determinados destinos turísticos e ao uso – escassamente regulamentado – de plataformas como, por exemplo, Airbnb tem sido objeto de atenção dos média e inclusivamente causa de incipientes ações cidadãs; repare-se, a modo de exemplo, na iniciativa de janeiro de 2018 que conseguiu congrega Madrid, Barcelona, Bruxelas, Paris, Cracóvia, Viena, Reiquiavique e Amsterdão num pedido à Comissão Europeia no sentido de regulamentar as operações da empresa antes mencionada. Retirado de https://elpais.com/economia/2018/01/28/actualidad/1517154558_107147.html.

do apóstolo Santiago dando lugar à célebre peregrinação. Após um amplo período de esplendor medieval, a rota jacobea (e com ela a cidade) experimenta uma progressiva e longa decadência até a segunda metade do século XIX, em que começam a despontar movimentos de recuperação. Já no século XX, em plena ditadura espanhola, a cidade e o Caminho recebem uma atenção institucional significativa, em função dos interesses propagandísticos do regime da altura (Lois & Lopes, 2012); deste modo, Santiago será o *Patrono de las Españas* e o Caminho de Santiago é declarado *conjunto histórico-artístico* no Estado espanhol em 1962. Paralelamente, surge igualmente algum interesse de tipo académico no sentido de recuperar a memória do Caminho e de Santiago como meta dos Caminhos (Lois & Lopes, 2012).

Será, no entanto, a partir de 1980 quando as políticas culturais públicas (e outras) vão decididamente promover o que chamaremos de *reinventio* – ou terceira *inventio* – de Santiago e dos Caminhos por meio de uma série de iniciativas alicerçadas nos discursos e ideias que apontaremos já a seguir e, convém notar, com o concurso de diversos atores e seus respectivos impulsos.

Um dos fatores conjunturais determinantes relaciona-se com a re-dinamização da construção europeia (da União Europeia) na década de 80. Nesta direção, coincide, por exemplo, a assinatura em 1986 do Ato Único Europeu com a entrada do Reino da Espanha (e da República de Portugal) na Comunidade Económica Europeia, hoje União Europeia. Todo este processo teve na sua dimensão cultural um foco de interesse principal (Ribeiro, 2002), onde as questões relativas à existência de uma *identidade europeia* (também, e com ênfase, do ponto de vista religioso) se tornaram objeto de intenso debate, para o qual o Caminho de Santiago é significativamente convocado.

Por seu turno, no contexto do Estado espanhol, ao abrigo da Constituição de 1978, são criadas as Comunidades Autónomas, entre elas a galega, com capital oficial em Santiago de Compostela a partir de 1981 e amplo debate social e político⁴. A nova administração autonómica, principal ator cultural, investiu na década de 80 na “consolidação das políticas culturais

⁴ Na altura, as elites políticas da Corunha defenderam o estatuto de capital para a sua cidade. Por outro lado, o relativo peso simbólico de Santiago de Compostela não tinha tido na história recente consequências de tipo político ou administrativo: “a Administração Autónoma da Galiza instalou os seus serviços centrais na cidade de Santiago de Compostela, capital histórica ou sentimental do país (...), mas tradicionalmente postergada pela Administração do Estado ao não ser cabeça de distrito. Compostela arrastava falta de tradição e liderança nacional ou infraestrutura administrativa” (Lage, Losada & Gómez, 2012, p. 116).

(...) para o seu uso simbólico como elemento construtor da legitimidade política e social da autonomia” (Lage, Losada & Gómez, 2012, p. 122). Em estreita colaboração com o governo autonómico, o poder autárquico, promoveu um ambicioso plano de desenvolvimento com centralidade cultural. A incipiente *ansiedade de status* de Santiago foi enfrentada, segundo Rodríguez González (2015, p. 379), com a

confluência de uma câmara municipal empenhada em apostar no património urbano e arquitetónico, e uma administração autonómica que ideou um ambicioso programa de promoção cultural e económica (a partir do turismo) à volta do discurso do Caminho de Santiago: o Xacobeo.

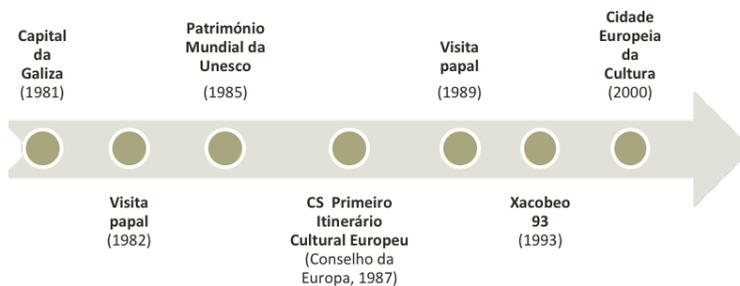


Figura 1: Eventos (político-)culturais da *reiventio*

Os episódios (político-)culturais mais salientes (Torres Feijó, 2011 e 2014) apontados na Ilustração 1 enformam o que denominamos a *reiventio*⁵. Muito provavelmente, entre os vários assinalados, o megaevento *Xacobeo* – cuja primeira edição foi em 1993 – configura-se como o elemento catalisador dos vários atores e discursos que sobre Santiago de Compostela e os Caminhos começam a operar nas décadas de 80 e 90 do século passado. As ideias centrais a funcionarem nesta fase podem ser sumariadas de acordo com Torres Feijó (2014, p. 293):

⁵ Não nos detemos aqui noutros eventos e atores, como por exemplo o papel das associações de amigos do caminho (Somoza-Media e Lois-González, 2017), nem nos debruçamos no relevantíssimo papel de alguma produção cultural, Paulo Coelho à frente (particularmente o romance *O diário de um mago* de 1987), para o cabal entendimento dos discursos – e as práticas – à volta da cidade e dos Caminhos (Rodríguez Prado, 2015; Fernández Rodríguez, del Río & Rodríguez Prado, 2016; Fernández Rodríguez, 2016; Fernández Rodríguez & Samartim, 2016).

os diversos discursos enunciados correspondem a diversas estratégias, que podem ser sintetizadas, no caso das organizações (...) envolvidas, no apoio a um impulso proselitista da Igreja Católica, sobretudo dirigido às pessoas jovens e no alicerçar esta Igreja como base e fundamento da Europa e na vontade de articulação e consolidação europeias pela EU; e, igualmente, na proteção e valoração do património material e imaterial que a UNESCO persegue.

O *Xacobeo*, elemento chave, acaba por funcionar “como veículo e expressão máxima do desenvolvimento turístico da Galiza” (Santos Solla, 1999, p. 116) em que participam, direta ou indiretamente, uma série de atores cujos discursos caracterizar-se-iam por uma relativa unanimidade quanto a ideias e propósitos.

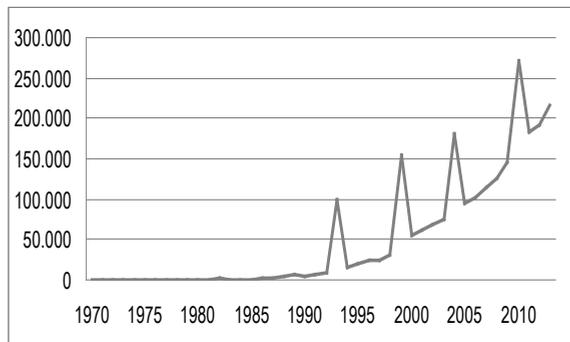


Gráfico 1: Evolução temporal dos peregrinos a Santiago (1970-2013)

Atendendo ao Gráfico 1, do ponto de vista da capacidade de atração de visitantes (peregrinos explicitamente), o caso de Santiago de Compostela é uma história de sucesso⁶ com, no entanto, ampla margem para a discussão: quanto ao modelo de cidade em construção; as práticas de visitan-

⁶ “O Caminho segue a bater recordes e melhora o dado histórico do ano passado” era o destaque do jornal compostelano *El Correo Gallego* a 16.10.2017; com evidente satisfação, na notícia destacava-se: “O Caminho Cavalga mais um ano a um ritmo de recorde, e cada dado publicado melhora o do exercício anterior. O contador da Compostela [certificado com que a Igreja católica acredita a peregrinação] da Oficina de Acolhida ao Peregrino trabalha intensamente e na jornada de ontem já foi superado o dado total do ano passado, quando chegaram a Compostela 277.854 peregrinos. Assim sendo, a Rota Jacobeia segue a pulverizar marcas e terá este ano um novo exercício para a história. Há que ter em conta que no ano passado já foi superada a histórica cifra do último Jacobeu, em 2010, quando chegaram à cidade 272.412 peregrinos” (retirado de <http://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/camino-sigue-rompiendo-records-mejora-dato-historico-ano-pasado/idEdicion-2017-10-16/idNoticia-1078300/>).

tes e, nomeadamente, de locais; o real impacto económico; o apagamento de outras dimensões cidadinas; etc. (Santos Solla, 1999; García Vázquez, 2009; Torres Feijó, 2014; Bello, 2014; Carral, Carreira, Vila & Torres Feijó, 2016; Somoza-Media & Lois-González, 2017; Martin-Duque, 2017).

A PERCEÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL

Os dados apresentados seguidamente têm por origem um *corpus* construído por entrevistas (939), realizadas nas ruas de Santiago de Compostela entre junho de 2014 e abril de 2015 junto da comunidade local no âmbito do projeto de investigação indicado anteriormente⁷. O instrumento de recolha de informação foi um questionário constituído maioritariamente por perguntas abertas – visando a obtenção de respostas livres, naturais e não condicionadas pelo pessoal investigador – e no qual foram utilizadas perguntas fechadas, mormente, para medir as características sociodemográficas dos entrevistados. O inquérito foi implementado em três vagas: a primeira no verão, a segunda no outono e a terceira no inverno-primavera. Para o tratamento dos dados utilizámos o programa SPSS.

ANÁLISE E RESULTADOS

Do conjunto de dados derivados do *corpus*, analisamos aqui vários itens relativos aos blocos do inquérito Imagem de Santiago, Turismo e Caminho de Santiago. Para esta primeira abordagem, selecionamos um conjunto de cinco perguntas que entendemos informam da perceção da comunidade local no que diz respeito às políticas culturais implementadas na cidade com foco na dimensão turística. Estas perguntas são as seguintes: “pensa que o Caminho de Santiago faz parte da identidade santiaguesa?”, “concorda com a imagem promovida da cidade (promoção turística, comércio, hotelaria, restauração) e percebida na sua vida cotidiana?”, “considera que há algum elemento importante de Santiago que não se conhece fora?”, “qual/ quais seria(m) o(s) elemento(s) alternativos de Santiago a serem promovidos?”, “percebe que o seu modo de vida se modifica por causa da chegada de visitantes à cidade?”.

⁷O projeto contemplou também inquéritos a visitantes e comerciantes; e, numa segunda fase agora em curso, também a realização de grupos de discussão com locais e comerciantes.

| | N | MÍNIMO | MÁXIMO | MÉDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------|-----|--------|--------|-------------|------------|
| Identidade | 890 | 1 | 8 | 7,26 | 1,479 |

Tabela 1: Caminho e identidade de Santiago

Como se pode apreciar na Tabela 1 (escala de Likert; 1 em desacordo, 8 completamente de acordo), perguntados pela relação identitária entre o Caminho e a cidade, os dados espelham um notório entendimento do Caminho como parte essencial da identidade de Santiago de Compostela. Não será sentido, portanto, como sendo um elemento artificial ou alheio à cidade.

| | N | MÍNIMO | MÁXIMO | MÉDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------------|-----|--------|--------|-------------|------------|
| Imagem promovida | 859 | 1 | 8 | 5,66 | 1,906 |

Tabela 2: Imagem de Santiago promovida

Em relação à imagem promovida da cidade (nos âmbitos turísticos, comerciais, de hotelaria e restauração), os locais inquiridos estão maioritariamente conformes, apesar de a resposta não ser tão expressivamente positiva como no caso anterior. De facto, um 57,2% (Tabela 3) declara haver elementos importantes próprios de Santiago de Compostela desconhecidos no exterior.

| FREQUÊNCIA RELATIVA | |
|---------------------|--------|
| Sim | 57,2% |
| Não | 30,1% |
| NS | 8,8% |
| NR | 3,9% |
| Total | 100,0% |

Tabela 3: Elementos desconhecidos no exterior

Relativamente à questão de quais seriam os elementos a promover, as respostas obtidas não foram significativas, devido a alta dispersão. Com o objetivo de extrair informação significativa para os nossos propósitos, associamos as respostas dadas aos *parâmetros da cultura* formulados por Torres Feijó (2012)⁸. Deste modo, como se depreende do Gráfico 2, não constam os parâmetros Língua e Identidade ao passo que, mais relevante qualitativamente, se destacam dois elementos: História, Património e Cultura (36%); e Espaços: zonas verdes (28%). Repare-se que, se agrupados, os elementos associados a Espaços sumariam um total de 43%, sendo o parâmetro mais destacado na imagem da cidade que as pessoas inquiridas desejariam ver promovida.

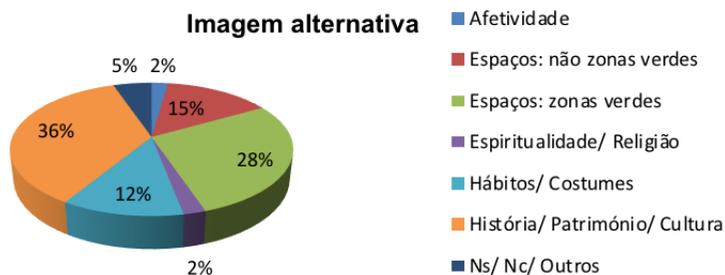


Gráfico 2: Imagem alternativa de Santiago

Por último, perante a questão “Percebe que o seu modo de vida se modifica por causa da chegada de visitantes à cidade?”, os resultados são:

| | N | MÍNIMO | MÁXIMO | MÉDIA | DESV. TÍP. |
|----------------|-----|--------|--------|-------------|--------------|
| Mudança | 892 | 1 | 8 | 2,61 | 2,253 |

Tabela 4: Visitantes e mudança nos modos de vida

⁸ Remetemos para o trabalho citado (também Bello Vázquez, 2015) e apenas indicamos aqui a denominação dos parâmetros: Espaço e paisagem; História, Património e Cultura; Hábitos e costumes; Identidade; Língua; Espiritualidade e Religião. No Gráfico 2, como se verá, estabelecemos dois grupos, Espaços: zonas não verdes e Espaços: zonas verdes.

Apesar de os resultados indicarem, em geral, a perceção de os visitantes não estarem a modificar a vida dos locais, é significativo o valor expressivamente alto de desviação típica da Tabela 4. Em função deste valor de dispersão, associamos as respostas a três zonas da cidade onde residiam os entrevistados: lugares pelos que passam os caminhos; parte antiga da cidade; e outros lugares ou bairros.

| ZONA DA CIDADE | N | MÉDIA (1) | DESV. TÍP. |
|----------------|-----|-----------|------------|
| Outros | 388 | 2,52 | 2,173 |
| Caminhos | 255 | 2,85 | 2,300 |
| Parte antiga | 64 | 3,28 | 2,837 |
| Total | 707 | 2,71 | 2,295 |

Tabela 5: Mudança nos modos de vida por zonas

Os resultados, igualmente com valores altos de desviação típica (Tabela 5; diferença de médias significativa com o 95% de confiança), mostram uma tendência para perceber os modos de vida modificados nas zonas mais impactadas pelo turismo.

DISCUSSÃO

A análise realizada acerca das políticas culturais implementadas em Santiago de Compostela e os dados apresentados relativamente à perceção da comunidade local, apesar dos matizes necessários e da obrigada síntese, apontam para uma dupla unanimidade.

Em primeiro lugar, uma conformidade, explícita ou implícita em função dos casos, entre os atores institucionais envolvidos quanto aos discursos e ações promovidos no âmbito do que denominámos a *reinvenção*. A Igreja, instituições de âmbito europeu e estatais, o governo da Galiza ou a Câmara Municipal intervieram ativamente, a partir de inícios da década de 80 do século XX (em conjuntura, como vimos, propícia) numa unidade de ação de carácter compósito e, em ocasiões, colaborativa. Não foram detetadas, portanto, quaisquer linhas de atuação ou discursos públicos significativos dos atores assinalados a problematizar Santiago de

Compostela como meta dos Caminhos de Santiago, nas suas dimensões europeia, cristã e também de emergente capital autonómica, patrimonial e historicamente caracterizada; e, significativamente, vocacionada para ser protagonista principal nos mercados turísticos internacionais.

Os dados relativos à perceção da comunidade local mostram igualmente unanimidade, apesar de matizável. Quer dizer, a população local não mostra evidências de oposição às políticas culturais em Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago. Neste sentido, cabe destacar o entendimento da cidade na sua dimensão História/Património/Cultura, coincidência aparente com uma das linhas de força da *reinventio*. Em regra, além do mais, os locais não sentem os seus modos de vida modificados. Os dados indiciam uma população local a assumir a unanimidade dos agentes identificados; e desinteressada, *a priori*, em problematizar e repensar a planificação cultural/turística da cidade. Poderia pensar-se, nesta linha de análise, na fortaleza dos discursos institucionais acerca do modelo de cidade e do turismo, particularmente neste caso; por esta via, parece necessário explorar quais são os reais benefícios sentidos e obtidos pelos santiagoueses.

Por outro lado, caberia lançar uma hipótese a partir de uma interpretação mais apurada dos dados. O facto de os entrevistados com residência em zonas impactadas pelo turismo sentirem mais alterados os seus modos de vida, juntamente com a percentagem de 43% para o parâmetro Espaços (relativamente ao elemento considerado como desconhecido no exterior e necessitado de promoção) poderão estar a indicar uma tendência para o afastamento (físico ou simbólico) dos cenários da Santiago mais *jacobea* e, portanto, turística. Muito provavelmente, o resultado 43% de Espaços indicia a perceção por parte dos locais de o fenómeno turístico se concentrar (problematicamente?) numas zonas muito limitadas da cidade.

Por fim, parece-nos muito revelador a alta percentagem do parâmetro Espaços: zonas verdes (em respostas do tipo: Bonaval, Pedroso, Zonas verdes, Parques, Alameda, etc.), elementos que, numa primeira análise, apontam para uma relativa singularidade e um desvio das linhas de força da referida *reinventio*.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado do projeto, parcialmente subsidiado pelo FEDER/ Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades – Agencia Estatal de Investigación, “Narrativas, usos e consumos de visitantes como

aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (Ref: FF12017-88196-R). Pazos-Justo integra o grupo Galabra-UMinho, Del Río faz parte do grupo Galabra-USC e Samartim integra a Rede Galabra e o Grupo de Estudos Territoriais da Universidade da Corunha.

REFERÊNCIAS

- Barrera Fernández, D. (2017). La cultura como motor de cambio urbano. Renovación en ciudades elegidas y candidatas al título de Capital Europea de la Cultura. In F. M. Rocha da Cruz (Ed.), *Cultura e cidade: abordagem multidisciplinar da cultura urbana* (pp. 37-74). Natal: EDUFRRN.
- Bello Vázquez, R. (2014). Discursos religiosos, recriação histórica e “cultura do Caminho” nos Caminhos de Santiago. *Revista Mosaico*, 7(1), 35-44.
- Bello Vázquez, R. (2015). A existência de uma comunidade luso-galega como elemento afetivo nas visitas a Santiago de Compostela procedentes de Portugal. Primeiros resultados através de inquéritos quantitativo-qualitativos. In E. J. Torres Feijó, R. Bello Vázquez, R. Samartim & M. Brito-Semedo (Eds.), *Estudos da AIL em Teoria e Metodologia Relacionamento nas Lusofonias II* (pp. 87-96). Santiago de Compostela/Coimbra: Associação Internacional de Lusitanistas.
- Bourdieu, P. (2001). *O Poder Simbólico*. Viseu: Difel.
- Carral V., E., Carreira, X. C., Vila, B. M. & Torres Feijó, E. (2016). A inter-relação entre gastronomia, cultura, turismo e comércio local em Santiago de Compostela. Primeiros resultados. Em M. L. Tibério et al. (Eds.), *III Seminário “Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais”/II Simpósio Internacional “Alimentação e Cultura: Tradição e Inovação na Produção e Consumo de Alimentos”* (pp. 263-280). Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Fernández Rodríguez, M. L. (2016). *Discursos sobre Santiago de Compostela y el/los Camino(s) de Santiago en la novela española actual (2010) a través de técnicas analíticas digitales: Posibilidades y valor del conocimiento generado*, Tese de Doutoramento, Santiago de Compostela, Espanha.
- Fernández Rodríguez, L., Río Araujo, M. del & Rodríguez Pardo, F. (2016). Dos productos y un destino: *TheWay* (2010), *Diario de un Mago* (1987) y la imagen de Galicia como destino turístico. *IS Working Papers*, 3.^a Série, 32. Retirado de http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp32_160902115811.pdf

- Fernández Rodríguez, M. L. & Samartim, R. (2016). Impacto dos discursos literários nas práticas e consumos culturais ligados aos Caminhos de Santiago: de Paulo Coelho aos souvenirs de cavaleiros templários. *15 Working Papers*, 3.ª Série, 37. Retirado de http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp37_161014113435.pdf
- García Vázquez, Y. (2009). La ciudad como espectáculo. Marketing territorial, internet y atracción turística en Santiago de Compostela. ¿Éxito o fracaso?. *UOC Papers. Revista sobre la sociedad del conocimiento*, 8, 1-10.
- Lage, X., Losada, A. & Gómez, M. (2012). La política cultural en la comunidad autónoma gallega: de la dependencia a la autonomía. *RIPS*, 11(3), 115-148.
- Lois González, R. C. & Lopez, L. (2012). El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 58(3), 459-479.
- Lopes, J. T. (2010). Da cultura como locomotiva da cidade-empresa a um conceito alternativo de democracia cultural. In M. de L. Santos & J. Pais (Eds.), *Novos Trilhos Culturais. Práticas e Políticas* (pp. 51-61). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Martin-Duque, C. (2017). Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methaodos. revista de ciencias sociales*, 5(1), 62-73.
- Milano, Claudio (2017). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana*, 25(1). Retirado de <https://mareaurbanabcn.wordpress.com/2017/04/25/turismofobia-cuando-el-turismo-entra-en-la-agenda-de-los-movimientos-sociales/>
- Paül i Agustí, D. (2013). Las políticas culturales y sus repercusiones en la imagen de la ciudad. *Scripta Nova*, XVII(432). Retirado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-432.htm>
- Pereiro Pérez, X. (2009). *Turismo cultural: Uma visão antropológica*. Tenerife: Pasos.
- Remoaldo, P. & Cadima Ribeiro, J. (2017). *O legado de Guimarães Capital Europeia da Cultura de 2012: A leitura dos residentes e dos visitantes*. Porto: Afrontamento.
- Ribeiro, M. M. T. (coord.) (2002). *Identidade Europeia e Multiculturalismo*. Coimbra: Quarteto.
- Rodríguez González, M. A. (2015). Del espectáculo cultural y sus efectos: arte y políticas culturales en Santiago de Compostela. *Espacio, tiempo y forma*, VII(3), 377-402.

- Rodríguez Morató, A. (2005). La reinención de la política cultural a escala local: el caso de Barcelona. *Sociedade e Estado*, 20(2), 351-377.
- Rodríguez Morató, A. (2010). A metamorfose do valor cultural na sociedade contemporânea: desafios e paradoxos”. In M. de L. Santos & J. Pais (Eds.), *Novos Trilhos Culturais. Práticas e Políticas* (pp. 37-50). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Rodríguez Prado, M. Felisa (2015). Textos ficcionais e práticas culturais de portugueses com relação a Santiago de Compostela: contrastes e homologias. In E. J. Torres Feijó, R. B. Vázquez, R. Samartim & M. Brito-Semedo (Eds.), *Estudos da AIL em Teoria e Metodologia Relacionamento nas Lusofonias I* (pp. 143-157), Santiago de Compostela/Coimbra, Associação Internacional de Lusitanistas.
- Santos Solla, X. M. (1999). Mitos y realidades del Xacobeo. *Boletín de la AGE*, 27, 103-117.
- Somoza-Media, X. & Lois-González, R. C. (2017). Improving the walk ability of the Camino. In C. M. Hall, Y. Ram & N. Shoval (Eds.), *The Routledge International Handbook of Walking* (pp. 363-375). Abingdon: Routledge.
- Torres Feijó, E. J. (2011). Discursos contemporâneos e práticas culturais dominantes sobre Santiago e o Caminho: a invisibilidade da cultura como hipótese. In A. A. Lourenço & O. M. Silvestre (Eds.), *Literatura, espaço, cartografias* (pp. 391-449). Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa/Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Torres Feijó, E. J. (2012). Interesses culturais e âmbitos receptivos em dous romances sobre o Caminho de Santiago: Frechas de ouro e O enigma de Compostela. *Romance Notes*, 52(2), 135-149. DOI:10.1353/rmc.2012.0033
- Torres Feijó, E. J. (2014). Autor, Texto e Espaço Geo-cultural Mediatizado. Processos de Ressemantização, Banalização e Misturaçã de Géneros em Produtos sobre o Caminho de Santiago. In S. Quintero & R. Baleiro (Eds.), *Lit& Tour: ensaios sobre literatura e turismo* (pp. 291-310). Lisboa: Húmus.
- Torres Feijó, E. J. (2015). Identity Sustainability, Identity Affectivity, and the Ithaca Traveler: Conceptual Tools for Measuring and Modeling Tourism as an Opportunity. In G. R. Ricci (Ed.), *Travel, Tourism and Identity, Culture & Civilization* (pp. 143-162). New Brunswick/New Jersey: Transaction Publishers.

World Tourism Organization (2017). *UNWTO Annual Report 2016*, Madrid, UNWTO. Retirado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_o.pdf

Citação:

Pazos-Justo, C., Araujo, M. R. & Samartim, R. (2019). Políticas culturais e comunidade local: contributos para a análise do caso de Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 175-189). Braga: CECS.