

EL CAMINO DE SANTIAGO COMO POSIBLE MOTOR TURÍSTICO EN ZONAS RURALES DE ESCASOS RECURSOS: EL CASO DE BRANDEBURGO¹

Katharina Maak

Facultad de Ciencias Culturales de la Europa-Universität Viadrina de Frankfurt/Oder
y Facultad de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid*

RESUMEN

Turismo y desarrollo regional son dos conceptos que se discuten en el ámbito de lograr un desarrollo sostenible para las zonas rurales de escasos recursos que existen en la Unión Europea. Una nueva tendencia que se investiga junto con los dos conceptos es el cambio de la demanda en el sector turístico hacia productos en relación a la cultura y/o a la naturaleza. Se toma el ejemplo del Camino de Santiago como red de rutas de peregrinaje, que cubre mayor parte de Europa.

En el estado federado de Brandeburgo, una región con varias deficiencias estructurales por lo cual depende todavía del apoyo de fondos nacionales y comunitarios, se realiza un proyecto de revitalización de un tramo del Camino con el fin de generar posibles efectos económicos. La idea principal de este proyecto universitario es de apoyar el desarrollo turístico por la creación de una oferta adicional en el margen de turismo cultural y rural, la promoción y organización de sinergias entre varios actores turísticos en los sectores privados y públicos y por la creación de una red de cooperaciones. El fondo es que Brandeburgo, a pesar de los problemas estructurales, dispone de un potencial enorme que se debe aprovechar.

Palabras clave: Camino de Santiago, desarrollo regional, turismo cultural, turismo rural, Brandeburgo

Recibido: 19 de noviembre de 2008

Devuelto para su revisión: 17 de febrero de 2009

Aceptado: 23 de abril de 2009

* E-mail: katharina.maak@googlemail.com

¹ Este artículo es parte de una tesis de doctorado realizada en la Facultad de Ciencias Culturales de la Europa-Universität Viadrina de Frankfurt/Oder y en la Facultad de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid, titulada «Análisis del Camino de Santiago como potencial turístico y económico para las regiones menos desarrolladas, como Brandeburgo y Castilla y León».

The Way of St. James as a potential touristic power in rural, structurally lagging regions: the case of Brandenburg

ABSTRACT

Tourism and regional development are two concepts that are being discussed in relation with sustainable development of rural, structurally lagging regions that exist within the European Union. A new tendency of such development investigated in reference to these two concepts is the change in demand from the touristic sector towards products in relationship with culture and/or nature. Take as an example the Way of St. James as a net of pilgrimage route that cover large parts of Europe.

In the German state of Brandenburg, a region with various structural deficits for which it still depends on national and European funds, a revitalization project of a section of the Way of St. James is underway with the purpose to generate possible economic effects. The concept of this university project is to facilitate touristic development by creating an additional product in the area of cultural and rural tourism, promote and organize synergies between various touristic protagonists in private and public sectors, and create cooperation networks. The result is that Brandenburg, in spite of structural problems, holds enormous potential to be captured.

Key words: Way of St. James, regional development, cultural tourism, rural tourism, Brandenburg

1. INTRODUCCIÓN

Peregrinaje y desarrollo local, religión y turismo: a primera vista estos temas no tienen mucho en común. Pero no es así. Desde hace unos años estos temas han recibido mucha atención por parte de varias instituciones, desde grupos locales en distintas poblaciones hasta a nivel europeo, y han sido discutidos por muchos técnicos. También la Unión Europea ha ido incluyendo estos ámbitos en su política y en su legislación.

Hoy en día, muchas zonas rurales en la Unión Europea hoy en día tienen que enfrentarse a grandes desafíos. La globalización, el cambio demográfico y los cambios estructurales en la agricultura son solamente algunos de esos problemas. A nivel nacional, pero también a nivel europeo, se llegó a la conclusión de que había que contrarrestar los problemas que tenían que ver con el cambio estructural en el sector agrario, puesto que la producción agraria y silvicultural contribuían poco al ingreso total de una región —aunque estuviera subvencionada en alto grado por la Unión Europea y los estados— y era necesario encontrar nuevas fuentes de ingresos. En este contexto, el potencial turístico gana cada vez más importancia ya que las zonas rurales disponene, en muchos casos, de un enorme patrimonio natural y cultural que debe aprovecharse.

Que la peregrinación, especialmente a Santiago de Compostela, no es flor de un día lo muestra sobre todo el creciente flujo de peregrinos que hay en la actualidad, muchos de los cuales no sólo van por motivos religiosos. Es un fenómeno que une a gente muy diversa ya que este culto no está limitado al sur de Europa y rebasa fronteras y límites religiosos. La red de los Caminos de Santiago está considerada como un buen ejemplo

para una «Europa de las regiones». En este contexto el Camino de Santiago es de vital importancia para investigar el fenómeno de un turismo religioso y cultural creciente.

El objetivo de este estudio es saber si el turismo religioso y cultural ofrece una posibilidad para el desarrollo regional, especialmente para zonas rurales poco desarrolladas. Este análisis quiere abordar los efectos que se producirían por la revitalización de un tramo en la amplia red de rutas hacia Santiago de Compostela y qué influencia tendría en la economía local.

La primera parte consiste en una breve síntesis de diferentes campos de investigación: el desarrollo regional, el turismo y la religión; para dar una impresión sobre la importancia y el grado de integración que tiene el Camino de Santiago en los distintos ámbitos políticos. Apoyado en este marco, surge el examen de un ejemplo concreto: el proyecto «Camino de Santiago al este y al oeste del Oder» en la región de Brandeburgo (Alemania), que tiene como objetivo la revitalización de un tramo en esta red de rutas de peregrinaje con el fin de consolidar la economía turística y contribuir al desarrollo regional y a la disminución de las disparidades existentes. Una descripción de este proyecto y el análisis de su integración en el mercado turístico actual de Brandeburgo deben aproximarnos a la cuestión inicial: si el Camino de Santiago podría ser un recurso turístico y económico explotable en las regiones rurales.

2. TURISMO Y DESARROLLO REGIONAL

Antes de analizar las razones por las que el turismo serviría como instrumento para potenciar las zonas rurales y poco desarrolladas y de ver la relación que existe entre este tema y el Camino de Santiago, nos centraremos en definir lo que es el desarrollo regional sostenible.

El desarrollo regional sostenible forma parte del concepto de ordenación territorial y busca posibilidades y medidas para la mejora de la situación en regiones con problemas económicos, sociales y/o ecológicos. El objetivo es encontrar un equilibrio para las disparidades socioeconómicas que persisten entre zonas urbanas y rurales.

En Europa, las regiones rurales menos desarrolladas, que se encuentran en declive agrícola, se caracterizan por la existencia de deficiencias estructurales en factores clave de competitividad, una escasa dotación de capital físico y humano, una falta de capacidad de innovación y una infraestructura insuficiente. Mediante una política coordinada a nivel regional, nacional y también comunitario es necesario reducir la diferencia entre los niveles de desarrollo y contribuir a la recuperación de las regiones menos desarrolladas. Con ayuda de varios instrumentos hay que fomentar la diversificación de las actividades económicas, crear nuevos puestos de trabajo y mejorar la calidad de vida de estas áreas.

Debido a la integración de varias dimensiones y factores de desarrollo en estos procesos y a causa de la existencia de diferentes niveles administrativos, se trata de un campo de acción muy complejo. Heintel (2001: 194) lo describe así:

«El desarrollo regional se enmarca en el ámbito de las políticas (política de mercado laboral, ordenación territorial, agraria, económica y social), Administración (Unión Europea (derecho de competencia —ayudas, fondos estruc-

turales— regiones destinatarias y política agraria), nivel nacional y regional, municipio) y actores regionales (asociaciones, cooperativas, asesorías, gestión regional, etc.)²».

Puesto que en muchas regiones poco desarrolladas falta una base económica para fomentar un desarrollo sostenible las autoridades enfocan sus esfuerzos cada vez más en el turismo. Dado que estas zonas muchas veces disponen de un enorme patrimonio natural y cultural, se presenta una oportunidad de iniciar un desarrollo económico y social que corresponde a las nuevas tendencias en el sector turístico.

Desde hace unos años la demanda turística en España, pero también en Alemania, está cambiando. Mientras que durante mucho tiempo la demanda principal se basaba en paquetes de viajes, sobre todo en el segmento de mercado del turismo de «sol y playa», ahora la tendencia es hacia viajes individuales y de corta estancia debido al crecimiento de las compañías aéreas de bajo coste. Crece la importancia sobre todo de los productos turísticos que están basados en el patrimonio cultural y natural (turismo cultural, rural y también religioso). Estas formas de turismo pueden jugar un papel importante en la promoción del desarrollo económico de las zonas rurales menos desarrolladas.

Uno de los objetivos explícitos del desarrollo turístico por parte de las administraciones es la creación de fuentes de ingresos adicionales y puestos de trabajo para la población local. Para la estructura económica es importante una diversificación de las actividades productivas de acuerdo con el diseño de un producto turístico que integre alojamientos, actividades complementarias, productos agroalimentarios y artesanía. Las acciones del desarrollo turístico (por ejemplo a través de las inversiones en infraestructuras) también pueden contribuir a una mejora de las condiciones socioeconómicas de la población residente y repercutir en el no-despoblamiento, produciendo una estructura demográfica más equilibrada. Las medidas muchas veces incluyen la construcción de nuevas instalaciones deportivas, culturales y recreativas con el fin de reducir la inactividad pero también hay inversiones en la construcción de carreteras, señalización e iluminación. De esta manera existe también la posibilidad de una revalorización y revitalización del patrimonio natural y cultural.

Existen varias herramientas para el desarrollo de ofertas culturales y deportivas. Lo importante es que sólo las estrategias integradas, el aprovechamiento de los recursos específicos de un territorio rural y la participación de la población local pueden contribuir razonablemente al turismo. El concepto *bottom-up*, por ejemplo, ofrece ayuda para lograr un acercamiento de las iniciativas a los ciudadanos. El empeño por alcanzar este objetivo incluye la elaboración de un nivel de conocimiento común sobre la situación actual y una sensibilización de la población para subsanar las carencias de su región. Esto ofrece la posibilidad de una búsqueda directa de diferentes estrategias y opciones para el uso de los puntos fuertes y para encontrar un equilibrio de los puntos débiles. Pero eso implica también que hay que garantizar la transparencia en todas las actividades. Las cooperaciones regionales y los conceptos adaptados también son importantes para una planificación regional, turística y política común porque disponen de información sobre

2 Traducciones por la autora.

las características específicas de cada región y permiten una reacción individual ante las distintas necesidades (Precedo 2004).

3. EL CULTO JACOBEO EN EL SIGLO XXI

Desde hace aproximadamente diez siglos la gente peregrina a Santiago de Compostela donde, según la leyenda, se encuentra la tumba del santo apóstol Santiago el Mayor. Aunque el destino de los peregrinos jacobeos sigue siendo el mismo, el concepto de la ruta de peregrinación ha cambiado mucho a través de los siglos. A principios del siglo IX la motivación era la fe religiosa, el acto de penitencia y la cura del cuerpo y del espíritu. Este concepto cambió en la sociedad posmoderna hacia una orientación más bien laica y, principalmente, turística aunque el Camino y su destino todavía están dotados de una fascinación enorme y atraen a una oleada creciente de peregrinos con una motivación religiosa o espiritual. Al mismo tiempo ha aumentado el número de personas que buscan encontrarse a sí mismos, descubrir límites internos, encontrar nuevos horizontes o que simplemente quieren escapar de la rutina diaria.

En España la reactivación del Camino tuvo lugar durante la época de Franco. A pesar de las distintas medidas de propaganda, no fue hasta comienzos de los años 80 cuando despertó el interés por el Camino de Santiago. En colaboración con varias instituciones gubernamentales y eclesiásticas y con la ayuda de empresas privadas, las rutas y el lugar de peregrinación fueron reconstruidos y adaptados a las necesidades actuales. Un momento de cambio fue el Año Santo de 1993 con la puesta en marcha de una nueva política turística en referencia a la promoción del Camino de Santiago y la ciudad de Santiago de Compostela por la creación de la nueva marca *Xacobeo 93*. Como hace notar Santos (2006: 139):

«El camino de Santiago se ha convertido en el producto estrella. Se mejoran notablemente las distintas rutas, se abren albergues, se inauguran casas de turismo rural cerca de las vías más transitadas, se construyen hoteles y, sobre todo, se acompaña de una fuerte campaña promocional. A todo esto se le unen fuertes inversiones en la ciudad de Santiago para renovar la oferta de alojamiento y complementaria así como para mejorar la accesibilidad.»

Hoy en día todavía se realizan muchos esfuerzos en las distintas Comunidades Autónomas, en las comarcas y en las poblaciones por donde discurre el Camino por parte de la Administración pero también por iniciativas privadas que se dedican al establecimiento y al mantenimiento del Camino.

También en Alemania y en muchas zonas de Europa se indica el camino cuyos nuevos tramos están siendo reconstruidos con más o menos corrección histórica. En Brandeburgo todavía existen carencias en la red de las rutas jacobeanas, no obstante esta región podría aprovechar la ocasión ahora y unirse al culto jacobeo constante. Una ruta en el sur de Polonia vía Görlitz con dirección Leipzig/Erfurt ya se ha puesto en marcha. El camino en esta región podría continuar por rutas que ya pasan por Sajonia-Anhalt y el norte y centro de Polonia. A Brandeburgo se le abre así la posibilidad de combinar su potencial turístico —tiene un extenso patrimonio cultural y sobre todo natural— con nuevas ideas.

4. TURISMO Y PEREGRINAJE: ¿DOS CONCEPTOS COMPLEMENTARIOS O CONTRADICTORIOS?

4.1. Turismo religioso

A pesar de la creciente secularización, en los últimos años ha aumentado la variedad de los viajes de carácter religioso. Este aumento se percibe en un crecimiento constante de participantes en peregrinaciones, eventos religiosos o espirituales y visitas a lugares sagrados. Muchos destinos, aparte del Camino a Santiago, experimentan hoy en día una fuerte revitalización y son «capaces de combinar la atracción de un amplio volumen de visitantes de procedencia internacional con otros de ámbito regional o incluso comarcal o local» (Porcal 2006: 108). Los participantes son peregrinos que visitan un sitio por motivos religiosos o turistas «seculares» que vienen —independientemente del significado religioso o grado de atracción— por otros motivos (por ejemplo un interés arquitectónico o histórico).

Partiendo de los destinos o motivos del viaje se establece una variedad de posibilidades para describir el concepto de «turismo religioso». La Organización Mundial de Turismo (OMT 2007) entiende como turismo religioso: «Itineraries and routes that lead to pilgrimage sites or to religious places, monuments and sanctuaries». Sitios de adoración muy frecuentados son por ejemplo el Sacré-Cœur en París, la Catedral de San Basilio en Moscú y las mezquitas sagradas de Medina y La Meca. También se incluyen todos los encuentros religiosos y espirituales, como por ejemplo la Jornada Mundial de la Juventud, organizada por la Iglesia Católica; las abluciones rituales durante la Kumbh Mela o el funeral del Papa Juan Pablo II en el Vaticano. Aparte, según la opinión de la OMT, se pueden incluir peregrinaciones como el *Hajj* de los musulmanes a La Meca o la peregrinación cristiana a la ciudad francesa de Lourdes.

The Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) intenta dar una explicación sobre la aparición de este tipo de turismo (en Griffin 2007: 20):

«perhaps paradoxically the decline in churchgoing in recent years has been paralleled in many cases by a growing interest in religion and religious travel. The reason for this seems simple: people are searching of meaning in their increasingly uncertain lives. Many people have not been able to find this through tradition and forms of worship, so they are now taking to different forms of experience to find it. This includes the rediscovery of pilgrimage or journeys to sacred places.»

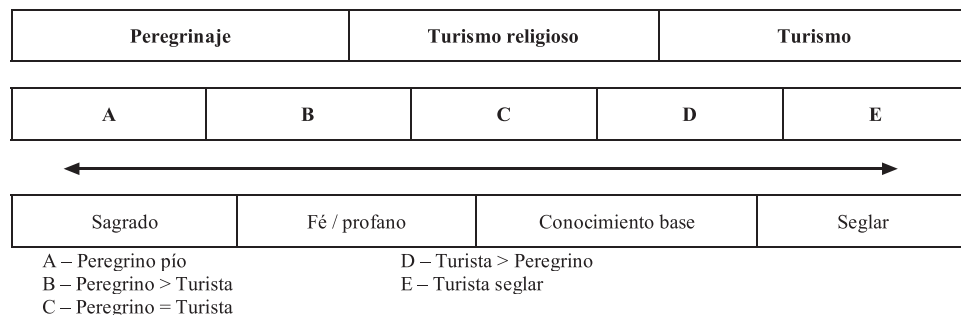
Entre los aspectos enumerados parece difícil —y también hay debates muy controvertidos— diferenciar entre un viaje de peregrinación y el turismo religioso. Existen diferentes opiniones sobre la relación entre peregrinaje y turismo. En general, desde el punto de vista de la industria turística se considera a los peregrinos como turistas ya que concuerdan con la definición de turismo. Según la OMT (1995) el turismo no sólo se define por la motivación y el comportamiento de los viajeros sino también por el hecho de que el viajero cambia su lugar de estancia durante al menos 24 horas a un sitio que no es el lugar de su

residencia ni de su trabajo. A esto hay que añadir que los peregrinos representan como consumidores un valor estadístico para cálculos económicos.

Aunque algunos autores (p. ej. Vukonić 1996, Kühn 2007) mantienen la opinión de una delimitación estricta entre turismo y peregrinación, durante los últimos veinte años se ha afianzado la opinión de que el turismo está relacionado con la espiritualidad y el peregrinaje. Ambrósio (2007) argumenta que para ponerse en contacto con este «world of divine creation'» (p. 84) se puede usar el tiempo libre durante las vacaciones para una búsqueda del sentido de la vida y una iluminación espiritual. En muchas ocasiones el tiempo de ocio es el único tiempo durante el que muchas personas encuentran la tranquilidad para enfrentarse a preguntas como la búsqueda de Dios o el sentido de la vida. Además de aquello, los peregrinos píos desarrollan actividades parecidas a las de los turistas (religiosos) y muestran el mismo interés por los paisajes naturales y el patrimonio cultural a lo largo del camino. No se puede presuponer que los peregrinos estén exclusivamente movidos por la experiencia espiritual. Porcal (2006: 110) describe esta problemática con las palabras: «Ni todos los peregrinos son turistas, ni todos los turistas son peregrinos».

Varios autores (p. ej. Smith 1992, Santos 2003) proponen —para una aproximación al problema— una diferenciación por diversas gradaciones y denominaciones según la intensidad de la motivación religiosa en relación al viaje. Este concepto sitúa al turismo y al peregrinaje en dos extremos opuestos de un «continuum of travel». Al mismo tiempo se enfrentan la actitud sacral y secular. Se puede argumentar que dependiendo del grado de dedicación e inherencia en la religión correspondiente y del acontecimiento se realiza una gradación. Un festival a base de motivos religiosos, por ejemplo, puede atraer a muchas personas —que no sólo se definen religiosas— como un evento turístico bien planeado. La característica determinante para la gradación y clasificación es la integración religiosa (grado de participación) durante un viaje lo que resulta en patrones de conducta diferentes de los viajeros o consumidores. Por consiguiente el turismo con motivos religiosos se puede enmarcar entre los dos extremos, porque reúne elementos religiosos pero también turísticos y económicos.

Figura 1
TURISMO Y PEREGRINAJE: PUNTOS OPUESTOS DE UN «CONTINUUM DE VIAJE»



Fuente: Smith 1992.

Todos estos progresos se integran en las tendencias actuales del crecimiento del número de viajeros, la diversificación de los destinos turísticos, la búsqueda de nuevos productos únicos, el cambio de la motivación y la demanda y nuevas tendencias del turismo cultural. La nueva orientación hacia una coexistencia o relación mejorada entre peregrinación, turismo religioso y turismo cultural también se manifiesta en las declaraciones y conceptos de procedimiento del Consejo de Europa, la UNESCO (p. ej. Declaración como Itinerario Cultural Europeo y Patrimonio Cultural), la OMT y otros gremios y organizaciones. En resumen, están de acuerdo en que los viajes de peregrinación favorecen el mutuo entendimiento y el diálogo entre las religiones, naciones y pueblos y que podrían contribuir a la consolidación del proceso de paz (véase ICOMOS 2005a, OMT 2007 etc.). Además,

«this kind of tourism stands for respect of local beliefs and traditions, as well as care for the environment. Spiritual pilgrimages encourage understanding and dialogues between different churches, faith communities and religions, different nations and civilizations, and may promote peace and bridge building. All human beings are connected at the same spiritual level. Religious Tourism has the potential to create understanding and tolerance: ‘through the wisdom of knowledge’.» (ICORET 2006).

4.2. Itinerarios culturales como producto turístico

Estas relaciones se integran en el concepto de rutas temáticas. Hoy en día, existen rutas que imponen un atractivo turístico para permitir a los viajeros disfrutar de varios elementos como cultura, historia, naturaleza, aventuras y espiritualidad. Pueden incluir distintos temas que abarcan tanto religiosidad («Camino de Santiago») como rutas históricas (p.ej. «Las rutas de los vikingos», «El itinerario Mozart»), gastronómicas (p. ej. «Deutsche Weinstraße») o con motivos geográficos («Deutsche Alpenstraße»). Se puede observar que las ventajas de los itinerarios culturales son múltiples. Existe la posibilidad de promocionar un turismo sostenible y responsable, de canalizar los flujos turísticos y de contribuir a la conservación de los monumentos. Al mismo tiempo el desarrollo de una ruta temática normalmente no necesita un presupuesto muy elevado ni grandes inversiones. Junto a la protección del patrimonio cultural y natural, las rutas contribuyen al aumento de los ingresos, al desarrollo de las infraestructuras y por consiguiente al aumento de la calidad de vida en las regiones por las cuales pasan.

Entre las rutas turísticas destacan los ejemplos con base en la dimensión cultural: los «Itinerarios Culturales». Son rutas temáticas que la Unión Europea —a través del Consejo de Europa y del Instituto Europeo de Itinerarios Culturales— reconoce como asunto significativo (cf. Resolution CM/Res (2007)12 on the cultural routes of the Council of Europe³). Según la importancia, las rutas están clasificadas como «Cultural Route of the Council of Europe» o como «Major Cultural Route of the Council of Europe». El ejem-

³ Council of Europe 2007: Resolution CM/Res (2007)12 On the Cultural Routes of the Council of Europe. Adopted by the Committee of Ministers on 10 October 2007 at the 1006th meeting of the Minister's Deputies.

plo más conocido es el Camino de Santiago que fue declarado como como primera ruta «Itinerario Cultural» en 1987.

La singularidad de los itinerarios culturales deriva del hecho de que no son simples caminos que unen varios lugares de interés. Las rutas están formadas por un conjunto de elementos que contribuyen a una comunicación intercultural por procesos activos y dinámicos. Se subraya con este concepto una visión diversa, amplia, completa y precisa de la historia por lo que un camino o una ruta pueden obtener el título de «Itinerario cultural» sólo bajo criterios fijos y determinados. Para poner de relieve la diferencia con otras rutas temáticas el *International Council on Monuments and Sites (ICOMOS)* y en este marco el gremio subordinado *International Committee on Cultural Routes (CIIC)* establecieron en 2003 el concepto de «Itinerario Cultural» y propusieron la siguiente definición:

«Any route of communication, be it land, water, or some other type, which is physically delimited and is also characterized by having its own specific dynamic and historic functionality to serve a specific and well-determined purpose, which must fulfill the following conditions:

- a) It must arise from and reflect interactive movements of people as well as multi-dimensional, continuous, and reciprocal exchanges of goods, ideas, knowledge and values between peoples, countries, regions or continents over significant periods of time;*
- b) It must have thereby promoted a cross-fertilization of the affected cultures in space and time, as reflected both in their tangible and intangible heritage;*
- c) It must have integrated into a dynamic system the historic relations and cultural properties associated with its existence. (ICOMOS 2008)*

¿Pero cuáles son los objetivos que persigue el Consejo de Europa con este programa? «El Consejo de Europa en Straßburgo quería mostrar que Europa no sólo es un «*Milchsee*» (lago de leche) y un «*Butterberg*» (montaña de mantequilla)⁴ sino que el Viejo Continente dispone de una historia común palpable sobre todo por el uso turístico que se hace de este pasado cultural» (Thill 2007). El programa de los itinerarios culturales está basado en una aproximación étnica y política y en los asuntos y el patrimonio culturales. Está integrado en la protección y la distribución de los valores básicos europeos, los derechos humanos, la democracia, la identidad cultural, el diálogo y el intercambio. «The cultural routes are a concrete application of the trans-boarder cooperation and dialogue between cultures and religions. They overcome distances, borders and incomprehension. The cultural routes are a place of tolerance, mutual acquaintance and solidarity.» (ICORET 2006)

Con el Programa de Itinerarios Culturales el Consejo de Europa persigue tres objetivos principales:

4 Nota del autor: con estas expresiones Thill se refiere a la Política Agraria Común (P.A.C.) de la Comunidad Europea. El mantenimiento de diferenciales entre costos y precios para muchos alimentos animales y vegetales, tuvo en términos generales, tal éxito que dio lugar a un enorme problema de excedentes y de conservación de stocks.

- I. hacer visible, más valiosa y más viva en la vida cotidiana la identidad cultural común de los ciudadanos europeos
- II. conservar y revalorizar el patrimonio cultural europeo
- III. ofrecer nuevas posibilidades de turismo cultural a los ciudadanos de Europa, mejorar su calidad de vida y promover el desarrollo social, económico y cultural

Según las observaciones del Consejo de Europa, los Itinerarios Culturales Europeos deberían ser más que asuntos locales en su valoración y dimensión cultural. Cuenta sobre todo el fondo histórico y no los criterios paisajísticos. La unidad cultural de Europa debe manifestarse con la conexión de áreas con significado histórico y el patrimonio cultural común de Europa. La prioridad del Consejo de Europa es reforzar el vínculo que une la comunidad y el patrimonio y hacer que este último funcione como recurso para el desarrollo sostenible. En adelante se constata que «los Itinerarios Culturales se utilizan para potenciar valores como la tolerancia y la solidaridad, para evitar el desempleo, la exclusión, el racismo y los nacionalismos. La conciencia de identidades culturales se apoya en la cooperación transfronteriza, la interdisciplinariedad y la dimensión europea del programa.» (Europahaus Görlitz 2006: 170). Según Tondre (2007), el programa ilustra perfectamente un compromiso colectivo más profundo con el patrimonio cultural ya que ha sido pensado «como un proyecto transfronterizo entre organizaciones de la sociedad civil y colectivos locales teniendo como objetivo la comprensión, la reconciliación y la construcción de una identidad europea».

También la UNESCO presta atención a las rutas temáticas bajo la promoción del diálogo intercultural. Una posibilidad de apreciar la excepcional importancia de un itinerario cultural como herencia común de la humanidad lo ofrece la declaración de «Patrimonio Cultural de la Humanidad», como se hizo con el Camino de Santiago en 1993.

Para realizar una delimitación del concepto de paisaje cultural, los itinerarios culturales se integraron en el año 2005 como nueva categoría autónoma de los lugares que son Patrimonio de la Humanidad en las «World Heritage Operational Guidelines» (véase UNESCO 2008).

«The concept of heritage routes is shown to be a rich and fertile one, offering a privileged framework in which mutual understanding, a plural approach to history and a culture of peace can all operate. A heritage route is composed of tangible elements of which the cultural significance comes from exchanges and a multi-dimensional dialogue across countries or regions, and that illustrate the interaction of movement, along the route, in space and time (UNESCO 2008: 90).»

En resumen, se puede decir que se está trabajando para establecer una relación dinámica entre los valores religiosos y el patrimonio cultural que permita preservar y unir los intereses de la población local y la comunidad religiosa. Lo importante es mantener la autenticidad y las características principales de los lugares religiosos y de las rutas culturales. Además, hay que impulsar la distribución de información sobre el patrimonio cultural

y las tradiciones antiguas para transmitir a los visitantes los valores y la espiritualidad de la sociedad receptora.

5. APLICACIONES EN EL CAMINO DE SANTIAGO

Hoy en día, el Camino de Santiago está presente en las políticas locales, regionales y también a nivel comunitario en los ámbitos de desarrollo regional como: cultura, patrimonio, economía, empleo, medio ambiente y turismo. En cuanto al desarrollo regional queda patente la necesidad de fomentar la diversificación de las actividades económicas, de crear nuevos puestos de trabajo y de mejorar la calidad de vida en las zonas rurales por las que discurre y que cuentan con importantes carencias estructurales. El desarrollo de estos nuevos destinos y formas turísticas se puede iniciar mediante las políticas estructurales y los fondos estatales y comunitarios.

No existen fondos directa y exclusivamente dedicados al turismo rural **en la política europea** pero éste es un tema muy presente en las intervenciones estructurales y muchos programas están específicamente dedicados al desarrollo de infraestructuras y proyectos turísticos. Entre los programas para el desarrollo rural que aplicaban medidas de desarrollo endógeno hasta el final del periodo de programación 2000-2006 (p.ej. Leader, Proder, Fondos de Cohesión, etc.), había varios programas que, entre otros objetivos, sirvieron para mejorar las instalaciones, infraestructuras y servicios en zonas rurales y gran parte de ellos hacían referencia a la ruta jacobea. Cabe destacar los proyectos extensos «Vía Láctea», financiado por el programa Interreg III B Sudoeste europeo (SUDOE) durante el período 2000-2006, y COESIMA («Cooperación Europea de Sitios de Mayor Acogida Turística»), que plantea la gestión de los siete principales destinos religiosos de Europa: Altoetting (Alemania), Czestochowa (Polonia), Fátima (Portugal), Loreto (Italia), Lourdes (Francia), Patmos (Grecia), así como Santiago de Compostela y que fue financiado por el Interreg III C. Estos programas intentaron integrar características importantes como: sostenibilidad, diversificación de la oferta, refuerzo de la imagen del lugar como destino turístico, colaboración público-privada e integración de espacios turísticos complementarios.

Los objetivos que se perseguían: la apuesta turística por la potenciación de los recursos asociados al Camino de Santiago y la articulación de los servicios y oferta turística en torno al mismo. Aparte de los efectos en la economía local, se esperaba una contribución a la preservación de la cultura y las costumbres en los municipios a lo largo del Camino así como la promoción de un mutuo entendimiento y la comunicación intercultural.

Queda todavía la cuestión de la valoración de los impactos que genera el Camino en las localidades por las que transcurre. Gracias a un análisis de la evolución demográfica en los municipios gallegos de la ruta jacobea, Santos (2006: 143) llegó a la conclusión de que: *«el impacto directo del camino de Santiago ha sido menor del que cabría esperar. [...] han ido apareciendo pequeños negocios, como bares, restaurantes o algún tipo de hospedaje, que se nutren del gasto turístico y que generan una nueva dinámica económica. Pero esta circunstancia no ha sido lo suficientemente significativa como para transformar las tendencias generales de los municipios afectados.»*

Problemático es también que todavía no existen herramientas apropiadas para medir los impactos económicos y sociales. Precedo et. al (2007) por ejemplo examina el impacto en

Galicia conforme a tres factores: la dinamización geográfica, el avance de las economías locales hacia el sector terciario y el desarrollo del turismo rural. Los autores constatan que estos indicadores son insuficientes para hacer una declaración respecto a los efectos económicos ya que, al menos, hace falta un análisis de las relaciones causales.

Para aproximarse habría que hacer un análisis a micro escala, tal como se planea para esta tesis, mencionado en el caso de Castilla y León. Resumiendo los primeros resultados pueden sumarse a la opinión de Santos (2006). Se nota que se han beneficiado algunos bares y restaurantes a pie de camino y que ha habido una mejora en la infraestructura que tal vez no se hubiera producido en la misma dimensión. La notoriedad es, sin duda, un aspecto que debe aprovecharse. Pero, en general, no se nota un impacto especialmente fuerte en la economía local o en el desarrollo regional. Pero, ¿qué oportunidades tienen los proyectos de revitalización entonces?

6. EL PROYECTO DE REVITALIZACIÓN DE UNA PARTE DEL CAMINO DE SANTIAGO

Esta relación entre peregrinaje, espiritualidad, turismo y desarrollo regional es también el ámbito de un proyecto universitario en Brandeburgo (Alemania).⁵ Mientras por ejemplo en Castilla y León el Camino de Santiago sigue una tradición antigua y amplia en el tiempo, con una red establecida, Brandeburgo todavía está en los albores de la integración en la red europea. Pero esto no significa que esa región no disponga de tradiciones de peregrinación. A pesar de la influencia del protestantismo y de los años vividos bajo el régimen comunista, la tradición peregrina puede remontarse hasta la Edad Media. Hoy en día, el interés por el peregrinaje jacobeo está de nuevo en auge. El proyecto «Caminos de Santiago al este y al oeste del Oder», que tiene como objetivo la reconstrucción de las antiguas rutas de peregrinos en el este de Brandeburgo (Alemania) y en el oeste de Lubuskie (Polonia) utilizando fuentes históricas, puede ser un ejemplo para este nuevo enfoque de desarrollo regional.

Antes de explicar las relaciones, hace falta realizar una breve presentación del estado federado de Brandeburgo y de su situación actual.

6.1. Estado Federado de Brandeburgo

En el nordeste de Alemania se encuentra el Estado federado de Brandeburgo, uno de los más vastos y menos poblados del país. Con una superficie de 29.477 km², Brandeburgo es el quinto Estado federado más grande de Alemania.

Limita al norte con el estado federado de Mecklemburgo-Pomerania Occidental; al este con el río Oder, que forma parte de la frontera con Polonia; al sur con el estado federado de Sajonia y al oeste con Sajonia-Anhalt. En el centro de Brandeburgo está ubicado Berlín, que no pertenece a Brandeburgo, sino que constituye otro estado federado. Desde 1993 Brandeburgo está subdividido en catorce comarcas: Barnim, Dahme-Spreewald, Elbe-

5 Este ejemplo es parte de un análisis detallado en la tesis de doctorado.

Elster, Havelland, Märkisch-Oderland, Oberhavel, Oberspreewald-Lausitz, Oder-Spree, Ostprignitz-Ruppin, Potsdam-Mittelmark, Prignitz, Spree-Neiße, Teltow-Fläming, Uckermark y cuatro ciudades independientes: Brandenburg an der Havel, Cottbus, Frankfurt (Oder) y Potsdam.

En 2007 la cifra de habitantes alcanzó 2.5 millones (de una población total de 82,2 millones en Alemania) y su densidad de población se sitúa en los 86 habitantes por kilómetro cuadrado. Después de Mecklemburgo-Pomerania Occidental (73 (hab/km²) es el valor más bajo de los dieciséis estados federados de Alemania que muestran un promedio común de 231 habitantes/km² (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008a: 579). Aparte de lo anteriormente dicho hay que diferenciar entre el área metropolitana de Berlín y la periferia. En las regiones periféricas, que componen cerca de las cuatro quintas partes de la superficie, sólo vive un 28% de la población. En estas zonas la densidad demográfica baja hasta un promedio de 40 habitantes por km² (Prignitz) mientras que, en las zonas próximas a Berlín, la cifra aumenta hasta los 205 habitantes/km² (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008b: 7).

Se trata de una región que, según la OCDE en el marco de censo al nivel de NUTS-3 (que toma en cuenta la densidad de población de una región), se enmarca en la categoría de región rural porque tiene un valor inferior a 150 habitantes por km². Eso afecta sobre todo a las comarcas: Ostprignitz-Ruppin, Uckermark, Elbe-Elster, Oberspreewald-Lausitz, Spree-Neiße y también Dahme-Spreewald.

Además, Brandeburgo tiene un gran número de deficiencias estructurales por lo que ha sido declarada Región de Objetivo n°1 y ha recibido ayudas de diversos fondos europeos en el marco de la política regional y la política agraria común desde 1993. También después de la última reforma de la política agrícola común (PAC) de la Unión Europea Brandeburgo sigue siendo una región que percibe ayudas financieras para contribuir a un desarrollo rural. **Durante el nuevo período de programación 2007-2013 existen dos regiones subvencionables:** Brandenburg-Nordost (incluyendo las comarcas Barnim, Märkisch-Oderland, Oberhavel, Oder-Spree, Ostprignitz-Ruppin, Prignitz, Uckermark y la ciudad independiente Frankfurt/Oder) y Brandenburg-Südwest (incluyendo las comarcas Dahme-Spreewald, Elbe-Elster, Havelland, Oberspreewald-Lausitz, Potsdam-Mittelmark, Spree-Neiße, Teltow-Fläming y las ciudades independientes Brandenburg a.d.H., Cottbus, Potsdam). Mientras Brandenburg-Nordost recibe subvenciones por el objetivo de convergencia, a causa de un *Producto Interior Bruto* (PIB) inferior al 75 % de la media comunitaria; Brandenburg-Südwest, con un PIB ligeramente por encima del umbral, está categorizada como Phasing-out-Region debido al efecto estadístico de la UE ampliada (Comisión Europea 2006).

La economía de Brandeburgo se encontraba en los últimos años en una fase de crecimiento. Sobre todo los sectores de la industria (automotora, maderera, química, ingeniería industrial, técnica aeronáutica e industria metalo-mecánica) notaron un aumento de la venta aunque a pesar de los valores crecientes el PIB sigue siendo inferior a la media de la república federal. La tasa de desempleo descendió en los últimos años y se situó en 2007 en un valor del 16,5% de la población económicamente activa, lo que representó el valor más bajo desde 1996. El promedio de Alemania en ese año fue del 18,7% (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008a: 601).

Como en todos los Estados federados de Alemania Oriental, también en Brandeburgo hubo cambios sociales y económicos dramáticos después de 1989. Como Sternberg (1995: 35f.) explica, el sector agrario siempre fue de gran importancia en Brandeburgo. Hasta hoy, casi la mitad del área económica está dedicada al uso agrario. En el año de la caída del muro había un 15% de trabajadores en la agricultura. En unas comarcas, por ejemplo en Seelow und Brandenburg (comarca), el porcentaje alcanzaba el 40%. Después de la reunificación alemana la agricultura tenía que estar adaptada a las nuevas condiciones. Ello provocó que de los 180.000 trabajadores del sector agrario que había en 1989 quedaron sólo 40.000 tres años después, lo que supuso una reducción del 67%. Especialmente problemática era la situación en las regiones Pritzwalk, Kyritz, Prenzlau, Angermünde, Seelow, Eisenhüttenstadt (comarca), Beeskow, Luckau, Belzig und Brandenburg (comarca), donde, junto a la pérdida de puestos de trabajo en el sector primario también hubo una disminución en el número de empleados en el sector industrial (Sternberg 1995: 36f.). No fue posible recuperar con el sector terciario los puestos de trabajo que se perdieron en el primer y segundo sector.

Las consecuencias del cambio estructural llegan hasta el presente. Este proceso que se inició con la reunificación alemana, continuó durante los años siguientes y continúa presente hoy. El estado federado registró una disminución constante de empleados. A los problemas económicos hubo que añadir los sociales: el envejecimiento de la población a causa de la migración de aquellos que aún estaban en edad de trabajar y el descenso en la tasa de natalidad causaron una importante despoblación en las zonas periféricas. Además del cambio demográfico, la zona tiene una precaria infraestructura, mano de obra poco cualificada y conexiones insuficientes con Berlín, lo que afecta sobre todo a las zonas rurales del norte de Brandeburgo y provoca graves disparidades regionales así como un desequilibrio entre la aglomeración urbana de Berlín y las regiones periféricas de Brandeburgo. Hasta ahora, la reconstrucción económica y la política regional convencional no han logrado muchos éxitos. Con la ayuda de programas nacionales y de las políticas de fomento regional de la Unión Europea se espera contrarrestar estos problemas para lograr una mejora económica y social en Brandeburgo.

6.2. El desarrollo turístico en Brandeburgo

Hasta ahora, Brandeburgo no forma parte de los destinos turísticos tradicionales de Alemania. No obstante dispone de un espacio natural extenso y un destacado patrimonio cultural de forma que existe potencial suficiente para un desarrollo turístico. Con más de 3.087 lagos, 700 kilómetros cuadrados de áreas hidrológicas y 33.000 kilómetros de corrientes fluviales es el estado federado con más reservas de agua. Dispone además de 240 reservas naturales, un Parque Nacional, tres Reservas de la Biosfera y once parques naturales lo que suponen cerca de un tercio del área que ocupa Brandeburgo.

Después del cambio de sistema político, Brandeburgo —igual que las otras regiones de la ex-RDA— tuvo que reestructurar su sector turístico. Entre los problemas que se contabilizaban al inicio de la década de los 90 figuraban: la disminución de la demanda, la falta de aclaración sobre propiedades, la baja normativa de calidad, la escasez de infraestructuras y el escaso potencial de innovación (Sanftenberg 1998: 53). Un análisis del

desarrollo de mercado muestra que, después de una fase de crecimiento fuerte (1992 hasta 2001), durante la cual hubo un crecimiento del turismo del 158 %, alcanzando los 3,1 millones y un avance del 138 % (8,8 millones) en el número de pernoctaciones, el turismo se reveló como un factor económico importante en Brandeburgo (TMB: 2007: 4f.). En los últimos siete años este sector ha experimentado una fase de consolidación durante la cual se ha intentado mejorar la posición en el mercado nacional con diversas estrategias. En 2007 se recibieron en Brandeburgo un total de 3,63 millones de turistas, lo que supuso un avance del 4,6% en relación con el año anterior. El número de pernoctaciones registró un incremento del 4% y concentró un valor cercano a los 10 millones de pernoctaciones⁶ (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008c: 13).

A pesar de este desarrollo, el sector turístico sigue siendo de poca importancia a nivel nacional. Comparado con las pernoctaciones de turistas en toda Alemania (361,9 millones), Brandeburgo es una de las regiones con valores más bajos, situándose en el undécimo puesto. Una de las razones es la baja notoriedad con respecto a otros destinos turísticos. Sólo la ciudad de Potsdam (Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO) y el destino turístico del «Spreewald» son conocidos a nivel nacional.

Tabla 1
VOLUMEN DE DEMANDA, GASTOS Y CONVERSIÓN EN EL TURISMO DE
BRANDEBURGO EN 2004 (*)

Segmento de mercado	Pernoctaciones/ Alojamiento en mill.	Gasto diario por persona en EUR	Ventas brutas en mill. EUR	Porcentaje de ventas brutas
Turismo diario:	105,7	20,10	2.124	65,4
Excursiones de un día	91,6	20,24	1.854	57,1
Viajes de trabajo	14,1	19,10	270	8,3
Turismo con pernoctación:	29,4	38,30	1.126	34,6
Empresas comerciales	8,5	78,30	666	20,5
Visitas a familiares o conocidos	10,0	20,10	201	6,2
Alojamiento privado < 9 camas	2,4	41,20	99	3,0
Acampada fija	4,9	16,70	82	2,5
Camping turístico	2,1	19,70	41	1,3
Vivienda de ocio	1,5	25,20	37	1,1
Turismo total	135,1	24,05	3.250	100,0

* Los datos probados se refieren en cada caso a valores mínimos

Fuente: Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg 2006: 9.

6 En empresas turísticas, incluyendo los campamentos de turismo.

La media de pernoctaciones es bastante baja (2,7 días en 2005), lo que refleja la nueva tendencia de viajes de corta estancia. Al mismo tiempo, el 93% de los visitantes eran alemanes. El porcentaje de visitantes extranjeros, con un 7%, se queda por debajo del promedio federal (15%) (TMB 2007: 7). La ocupación media en alojamientos con más de ocho camas alcanzó en 2005 un 29,8%. Este valor es inferior al 32,8% registrado en otros estados federados de Alemania Oriental, siendo el promedio federal del 33,9%. Además, existe el problema de la estacionalidad con unos valores superiores en los meses de verano que durante el invierno. Problemático en este contexto son las condiciones climáticas y la falta de ofertas apropiadas para la temporada baja. A todo esto se suma el hecho de que las excursiones son el segmento más importante y con mayores valores de crecimiento. El mercado emisor de mayor importancia siempre es Berlín.

Los destinos preferidos en Brandeburgo son el Spreewald, el Fläming, el Ruppiner Land y el Oder-Spree-Seengebiet. Los valores más bajos en términos de llegadas de turistas y pernoctaciones se presentan en las regiones Elbe-Elster y Prignitz. También el Barnimer Land y el Dahme-Seengebiet están registrando una evolución positiva.

En lo que se refiere a la política de desarrollo turística hay que constatar que en Alemania no existe ningún Ministerio que se ocupe explícitamente de este sector. En Brandeburgo, el turismo forma parte de los asuntos del Ministerium für Wirtschaft (Consejería de Economía), no obstante, está reconocido como un factor importante para el desarrollo regional. Durante los últimos años ha sido subvencionado por varios programas de fomento nacionales y comunitarios.

6.3. ¿El Camino de Santiago en Brandeburgo?

El Camino nunca fue, ni tampoco lo es ahora, un fenómeno exclusivamente español sino una red de rutas europeas. El auge de la peregrinación en el norte y este del territorio, que hoy en día permanece en la República Federal de Alemania, se produjo durante el siglo XV. A causa de la Reforma Protestante estas cifras disminuyeron con mucha rapidez. Desde que Lutero publicó su «Crítica» y rechazó el complejo sistema sacramental de la Iglesia Católica medieval, incluyendo por ejemplo las peregrinaciones y la devoción a los santos, los peregrinajes apenas tuvieron lugar en la zona del Brandeburgo protestante. Pero se puede comprobar que los peregrinos en la Edad Media usaron las rutas comerciales y militares, también en la región de Brandeburgo, para llegar a su destino. Gracias a ello es posible reconstruir las rutas de los peregrinos con la ayuda de mapas históricos. Hoy en día muchos caminos y rutas comerciales antiguas han desaparecido por la reestructuración paisajística o se han convertido en carreteras nacionales muy frecuentadas. En estos casos es imposible seguir exactamente las rutas históricas, así que hay que buscar una vinculación de caminos históricos con trayectos transitables y atractivos para los peregrinos.

7. EL PROYECTO «CAMINOS DE SANTIAGO AL ESTE Y AL OESTE DEL ODER»

Durante el semestre del verano de 2005 se creó un grupo de trabajo de estudiantes y profesores en la cátedra de «Historia Medieval de Europa Central e Historia Cultural

Regional» de la facultad de Ciencias Culturales de la Universidad Europea Viadrina en Francfórt del Oder. El proyecto universitario «Caminos de Santiago al este y al oeste del Oder» participa en el desarrollo europeo e intenta, con la reactivación de las rutas jacobeanas en el este de Brandeburgo, contribuir a complementar la red de peregrinos en Alemania. El grupo quiere mostrar que la ciudad de Francfórt (Oder) y el territorio al este y al oeste del río Oder, llamado «Oderregion», juegan un papel en la red de los Caminos a Santiago, que llegan desde el Báltico hasta la península ibérica. El objetivo del proyecto ha sido redescubrir las antiguas rutas con el fin de reactivar el Camino en esta región como vía de peregrinación, vivencia y turismo.

Durante los últimos tres años se ha creado una síntesis entre el trabajo científico teórico y una aplicación práctica con la reconstrucción de la ruta bajo objetivos culturales y sociales pero también económicos de la región. Con la popularidad creciente de las rutas de peregrinación en el siglo XX no sólo se incrementó el número de personas que usan este camino por razones religiosas sino también por otros motivos: deportivos, espirituales o para la búsqueda personal de los límites físicos. Por otro lado, peregrinar también significa encontrarse con la historia, la cultura y la naturaleza en las regiones por donde se pasa. Estos temas pueden ser una base para crear una identidad y una conciencia para la región ya que se ha observado una falta de conciencia e identidad propia por parte de la población en distintos ámbitos: turístico, social, etc. Con la revitalización de los Caminos a Santiago se espera también una mejora en el sector turístico que tiene que enfrentarse con nuevas ideas para lograr un desarrollo. Además de estas innovaciones, le falta todavía un espíritu emprendedor y la adaptación a las normas de calidad. Las relaciones entre el sector privado y el sector público en Brandeburgo también presentan carencias graves. Con la ayuda del proyecto se espera estimular el diálogo entre las administraciones comarcales y municipales y el gobierno regional.

Parte del trazado se ha rescatado con la ayuda de material cartográfico histórico y, en los casos en que ha habido falta de éste, se ha completado el hueco con otros caminos existentes con referencia histórica y atractivo paisajístico y cultural. Con los resultados de la investigación científica se ha establecido el Camino. Para intensificar el uso activo de la ruta todavía es necesario construir una infraestructura adecuada y lanzar una campaña de marketing eficiente aunque ya se han dado los primeros pasos para la integración del Brandeburgo oriental en la red moderna de los Caminos de Santiago.

Junto al trabajo científico, tomando como base fuentes históricas, los estudiantes que participaron en el proyecto analizaron y catalogaron los monumentos, iglesias, museos, restaurantes y albergues a lo largo del Camino. El objetivo era transmitir a los peregrinos y otros viajeros (p. ej. turistas culturales) la belleza paisajística y las singularidades culturales e históricas del Brandeburgo Oriental. En un futuro cercano se espera tener las rutas señalizadas con la marca de la concha jacobea. Ésta, en la versión establecida por el Consejo Europeo, será la señal de los peregrinos y al mismo tiempo el indicador de la dirección.

El proyecto se enfrentó a lo largo del tiempo con problemas de diversa índole. Ahora, uno de los retos se centra en el ámbito social y es que, dado que hoy en día sólo una muy pequeña parte de la población se considera religiosa, este proyecto tiene que superar unos obstáculos que resultan de este hecho. No obstante respecto a la aceptación la iglesia evan-

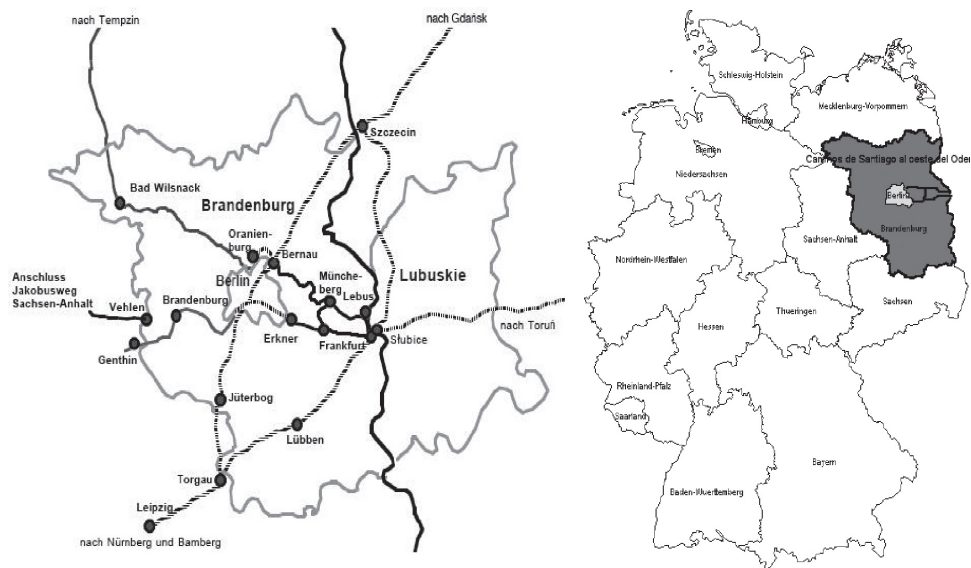
gética, afortunadamente, se muestra muy cooperativa sobre todo la Evangelische Kirche Berlin-Brandenburg-schlesische Oberlausitz (EKBO).

7.1. La ruta

Según las investigaciones terminadas hasta este momento la ruta del *Camino de Santiago al oeste del Oder* (Brandeburgo) recorre una distancia de 200 kilómetros de camino peatonal y pasa por 28 localidades. El punto de partida se encuentra en Francfórt del Oder. La ciudad ha sido durante mucho tiempo un sitio importante para el comercio en el noreste de Europa central, principalmente por el hecho de tener el derecho ferial y de disponer de un puente que cruza el río Oder.

El Camino continua por las comarcas de Märkisch-Oderland y Oder-Spree y se extiende hasta las afueras de Berlín donde se bifurca en dos rutas principales: la ruta meridional, que lleva de Fráncfort del Oder a Erkner a través de Fürstenwalde (Spree), y la ruta septentrional, que lleva de Fráncfort del Oder a Bernau por Müncheberg y Strausberg. Un tramo de conexión entre Fürstenwalde y Müncheberg une ambas rutas.

ESBOZO DEL ITINERARIO DE LAS RUTAS DEL „CAMINO DE SANTIAGO AL OESTE DEL ODER



Fuente: elaboración propia.

Los Itinerarios de la ruta del Camino de Santiago al oeste del Oder

Itinerario principal - ruta meridional:

Frankfurt (Oder) — Fürstenwalde (Spree), ca. 35 km

Localidades: Pagram, Pillgram, Jacobsdorf (Mark), Briesen, Berkenbrück

Strecke Fürstenwalde (Spree) — Erkner, ca. 30 km

Localidades: Hangelsberg, Mönchwinkel, Störitz, Fangschleuse, Erkner

Ramal de conexión entre los dos itinerarios principales:

Fürstenwalde (Spree) — Müncheberg, ca. 22 km

Localidades: Trebus, Jänickendorf, Schönfelde, Eggersdorf, Müncheberg

Itinerario principal — ruta septentrional:

Frankfurt (Oder) — Müncheberg, ca. 45 km

Localidades: Booßen, Sieversdorf, Madlitzer Mühle, Falkenhagen, Arensdorf, Hasenfelde, Tempelberg, Müncheberg

Müncheberg — Strausberg, ca. 25 km

Localidades: Hoppegarten, Werder, Garzau, Garzin, Hohenstein, Klosterdorf, Strausberg

Strausberg — Bernau, ca. 35 km

Localidades: Wesendahl, Werneuchen, Börnicke, Bernau

Los itinerarios transcurren por regiones poco pobladas. El tramo septentrional pasa sobre todo por paisajes rurales, donde predominan las actividades agropecuarias, mientras que la ruta meridional pasa en gran parte por zonas forestales, como el tramo entre Fürstenwalde y Erkner.

Todavía queda por desarrollar una red de albergues aunque hasta el momento ya se ha entrado en contacto con varios propietarios de establecimientos turísticos e instituciones eclesíásticas que están dispuestos a hospedar a peregrinos. Aunque los albergues turísticos piden una remuneración superior a los precios de los albergues de peregrinos españoles, están dispuestos a adaptarse a las necesidades de los peregrinos.

Aparte de los itinerarios al oeste del Oder, hace poco se presentó la nueva ruta al este del Oder donde estudiantes polacos investigaron posibles caminos para tener una conexión entre Francfórt del Oder y Poznán, por donde pasa el *Camino de Santiago Gniezno-Zgorzelec/Görlitz-Praga*⁷, que transcurre por tres países. La idea de la revitalización de los Caminos en Polonia es bastante nueva, en el año 2005 se inauguró el primer tramo de la ruta trinacional. Se trata del «*Niederschlesischer Jakobsweg*» o «*Dolnośląska Droga św. Jakuba*» (*Camino de Santiago de Baja Silesia*) que lleva desde Głogów, pasando por Jakubów, Polkowice, Bolesławiec y Lubań hasta Görlitz. Un año más tarde se añadió a esta

7 Para más información véase <http://www.zittauer-jakobsweg.de>

red el tramo «*Großpolnischer Jakobsweg*» («*Droga Wielkopolska*») que conecta Gniezno, Poznań, Leszno, Wschowa y Głogów. El último tramo «*Zittauer Jakobsweg*», que conecta Görlitz con Praga, se entregó en la primavera de 2008.

El tramo «*Lebuser Jakobsweg*» o «*Lubuska Droga św. Jakuba*», que fue investigado por el proyecto universitario de la Viadrina e inaugurado en Julio de 2008, empieza en Murowana Goślina. Conduce hacia el oeste pasando por los municipios de Oborniki, Wronki y Międzychód y se orienta en parte en el sendero europeo E-11. Los siguientes municipios son Sulęcín, Ośno Lubuskie, Rzepin y Słubice, donde termina esta ruta. Cruzando el puente se puede continuar hacia Santiago de Compostela por el Camino del este de Brandeburgo. La ruta polaca recorre una distancia de casi 180 kilómetros.

Actualmente se está trabajando en otro proyecto cuyo fin es la búsqueda de un tramo hacia el sur pasando por Müllrose y Beeskow y que debería establecer, cerca de Leipzig, el vínculo con la Vía Regia y con los Caminos de Alemania del sur. En este momento se está desarrollando la investigación y se espera que se presente en el verano de 2009.

7.2. Proyectos asociados a las rutas

Gracias al trabajo realizado en los años 2006 y 2007 se pudo concretar la primera ruta al oeste del río Oder y despertar el interés de varias instituciones. La inauguración de un tramo de la red de los Caminos de Santiago en Brandeburgo tuvo lugar el 4 de julio de 2007 con un acto oficial en el Ayuntamiento de Fráncfort del Oder. Ese mismo día también se presentó al público el primer panel informativo sobre el Camino de Santiago.

Dentro de los actos inaugurales se incluyó un peregrinaje por las dos rutas, desde Fráncfort del Oder a Berlín. El evento duró cuatro días y participaron peregrinos de Alemania y Polonia. Se hicieron varios altos en el camino en los que se celebraron pequeñas fiestas locales, picnics temáticos y visitas guiadas por los municipios por los que se discurrió. Este evento fue co-financiado por el programa de iniciativa comunitaria INTERREG III A —cooperación transfronteriza—, a través del fondo para pequeños proyectos (Small Project Funds), y por la euro-región Pro-Europa Viadrina.

Al mismo tiempo fue inaugurada una exposición itinerante que acompañó al proyecto. La exposición «El Camino comienza en tu casa —en el Camino de Santiago en Brandeburgo» fue financiada por el gobierno de Brandeburgo a través de un programa de fomento para proyectos sociales y culturales. El objetivo de la exposición era dar a conocer el Camino consolidado en la región mediante la descripción de distintas etapas. Además se mostraban los recursos históricos y naturales y las singularidades de la región lo que supuso una invitación, tanto para los visitantes como para los habitantes de Berlín o Brandeburgo, para conocer mejor la parte oriental de Alemania.

El 25 de octubre de 2007 tuvo lugar un taller en Fürstenwalde (Spree) en el que se reunieron representantes polacos y alemanes de varias instituciones. En este marco discutieron por primera vez técnicos, estudiantes, responsables del sector turístico y hotelero, políticos, representantes de las iglesias y de instituciones culturales, peregrinos y excursionistas. Los temas principales fueron: ¿cómo se puede desarrollar la instalación e inauguración de rutas principales por el Brandeburgo oriental con la ayuda de representantes de

Berlín, Leipzig y Polonia?, ¿qué medidas hay que tomar para consolidar la ruta como ruta de camino moderno? y ¿qué potencial turístico, económico y espiritual tiene la región?

A principios del año 2008 fue publicado un libro sobre el Camino al oeste del Oder con la descripción completa de las dos rutas, los itinerarios e información turística⁸.

En conclusión, se ha creado un proyecto en Brandeburgo que partió con la idea de revitalizar un tramo del Camino de Santiago con el fin de apoyar un desarrollo turístico en una zona rural de escasos recursos. Tomando el potencial turístico en cuenta —que refiere sobre todo a una abundancia de recursos naturales— la idea y el proyecto encaja en las tendencias actuales. Evaluar el efecto económico verdadero no es posible en este momento. Pero se espera que con este proyecto, que vive sobre todo de las ideas e iniciativas de jóvenes estudiantes, pueda contribuir a crear sinergias, difundir ideas y hacer más conocido y valorado esta región.

8. BIBLIOGRAFÍA

- AMBRÓSIO, V. (2007): «Sacred Pilgrimage and Tourism as Secular Pilgrimage», *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals. An International Perspective*, Wallingford, pp. 78-88.
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2008a): «Statistisches Jahrbuch 2008», Brandenburg, Potsdam.
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2008b): «Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg 2007», *Statistischer Bericht, AI4 – AV2j /07*, Potsdam.
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2008c): «Gäste und Übernachtungen im Fremdenverkehr im Land Brandenburg», *Dezember 2007, Statistischer Bericht GIV 1 - m12/07*, Potsdam.
- ANDRÉS SARASA, J.L. y ESPEJO MARÍN, C. (2006): «La interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad de Caravaca de la Cruz (Murcia)», *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 7-61.
- CÁNOVAS VALIENTE, G. (2006): Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo», *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 63-76.
- COMISIÓN EUROPEA (2006): *Regionen und Städte im Zeichen von Wachstum und Beschäftigung: Die Verordnungen zur Kohäsion- und Regionalpolitik für 2007-2013 im Überblick*, Info regio-Mitteilungsblatt, Luxemburg.
- EUROPAHAUS GÖRLITZ (2006): «Aus dem Kulturstraßenprogramm des Europarates Straßburg», *Via Regia kontrovers - Dialog der Horizonte. Internationaler Workshop 2006 in der Europastadt Görlitz-Zgorzelec*. Görlitz, pp. 170-171.
- GRIFFIN, K (2007): «The Globalization of Pilgrimage Tourism? Some Thoughts from Ireland», «*Religious Tourism and Pilgrimage Festivals. An International Perspective*», Wallingford, pp. 15-34.

8 Kolbitz /Murzik 2008: Auf dem Jakobsweg durch Brandenburg. Von der Oder bis nach Berlin, Berlin.

- GIL DE ARRIBA, C. (2006). «Turismo religioso y el valor de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del Monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria)», *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 77-102.
- HEINTEL, M. (2001): „Mainstream-Regionalentwicklung«, „Landnutzung und Landentwicklung 42«, n° 5, Berlin, pp. 193–200.
- ICOMOS, International Council on Monuments and Sites (2008): «The Icomos Charter on Cultural Routes», ratified by the 16th General Assembly of ICOMOS, Québec (Canada), on 4 October 2008, http://www.international.icomos.org/quebec2008/charters/cultural_routes/pdf/GA16_Charter_Cultural_Routes_20081004_FR+EN.pdf (04.03.2009).
- ICORET, 1st International Conference on Religious Tourism (2006): «Conclusions & Recommendations» Nicosia, Cyprus, 19-21. Oktober 2006, página: icoret.metacanvas.com/EN/conference/conclusions_recommendations_draft.html (15.03.2009).
- KÜHN, C. (2007): „Pilgern und Tourismus«, Referat zum Workshop der Evangelischen Erwachsenenbildung Thüringen, página: www.oekumenischerpilgerweg.de/download/schriften/Pilgern_und_Tourismus.pdf (02.03.2009).
- OMT Organización Mundial de Turismo (1995): «Concepts, definitions and classifications for tourism statistics», Madrid.
- OMT Organización Mundial de Turismo (2007) «Conditions for a sustainable development and management of religious tourism destinations and sites», International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures, Córdoba 29-31 October 2007.
- PORCAL GONZALO, M.C. (2006): «Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio», *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 103-134.
- PRECEDO LEDO, A. (2004): *Nuevas realidades territoriales para el siglo XXI: desarrollo local, identidad territorial y ciudad difusa*, Madrid, Editorial Síntesis.
- PRECEDO LEDO, A. et. al. (2007): «El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago», *Estudios Geográficos*, Vol. LXVIII, n° 262, pp. 205-234.
- SANTOS SOLLA, X. (1999): „Mitos y realidades del Xacobeo«, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n° 27, pp. 103-117.
- SANTOS SOLLA, X. (2003): «Religious tourism contributions towards a clarification of concepts», Fernandes et. al. (Ed.): «Religious Tourism and Pilgrimage», *Atlas Special Interst Group*, Fátima, pp. 27-42.
- SANTOS SOLLA, X. (2006): «El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela», *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 135-150.
- SMITH, V.L. (1992) «Introduction. The quest in guest», *Annals of Tourism Research*, vol 19 (1), pp. 1-17.
- STERNBERG, M. (1995): „Raumordnungspolitik in Berlin-Brandenburg. Ansätze der Landesplanung 1989-1994«. Berlin.
- SANFTENBERG, R. (1998): „Sanfter Tourismus auf sandigem Boden«, Deutscher Entwicklungsdienst (Ed.): DED-Brief, n° 1/1998, pp. 53-55.
- THILL, U. (2007): „Das Gedächtnis der Kulturrouten. Eine reichhaltige Dokumentation zu 24 europäischen Kulturwegen«, Luxemburger Wort vom Samstag, 2. Juni 2007; página: www.wort.lu/pdf/Bibliotheken/Kulturwege.pdf (11.09.2008).

- TMB, Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2007): „Strategische Marketingplanung 2008-2012». Potsdam.
- TONDRE, F. (2007): *El Patrimonio Cultural y los Itinerarios Culturales del Consejo de Europa: Nuevas orientaciones. Caminos hacia la diversidad, puentes entre las comunidades: el patrimonio cultural en las sociedades plurales*, página: <http://www.redjuderias.org/red/upload/boletin/pdf/BO-08-281.pdf> (09.03.2009)
- UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (2008): *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris.
- VUKONIĆ, B. (1996): *Tourism and Religion*, Oxford.

