



# Máster universitario en Ciencias de las religiones

**Itinerario Historia de las religiones**

Trabajo Fin de Máster

## **Peregrinación del siglo XXI. Visión contemporánea del Camino de Santiago.**

Carlos de la Fuente Matías

Tutora: Greycy Pérez Amores

Curso 2023/24

Convocatoria junio 2024

## RESUMEN

El presente trabajo pretende analizar las características actuales del fenómeno de peregrinación a través del Camino de Santiago, resaltando la configuración adoptada gracias a las aportaciones de las nuevas tecnologías digitales. Para ello se estudiarán las singularidades generales del fenómeno, así como el contexto histórico en el que surge y se desarrolla el Camino de Santiago. La observación detallada de los datos de peregrinación en el siglo XXI y su examen estadístico permite aproximar el conocimiento a la realidad de la peregrinación contemporánea. Por otra parte, la descripción general de los factores que afectan al fenómeno, profundizando en el impacto turístico y tecnológico, dirige esta investigación hacia la comprensión actual del mismo. El repaso detenido a los distintos servicios, innovaciones y herramientas digitales para la difusión y comunicación, favorecerá la visión contemporánea de la peregrinación a Santiago de Compostela, gracias a la interpretación conjunta de los datos extraídos del trabajo de campo.

**Palabras clave:** peregrinación, Camino de Santiago, nuevas tecnologías digitales, promoción turística.

## ABSTRACT

The present work aims to analyze the current characteristics of the phenomenon of pilgrimage through the St James Way, highlighting the configuration adopted thanks to the contributions of new digital technologies. For this purpose, the general singularities of the phenomenon will be studied, as well as the historical context in which the Way of St. James arises and develops. The detailed observation of pilgrimage data in the 21st century and its statistical examination allows us to approach the knowledge of the reality of contemporary pilgrimage. On the other hand, the general description of the factors affecting the phenomenon, delving into the tourist and technological impact, leads this research towards its current understanding. The detailed review of the different services, innovations and digital tools for dissemination and communication will favor the contemporary vision of the pilgrimage to Santiago de Compostela, thanks to the joint interpretation of the data extracted from the field work.

**Key words:** pilgrimage, St James Way, new digital technologies, tourism promotion.



## Agradecimientos

Quisiera aprovechar esta oportunidad para agradecer la dedicación y ayuda de todo el profesorado del máster, por ofrecer una nueva visión con la que afrontar la realidad y por abrir una puerta para seguir profundizando en el estudio de los fenómenos religiosos. Expresar mi gratitud a todas las peregrinas y peregrinos que generosamente dedicaron su tiempo para compartir su percepción y experiencia. Finalmente, quiero agradecer la labor de mi tutora, Greycy Pérez Amores, por la inspiración y motivación brindada, así como el compromiso, apoyo y confianza para la realización y culminación del presente trabajo.

## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.....</b>	<b>8</b>
<b>ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>PREGUNTAS E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>18</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO I: LA PEREGRINACIÓN Y EL CAMINO DE SANTIAGO: ORIGEN Y EVOLUCIÓN.....</b>	<b>25</b>
1.1. El fenómeno de la peregrinación.....	25
1.2. Camino de Santiago: contexto histórico.....	28
<b>CAPÍTULO II: ESTADÍSTICAS DEL CAMINO DE SANTIAGO SIGLO XXI.....</b>	<b>34</b>
2.1. Estadísticas generales. Introducción, afluencia anual y nacionalidad.....	34
2.2. Estadísticas peregrinación por motivación.....	42
2.3. Estadísticas peregrinación por género.....	47
<b>CAPÍTULO III: FACTORES ACTUALES EN LA PEREGRINACIÓN.....</b>	<b>63</b>
3.1. Descripción general, influencia en la peregrinación.....	63
3.2. Impacto turístico en el Camino de Santiago.....	65
3.3. Impacto de las nuevas tecnologías en el Camino de Santiago.....	67
3.3.1. Servicios e innovaciones digitales para la peregrinación.....	69
3.3.2. Difusión de experiencias y comunicación del Camino de Santiago en medios digitales.....	75
<b>CAPÍTULO IV: TRABAJO DE CAMPO. ENCUESTA DIGITAL PEREGRINACIÓN.....</b>	<b>79</b>
4.1. Introducción, consideraciones globales y datos de control.....	79

4.2. Resultados y estadísticas del uso de las nuevas tecnologías digitales.....	84
4.3. Resultados y estadísticas de la influencia de las nuevas tecnologías digitales.....	88
4.4. Consideraciones finales del trabajo de campo.....	92
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>94</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>97</b>
<b>LISTADO DE RECURSOS, INNOVACIONES Y MEDIOS DE DIFUSIÓN DIGITALES PARA LA PEREGRINACIÓN.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>106</b>
I. Encuesta uso medios digitales en la peregrinación a Santiago.....	106
II. Punto de vista sobre la influencia de las tecnologías digitales en la experiencia de peregrinación facilitado por los participantes del trabajo de campo.....	119

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Número de Peregrinaciones Anuales, Porcentajes Nacionalidad Española y Foránea, Porcentajes Variación Peregrinación Total respecto Año Anterior y Acumulado desde 2003.....	35
<b>Tabla 2.</b> Motivo Peregrinación en términos Absoluto y Porcentual por Años.....	43
<b>Tabla 3.</b> Porcentajes de Peregrinación por Género Anual.....	49
<b>Tabla 4.</b> Peregrinación Femenina Absoluta y por Tramos de Edad Anual. Variación Porcentual respecto al Año Anterior.....	51
<b>Tabla 5.</b> Variación Porcentual Anual por Tramos de Edad de Peregrinaciones Femeninas.....	54
<b>Tabla 6.</b> Peregrinación Masculina Absoluta y por Tramos de Edad Anual. Variación Porcentual respecto al Año Anterior.....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Número de Peregrinaciones Absolutas Anuales.....	39
<b>Figura 2.</b> Variación Porcentual de Peregrinaciones respecto al Año Anterior.....	40
<b>Figura 3.</b> Variación Porcentual de Peregrinaciones desde 2023.....	41
<b>Figura 4.</b> Porcentajes de Peregrinos/as con Origen Nacional y Foráneos Anuales.....	42
<b>Figura 5.</b> Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación Religiosa Anuales.....	45
<b>Figura 6.</b> Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación Religiosa y Otros Anuales.....	46
<b>Figura 7.</b> Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación No Religiosa Anuales.....	47
<b>Figura 8.</b> Porcentajes de Peregrinaciones de Género Femenino y Masculino Anuales....	50
<b>Figura 9.</b> Evolución Absoluta de la Peregrinación Femenina Anual.....	53
<b>Figura 10.</b> Variación Porcentual de Peregrinas por Tramos de Edad desde 2003 hasta 2019.....	56
<b>Figura 11.</b> Variación Porcentual de Peregrinas por Tramos de Edad desde 2020 hasta 2023.....	57
<b>Figura 12.</b> Evolución Absoluta de la Peregrinación Masculina Anual.....	60
<b>Figura 13.</b> Comparativa de la Variación Porcentual Anual de Peregrinaciones del Género Femenino frente al Masculino.....	62
<b>Figura 14.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital por Género.....	80
<b>Figura 15.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital por Rango de Edad....	81
<b>Figura 16.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Lugar de Procedencia.....	82
<b>Figura 17.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según la Ruta de Peregrinación.....	82

<b>Figura 18.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Número de Jornadas de Peregrinación.....	83
<b>Figura 19.</b> Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Número de Peregrinaciones Realizadas.....	84
<b>Figura 20.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Uso de las Tecnologías Digitales.....	85
<b>Figura 21.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Uso de Medios de Comunicación y Difusión Digitales.....	86
<b>Figura 22.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Momento de Uso de Medios de Comunicación y Difusión Digitales.....	87
<b>Figura 23.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Contribución de la Tecnología en el Camino de Santiago.....	88
<b>Figura 24.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Influencia de las Nuevas Tecnologías Digitales en la Autenticidad del Camino de Santiago.....	90
<b>Figura 25.</b> Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Influencia de la Tecnología Digital en la Conexión con la Espiritualidad/Religiosidad del Camino de Santiago.....	91

## INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

Recorrer el Camino de Santiago se ha convertido en un referente cultural cuyo impulso contemporáneo por parte de distintas administraciones ha trascendido los límites de transmisión que en sus inicios marcaron la configuración de esta peregrinación. El auge experimentado en las últimas décadas sugiere una concepción de resurgimiento del mismo en un contexto social, tecnológico y económico cuyas características han favorecido un grado de difusión difícil de superar en esta sociedad de la información enmarcada en un mundo globalizado.

Las singularidades inherentes a los cambios sociales, económicos y tecnológicos acaecidos desde finales del siglo XX han determinado las distintas actividades humanas influenciadas por una metamorfosis vertiginosa derivada de dichos cambios. El campo religioso de las peregrinaciones se ha visto igualmente afectado por la transformación exponencial de la realidad contemporánea, favoreciendo un nuevo modelo de expresión religiosa cuya percepción y vivencia por parte de peregrinas y peregrinos ha configurado nuevas y variadas vías de concepción del fenómeno, desplazando la hegemonía religiosa cristiano católica en la historia del Camino de Santiago (Egan, 2010; Fernández Poncela, 2009; Osses Valle, 2020). La importancia histórica, espiritual y cultural de este fenómeno se encuentra íntimamente ligada al devenir del Camino de Santiago desde sus orígenes. De esta manera, la devoción expresada a lo largo de los distintos recorridos, el espacio de encuentro personal y cultural que ha representado el Camino y la búsqueda de significado por parte de peregrinos y peregrinas han experimentado una adaptación al contexto actual fuertemente marcado por una diversidad de expectativas, motivaciones y experiencias personales que reflejan la complejidad que rodea al impulso contemporáneo de dicha peregrinación. Bajo la premisa de diversidad de impresiones y motivaciones religiosas, espirituales, deportivas, culturales o turísticas, entre otras múltiples concepciones complementarias, no excluyentes, difícilmente cuantificables y raramente abarcables, se produce la evolución de este remoto fenómeno resurgido con fuerza en las últimas décadas del pasado siglo.

La fascinación y atracción ejercida por dicha peregrinación hacia amplios sectores sociales en un contexto global supone un reconocimiento de la influencia de la transformación social mencionada. De esta forma, los factores tecnológicos y turísticos modelan las vivencias y difusión de la experiencia de la peregrinación, motivando la concepción propia del fenómeno por parte los distintos sujetos (Balladares Burgos & Avilés

Salvador, 2020; Leira, Rego & Santos, 2010). En este sentido, las características de la evolución de dicha manifestación heterogénea en las últimas décadas justifican, en amplio modo, el planteamiento de este trabajo, que se adentra en la exploración y comprensión del fenómeno de peregrinación en el siglo XXI y la visión contemporánea del Camino de Santiago. El particular desarrollo de la historia contemporánea del Camino de Santiago (Lois González & López, 2012), es por tanto, un elemento suficientemente atractivo para explicar una revisión actual de las condiciones de realización de las peregrinaciones en el siglo XXI, siendo a la vez objeto directo de investigación en el marco de realización del presente trabajo. En este sentido, la historia más reciente del Camino de Santiago brinda una imagen del mismo que supera los límites del camino físico, llegando a dibujar un espacio de intersección entre lo espiritual, lo cultural y lo humano, que refleja y se ve influenciado por los cambios sociales, religiosos y tecnológicos de nuestra época. Por lo tanto, el presente trabajo encuentra la justificación de su realización en la fascinante urgencia de desentrañar los múltiples significados y dimensiones de la peregrinación a través del Camino de Santiago en el contexto actual y según las diferentes visiones de la clientela del mismo, así como comprender la manera en que estas experiencias diversas se fusionan y entrelazan con las visiones contemporáneas de la espiritualidad, la identidad, el sentido de pertenencia y distintas preferencias de naturaleza personal.

Sin embargo, esta variedad de enfoques a la hora de concebir el fenómeno refleja inevitablemente la dificultad de determinar esta diversidad de percepciones de manera completa y real. De igual modo, la diversidad de impresiones personales sobre la autenticidad en la peregrinación en relación a los nuevos modelos de peregrinación, asociados a los cambios producidos con la llegada del nuevo siglo, destapa la imposibilidad de abarcar el conjunto de perspectivas subjetivas hacia el fenómeno del Camino de Santiago.

Bajo el conjunto de consideraciones anteriores, la justificación de la presente investigación se concreta en varios planos. En primer lugar, el resurgimiento mencionado de la peregrinación en el Camino de Santiago de las últimas décadas reclama una necesidad acuciante de profundizar el estudio y comprensión de este fenómeno en su contexto actual. Esta profundización debe recoger la comprensión de motivaciones y experiencias contemporáneas de peregrinos y peregrinas, sin olvidar diversos aspectos históricos, espirituales y religiosos. De tal forma, se puede ofrecer un análisis integral y actualizado de la peregrinación en el Camino de Santiago para el siglo XXI.

En segundo lugar, la peregrinación en el Camino de Santiago viene siendo objeto de interés por parte de distintos agentes en la sociedad, desde peregrinos y peregrinas, hasta distintas administraciones públicas, organizaciones religiosas, asociaciones de amigos del Camino, medios de comunicación, investigadores y académicos, así como diferentes individuos y entidades privadas relacionadas con los servicios ofrecidos en torno a la peregrinación. Este interés ha generado una diversidad de visiones que recogen el significado y la relevancia del Camino de Santiago en el mundo contemporáneo. Al abordar estas visiones, la presente investigación busca contribuir al diálogo general sobre la peregrinación, la espiritualidad y la identidad en la sociedad actual.

Finalmente, este trabajo encuentra justificación por su naturaleza aplicada. La peregrinación a Santiago constituye más que un destino de peregrinación, siendo también un motor económico, turístico y cultural para las regiones que atraviesa. La comprensión de motivaciones y expectativas de los peregrinos y peregrinas contemporáneos ofrece una vía de análisis de la reactivación contemporánea del Camino de Santiago y su permanente adaptación en los últimos años. No obstante, la naturaleza aplicada del presente trabajo se manifiesta en el análisis de la influencia y uso de las nuevas tecnologías digitales en torno a la peregrinación, favoreciendo en este sentido la comprensión de las nuevas vías de exploración y difusión de ideas, comunicación personal, y oferta de servicios digitales en el contexto de la realización del Camino de Santiago.

La justificación desarrollada del presente trabajo de fin de máster configura en gran medida el objeto principal de dicha investigación, siendo el núcleo principal del mismo el poder identificar los cambios acaecidos en la evolución del fenómeno de las peregrinaciones en relación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas de las últimas décadas, aproximando dicha evolución al caso concreto del Camino de Santiago.

A partir de este objeto principal de estudio, se pueden articular una serie de objetivos periféricos asociados cuyo planteamiento conjunto persigue determinar una respuesta al objeto global del presente trabajo fin de máster. Los principales objetivos asociados al objeto principal de estudio son los siguientes:

- Recoger las principales características tradicionales de la peregrinación a Santiago de Compostela desde principios del siglo IX hasta la actualidad.

- Considerar la trayectoria general de la peregrinación a través del Camino de Santiago desde el resurgimiento del mismo a finales del siglo XX hasta la actualidad.
- Analizar las condiciones actuales de peregrinación a través de los datos facilitados por la Oficina de acogida al peregrino.
- Evaluar el influjo turístico general en las localidades del Camino considerando de manera general su impacto en la peregrinación.
- Definir la influencia de los recursos y medios digitales actuales en las vivencias de la peregrinación, observando la difusión del Camino en medios digitales, valorando los servicios digitales en torno a la peregrinación y revisando distintas innovaciones y otras contribuciones de las tecnologías digitales.

Al abordar el alcance de estos objetivos, la presente investigación aspira a ofrecer una visión global y profunda de la peregrinación en el Camino de Santiago en el siglo XXI, enriqueciendo a su vez el entendimiento de este fenómeno antiguo en permanente adaptación a las necesidades y cambios del contexto actual.

Finalmente, el resultado de investigación alcanzado a través de la lectura de las estadísticas ofrecidas por la Oficina de acogida al peregrino y recogido en la Tabla 3 del apartado 2.3. Estadísticas por género sobre al alza en la tendencia del porcentaje de peregrinaciones de género femenino durante los últimos veinte años, ofrece la sugestiva posibilidad de orientar tanto el objeto principal de dicha investigación como los objetivos periféricos descritos a la búsqueda de explicaciones tanto para el influjo turístico como el impacto o influencia de los recursos y medios digitales actuales en el empoderamiento y auge de las peregrinaciones femeninas.

## ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

El presente estudio sobre la peregrinación del siglo XXI se enmarca en un contexto multidisciplinar que recoge diversos aspectos antropológicos, espirituales, turísticos y tecnológicos. Este marco teórico proporciona una base conceptual sólida para la comprensión de los distintos objetivos fijados en la presente investigación. En consecuencia, el establecimiento de este marco teórico pasa por la revisión histórica y contextual de ciertos elementos estrechamente relacionados con los objetivos fijados. La visión general de dichos elementos permite situar la investigación proporcionando a su vez una visión evolutiva del objeto de estudio destacando las teorías más relevantes. Unido a esta revisión, es destacable la necesidad de un análisis crítico y actual de los antecedentes históricos descritos para los elementos de la investigación. La visión detallada del campo de estudio conforma el estado de la cuestión de la presente investigación cuyo análisis constituye tanto el punto de partida para el desarrollo del presente trabajo como una vía de justificación alternativa que motiva la temática de este trabajo de investigación.

Los inicios de distintos estudios en torno al fenómeno de peregrinación por parte de autores como Eliade (1974), quien desarrolla la dialéctica de las hierofanías y las implicaciones del desplazamiento en relación a lo sagrado, o Durkheim (1993), el cual anota diferentes consideraciones entre los fenómenos religiosos y los espacios considerados sagrados, constituyen importantes ejemplos que sirven como base de futuros estudios sociológicos sobre las peregrinaciones religiosas.

El recorrido por dichos estudios, enfocados en la peregrinación a Santiago, encuentra un nexo común en resaltar la magnitud de la repercusión social que representa este fenómeno donde según Leira, Rego y Santos (2010) “parece claro que, al margen de las creencias religiosas o junto a ellas, existe una ruta recorrida durante muchos siglos por una gran cantidad de viajeros que se encaminaban a Compostela” (p. 43).

Estas consideraciones implican una serie de efectos en el arte, en la economía, en la política, en el urbanismo, entre otros sectores, que originan una serie de tesis explicativas del fenómeno definidas por Álvarez Sousa (1999) en los siguientes términos:

- Tesis ontológico-existencialista: Surge de creencias que provocaron el tránsito de miles de personas. Sobre esta base, los peregrinos siempre están expuestos a experiencias similares e inmutables.

- Tesis historiográfica: La peregrinación a Santiago es un conjunto de datos acumulativos. Esto incluye analizar la continuidad que se produce entre diferentes eventos.
- Tesis del desencadenamiento: Depende principalmente de acciones individuales. Se desarrollan una serie de acontecimientos que tienen por protagonistas a varios personajes aislados.
- Tesis de la instrumentalización por los poderes religiosos: Surge de una cierta necesidad de la Iglesia por introducir su poder en la sociedad. Bajo este propósito se inventarían las bases del culto jacobeo, y de esta manera la iglesia influiría en las estructuras de poder, favoreciendo una nueva cosmogonía relacionada con los postulados y sus beneficios.
- Tesis de la instrumentalización de la religión por los poderes políticos: En principio, la religión se utilizaría para lograr objetivos sociales y políticos vinculados a los ideales de la Reconquista. Por tanto, la peregrinación fue ideada como un elemento unificador de los esfuerzos políticos y sociales de los poderes civiles.

A estas tesis explicativas del fenómeno de la peregrinación en términos generales, aproximadas al contexto de la peregrinación a Compostela, se suma la propuesta por Leira, Rego y Santos (2010) acerca del enfoque de dicho fenómeno desde una perspectiva genético-estructuralista. Por tanto, la peregrinación aparece íntimamente vinculada con la estructuración de una sociedad, dando cuenta del proceso de construcción social del fenómeno de la peregrinación y de la vía de adaptación progresiva del mismo. Esta adaptación irá variando en función de la forma de practicar la peregrinación, la modificación en la estructura de la sociedad y las entidades encargadas de su promoción. Finalmente, las condiciones sociales de existencia modelan el proceso de adaptación de la peregrinación en el contexto social ofreciendo, junto a los factores anteriores, una explicación dinámica estructuralista del fenómeno.

El proceso de permanente reconstrucción de significados en torno a la peregrinación no puede considerarse, como introduce Álvarez Sousa (1999), una función exclusiva de la peregrinación a Santiago. Estas peregrinaciones tuvieron diversas funciones a lo largo de la historia y en ningún momento fueron exclusivamente religiosas. Sí que hubo un predominio de la función religiosa en ciertos momentos, si bien este predominio deviene de otras

funciones culturales. De tal modo, el modelo presentado por Álvarez Sousa (1999) no considera las peregrinaciones al margen de la actividad turística, con lo que por más que la motivación principal sea religiosa, el componente turístico lo atraviesa. Paralelamente, la función económica cobra especial importancia en una actualidad donde, según el mismo autor, es necesario una dialéctica entre los actores involucrados para que se mantengan las diversas funciones del Camino, evitando el riesgo del predominio de una función. Este predominio constituye un desequilibrio y amenaza para el Camino de Santiago existiendo el riesgo de quebrantar la perduración del mismo.

Bajo la consideración anterior y como requisito para profundizar en el estudio de la peregrinación a Santiago de Compostela ha sido necesario desarrollar el factor religioso que envuelve el contexto en el que se origina y se desenvuelve históricamente el Camino de Santiago. Para ello, se hace imprescindible revisar el marco teórico actual en torno al concepto de religión junto las distintas consideraciones alrededor de su significado. Finalmente se debe apuntar las aportaciones de la sociología y la antropología en el contexto del estudio de lo religioso así como otras observaciones acerca de los dificultades derivadas del religiocentrismo (Cantón, 2009; Cornejo, 2016; Díez de Velasco, 2002; Durkheim, 1993).

La expresión de la función espiritual de la peregrinación sostenida por la dicotomía entre religión y espiritualidad incorpora nuevos elementos que reflejan la interesante naturaleza de un fenómeno de carácter diverso cuya aplicación debe negociarse de manera prudente con la metodología de esta investigación, y especialmente con la propia experiencia de campo. Algunos de los elementos que introduce el binomio religión y espiritualidad favorecen una nueva motivación para la peregrinación donde se pone el acento en el carácter individualista centrado en la persona, integrando la ideología del bienestar y asimilando el impacto mutuo sobre la sociedad del conocimiento a través de distintos medios, entre los que destacan los digitales. En este sentido, Frigerio (2016) destaca la existencia de una creciente tendencia, señalada por distintos estudios tanto en Europa como en Estados Unidos, por parte de diversos individuos de definirse como espirituales ya sea en encuentro con la religiosidad o en contraposición a ella. Distintas teorías iniciadas por Carozzi (1999) desarrollan una visión del fenómeno de la espiritualidad que destaca las advertencias sobre los riesgos que entraña una vía donde la autonomía forma parte del vocabulario de motivos aprendido dentro de un circuito alternativo y que integra el sesgo individualista o autonómico. El hecho de que la sociología deje de lado estas prácticas al considerar que permanecen al margen de la identificación colectiva además de su carácter individualista provoca que se pase de la

búsqueda objetiva en el conocimiento de esta nueva espiritualidad a la más profunda subjetividad en su comprensión. Dicha vía comprende una contrapostura a los ejemplos mostrados por Frigerio (2016), donde el repaso a la visión de diversos autores revela una concepción de esta espiritualidad como un conjunto de nuevas expresiones de lo religioso, pero que se mostrarían más livianas y menos deseables. Así, algunos planteamientos como los ofrecidos por Bruce (2006) sobre esta espiritualidad de la Nueva Era lo consideran un fenómeno frágil y con un impacto social trivial que va en línea con otros planteamientos descalificadores de la misma presentados por autores como Carrette y King (2005), quienes alertan de “la mercantilización de la religión como espiritualidad” (p. 15). Estas consideraciones se resuelven con las conclusiones de Frigerio (2016) quien destaca las críticas de una individualidad exagerada de prácticas y creencias a través del uso del término de espiritualidad, favoreciendo una enfatización excesiva del alcance de la autoridad individual sobre las explicaciones. La aplicación de estas consideraciones al presente fenómeno de peregrinación favorece un proceso de construcción permanente identitario en el transcurso de la peregrinación a Compostela íntimamente relacionado con el debilitamiento de la hegemonía de la religión tradicional católica y que permite un giro actual poniendo el énfasis en el aspecto individualista de estas prácticas y experiencias sin perder el equilibrio con la aportación teórica y conceptual que proporciona las disciplinas de la sociología y antropología para la propia validación de la experiencia religiosa. Por tanto, el planteamiento propuesto permite “ver el vasto terreno intermedio: las redes sociales, los grupos lábiles y los numerosos contextos de interacción social -episódicos, irregulares, transitorios pero de todas maneras relevantes- en que los individuos aprenden a reconocer y desarrollar su “espiritualidad”” (Frigerio, 2016, pp. 226-227).

La concepción de una diversidad de motivaciones en la peregrinación a través del considerado binomio religión espiritualidad comprende una importante línea de investigación que sobrepasa los tradicionales modelos, expectativas e intereses de los peregrinos y peregrinas en la actualidad. Estudios como el de Frey (1998) han analizado esta diversidad de motivaciones en el peregrinaje, que van desde la búsqueda de una experiencia espiritual profunda hasta razones más seculares, como el deseo de aventura, el interés cultural y el bienestar físico. Esta realidad de motivaciones con múltiples perspectivas revela la complejidad de las peregrinaciones modernas y su evolución en un contexto atravesado por distintos factores no tradicionales.

La función turística del Camino de Santiago adquiere una progresiva relevancia como oferta alternativa a destinos tradicionales. En este sentido, el análisis de dicha función ha sido desarrollado por autores como Sanz Blas, Buzova y Pérez Pérez (2021), quienes sostienen la capacidad del turismo para contribuir a las condiciones de vida de la población local en el ámbito económico, medioambiental y sociocultural. De igual manera, plantean la posibilidad de que su desarrollo afecte negativamente a la calidad y estilos de vida de las comunidades en las que se implementa. La sostenibilidad de un destino turístico, entendida como el respaldo a la buena calidad de vida del residente, se encuentra íntimamente ligada al factor de masificación turística. Según los autores, este factor de masificación se halla estrechamente vinculado al deterioro del estilo de vida y del bienestar social de los residentes, así como un deterioro de la experiencia de los visitantes. Esto implica una mala gestión del flujo turístico con la consiguiente degradación del entorno turístico. Por otro lado, los autores señalan reacciones positivas al factor de masificación turística, donde la popularidad del destino fomenta las relaciones culturales y el enriquecimiento social a través de la interacción con los turistas. Finalmente, la actitud hacia el turista se ve condicionada por la tipología del turista, siendo los turistas que buscan tranquilidad y descanso, y los que encuentran en el destino una motivación cultural, los que influyen más positivamente en la actitud de los residentes.

El conjunto de las funciones que conforman el proceso de significación de la peregrinación a Santiago encuentra en el uso de la tecnología digital, en los distintos servicios que ofrece internet y en el uso particular de las redes sociales un elemento que atraviesa y transforma dichas funciones en el contexto general de la peregrinación. La aproximación a las generaciones digitales y su percepción sobre lo sagrado realizada por Balladares Burgos y Avilés Salvador (2020), favorece un acercamiento a investigaciones sobre la religión y la cultura digital. La existencia de una resignificación de la vivencia de lo sagrado en el ámbito digital revela la necesidad de analizar e interpretar el hecho religioso que surge en los entornos virtuales y las redes sociales. La reflexión sobre los nuevos sentidos y percepciones de las generaciones digitales en torno a las diferentes funciones asociadas a la peregrinación constituye un elemento fundamental de los objetivos fijados en este trabajo de investigación y encuentra en el análisis fenomenológico y hermenéutico realizado por Balladares Burgos y Avilés Salvador (2020) una aproximación de las percepciones de lo sagrado en las generaciones digitales mediadas por el uso tecnológico. En este sentido, la revisión de los rasgos de la sociedad actual hiperconectada junto con el análisis de la influencia de la tecnología digital en la comunicación interpersonal y en la expresión de la identidad realizado

por Serrano Puche (2013) proporciona una aproximación al marco teórico que permite a reconocer el impacto que tiene la tecnología digital en la comunicación interpersonal; así como presentar los rasgos singulares de la interacción social y la expresión de la identidad personal a través del uso de las tecnologías digitales. Cabe destacar la existencia de estudios recientes, como el de Amaro, Duarte y Henriques (2016), dirigidos a examinar cómo las redes sociales y las aplicaciones móviles han transformado la manera en que los viajeros planifican, documentan y comparten sus experiencias turísticas. Estos trabajos sugieren que la tecnología ha ampliado el alcance de las experiencias en los viajes y ha creado nuevas formas de comunidad y conexión entre los individuos que entran en contacto en distintos segmentos entre los viajeros, consideraciones aplicables a los peregrinos y peregrinas en el Camino de Santiago.

Estas nociones desarrolladas sobre el estudio de las peregrinaciones constituyen la base sociológica y antropológica sobre la que se desarrollará la investigación del presente trabajo fin de máster. De este modo, los distintos factores expuestos, así como las características apuntadas en los párrafos anteriores, representan la base teórica sobre la que se sustentan los distintos elementos fijados en el cuerpo del trabajo, con los que se persigue alcanzar los objetivos fijados en la introducción del mismo y que pretende ofrecer una respuesta a las hipótesis y cuestiones de investigación que finalmente guiarán las intenciones de trabajo. Finalmente, estos apuntes servirán, junto a otros recursos y referencias bibliográficas, a la presente investigación ofreciendo un poderoso elemento a dónde acudir para poder fijar las bases de estudio teórico relacionado con la misma.

## PREGUNTAS E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Los cambios sociales, tecnológicos y económicos experimentados en las últimas décadas han configurado una nueva concepción del campo religioso. Dicha transformación ha afectado distintos ámbitos de las manifestaciones religiosas como consecuencia de la irrupción de un nuevo paradigma apoyado en la rápida difusión de ideas a través de internet y de un inédito modelo turístico basado en la explotación de vías alternativas a las tradicionales opciones vacacionales y de ocio.

En este sentido, el uso del concepto campo religioso en el contexto de la peregrinación a Santiago de Compostela, adaptando dicho concepto acuñado por Pierre Bourdieu (1971) al contexto descrito, responde a una noción del mismo de manera que se extiende tanto a los agentes implicados en el fenómeno religiosos como a los espacios diversos en el que se integran la experiencia, desde los espacios físicos en los que tradicional y físicamente se desarrolla la peregrinación, tanto a un nivel general como zonas rurales, espacios naturales, áreas silvestres, pueblos y ciudades, distintas edificaciones y locales concretos ejemplificadas en edificios religiosos, albergues, hoteles, farmacias, bares o restaurantes, hasta distintos elementos iconográficos de distinta naturaleza repartidos a lo largo del camino. Esta noción de campo religioso adaptada en la presente investigación absorbe a su vez otros espacios virtuales en los que empieza, se desarrolla y continúa la propia experiencia religiosa, espiritual, deportiva, turística o lúdica. Estos espacios físicos y virtuales son transitados, cruzados y utilizados por los clientes de la experiencia de peregrinación, de manera que su concepción teórica dentro de la presente investigación es dotada de un gran dinamismo cuyo alcance es parte del presente objeto del estudio. A su vez, el carácter inclusivo de los planteamientos contemporáneos de planificación y promoción turística favorece una incorporación de la diversidad religiosa, espiritual, unida a otras opciones deportivas y turísticas, donde cada una de las opciones y agentes que lo componen están en permanente contacto y en un estado de permanente afectación mutua entre los distintos factores que componen el campo religioso en el contexto de la investigación de la peregrinación a Santiago de Compostela. Sobre esta configuración de campo religioso se puede destacar el atractivo turístico que representa el fenómeno de la peregrinación unido a las amplias posibilidades de difusión y alcance a través de medios digitales, cuyas características motivan el objeto directo de estudio en la presente investigación.

Bajo las consideraciones anteriores nace la pregunta de investigación acerca de cómo definir las características actuales en la peregrinación a Santiago de Compostela. Este interrogante permite resolver y negociar el objeto directo de estudio de este trabajo, teniendo en consideración las condiciones actuales, donde un marcado carácter dinámico, unido a una fuerte difusión de ideas y experiencias, determina el cambio progresivo y sustancial de la peregrinación del Camino de Santiago desde su resurgir a principios de la década de los años noventa del siglo anterior y durante las primeras décadas del siglo XXI.

La determinación de la primera pregunta de investigación, formulada acerca de cuáles son las características en el siglo XXI del Camino de Santiago, abarca aspectos tecnológicos tanto en la preparación de la peregrinación y en el desarrollo de la misma, como en la posterior difusión de experiencias a través de medios digitales. En consecuencia, la pregunta se fusiona con el interrogante acerca de cuál es el impacto de estas tecnologías digitales en la configuración de la peregrinación. Otra cuestión de investigación, íntimamente ligada al desarrollo actual del Camino de Santiago, se plantea en torno a cómo impacta la actividad turística en la peregrinación a Compostela.

De esta manera, la consideración de los cambios acaecidos en la experiencia de la peregrinación no solo tiene en cuenta estos factores digitales y turísticos en la búsqueda de respuestas a la primera pregunta de investigación formulada, sino que los impulsa a la primera línea del escenario de cambio y adaptación del fenómeno religioso al paradigma actual, apoyado en uso generalizado de las tecnologías digitales, una rápida difusión informativa y la búsqueda de modelos turísticos alternativos.

El propósito de buscar respuesta a dichos interrogantes, cuya formulación sustenta el planteamiento y desarrollo de la presente investigación, conlleva la necesidad de formular las siguientes hipótesis:

- Existe una reactivación del Camino de Santiago paralela a la promoción turística por parte de distintas administraciones públicas y apoyada en distintos medios de difusión contemporáneos. La utilización de estos medios se ha inclinado progresivamente hacia las distintas alternativas que ofrecen las tecnologías digitales en las dos últimas décadas. En este sentido, la promoción turística relacionada con esta reactivación en la peregrinación a Santiago de Compostela adquiere una doble dimensión. La primera de estas dimensiones guarda relación con una promoción directa de la peregrinación por parte de distintas organizaciones de carácter público tales como gobiernos

centrales y autonómicos, unidos a iniciativas de difusión patrocinadas por diputaciones provinciales y en menor medida por las propuestas particulares de corporaciones locales. La promoción directa se completa con las distintas acciones publicitarias de empresas privadas del sector turístico involucradas en las actividades y servicios en el entorno del Camino de Santiago. La segunda dimensión de esta promoción turística está ligada a la acción indirecta personal relacionada con la difusión del Camino de Santiago. Estas acciones adquieren una significación relevante gracias al alcance de los medios de difusión digitales utilizados en distintas vías y analizados en el presente trabajo de investigación.

- El impacto turístico relacionado con el aumento del número de peregrinaciones ha favorecido la transformación social y económica de las localidades de paso del Camino de Santiago, fomentando el desarrollo local junto con el establecimiento de nuevos servicios y negocios. Dicho impacto encuentra un reflejo en la proliferación de empresas de servicios variados relacionados con la actividad turística tanto en los espacios físicos de peregrinación como en espacios virtuales relacionados con la experiencia de peregrinación. Se destaca la estrecha relación entre los efectos del impacto turístico formulados en esta hipótesis de investigación con la posibilidad planteada anteriormente en la reactivación de la peregrinación.
- El auge del uso de las nuevas tecnologías digitales ha transformado el acceso a la información por parte de peregrinos y peregrinas facilitando la experiencia a través de distintos servicios, innovaciones y otras contribuciones. Esta oferta de servicios y plataformas de difusión digital de experiencias presenta una serie de mecanismos que favorecen la promoción de la peregrinación del Camino de Santiago afectando de este modo a las hipótesis de investigación anteriores. De este modo, la promoción turística encuentra en las herramientas digitales un abanico de posibilidades para favorecer el impulso progresivo del número de peregrinaciones en el Camino de Santiago.
- La triada de hipótesis de investigación anteriormente planteadas encuentra en las variables de reactivación o impulso del Camino de Santiago, la transformación socioeconómica debida al impacto turístico y a la oferta digital de servicios y aplicaciones, una fórmula común que actúa como explicación tentativa del fenómeno investigado. Dichas variables se afectan y entrelazan favoreciendo la conformación

objetiva actual de un fenómeno religioso sujeto a perpetuo cambio y a la miríada de percepciones del mismo ofrecidas por los agentes implicados.

## METODOLOGÍA

En torno a las hipótesis y cuestiones de investigación, que sostienen el planteamiento de trabajo desarrollado, se articula el cuerpo principal de la presente investigación. Con objeto de dar una respuesta actualizada, cercana y acertada a los planteamientos descritos, abordando el conjunto de los objetivos fijados para el desarrollo de la investigación, se formula el tratamiento de distintos capítulos, cuya propuesta conjunta constituye la estrategia metodológica definida para favorecer una respuesta efectiva a las cuestiones planteadas.

En este sentido, el uso de una metodología basada en el trabajo teórico de investigación a partir de la revisión de distintas fuentes bibliográficas permite dar respuesta a los objetivos abarcados en el desarrollo del Capítulo I. Esta revisión, realizada sobre libros, artículos y distintos tipos de publicaciones científicas principalmente, permite situar la realidad del fenómeno de peregrinación y aproximar el contexto histórico del Camino de Santiago al ámbito del presente trabajo. Esta recogida de datos acerca de las principales características de la peregrinación a Santiago de Compostela, así como de la consideración de la trayectoria general de la peregrinación a través del Camino de Santiago desde el resurgimiento del mismo hasta finales del siglo XX, constituye un método de investigación que aporta una base teórica sobre la que desarrollar los distintos capítulos posteriores. La consulta de las fuentes bibliográficas descritas ha sido realizada a través de distintas plataformas de bases de datos y portales bibliográficos online, gracias a los cuales se ha podido optimizar la consulta de la mayoría de las fuentes recogidas en el apartado de referencias bibliográficas.

La comprensión global del objeto de estudio en este presente trabajo se complementa con el desarrollo del estudio estadístico de los datos de peregrinación del siglo XXI en el Camino de Santiago descritos en el Capítulo II. La metodología implementada en dicho apartado se apoya en la revisión de datos y estadísticas de peregrinación ofrecidas en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.), cuyo tratamiento es responsabilidad de la entidad SAMU Catedral de Santiago de Compostela. El tratamiento de los datos destacados, junto con el cálculo de estadísticas y la realización de distintos gráficos son realizados con los

servicios de procesador de texto y hoja de cálculo ofrecido en la suite o workspace<sup>1</sup> de Google. El estudio diferenciado de las estadísticas generales frente a otros datos filtrados por motivación de la peregrinación y por género, compone una vía metodológica que propicia un análisis más certero de las condiciones actuales de peregrinación. Finalmente, el método desarrollado en este capítulo permite aproximar las tendencias contemporáneas de peregrinación a través de unos datos que ofrecen una visión cuantitativa del fenómeno, identificando patrones, y distintas variaciones a través de la información manifestada por peregrinos y peregrinas en su llegada a Santiago de Compostela desde el inicio de publicación de datos en el año 2003 hasta la actualidad.

La puesta en común de una doble vía metodológica en el desarrollo del Capítulo III del presente trabajo permite definir las características principales de la peregrinación contemporánea a Santiago de Compostela bajo el influjo de los principales factores descritos en los objetivos iniciales de investigación. Esta vía comprende una inicial revisión de distintos artículos y textos académicos, que permiten establecer un marco teórico para los factores actuales en la peregrinación, describiendo de manera cercana tanto el impacto turístico como el impacto de las nuevas tecnologías digitales en el Camino de Santiago. Con objeto de examinar la realidad de servicios e innovaciones digitales, junto con otras herramientas para la comunicación y difusión de experiencias online, se realiza una profunda revisión de la oferta actual del conjunto de herramientas digitales existentes con fines de apoyo y difusión del fenómeno de peregrinación. Esta exploración de la oferta digital se realiza estructurando la naturaleza de los servicios prestados, y concretando cada servicio digital con ejemplos de ofertas puntuales a través de diferentes aplicaciones móviles digitales o sitios web de organizaciones públicas y privadas. La recopilación de este listado de recursos, innovaciones y medios de difusión digitales para la peregrinación constituye una poderosa guía de recursos que posibilita, junto con el análisis de los mismos, un vía metodológica que permite ofrecer una respuesta a las hipótesis y cuestiones de investigación que suponen el punto de partida del presente trabajo.

Finalmente, la identificación completa y global de los cambios acaecidos en la evolución del fenómeno de la peregrinación a Santiago en relación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas de las últimas décadas, pasa por la realización de un

---

<sup>1</sup> La suite de Google (denominada workspace en la actualidad) es un conjunto de aplicaciones ofimáticas en la nube que buscan ayudar a mejorar la operativa de los usuarios. Entre ellas se encuentran distintas aplicaciones como el correo electrónico, calendario, chat, documentos, hojas de cálculo y presentaciones entre otros.

trabajo de campo iniciado el 23 de enero de 2024 y terminado el 1 de junio del mismo año. La imposibilidad de realización de una entrevista personal con los usuarios y usuarias del Camino de Santiago obliga a la utilización de distintos medios digitales para la difusión de una encuesta digital realizada con Google Forms<sup>2</sup> y recogida en el Anexo I del presente trabajo. La difusión de la encuesta se realiza en un círculo cerrado a peregrinos y peregrinas a través de su difusión con su enlace de dirección web o URL<sup>3</sup> junto con la emisión de un código QR<sup>4</sup> asociado a dicha URL. Esta encuesta es transmitida a través del foro del sitio web Gronze.es (s.f.), junto con la difusión telefónica y mensajería instantánea con distintas Asociaciones de amigos del Camino de Santiago. El tratamiento de los datos facilitados por los participantes en la encuesta, desarrollado en el capítulo IV del presente trabajo, favorece una comprensión más cercana, fiel y profunda del fenómeno de peregrinación actual gracias a las experiencias y percepciones extraídas de la metodología empírica del trabajo de campo. De este modo, el estudio desarrollado de los resultados arrojados por el cuestionario digital, y las estadísticas obtenidas con las herramientas digitales integradas en la suite de Google, permite completar una aproximación más ajustada del fenómeno de la peregrinación actual gracias a la visión de los distintos aspectos incluidos en el cuestionario por parte de los peregrinos y peregrinas encuestados.

Es destacable como la metodología general del presente trabajo se apoya en el uso de las nuevas tecnologías digitales de la información y la comunicación. Su uso se desarrolla bajo un planteamiento metodológico que intenta aprovechar las ventajas de su utilización sin comprometer la neutralidad de la investigación, evitando cualquier obstáculo hacia la pluralidad, la información sesgada y cualquier enfoque religiocéntrico. La estrecha relación del uso de estas tecnologías con la metodología empleada se refleja en las posibilidades de acceso a la información académica para el desarrollo teórico descrito anteriormente, así como la consulta de las estadísticas en el sitio web de la Oficina del peregrino y los distintos recursos digitales analizados en el capítulo III. Esta metodología se completa con el uso de las plataformas descritas para la difusión, realización y análisis del trabajo de campo a través de la encuesta digital. El uso de estos medios digitales constituye una fortaleza que amplía el rango de acción del trabajo de campo, si bien hay que destacar debilidades específicas de esta metodología como la inicial reticencia de los usuarios y usuarias del foro ante la inusual

---

<sup>2</sup> Aplicación para la creación de formularios incluida en la suite o workspace de Google.

<sup>3</sup> <https://forms.gle/hrbFeg3WU9zpNrQ3A>

<sup>4</sup> Un código QR “Quick Response”, es un código de respuesta rápida. Es la evolución del código de barras y permite, al ser escaneado, ver la información digital enlazada que contiene.

petición en el mismo para la realización de la encuesta. Otra debilidad de dicha encuesta digital es la formulación de la misma exclusivamente en castellano e inglés, no considerándose procedente formularlo en más idiomas, aun corriendo el riesgo de no alcance a peregrinos y peregrinas con desconocimiento de dichos idiomas.

Por otra parte, los beneficios del uso de estas tecnologías digitales como vía metodológica para el análisis de oferta de servicios y experiencias en torno a la realización del Camino, llevan asociada la necesaria aplicación del método crítico, de manera que se debe filtrar cualquier información analizando su orientación, los potenciales planteamientos sesgados de la experiencia y los probables intereses comerciales en este tipo de publicaciones. La eventual consulta y análisis de servicios, datos y estadísticas en torno al Camino de Santiago a través de los medios digitales conlleva, de este modo, la necesaria aplicación de un método crítico de una manera más específica y refinada, realizando una depuración para evitar la información sesgada o diversos intereses particulares escondidos detrás de la publicación de los distintos sitios web.

En conclusión, el uso de los recursos y herramientas digitales componen el núcleo de la vía metodológica donde se combina la revisión bibliográfica de distintos textos académicos, la exploración de distintas estadísticas y recursos ofrecidos en Internet, junto con el empleo de dichas tecnologías para la difusión y tratamiento de datos en el marco del trabajo de campo.

## CAPÍTULO I: LA PEREGRINACIÓN Y EL CAMINO DE SANTIAGO: ORIGEN Y EVOLUCIÓN.

### 1.1. El fenómeno de la peregrinación.

El estudio de la peregrinación como fenómeno religioso está, según Agis Villaverde (2008) “presente en todas las culturas y religiones desde los comienzos de la civilización humana. Es un fenómeno indisolublemente unido a la condición itinerante del hombre” (p. 303). El mismo autor destaca la defensa de una utilización en la literatura y filosofía de la metáfora de la peregrinación para nuestras vidas llenas de vicisitudes y momentos de cambio, resaltando la existencia de un férreo elemento antropológico en el proceso de peregrinación.

Se puede apreciar según Agis Villaverde (2008) como una buena parte de las expresiones religiosas van acompañadas del reconocimiento y práctica del fenómeno de peregrinación con un propósito de salvación y purificación desde tiempos antiguos. Se trataba de un tránsito cuyo propósito era visitar un lugar vinculado por la presencia de un dios, héroe o fuerza sagrada. Los esfuerzos personales por alcanzar el lugar sagrado ofrecían una redención a la persona frente a sus anteriores extravíos y ofrecían una fuerza renovadora para continuar su camino en la vida. El lugar sagrado y el esfuerzo realizado para llegar a él redimían al hombre de sus extravíos pasados y renovaban sus fuerzas para seguir adelante en la vida. Finalmente, destaca el autor, como la acción de peregrinar lleva implícito ciertos riesgos entre los que se encuentra encarar determinados peligros que acechan al peregrino que abandona la tranquilidad y sosiego de su hogar.

La comprensión del origen del fenómeno de las peregrinaciones pasa por analizar lo que significaron dichas manifestaciones en el contexto de su génesis y posterior desarrollo. En esta línea, Barrio Barrio (2005) describe el viaje de la peregrinación como “algo más que una acción meramente utilitaria... o placentera, al estilo de lo que hoy es para muchos el turismo. Era un medio de adquirir experiencia, conocimiento e incluso prestigio y, en la medida que peligroso, era también una aventura” (p. 10). De igual manera, la lectura del sentido etimológico de la palabra peregrinar en clave filosófica llevada a cabo por Agis Villaverde (2008) desvela un término que nos acerca al “pensamiento filosófico occidental, relacionado tanto con el hecho de viajar por tierra ignotas para ver, para tener experiencias,...,como con el hecho de construir un método o guía para avanzar con paso seguro en el camino del conocimiento” (p. 305). Esta lectura en clave filosófica permite

comprender el carácter ancestral de las peregrinaciones, así como sus concepciones religiosas, antropológicas e incluso filosóficas.

Paralelamente, Peñuela Uricoechea (2011) expone que “la peregrinación ha sido desde la más remota antigüedad una expresión de ofrenda de los creyentes, en la búsqueda de la divinidad y la redención” (p. 5). El mismo autor afirma que la peregrinación se convierte en una réplica del transcurso de la vida conduciendo a un destino desconocido y equivalente a la muerte, sin embargo, la peregrinación posee unos rasgos de iniciación.

La concepción más reciente del fenómeno de peregrinación considerada como el conjunto de elementos, naturales y contruídos, que componen el escenario legítimo de desarrollo del fenómeno, puede ordenarse en torno al aporte para la comprensión del paisaje religioso de Carballo (2010): “los elementos que configuran el espacio sagrado, como lugar de peregrinación, se organizan según una lógica y una valoración que responde a una articulación flexible entre lo sagrado institucional y lo sagrado como experiencia vívida” (p. 62).

La idea anterior enlaza con el concepto analizado por Frigerio (2016) sobre las consideraciones para la nueva espiritualidad. Superados los riesgos de una exageración de la individualidad en la peregrinación asociada a una práctica tradicional religiosa, y de la sobre enfatización de la interpretación individual de la experiencia, se puede enmarcar la práctica de la actual peregrinación, aproximada al contexto del Camino de Santiago, como una intersección de las subjetividades de los participantes cuya acción aporta la construcción y adaptación del significado de este fenómeno religioso. El planteamiento alejado de una dicotomía radical entre el individualismo extremo y las formas religiosas organizadas permite reconocer el espacio intermedio en el que se desarrolla la peregrinación contemporánea con “las redes sociales, los grupos lábiles y los numerosos contextos de interacción social -episódicos, irregulares, transitorios pero de todas maneras relevantes- en que los individuos aprenden a reconocer y desarrollar su “espiritualidad”” (Frigerio, 2016, pp. 226-227). Profundizando en la idea de múltiples concepciones ligadas a la experiencia individual, se puede reconocer la construcción subjetiva de las distintas realidades que interactúan en la concepción de la peregrinación del siglo XXI, quedando esta construcción estrechamente vinculada a los usos de un lenguaje cuyo juego enfrenta la creación de dichas realidades y que, en el trabajo de campo, “es lugar de encuentro de muchos intereses teóricos, entre los que destacan especialmente aquellos referidos a la antropología de la religión” (Cantón, 2009,

p. 174). De esta manera, la concepción contemporánea del Camino de Santiago implica el reconocimiento de distintos factores que trascienda una concepción religiosa única y que considere los resultados de investigación tanto de aportes de las teorías sociológicas y antropológicas como las revelaciones de la experiencia en el trabajo de campo.

El hecho, igualmente destacable, de que las definiciones antropológicas de la religión establecidas como más representativas “ponen su centro en aspectos notablemente distintos de la cuestión, presentándonos concepciones a veces opuestas de los mismos fenómenos” (Cornejo, 2016, p. 68) desvela la diversidad de opciones teóricas igualmente aplicables al fenómeno de la peregrinación que acompañan a la multitud de vivencias experimentadas por peregrinos y peregrinas.

Igualmente, conviene disertar el impacto que el proceso de secularización ha ejercido en el desenvolvimiento de las investigaciones etnográficas de fenómenos religiosos como las peregrinaciones. La confrontación de las anteriores predicciones sobre “la paulatina secularización de nuestras sociedades occidentales, como resultado del triunfo y ulterior hegemonía de la razón instrumental y el imparable progreso científico” (Cantón, 2009, p. 204) con el aumento de la diversidad de los fenómenos espirituales y religiosos exige la realización de un proceso de reflexividad que pruebe que la religión se ha amoldado a lo contemporáneo y que lo contemporáneo no da por finalizadas las expresiones religiosas anteriores. La no consideración de esta nueva espiritualidad en el contexto del estudio de la peregrinación actual a Santiago de Compostela impide una comprensión integral del fenómeno bajo enfoques religiocéntricos con planteamientos sesgados por una perspectiva anticuada del concepto de peregrinación. Conjuntamente, la dificultad descrita por Díez de Velasco (2002) de reducir las experiencias religiosas, entre las que se encuentra la peregrinación, al lenguaje racional destapa el gran reto de desarrollar instrumentos con los que ver reflejadas las vivencias de los peregrinos y peregrinas, pretendiendo con ello alcanzar la compleja diversidad de vivencias en la peregrinación con una vocación holística (pp. 381-382).

Finalmente, estas peregrinaciones contemporáneas deben situarse frente a la realidad de los sistemas religiosos asimilables a los fenómenos que los desarrollan expuesta por Durkheim (1993) donde “todas las religiones son instructivas sin excepción de ningún tipo; pues todas expresan al hombre a su manera y pueden así ayudarnos a comprender mejor este aspecto de la naturaleza” (p.35). Este planteamiento refleja la mejor vía de comprensión del

fenómeno de la peregrinación, considerado bajo las formas no religiocéntricas. Así, la actitud ante esta readaptación contemporánea de un fenómeno ancestral como la peregrinación requiere un intento de alejamiento de los “marcos de la no-neutralidad que radican en las posiciones etnocéntricas y más específicamente religiocéntricas, que permita una comprensión de la diversidad y pluralidad del mundo actual y de la diferencia que puede desvelarse en las miradas hacia el pasado” (Diez de Velasco, 2002, p. 371).

En conclusión, la peregrinación como fenómeno religioso encuentra distintos sentidos, más allá del tradicional religioso, donde la aproximación al Camino de Santiago ofrece una metáfora que es según Agis Villaverde (2008) “una de las metáforas más reiterativas de la filosofía para expresar la condición itinerante del hombre” (p. 322).

## 1.2. Camino de Santiago: contexto histórico.

Para poder comprender plenamente el objeto principal de estudio, así como los objetivos periféricos asociados, y por tanto las peculiaridades de la peregrinación en el Camino de Santiago en el siglo XXI y su visión contemporánea, resulta crucial situar este fenómeno en su contexto histórico en primera instancia.

El Camino de Santiago no es una simple ruta de peregrinación; sino que representa el símbolo de un proceso en permanente cambio enmarcado dentro de la herencia cultural y religiosa de Europa, cuyas raíces se hunden profundamente en la historia medieval. De tal forma, un recorrido a través de su contexto histórico proporciona una base indispensable para entender las transformaciones y continuidades que han marcado el Camino a lo largo de los siglos.

La contextualización histórica de los fenómenos religiosos, entre los que se encuentra la peregrinación, responde a la importancia que Durkheim (1993) otorga a la historia de las religiones afirmando que “no podemos llegar a comprender las religiones más recientes sino siguiendo en la historia el modo en que se han compuesto progresivamente. La historia es, en efecto, el único método de análisis explicativo que sea posible aplicarles” (p.5). La situación de los elementos constitutivos de una religión dentro de las circunstancias de su surgimiento “nos pone en las manos el único medio que tenemos para determinar las causas que lo suscitaron” (Durkheim, 1993, p.5).

Por tanto, explorar su evolución histórica del Camino de Santiago nos permite apreciar cómo distintos factores culturales, sociales y económicos han influido en su progresiva configuración. Además, el análisis del contexto histórico del Camino revela la persistencia, los distintos ritmos de adaptación a las circunstancias históricas y el resurgimiento de la peregrinación en diferentes periodos, desde su apogeo en la Edad Media hasta su proceso de revitalización durante el siglo XX. Este conocimiento resulta crucial para comprender las condiciones alrededor de las que se ha configurado su resurgimiento en las últimas décadas y cómo la propia narración histórica se emplea para impulsar la promoción y gestión de los itinerarios que conforman el Camino de Santiago.

Finalmente, un breve repaso al contexto histórico de esta peregrinación nos permite contextualizar las motivaciones y experiencias de los peregrinos modernos. Estos factores personales en la peregrinación, cuya consideración es parte principal del presente trabajo, encuentran en las referencias históricas y la pervivencia del simbolismo asociado al Camino de Santiago un elemento de fuerte peso que influye tanto en sus expectativas, como en las vivencias y percepciones con las que peregrinos y peregrinas afrontan la peregrinación.

Es por ello que este recorrido por el contexto histórico del Camino de Santiago favorece la propia comprensión de los factores y elementos que dan forma a la peregrinación en el siglo XXI.

La región noroccidental de la península ibérica donde se sitúa el Finis Terrae del mundo antiguo encuentra, de manera legendaria y casi profética, en las narraciones bíblicas el apoyo para convertirse en uno de los grandes núcleos de la cristiandad: “pero recibiréis poder, cuando haya venido sobre vosotros el Espíritu Santo, y me seréis testigos en Jerusalén, en toda Judea, en Samaria, y hasta lo último de la tierra” (Reina Valera, 1960, Hechos 1:8). El tradicional relato de la muerte y traslación del cuerpo del apóstol Santiago recogido en la web de la Catedral de Santiago (2015) describe una muerte por decapitación ordenada por el Rey Agripa I tras la que su cadáver fue colgado en el desierto de Judá. Sus discípulos robaron el cuerpo y lo conducirían vía marítima hasta el puerto de Iria, en el actual Pontecesures de la provincia de Pontevedra. La conversión e intercesión de la reyezuela del lugar llamada Lupa permitió construir el sepulcro del apóstol en este entorno. La creación de una comunidad cristiana en estas tierras favorece el cuidado de dicho sepulcro por la diócesis de Iria hasta la invasión musulmana del siglo VIII. Hacia el año 829 el Obispo de Iria, Teodomiro, encuentra

el sepulcro olvidado y lo comunica al Rey Alfonso II quien apoya la construcción de un Santuario al darse por auténtico el hallazgo.

La importancia religiosa de este descubrimiento se acompaña de la “innegable oportunidad histórica que podemos relacionar tanto con la reconquista de la Península Ibérica invadida por los árabes, como con el nacimiento de Europa” (Agis Villaverde, 2008, p. 309). El mismo autor destaca la incorporación de los ideales político-culturales de la corte del Rey Carlomagno en la corte asturiana del rey Alfonso II, donde destacaba la idea de una comunidad europea en torno a la cristiandad y la lucha contra los musulmanes. Así, comienzan a llegar desde distintos rincones de Europa los primeros peregrinos a la basílica de Santiago. La internacionalización y esplendor de este fenómeno “quedó plasmado en el Códice Calixtino, libro del siglo XII que pasa por ser la primera guía de peregrinos que describe el ambiente de la época en torno al Camino de Santiago” (Agis Villaverde, 2008, p. 310).

A lo largo del siglo XII se produce, según Sánchez Sánchez (2010), un espectacular ascenso de la Iglesia de Santiago reflejo del fortalecimiento pontificio medieval. La consideración de este centro de peregrinación entre los siglos XII y XV constituye una causa fundamental para el desarrollo económico, político y diocesano de la sede compostelana. La oficialidad en el siglo XIII descrita por el mismo autor para la concha como símbolo de la peregrinación jacobea revela el mayor ejemplo de protección de la función económica del Camino de Santiago en la Edad Media por parte de Roma “valorando también su dimensión como recurso económico de la sede compostelana en un momento de dificultad financiera” (Sánchez Sánchez, 2010, p. 200).

A partir del siglo XVI, el esplendor de la peregrinación a Santiago experimentado en la Edad Media “dejó de ser un hecho multitudinario, pero aún mantuvo para muchos devotos extranjeros parte de su antiguo poder de atracción, pese a que la reforma protestante (s. XVI) apartó de Compostela a gran número de peregrinos” (Rodríguez, 2004, p. 30). Este descenso de peregrinaciones se alarga hasta el siglo XIX donde su decadencia “está unida al efecto disuasorio de la Revolución francesa y de las sucesivas guerras y revoluciones que tuvieron lugar en España y Europa” (Agis Villaverde, 2008, p. 310). El mismo autor subraya los efectos negativos de la desamortización eclesiástica en la España del siglo XIX debido a que las peregrinaciones se apoyaban en la logística que ofrecía la Iglesia en el Antiguo Régimen.

El detrimento económico eclesiástico favoreció el abandono de monasterios y hospitales, y con ello las facilidades de alojamiento, alimento y asistencia médica.

El lento y progresivo decaimiento cultural y peregrinatorio identificado por Rodríguez (2004) con la ocultación de las reliquias de Santiago ante la amenaza de una conquista inglesa a manos de Francis Drake en 1589 fue invertido por los afanes jacobeos del cardenal Miguel Payá y el canónigo de la catedral compostelana e historiador Antonio López Ferreiro culminados culminados la noche del 28 al 29 de enero de 1879 con el descubrimiento de un pequeño compartimento de piedra en la catedral que contenía restos óseos humanos. Los informes científicos descritos por el mismo autor y la conformación del Vaticano el 25 de julio de 1884 sobre la correspondencia al apóstol Santiago de las reliquias encontradas, suponen un paso crucial “para prestigiar y potenciar la tradición jacobea, como se comenzó a percibir en los Años Santos que siguieron a los dos que marcaron el punto de partida: el extraordinario de 1885 y el ordinario de 1886”<sup>5</sup> (Rodríguez, 2004, p. 45). El redescubrimiento, descrito por el mismo autor, de las reliquias de Santiago y del fenómeno de peregrinación ofrece unos síntomas de recuperación decisivos para el proyecto religioso, cultural y socioeconómico de Santiago de Compostela desde finales del siglo XIX, ciudad que desde este momento se aleja de un largo periodo de estancamiento social, apatía contagiosa y déficit de todo tipo de servicios. Medidas prácticas del cardenal Payá quien “inició la renovación de la casi inexistente estructura organizativa de los Jubileos, intentó activar las peregrinaciones locales... y exteriores,... e impulsó puntuales obras de mejora en la catedral compostelana” (Rodríguez, 2004, pp. 46-47) favorecieron la recuperación de la peregrinación jacobea para el siglo XX.

El repaso de las peregrinaciones realizadas durante el siglo XX a través de los distintos ciclos jubilares<sup>6</sup> realizado por Rodríguez (2004) refleja la revitalización moderna de

---

<sup>5</sup> Según la web oficial de la empresa municipal de Turismo de Santiago – Incolsa, Compostela goza de un singular privilegio concedido por vez primera hacia el año 1122 por el Papa Calixto II. El privilegio consiste en que cada año en que el 25 de julio, fiesta del Apóstol Santiago, coincide en domingo, se podrán ganar en la Iglesia de Compostela las gracias del Jubileo. La Iglesia, con el Año Jubilar, instituye un tiempo especial de gracia, durante el cual es posible obtener una indulgencia plenaria para el perdón de la pena que merecen los pecados cometidos.

<sup>6</sup> Según una tradición que se remonta previsiblemente a la primera mitad del siglo XV, los Años Jubilares compostelanos se celebran cada 11, 6, 5 y 6 años, cuando la festividad del apóstol Santiago el Mayor -25 de julio- coincide en domingo. Este irregular pero casi siempre invariable ciclo, que dura 18 años, se debe a la alteración del orden cronológico provocado por los años bisiestos. En algún momento, los bisiestos también han ocasionado pequeñas variaciones en la cadencia de los ciclos. Por tal motivo, entre el Año Santo de 1897 y el primero del siglo XX, el de 1909, transcurrieron doce años. En el resto de la pasada centuria no se produjo ninguna alteración. De acuerdo con la característica apuntada -la celebración de los Jubileos cada 11, 6, 5 y 6 años-, en el siglo XX la ciudad de Santiago vivió catorce Años Santos, a los que hay que unir el de 1938, de carácter extraordinario. Uniendo, por lo tanto, los catorce Años Santos celebrados conforme a la tradición y la

las peregrinaciones jubilares que lleva a la historia contemporánea del Camino de Santiago en el siglo XXI.

En los primeros años jubilares de principios del siglo XX, años 1909, 1915 y 1920, se consolidan las peregrinaciones organizadas por las diócesis gallegas. El impulso del ferrocarril promovió las peregrinaciones más apartadas, y se empiezan a constatar “presencias ocasionales de peregrinaciones del resto de España, alguna notable del extranjero, sobre todo de Portugal” (Rodríguez, 2004, p. 49). El año santo de 1926 evidencia los primeros intentos de promoción turística del poder civil a través “de un cartel que el Patronato Nacional de Turismo publicó con el lema "Santiago de Compostela, el camino de los peregrinos" o la realización en este mismo año, por el Ayuntamiento santiagués, de una película para promocionar la ciudad jacobea” (Rodríguez, 2004, p. 50).

El carácter religioso e incipientemente turístico de las peregrinaciones xacobeas cambio, según Rodríguez (2004), a partir de la guerra civil hacia una utilización política de las mismas por parte del nuevo régimen. La revitalización del Camino de Santiago bajo el régimen franquista ansiaba enarbolar las viejas glorias a través de la peregrinación europea a España. Los primeros signos aperturistas en el jubileo de 1954, con peregrinaciones de grandes prelados del mundo, dan paso a la utilización del Camino de Santiago como instrumento de desarrollo económico a partir del año santo de 1965 gracias a este nuevo impulso de promoción turística dirigida por las nuevas políticas del régimen franquista. Esta promoción, centrada en el Jubileo y en el Camino Francés, inspira las posteriores campañas promocionales de años santos por medio del cine, la cartelería, impresiones de folletos en distintos idiomas, y la celebración de exposiciones y conferencias. El impulso turístico se ve acompañado de la creación de las primeras infraestructuras específicas para visitantes y peregrinos, y la incentivación de mejoras para distintos servicios de apoyo a la peregrinación. Estas mejoras favorecen un fuerte incremento de la afluencia a Santiago, considerada como la suma de peregrinaciones y resto de visitantes, a partir del año 1965. Estos datos son apreciables en la tabla de afluencia total a Santiago de Compostela atribuida a los años santos del siglo XX, según datos disponibles, recogidos por el mismo autor, donde se pasa de una afluencia de 700,000 individuos en 1954 a una afluencia de 2,500,000 visitantes y peregrinos

---

prórroga de 1938, observamos que a lo largo del siglo XX se desarrollaron tres ciclos jubilares completos y uno -el último- que no concluye hasta el año 2010 del siglo XXI (Rodríguez, 2004, pp. 63-64).

en 1965. Los datos registrados según dicho estudio para la afluencia de los años santos de 1971, 1976 y 1982 arrojan una cifra atribuida de 4,000,000 de personas en todos ellos.

La llegada de la democracia se ve acompañada de distintos eventos destacados por Rodríguez (2004) como la peregrinación del Papa Juan Pablo II a Santiago en 1982 y su llamamiento al encuentro espiritual de Europa, poniendo como ejemplo la Ruta jacobea, la elección de Santiago de Compostela como capital de la autonomía gallega en 1981, o la designación oficial de la festividad de Santiago, 25 de julio, por las instituciones autonómicas, siembran las bases para unos decididos aires de renovación a partir del año santo de 1993.

A su vez, la recuperación definitiva de la peregrinación a pie favorece las funciones espirituales, culturales y turísticas del Camino de Santiago donde “los nuevos caminantes intuyen en la Ruta jacobea el peso del espíritu y de la huella latente del pasado, así como un poder potencial de comunicación y de auto-encuentro que concede a esta experiencia una fuerza singular” (Rodríguez, 2004, p. 55).

Finalmente, en el contexto de aumento tanto en el número de peregrinaciones como de la diversidad de procedencias de peregrinos en los que se enmarcan los últimos años santos del siglo XX, años 1993 y 1999, se produce, según Rodríguez (2004), el relanzamiento exterior del mundo jacobeo y de la ciudad de Santiago de Compostela. La implicación de la Administración gallega, a la cabeza de otras administraciones públicas, se une al carácter religioso del fenómeno de la peregrinación para la utilización del Camino de Santiago y el Jubileo como medio de promoción turístico y cultural. Este impulso, apoyado por la creación de distintas infraestructuras, constituye el elemento decisivo para situar la peregrinación a Santiago de Compostela en el contexto que define dicho fenómeno a lo largo del siglo XXI, siendo los datos de afluencia total a Santiago de Compostela atribuida a los años santos del siglo XX, según datos disponibles, recogidos en el mismo autor, de 7,000,000 de peregrinos y visitantes para 1993 y de 11,000,000 para el año santo de 1999.

En conclusión, el repaso al contexto histórico del Camino de Santiago permite observar una evolución paralela a distintos intereses alrededor de los cuales se configuran las características de dicho fenómeno de origen religioso. El desarrollo económico que ha significado el Camino a través de los siglos encuentra progresivamente una vía a través de la promoción cultural y turística donde se desarrollan las características contemporáneas de dicho fenómeno cuyo estudio constituye el objetivo principal del presente trabajo.

## CAPÍTULO II: ESTADÍSTICAS DEL CAMINO DE SANTIAGO SIGLO XXI.

### 2.1. Estadísticas generales. Introducción, afluencia anual y nacionalidad.

La comprensión plena del fenómeno de peregrinación en el Camino de Santiago desde su reactivación en las últimas décadas del siglo anterior pasa por un análisis esencial de las estadísticas de peregrinación ofrecidas en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino. Este análisis resulta crucial para aproximar las tendencias contemporáneas de peregrinación a través de unos datos que ofrecen una visión cuantitativa del fenómeno, permitiendo identificar patrones y distintas variaciones a través de la información suministrada por peregrinos y peregrinas en su llegada a Santiago de Compostela desde el inicio de publicación de datos en el año 2003 hasta la actualidad. La naturaleza de las variaciones ofrecidas por estos datos estadísticos aborda distintos componentes que proporcionan información valiosa en relación con los objetivos fijados en el presente trabajo fin de máster, siendo las referencias sobre el número de peregrinos anuales, su nacionalidad o el cribado de datos entre hombres y mujeres los elementos principales a examinar en este apartado. En este sentido, la utilización y desarrollo de este análisis estadístico no solo encuentra una estrecha vinculación con el crecimiento tanto numérico como de popularidad en el Camino, sino que también encierra los impactos socioeconómicos y culturales en las regiones que atraviesa. A través de la orientación de estudio de estas cifras, podemos obtener una comprensión más profunda y precisa de la peregrinación en el contexto del siglo XXI.

En relación a este estudio de cifras, se hace necesario resaltar la facilitación de datos por parte de peregrinos y peregrinas en la Oficina de acogida al peregrino cuyo tratamiento es responsabilidad de la entidad SAMU Catedral de Santiago de Compostela.

Finalmente, la recopilación de datos del sitio web de la Oficina de acogida al peregrino a través de sus páginas web de estadísticas y estadísticas antiguas se realiza de manera absoluta, siendo los datos porcentuales y gráficos reflejados en la presente investigación calculados y elaborados a través del servicio online de Hoja de Cálculo de Google con objeto de adaptar los datos absolutos a las necesidades de estudio relacionadas con los objetivos fijados en el presente trabajo.

La disección de datos se llevará a cabo en distintas tablas que precederán a las gráficas y la redacción del análisis estadístico de los mismos.

**Tabla 1**

*Número de Peregrinaciones Anuales, Porcentajes Nacionalidad Española y Foránea, Porcentajes Variación Peregrinación Total respecto Año Anterior y Acumulado desde 2003.*

Año	Peregrinos/as	% Españoles	% Extranjeros	% variación año anterior	% variación acumulada desde 2003
2003	74324	60	40	-	-
2004	179870	76	24	142	142
2005	93923	56	44	-48	26
2006	101056	52	48	8	36
2007	114377	49	51	13	54
2008	125601	49	51	10	69
2009	147254	54	46	17	98
2010	272385	69	31	85	266
2011	183374	53	47	-33	147
2012	192458	49	51	5	159
2013	215879	49	51	12	190
2014	237882	48	52	10	220
2015	262444	47	53	10	253
2016	277854	45	55	6	274
2017	301036	44	56	8	305
2018	327377	44	56	9	340
2019	347566	42	58	6	368

Año	Peregrinos/as	% Españoles	% Extranjeros	% variación año anterior	% variación acumulada desde 2003
2020	54144	68	32	-84	-27
2021	178914	68	32	230	141
2022	438307	55	45	145	490
2023	446071	44	56	2	500

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Porcentajes de variación respecto al año anterior y variación acumulada desde 2003 calculados con la hoja de cálculo ofrecida en el workspace de Google.

La lectura de la Tabla 1 refleja un incremento constante del número de peregrinos y peregrinas desde el año 2003 hasta el 2019 con unos valores porcentuales respecto al año anterior que fluctúan desde el 5 % de los años 2016 y 2019 hasta un 17 % en el año 2009.

Esta tasa de incremento se ve fuertemente afectada por la celebración del año santo Xacobeo en los años 2004 y 2010, reflejándose en estos años una subida porcentual respecto al año anterior del 142 % y 85 % respectivamente. Los años posteriores a estos años santos Xacobeos experimentan de igual manera una caída porcentual del -48% y del -33% respectivamente. No obstante, el incremento porcentual acumulado entre los años 2003 y 2005 es del 26 %, y entre los años 2009 y 2011 del 24,53 %, con lo que la tendencia en el crecimiento de peregrinaciones con lo que el crecimiento absoluto se mantiene en la misma línea de progresión durante el periodo mencionado.

Por otra parte, la crisis sanitaria afectada por la pandemia de Covid-19<sup>7</sup> impacta en el fenómeno de peregrinación a Santiago reduciendo el número de peregrinos desde un 347,566 en 2019 hasta 54,144 en 2020, suponiendo una caída porcentual del 84 % en el periodo anual y reduciendo el incremento acumulado desde el año 2003 al 2019 del 368 % a un -27 % total para el final del año 2020 respecto el inicio de recopilación de datos.

En 2021, se observa una recuperación del número de peregrinaciones con 178,914 peregrinos, un aumento del 230% respecto al año anterior, aunque aún lejos de los niveles pre-pandemia. Posteriormente, en 2022 y 2023, el número de peregrinos se incrementó significativamente, alcanzando 438,307 y 446,071 peregrinaciones respectivamente, con un aumento acumulado del 490% y 500% desde 2003. Estos datos de los últimos dos años muestran una recuperación total de la caída del número de peregrinaciones durante la pandemia, finalizando el año 2023 con un crecimiento porcentual acumulado desde 2019 del 28,34 %.

Analizando los datos de peregrinación respecto a los porcentajes de peregrinos y peregrinas con nacionalidad española y foránea, se observa un lento y progresivo incremento de la proporción de peregrinación con nacionalidad extranjera desde un 40 % en el año 2003 hasta un 58 % en el año 2019. En este periodo, la tendencia al alza de participación foránea en el Camino de Santiago se ve interrumpida por la celebración de los años santos Xacobeos en 2004 y 2010 en los cuales dicho porcentaje baja al 24 % y 33 % respectivamente, donde la bajada porcentual no se corresponde con una bajada en valores absolutos, y cuyo motivo se explica por el vasto incremento de peregrinos y peregrinas de nacionalidad española en dichos años. Esta progresión muestra la importancia global del Camino de Santiago y su difusión internacional, siendo la participación extranjera interrumpida en los años de

---

<sup>7</sup> El 11 de marzo de 2020, profundamente preocupada por los alarmantes niveles de propagación de la enfermedad del nuevo coronavirus y por su gravedad, y por los niveles también alarmantes de inacción, la OMS determina en su evaluación que la COVID-19 puede caracterizarse como una pandemia. (Organización mundial de la salud, 2020). La Dirección General de Ciudadanía y Gobierno Abierto (2023) del Gobierno de España recoge cómo el Gobierno aprobó el 14 de marzo de 2020 declarar el estado de alarma en todo el territorio español para afrontar la situación de emergencia sanitaria provocada por la COVID-19. El estado de alarma se prorrogó hasta las 00:00 horas del día 21 de junio de 2020. Durante la situación denominada de "nueva normalidad", se adoptaron una serie de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación, para permitir seguir haciendo frente y controlando la pandemia. Esta situación estuvo vigente hasta que el Gobierno aprobó el 25 de octubre de 2020 declarar el estado de alarma en todo el territorio nacional para contener la propagación de infecciones causadas por el SARSCoV-2. Su duración inicial era hasta las 00:00 horas del día 9 de noviembre de 2020 y fue prorrogado hasta las 00:00 horas del día 9 de mayo de 2021. Por último, el Consejo de Ministros aprobó un Acuerdo por el que se declaró, el día 5 de julio de 2023, la finalización de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19.

pandemia a niveles que representan un 32 % en 2020 y 2021 para recuperar un 45 % en el año 2022 y acercándose a los valores máximos con un 56 % en el año 2023.

En conclusión, se puede apreciar a través de los datos facilitados por la Oficina de acogida al peregrino una fuerte progresión del número de peregrinaciones entre los años 2003 y 2023. Esta progresión encuentra un amplio incremento en la celebración de los años santos Xacobeos de 2004 y 2010. De manera análoga, la celebración del año santo Xacobeo del 2021, extendida a 2022 por decisión ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19<sup>8</sup>, ofrece igualmente una reconocida subida en el número de peregrinos tanto en comparación con el último año santo de 2010, así como en comparación con el año 2020, si bien esta comparación se ve distorsionada por el desplome del número de peregrinaciones debido a las restricciones de la crisis sanitaria.

En el gráfico de la Figura 1 se puede observar la comentada evolución del número absoluto de peregrinaciones desde el año 2003 hasta el año 2023. Se aprecian en la línea del gráfico las subidas resaltadas en los años santos Xacobeos de 2004 y 2010, así como el descenso en el inicio de pandemia de 2020 y la recuperación coincidente con los años santos Xacobeos de 2021 y 2022.

---

<sup>8</sup> La archidiócesis de Santiago de Compostela (2020) anunció la decisión del Santo Padre, el Papa Francisco, a través de la Penitenciaría Apostólica, de prorrogar el Año Santo Jacobeo recién inaugurado durante el año 2022. Esta decisión se adopta debido a las extraordinarias circunstancias provocadas por la pandemia del Covid19. En dicha Penitenciaría Apostólica se justifica la decisión para tratar de evitar aglomeraciones, prohibidas o no recomendadas.

## Figura 1

*Número de Peregrinaciones Absolutas Anuales.*

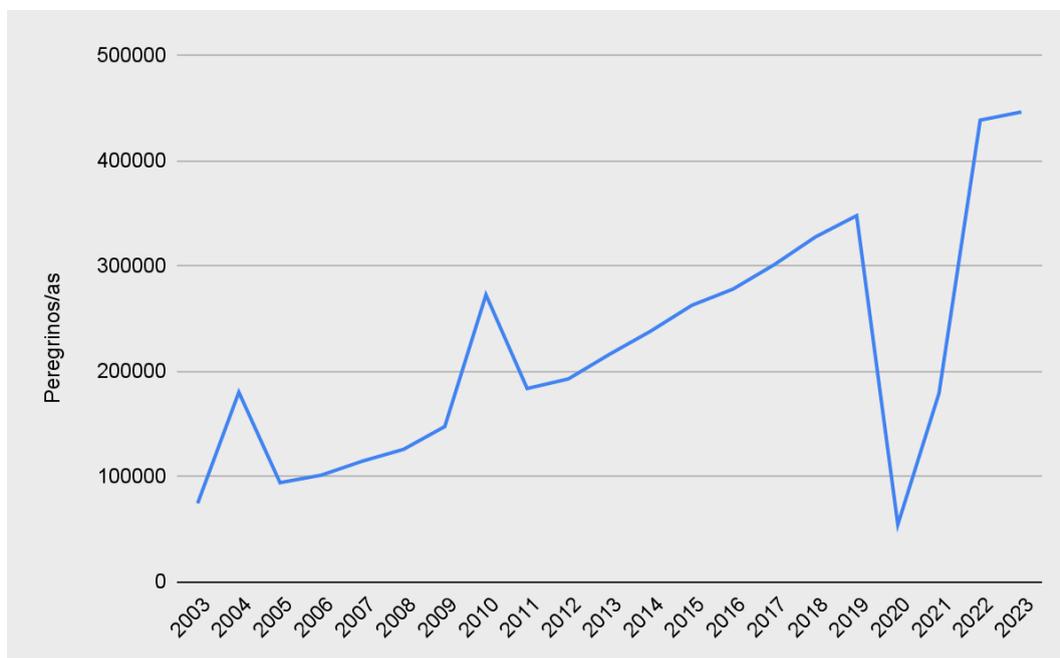


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

El gráfico de la Figura 2 refleja la evolución en términos porcentuales de las peregrinaciones a Santiago de Compostela en el periodo comprendido entre 2003 y 2023. En dicho gráfico se puede contemplar una variación positiva moderada y comprendida entre el 5 % y el 17 %, eventualmente superada en los años santos Xacobeos de 2004 y 2010 con incrementos anuales del 142 % y el 85 % respectivamente, y seguida de una caída porcentual en el periodo anual de los años posteriores.

Igualmente, este gráfico muestra la fuerte oscilación iniciada por la caída porcentual anual en el año 2020 y seguida por la recuperación comparada de los años 2021 y 2022, años ambos declarados santos Xacobeos. Se destaca la ausencia de caída porcentual en el año posterior a los dos años santos de 2021 y 2022 donde a su vez se empieza a apreciar al final de la línea de la gráfica una estabilización del crecimiento porcentual de año 2023 superada la inestabilidad originada por la crisis sanitaria.

**Figura 2**

*Variación Porcentual de Peregrinaciones respecto al Año Anterior.*

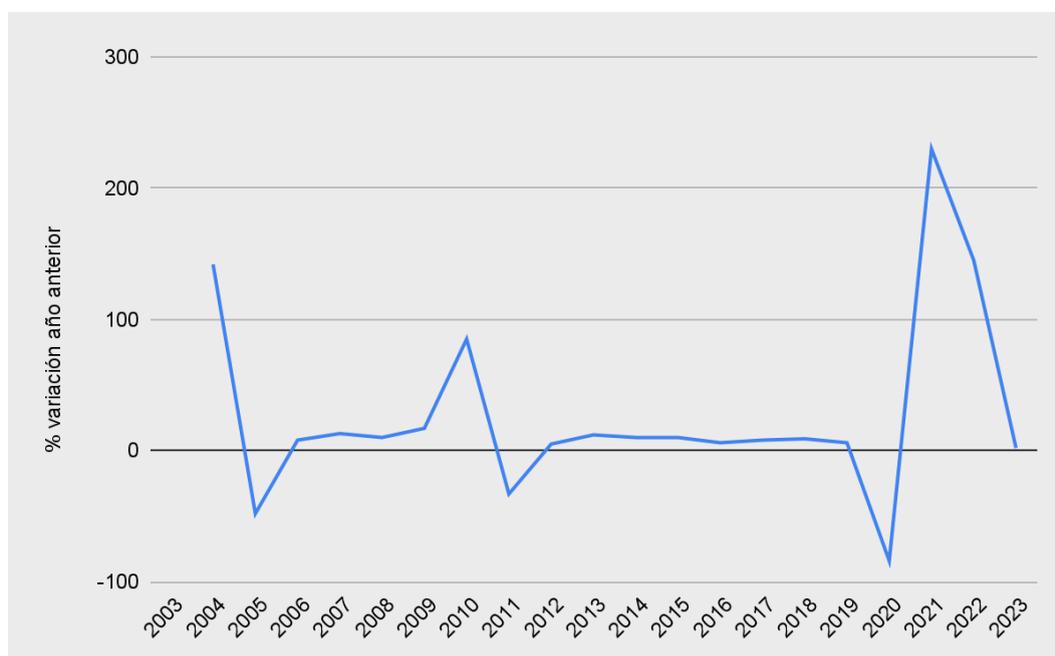


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Cálculos realizados con la hoja de cálculo facilitada en el workspace de Google.

El enfoque del análisis en la comparación desde el año de inicio de recopilación de datos de la peregrinación a Compostela muestra un constante crecimiento en el número de peregrinaciones desde el año 2003 con una tasa de crecimiento bastante uniforme con picos de variación comparada con el origen en los años santos Xacobeos de 2004 y 2010. En el gráfico se aprecia la interrupción de crecimiento en el número de peregrinos/as en el año 2020 con un pico negativo respecto a 2003.

Finalmente, la explosiva recuperación desde el año 2020 es observada en la gráfica con una tendencia en la línea de la gráfica que continúa la trayectoria de años anteriores pre-pandemia.

El gráfico de la Figura 3 muestra la variación porcentual de peregrinaciones desde el año 2003, primer año de recopilación de datos por parte de la Oficina de acogida al peregrino.

### Figura 3

*Variación Porcentual de Peregrinaciones desde 2003.*

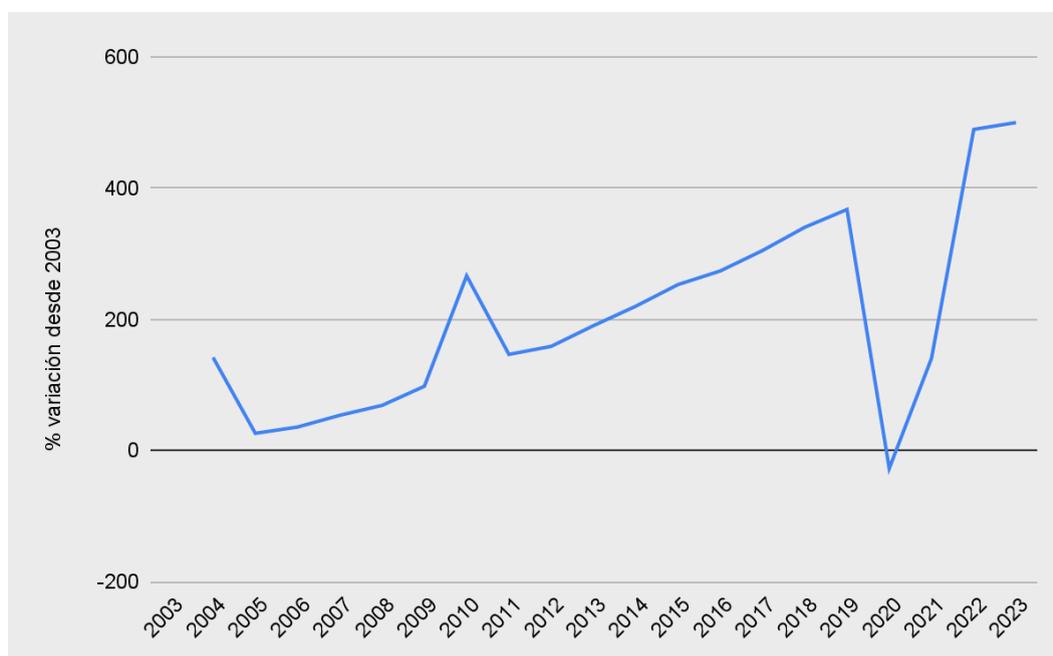


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Cálculos realizados con la hoja de cálculo facilitada en el workspace de Google.

En el siguiente gráfico de la Figura 4 queda representado el porcentaje de peregrinos y peregrinas de nacionalidad española y nacionalidad extranjera por año. La evolución de valores muestra la lectura de datos estadísticos realizada, observándose la progresión mencionada del porcentaje de peregrinaciones de origen foráneo en detrimento de las peregrinaciones de origen nacional. A su vez, es destacable el aumento en la proporción de peregrinaciones de origen nacional en los años santos Xacobeos y en los años afectados por la crisis sanitaria. Finalmente, la visualización de los datos ofrecidos para los cinco primeros meses de peregrinación a Santiago por la Oficina de acogida al peregrino revela un porcentaje de peregrinos de nacionalidad española del 39 % frente a un 61 % de nacionalidad foránea, siendo estos valores una continuación de la tendencia descrita por la línea del gráfico de la Figura 4 con los valores más bajos de porcentaje de peregrinación con nacionalidad española.

**Figura 4**

*Porcentajes de Peregrinos/as con Origen Nacional y Foráneos Anuales.*

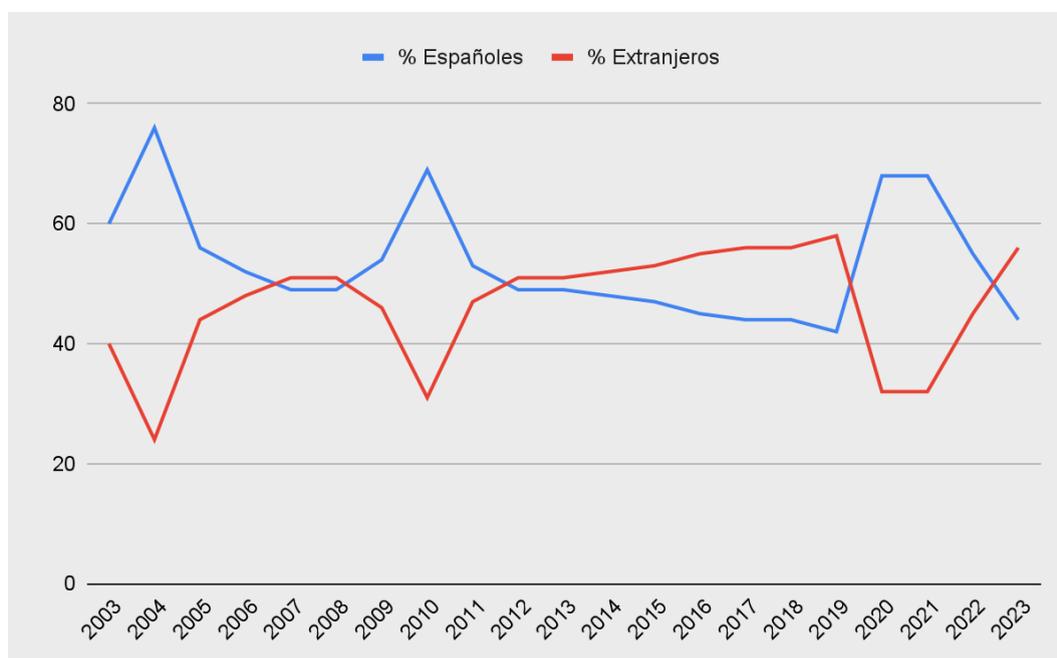


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

## 2.2. Estadísticas peregrinación por motivación.

La siguiente tabla refleja la motivación expresada<sup>9</sup> por los peregrinos y peregrinas que llegan a Santiago de Compostela en la Oficina de acogida del peregrino. En ella se recogen los datos absolutos facilitados por dicho organismo en su página web de estadísticas y se incorpora el porcentaje calculado de las tres opciones ofrecidas para la recogida de datos. De este modo, los peregrinos y peregrinas pueden manifestar una motivación religiosa en su peregrinación, una causa religiosa acompañada de otras causas y declarar una razón no religiosa<sup>10</sup>. La lectura e interpretación de la variación porcentual de la motivación expresada

<sup>9</sup> Los datos recogidos en este apartado corresponden a la motivación manifestada por peregrinos y peregrinas al cumplir la peregrinación con su llegada a Santiago y que solicitan la *Compostela* en la Oficina de acogida al peregrino. La *Compostela* o *Compostella* es, según la web de la Oficina de acogida al peregrino, la acreditación de la peregrinación a la Tumba de Santiago. Su origen se encuentra en las llamadas cartas probatorias, que ya se expedían en el siglo XIII y que eran más difíciles de falsificar que las antiguas insignias o conchas de vieiras. En el siglo XVI los Reyes Católicos constituyeron la Fundación del Hospital Real y para él hicieron construir el edificio que hoy ocupa el Hostal de los Reyes Católicos, convertido el año 1954 en el Parador de Turismo. Los peregrinos al presentar la *Compostella* adquirían el derecho a ser hospedados gratuitamente durante tres días. Como tradición de hospitalidad, el hotel continúa ofreciendo comidas gratis a los primeros peregrinos de cada día que se presentan en el propio Hostal, siempre presentando la “*Compostella*”, o fotocopia de la misma.

<sup>10</sup> Es destacable como hasta junio de 2019 la publicación de datos por la Oficina de acogida al peregrino en términos de motivación en la peregrinación establecía en sus estadísticas antiguas la declaración de tres

indica una tendencia cuyo análisis se realiza a través de los gráficos de las Figura 5, Figura 6 y Figura 7 localizados en el presente apartado.

**Tabla 2**

*Motivo Peregrinación en términos Absoluto y Porcentual por Años.*

Año	Religioso	% Religioso	Religioso y otros	% Religioso y otros	No religioso	% No religioso
2003	31357	42,19	38083	51,24	4884	4,88
2004	134259	74,64	35525	19,75	10086	5,61
2005	35456	37,75	49975	53,21	8492	9,04
2006	42104	41,66	50033	49,51	8919	8,83
2007	43723	38,23	61127	53,44	9527	8,33
2008	50874	40,5	63871	50,85	10856	8,64
2009	62796	42,64	70924	48,16	13534	9,19
2010	148704	54,59	109967	40,37	13714	5,03
2011	78971	43,07	93153	50,8	11250	6,14
2012	79477	41,3	101155	52,56	11826	6,14
2013	86284	39,97	117788	54,56	11807	5,47
2014	101012	42,46	120409	50,62	16461	6,92
2015	99671	37,98	141964	54,09	20809	7,93
2016	122973	44,26	132660	47,74	22221	8

motivaciones: religiosa, cultural y religioso/cultural. Las nuevas estadísticas ofrecidas en la web para el periodo comprendido entre 2003 y junio de 2019 publica las manifestaciones culturales de los peregrinos como motivo “no religioso”, y la categoría religioso/cultural como el motivo “religioso y otros”.

Año	Religioso	% Religioso	Religioso y otros	% Religioso y otros	No religioso	% No religioso
2017	130831	43,46	142662	47,39	27543	9,15
2018	140037	42,78	156720	47,87	30620	9,35
2019	140112	40,31	169300	48,71	38154	10,98
2020	16259	30,03	24789	45,78	13096	24,19
2021	65064	36,37	77297	43,2	36552	20,43
2022	163879	37,39	173721	39,64	100701	22,98
2023	184889	42,61	150569	34,7	98440	22,69

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

El análisis del gráfico de la Figura 5 muestra una tendencia que oscila entre el 37,75 % de declaración de motivo religioso en la peregrinación en el año 2005 y el 44,26 % del año 2026 durante el periodo comprendido entre 2003 y 2019. Esta tendencia encuentra un fuerte incremento en la declaración de los peregrinos y peregrinas durante el año santo Xacobeo de 2004 con un 74,64%, y una elevación de las declaraciones hasta el 54,59 % en el año santo de 2010.

La declaración de motivo religioso cae hasta un 30,03 % en el primer año de pandemia de 2020, y no encuentra en los años santos de 2021 y 2022 un reflejo del incremento experimentado en los años santos anteriores. Por tanto, la manifestación de un 36,37 % de los peregrinos/as en 2021 y un 37,39 % en 2022 iguala los valores mínimos de la tendencia de los últimos 20 años, si bien alcanza un 42,61 % en el año 2023.

Finalmente, los datos ofrecidos por la Oficina de acogida al peregrino en los cinco primeros meses del 2024 revelan un 44,99 % de motivaciones religiosas en las peregrinaciones, confirmándose una estabilidad en la tendencia de la realización de la peregrinación por motivos religiosos.

## Figura 5

*Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación Religiosa Anuales.*

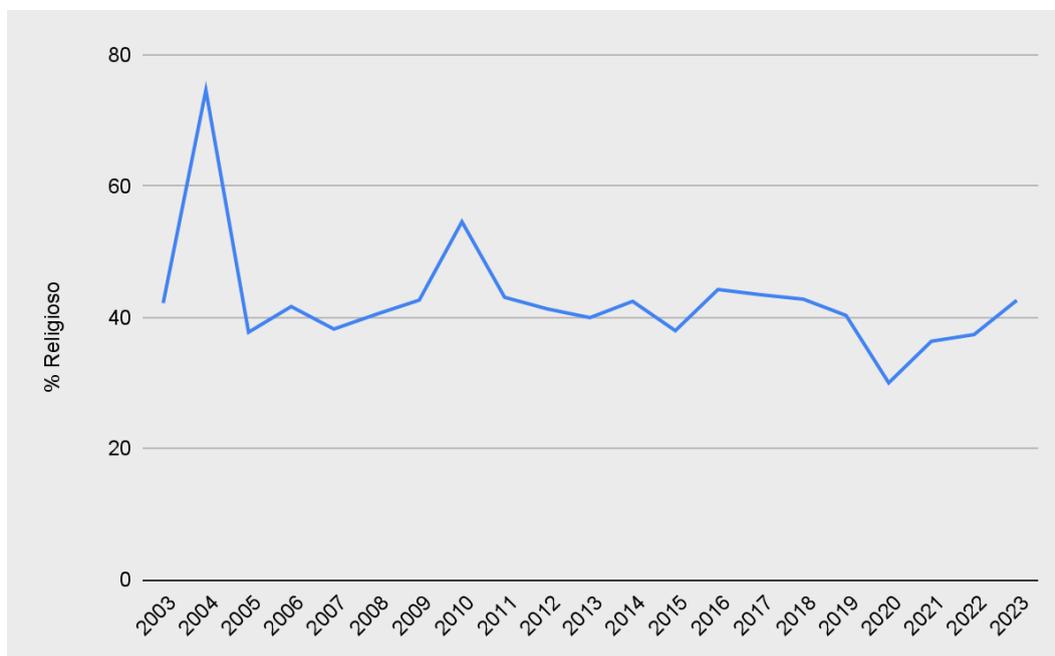


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

Los datos recogidos en las estadísticas sobre motivación religiosa y otros para los últimos veinte años fluctúan entre el 54,56 % del año 2013 hasta mínimos alcanzados en el año 2017 con un 47,39 % antes de la crisis sanitaria. Es destacable la caída porcentual en los años 2004 y 2010 con un 19,75 % y un 40,37 % respectivamente de la anterior llamada motivación religiosa y cultural. A partir del año 2020 esta categoría de motivación para la realización de la peregrinación experimenta una caída progresiva con datos del 45,78 % para dicho año, un 43,2 % para 2021, un 39,64 % para 2022 y un 34,7 % para 2023, donde la línea del gráfico 6 recoge la disminución de la declaración de esta categoría. Finalmente, los datos arrojados en los primeros cinco meses del año 2024 muestran un porcentaje del 34,11 de peregrinos y peregrinas que manifiestan esta motivación de peregrinación, conformando la tendencia del gráfico de la Figura 6.

**Figura 6**

*Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación Religiosa y Otros Anuales.*

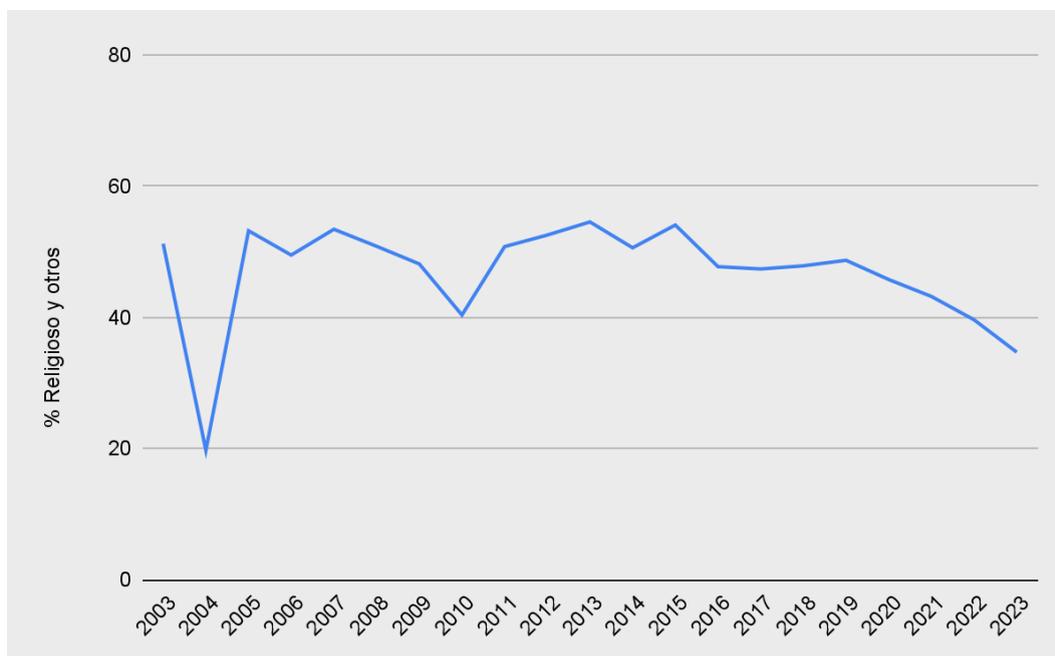


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

El gráfico de la Figura 7 muestra la tendencia del porcentaje de peregrinos que declaran una motivación no religiosa, antigua opción de declaración cultural de los itinerarios hasta junio de 2019, donde los porcentajes varían desde mínimos del año 2003 con un 4,88 % hasta valores del 10,98 % del año 2019. En este periodo entre los años 2003 y 2019 se encuentra una disminución porcentual mínima en los años santos Xacobeos de 2004 con un 5,61 %, y de 2010 con un 5,03 %, donde se obtiene unos porcentajes significativos en el tramo desde 2005 a 2009 con valores en torno al 8 y 9 por ciento, y donde los valores mínimos del año santo 2010 van lentamente aumentando hasta el año 2019.

Finalmente, la recopilación de datos y el análisis de la línea de la gráfica de la Figura 7 destaca un crecimiento bastante significativo del porcentaje de peregrinaciones con motivación no religiosa a Santiago que encuentra un máximo de 24,19 % en 2020 y valores en el entorno del 22 % para los años 2022 y 2023. Los datos de los cinco primeros meses del año 2024 confirman la tendencia iniciada en el año 2020 con unas estadísticas que sitúan esta categoría de motivación por encima del 20 por ciento.

**Figura 7**

*Porcentaje de Peregrinaciones por Motivación No Religiosa Anuales.*

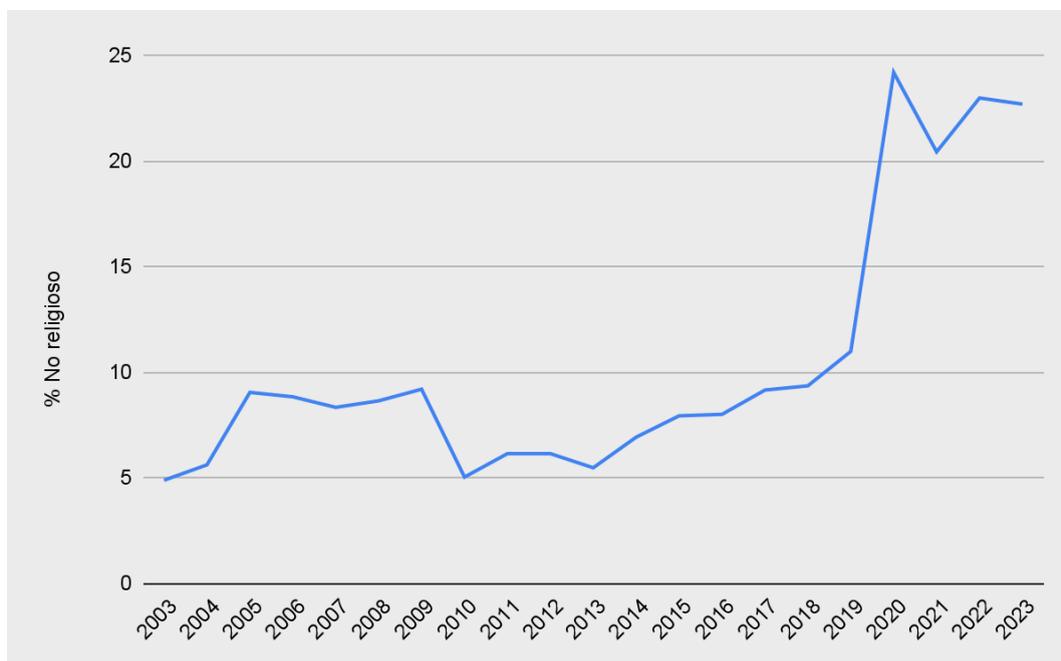


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

### 2.3. Estadísticas peregrinación por género.

La consecución de los objetivos fijados en la presente investigación exige una exploración de los valores recogidos por la Oficina de acogida del peregrinos diferenciados en relación al género de los sujetos que registran sus datos de peregrinación en el Camino de Santiago. Esta exploración permite a su vez identificar patrones más ajustados a las características particulares del género femenino y masculino con respecto a los objetivos fijados en este trabajo fin de máster.

Previo al análisis de los datos ofrecidos por la Oficina de acogida del peregrino, cuya publicación de datos es responsabilidad de la Catedral de Santiago de Compostela, se hace necesario resaltar la coincidencia en el número total de peregrinaciones con la suma de las peregrinaciones de género femenino y masculino desde 2003 hasta 2020, no manteniendo este balance de datos para los años 2021 y 2022, con un descuadre de 1 y 6 sujetos contabilizados de más en el cómputo global, y especialmente para el año 2023 donde la contabilización total de peregrinaciones supera en 12,167 al total de peregrinaciones de

género femenino y masculino juntas. Este desfase de datos estadísticos encuentra un reflejo en los cinco primeros meses del año 2024 con un valor descuadrado de más de 6,000 peregrinaciones a finales de mayo. Dicha incidencia parece responder a la imposibilidad de declarar otras opciones de género en la recogida de datos de la Oficina de acogida del peregrino.

A continuación, se recogen en la Tabla 3 los porcentajes de peregrinación por género en el periodo de recogida de datos desde 2003 hasta 2023.

**Tabla 3***Porcentajes de Peregrinación por Género Anual.*

Año	% Mujeres	% Hombres	Año	% Mujeres	% Hombres
2003	39,41	60,59	2014	45,98	54,02
2004	44,19	55,81	2015	47,07	52,93
2005	40,69	59,31	2016	48,16	51,84
2006	40,79	59,21	2017	49,12	50,88
2007	41,43	58,57	2018	50,35	49,65
2008	41,69	58,31	2019	51,15	48,85
2009	41,06	58,94	2020	44,18	55,82
2010	44,30	55,70	2021	49,62	50,38
2011	42,28	57,72	2022	52,59	47,41
2012	43,47	56,53	2023	53,09	46,91
2013	45,40	54,60			

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

El gráfico de la Figura 8 revela un incremento progresivo del porcentaje de peregrinación femenina frente a un decrecimiento del porcentaje masculino desde 2003 con un 39,41 % de participación de peregrinas hasta un 53,09 % en 2023. Esta tendencia se incrementa significativamente en los años santos Xacobeos de 2004 y 2010, donde la

interpretación de la línea del gráfico de la Figura 8 muestra una ligera subida porcentual de la peregrinación femenina. En oposición, la disminución de la peregrinación del año 2020 se ve fuertemente afectada en el porcentaje de peregrinas frente al porcentaje de peregrinos.

Esta lectura de las estadísticas reflejadas en la Tabla 3 y representadas en el gráfico de la Figura 8 ofrecen un nuevo e importante resultado de investigación cuya aparición motiva la orientación de la investigación hacia un nuevo fin compatible con la fijación de objetivos iniciales del presente trabajo. Así mismo, se intentará descubrir el impacto del uso de las nuevas tecnologías digitales asociadas al fenómeno de peregrinación a Santiago de Compostela sobre el incremento del porcentaje y empoderamiento de la peregrinación femenina. A su vez, se asociará distintos elementos del influjo turístico investigado al nuevo resultado de aprendizaje descrito.

### Figura 8

*Porcentajes de Peregrinaciones de Género Femenino y Masculino Anuales.*

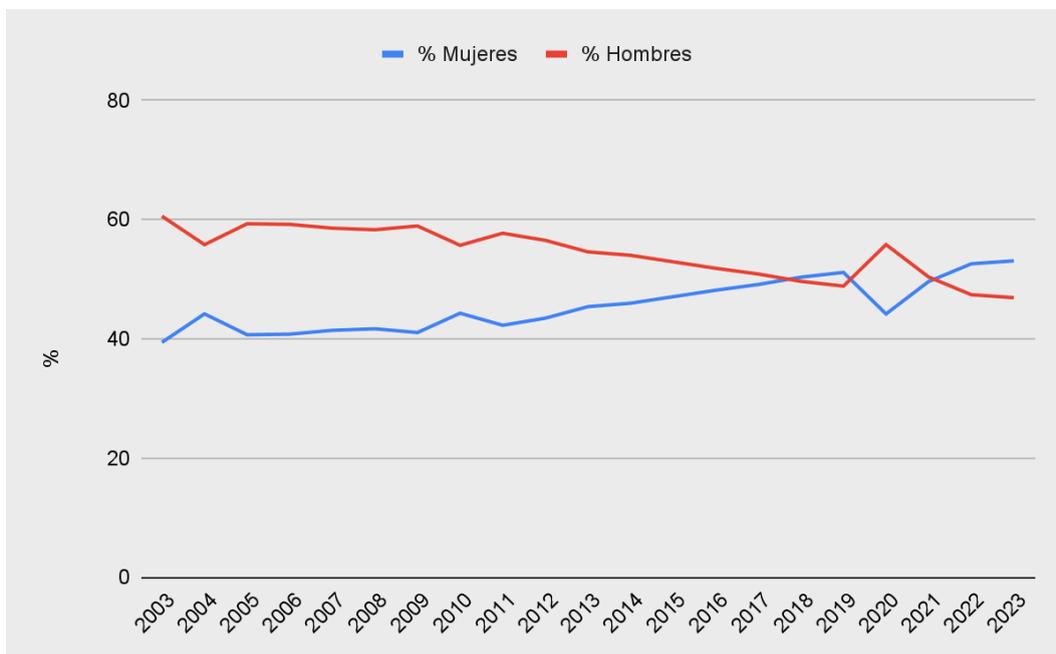


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f).

La siguiente tabla recoge los valores absolutos del número de peregrinas acompañados de la variación porcentual anual con respecto al año anterior. Se recogen asimismo los datos facilitados por la oficina del peregrino sobre el número absoluto anual de

peregrinas en tramos de hasta 18 años, desde los 18 a los 45 años, de 46 a 65 años, y mayor a 65 años.

**Tabla 4**

*Peregrinación Femenina Absoluta y por Tramos de Edad Anual. Variación Porcentual respecto al Año Anterior.*

Año	Total mujeres	% Variación año anterior	Menor de 18 años	Entre 18 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Mayor a 65 años
2003	29294	-	3453	17027	8155	659
2004	79487	171,34	9701	45033	22905	1848
2005	38216	-51,92	3606	20817	12712	1081
2006	41219	7,86	4004	22099	13745	1371
2007	47387	14,96	4211	24200	17077	1899
2008	52361	10,50	4375	26495	19273	2218
2009	60459	15,47	4928	31937	21066	2528
2010	120676	99,60	10803	61094	43870	4909
2011	77539	-35,75	5935	39751	28241	3612
2012	83668	7,90	6901	41723	30688	4356
2013	98009	17,14	8292	47750	36301	5666

Año	Total mujeres	% Variación año anterior	Menor de 18 años	Entre 18 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Mayor a 65 años
2014	109382	11,60	9077	52546	41015	6744
2015	123527	12,93	10102	58461	46959	8005
2016	133820	8,33	9382	61084	52534	10820
2017	147867	10,50	12674	67783	57271	10139
2018	164836	11,48	12265	72113	65690	14768
2019	177793	7,86	16255	76188	71766	13584
2020	23923	-86,54	1767	14394	7171	591
2021	88784	271,12	5379	43943	33573	5889
2022	230524	159,65	19284	98516	91885	20839
2023	230348	-0,08	21403	97372	94314	17259

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Porcentajes calculados con la hoja de cálculo ofrecida en el workspace de Google.

El gráfico de la Figura 9 muestra la tendencia de crecimiento del número de peregrinas en total y diferenciado por los tramos de edad descritos. En la lectura de datos de la Tabla 4 y la visualización del gráfico de la Figura 9 se puede observar la tendencia general de crecimiento absoluto del número de peregrinaciones femeninas. donde las peregrinas entre 18 y 45 años encabezan el número total de peregrinaciones seguidas de las mujeres entre 46 y 65 años.

La línea de este gráfico presenta un incremento destacable en los años santos Xacobeos de 2004 y 2010, así como una fuerte caída, por debajo de las 29294 peregrinaciones femeninas de 2003, en el año 2020 con un total 23923 peregrinas. Finalmente, en el año 2022 se alcanza un máximo de mujeres en el Camino de Santiago con un total de 230524 peregrinas.

### Figura 9

*Evolución Absoluta de la Peregrinación Femenina Anual.*

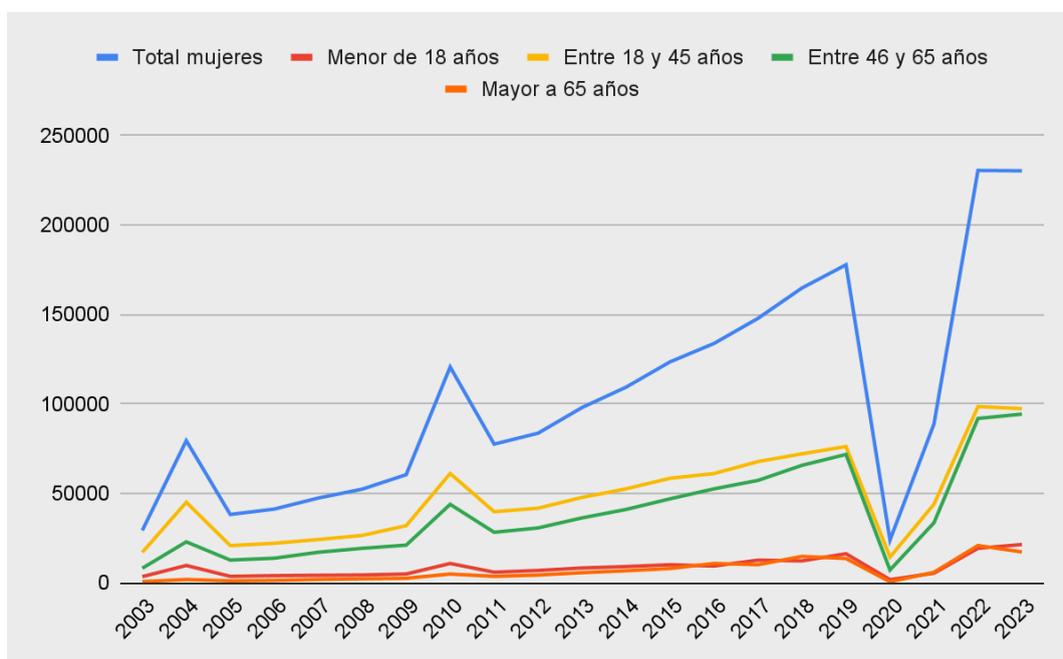


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Se incluyen los datos de la evolución absoluta del total de mujeres, así como los datos de peregrinación por tramos de edad.

Con objeto a desarrollar el resultado de investigación sobre el incremento de peregrinas en el Camino de Santiago experimentado en los últimos veinte años, se recoge en la Tabla 5 la variación anual porcentual en los tramos de edad fijados en la recogida de datos de la Oficina de acogida del peregrino.

**Tabla 5***Variación Porcentual Anual por Tramos de Edad de Peregrinaciones Femeninas.*

Año	% Variación Menor de 18 años	% Variación Entre 18 y 45 años	% Variación Entre 46 y 65 años	% Variación Mayor a 65 años
2003	-	-	-	-
2004	180,94	164,48	180,87	180,42
2005	-62,83	-53,77	-44,50	-41,50
2006	11,04	6,16	8,13	26,83
2007	5,17	9,51	24,24	38,51
2008	3,89	9,48	12,86	16,80
2009	12,64	20,54	9,30	13,98
2010	119,22	91,30	108,25	94,19
2011	-45,06	-34,93	-35,63	-26,42
2012	16,28	4,96	8,66	20,60
2013	20,16	14,45	18,29	30,07
2014	9,47	10,04	12,99	19,03
2015	11,29	11,26	14,49	18,70
2016	-7,13	4,49	11,87	35,17
2017	35,09	10,97	9,02	-6,29
2018	-3,23	6,39	14,70	45,66
2019	32,53	5,65	9,25	-8,02

Año	% Variación Menor de 18 años	% Variación Entre 18 y 45 años	% Variación Entre 46 y 65 años	% Variación Mayor a 65 años
2020	-89,13	-81,11	-90,01	-95,65
2021	204,41	205,29	368,18	896,45
2022	258,51	124,19	173,69	253,86
2023	10,99	-1,16	2,64	-17,18

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Porcentajes calculados con la hoja de cálculo ofrecida en el workspace de Google.

La lectura de los datos de la Tabla 5 a través del gráfico de la Figura 10 muestra una tendencia porcentual ligeramente superior en el tramo de años desde el 2003 hasta el 2019 a la ofrecida en el gráfico de la Figura 2 para el conjunto de peregrinaciones. Se destaca una concentración de mayores subidas anuales porcentuales en peregrinas mayores a 65 años en la mayoría de los años de dicho tramo. Puntualmente se producen caídas en el porcentaje de peregrinas de dicha edad con una bajada del 6,29 % para el año 2017 y del 8,02 % para el año 2019. En la misma línea las peregrinas menores de 18 años experimentan una ligera caída en los años 2016 y 2018 con una variación porcentual anual del -7,13% y -3,23 % respectivamente.

**Figura 10**

*Variación Porcentual de Peregrinas por Tramos de Edad desde 2003 hasta 2019.*

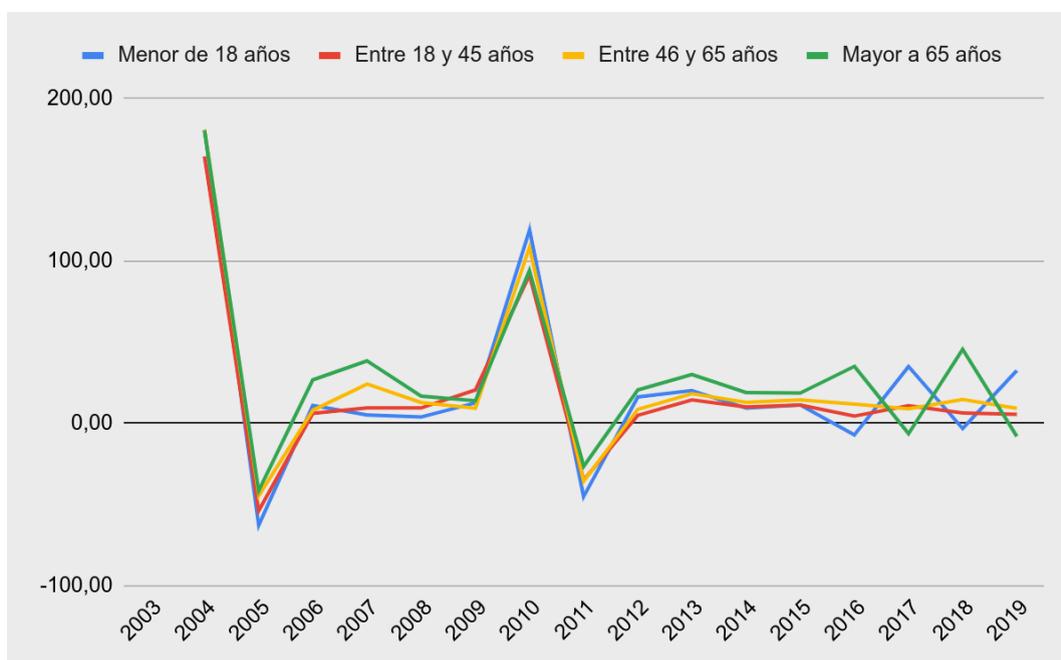


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Cálculos realizados con la hoja de cálculo facilitada en el workspace de Google.

La lectura separada del tramo de años desde 2020 hasta 2023 a través del gráfico de la Figura 11 muestra un fuerte incremento en el año 2021 del 896,45 % para las peregrinas de más de 65 años, motivado por las bajas cifras del año anterior. Su vulnerabilidad frente a la pandemia de Covid-19 se ve reflejada en los datos absolutos de peregrinación de la Tabla 4 y explica la gran recuperación porcentual a partir de 2021.

Finalmente, se destaca una subida generalizada bastante superior a la analizada en la Tabla 1 para el conjunto de peregrinaciones, de manera que frente a una recuperación en los años 2021, 2022 y 2023 de un 230 %, un 145 % y un 2 % respectivamente para el conjunto de todas las peregrinaciones, el tramo femenino de menos de 18 años muestra un crecimiento en esos tres años del 204,41 %, 258,51 % y 10,99 %. Las mujeres de entre 18 y 45 años experimentan una subida del 205,29 %, del 124,19 % y del -1,16 % en dichos años. Las peregrinas entre 46 y 65 años suben esos años un 368,18 %, un 173,69 % y un 2,64 %. Finalmente, las peregrinas de más de 65 años suben en los años después de la pandemia un 896,45 %, un 253,86 % para bajar un 17,18% en el año 2023. Se deduce una mayor subida después de la bajada de la pandemia de todos los tramos de edad de las peregrinas excepto

del tramo comprendido entre 18 y 45 años con respecto al total de peregrinaciones sin diferenciar por género.

### Figura 11

*Variación Porcentual de Peregrinas por Tramos de Edad desde 2020 hasta 2023.*

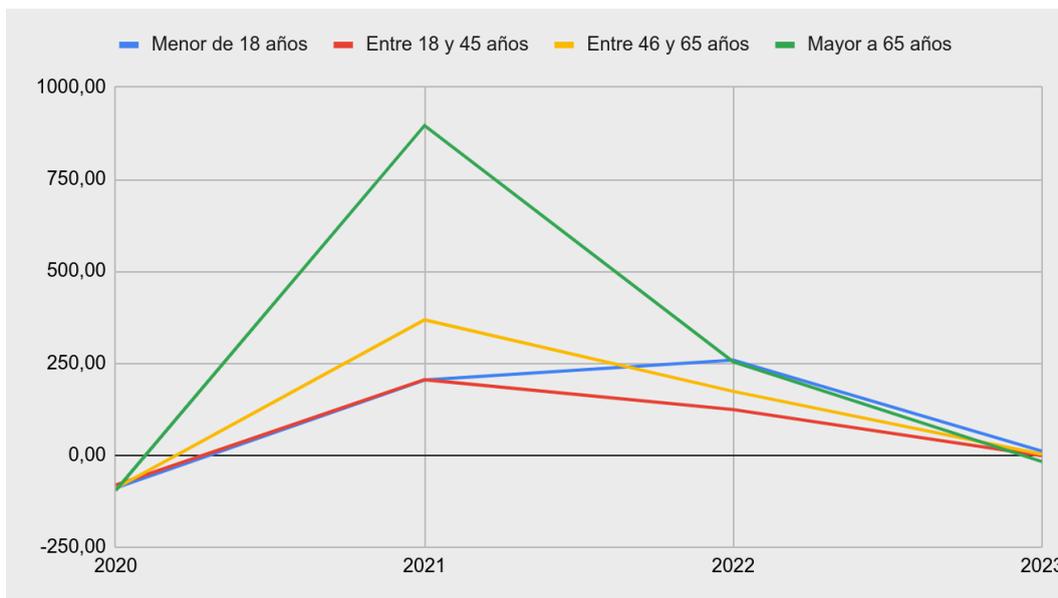


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Cálculos realizados con la hoja de cálculo facilitada en el workspace de Google.

A continuación, la Tabla 6 recoge los valores absolutos del número de peregrinos acompañados de la variación porcentual anual con respecto al año anterior. Se recogen asimismo los datos facilitados por la oficina del peregrino sobre el número absoluto anual de peregrinos en tramos de hasta 18 años, desde los 18 a los 45 años, de 46 a 65 años, y mayor a 65 años.

**Tabla 6**

*Peregrinación Masculina Absoluta y por Tramos de Edad Anual. Variación Porcentual respecto al Año Anterior.*

Año	Total hombres	% Variación año anterior	Menor de 18 años	Entre 18 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Mayor a 65 años
2003	45030	-	4500	25231	13395	1904
2004	100383	122,92	10573	54882	30852	4076
2005	55707	-44,51	4702	29411	18652	2942
2006	59837	7,41	5035	31224	20068	3510
2007	66990	11,95	5408	33962	23210	4410
2008	73240	9,33	5467	36940	25882	4951
2009	86795	18,51	6500	46459	28451	5385
2010	151709	74,79	12321	76716	53260	9412
2011	105835	-30,53	7724	54255	36433	7423
2012	108790	3,23	7994	54620	37903	8273
2013	117870	8,35	9091	57037	42099	9643
2014	128500	9,02	10329	59664	47030	11477

Año	Total hombres	% Variación año anterior	Menor de 18 años	Entre 18 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Mayor a 65 años
2015	138917	8,11	11662	63073	51092	13090
2016	144034	3,68	14894	62516	54922	11702
2017	153169	6,34	13659	66083	57616	15811
2018	162541	6,12	17554	66667	63459	14861
2019	169773	4,45	16759	68004	65770	19240
2020	30221	-82,20	2051	17014	9818	1338
2021	90129	198,23	8964	40618	34118	6429
2022	207777	130,53	25205	80998	80131	21443
2023	203550	-2,03	26736	80176	77437	19201

Tabla de elaboración propia realizada a partir de los datos recogidos en el sitio web Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Porcentajes calculados con la hoja de cálculo ofrecida en el workspace de Google.

La lectura de los datos facilitados por la Tabla 6 y su representación visual en el gráfico de la Figura 12 reflejan una evolución marcada por un incremento uniforme entre los años 2003 y 2019, fuertemente acentuado en los años santos Xacobeos de 2004 con una tasa de variación anual del 122,92 % y en el año 2010 del 74,79 %.

Esta tasa de crecimiento anual de carácter uniforme encuentra una fuerte interrupción de crecimiento del valor absoluto de peregrinaciones del género masculino en el año 2020, año tras el cual se vuelve a un rápido crecimiento apreciable en la línea del gráfico de la Figura 12 para alcanzar valores máximos en 2022.

**Figura 12**

*Evolución Absoluta de la Peregrinación Masculina Anual.*

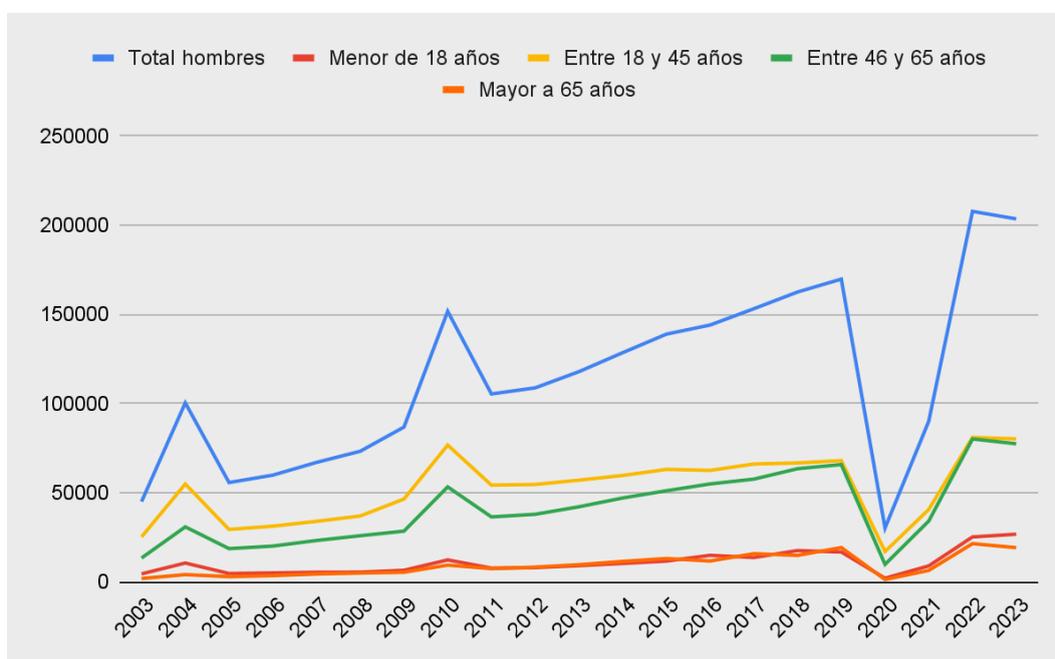


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.).

La lectura final de las estadísticas de la Oficina de acogida al peregrino del Camino de Santiago destapa la comparativa en términos de variación porcentual anual de las peregrinaciones declaradas de género femenino frente a las expresadas de género masculino.

La visualización de la gráfica de la Figura 13 muestra la comparativa donde se puede apreciar un mayor crecimiento porcentual anual para el género femenino en general, exceptuando el año 2009 donde el crecimiento femenino es del 15,47 % frente a un 18,51 % de crecimiento masculino.

Igualmente destacable es la diferencia de crecimiento en el año santo Xacobeo de 2004 con un 171,34 % femenino frente al 122,92 % de subida de peregrinaciones masculinas. El año santo Xacobeo de 2010 deja tasas de crecimiento más cercanas con un crecimiento del género femenino del 99,60 % frente al 74,79 % del incremento de peregrinaciones masculinas.

Desde el año 2012 la tasa de crecimiento anual de peregrinas duplica al crecimiento de peregrinos en los años 2012, 2013, 2016, 2017 y 2018, y tras el primer año de pandemia su

recuperación en términos porcentuales es 73 puntos superiores en el año 2021 y 29 puntos en el año 2022.

Por contra, las caídas porcentuales anuales en los años posteriores a los años santos Xacobeos de 2004 y 2010 son lideradas por las peregrinas con caídas respectivas del 51,92 % y 35,75 % frente a las caídas de peregrinos del 44,51 % y 30,53 % respectivamente. De igual manera, la caída porcentual debida a la crisis sanitaria de 2020 afecta de manera más acusada al género femenino con una caída anual del 86,54 % frente al 82,20 % masculina. La tendencia de una mayor bajada porcentual anual del género femenino encuentra en el año 2023 un cambio de ciclo donde la bajada femenina representa un 0,08 % frente al 2,03 de bajada del género masculino en un año en el que pese a la subida anual reflejada en la tabla 1 del 2 %, el desfase de cifras en la web de la Oficina del peregrinos para la determinación de peregrinación por géneros femenino y masculino con un total de 12167 peregrinaciones sin determinar motivan la bajada mencionada y representada en el gráfico de la Figura 13.

Todo ello sugiere un refuerzo del resultado de investigación mencionado sobre el empoderamiento del género femenino en contexto de la peregrinación del contexto Camino de Santiago.

**Figura 13**

*Comparativa de la Variación Porcentual Anual de Peregrinaciones del Género Femenino frente al Masculino.*

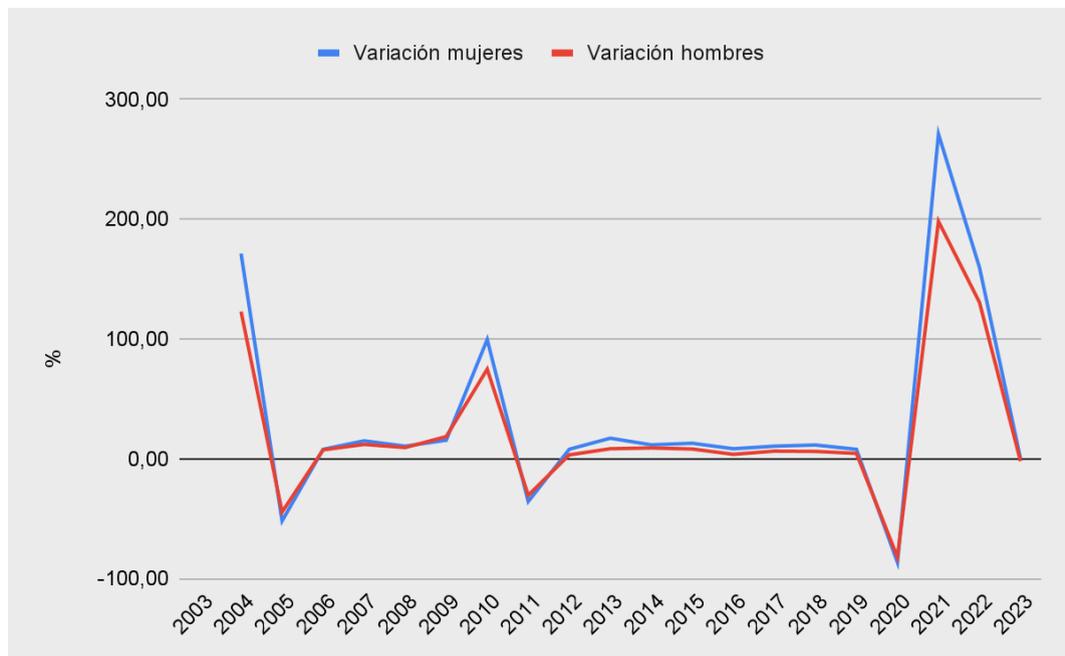


Gráfico de elaboración propia a partir de los datos facilitados en el sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.). Cálculos realizados con la hoja de cálculo facilitada en el workspace de Google.

## CAPÍTULO III: FACTORES ACTUALES EN LA PEREGRINACIÓN

### 3.1. Descripción general, influencia en la peregrinación.

Estrechamente ligado al recorrido por el contexto histórico del Camino de Santiago se encuentra la determinación de los factores contemporáneos que influyen en la peregrinación. La profunda transformación, cuyo patrocinio fue liderado por la Administración autonómica gallega a partir del año 1993, evidencia algunos de los distintos factores que acompañan a la motivación religiosa tradicional descritos en diferentes momentos de su historia y en especial en los momentos señalados del siglo XX. El análisis de estos factores y su contextualización a la nueva realidad del siglo XXI resulta un requisito indispensable para comprender el auge, popularidad y la dinámica actual de la peregrinación a Santiago.

Unido a esta comprensión del fenómeno derivado del análisis de los distintos factores actuales se encuentra la identificación y el entendimiento de las diversas motivaciones que justifican el apogeo del Camino de Santiago en las últimas décadas. Así, relatos como el de Frey (1998) muestran en su introducción las variadas funciones que puede ofrecer la peregrinación como respuesta a la espiritualidad trascendente, la nostalgia, la búsqueda de un lugar para manejar la aflicción, la iniciación esotérica o la evasión del trabajo diario a través de la unión con la naturaleza, la aventura física, la interacción social o las pruebas personales. Estas diversas funciones se convierten en factores que afectan a las propiedades o singularidades de la peregrinación contemporánea a Santiago, contribuyendo a una continua variación asociada a la permanente edificación del significado de la peregrinación.

El ininterrumpido proceso de reconstrucción de significados en torno a la peregrinación descrito por Álvarez Sousa (1999) como un sistema que no puede asignar una exclusiva función de la peregrinación a Santiago revela, según el planteamiento descrito, una semejante diversidad de factores que actúan en la compleja configuración de las percepciones y vivencias en el Camino de Santiago. Siguiendo el modelo presentado por el mismo autor, el cual no considera las peregrinaciones al margen de la actividad turística de manera que el componente turístico atraviesa las diversas motivaciones del peregrinaje, la función turística presenta unos rasgos transversales al resto de funciones de este fenómeno de origen religioso.

Bajo este planteamiento, las funciones religiosas, espirituales, culturales, económicas o deportivas, entre otras posibles competencias de carácter complementario y no excluyente, se encuentran ligadas, en mayor o menor medida, con las atribuciones turísticas del Camino

de Santiago. De esta manera, la consideración general de las funciones mencionadas bajo la consideración de impacto turístico resulta fundamental en el marco del presente trabajo para la consecución de los objetivos fijados en su inicio. Su desarrollo en el apartado 3.2. Impacto turístico en el Camino favorece de este modo la comprensión global del objeto principal de dicha investigación enunciado como la identificación de los cambios acaecidos en la evolución del fenómeno de las peregrinaciones en el Camino de Santiago en relación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas de las últimas décadas. De igual modo, la exposición de este impacto turístico en torno al fenómeno contemporáneo del Camino de Santiago encuentra una estrecha relación con las hipótesis de investigación fijadas al inicio del presente trabajo. Finalmente, los vínculos de la actividad turística con la reactivación actual del Camino de Santiago, así como su nexo con el uso de las nuevas tecnologías digitales, justifican su desarrollo para una comprensión integral del conjunto de los factores que afectan a la peregrinación a Compostela en la actualidad.

De manera complementaria, el papel de las nuevas tecnologías de la comunicación, información y aprendizaje han transformado de manera significativa la experiencia de la peregrinación desde la preparación de la experiencia, las vivencias en el camino hasta la difusión y proyección las percepciones personales tras el Camino. Así, los servicios e innovaciones ofrecidos por distintas webs, redes sociales, foros, blogs y aplicaciones móviles facilitan, modelan y enriquecen la experiencia de peregrinos y peregrinas en la actualidad. La difusión de experiencias de la peregrinación en distintos medios digitales constituye, según las hipótesis de investigación fijadas, un elemento de promoción del Camino de Santiago que favorece su proceso de reactivación en los últimos años. La transformación propiciada por los servicios y medios de difusión digitales convierten el impacto de estas nuevas tecnologías en un factor determinante cuyo análisis se entrelaza tanto con el factor turístico como con otros elementos que determinan las características de la peregrinación contemporánea y cuyo desarrollo se lleva a cabo en el apartado 3.3. del presente trabajo.

En conclusión, las distintas funciones que representa el Camino de Santiago ejercen un influjo en el continuo proceso de significación del fenómeno convirtiéndose en factores que determinan sus características en el contexto actual. De entre los distintos factores, destaca la actividad turística como medio vertebrador, en cierta medida, del resto de factores que afectan a la reactivación social, económica y cultural del Camino de Santiago en el siglo XXI. De igual modo, el factor tecnológico desempeña un papel relevante en la configuración

contemporánea de dicho fenómeno, alcanzando y transformando el conjunto de elementos que lo rodean y conforman.

El tratamiento de estos factores en los siguientes apartados, favorece, junto el análisis previo del fenómeno de la peregrinación, el contexto histórico del Camino de Santiago y el análisis estadístico de los datos de peregrinación en las últimas dos décadas, una comprensión más aproximada del fenómeno, así como los cambios continuos experimentados en el mismo durante el presente siglo XXI.

### 3.2. Impacto turístico en el Camino de Santiago.

Bajo el contexto ofrecido de los factores actuales que influyen en la peregrinación, donde la función turística en el Camino de Santiago destaca como una pieza crucial, sirviendo esta misma como un medio vertebrador e integrador de las distintas funciones de la peregrinación a Santiago, resulta indispensable aproximar la visión actual del impacto turístico para la comprensión integral de dicho fenómeno. En las últimas décadas, la evolución de las funciones del Camino ha variado significativamente, aumentando el peso de este fenómeno como destino turístico con una proyección internacional frente a su origen de peregrinación religiosa donde autores como Fernández Poncela destaca los cambios en la religiosidad popular donde las “devociones son parte activa de la modernidad o posmodernidad...; así como en el comercio o turismo religioso” (2009, p. 110). Autores como Rubio Gil y Esteban Curiel (2008) encuentran en el turismo religioso y cultural un elemento que junto con otras alternativas de turismo fortalece las economías locales y contribuye al desarrollo sostenible. De este modo, las transformaciones generadas por la actividad turística en el contexto de una peregrinación religiosa bajo el marco general de la globalización, y la consiguiente internacionalización del destino turístico que supone el Camino de Santiago, afecta las distintas dinámicas sociales, económicas y culturales de las distintas áreas locales alcanzadas por la peregrinación contemporánea a Santiago.

En este sentido, el auge turístico experimentado en el Camino de Santiago ha impactado en distintos componentes o elementos que rodean y se entrelazan con la función turística del fenómeno, favoreciendo el impulso económico a través de la creación nuevos servicios y empleos, así como el desarrollo de infraestructuras. De igual manera, las distintas vías o alternativas del Camino se pueden concebir como itinerarios culturales o rutas turísticas que “se ajusten a la organización comunitaria, contribuyendo a la vertebración

territorial, evitando desequilibrios económicos socio-territoriales y promoviendo una visión holística o integral del patrimonio cultural basada en los usos y valores simbólicos autóctonos” (Hernández Ramírez, 2011, p. 234).

De igual modo, esta prosperidad turística plantea desafíos de sostenibilidad, donde se incluye la presión sobre el medio ambiente, o la sobreexplotación del patrimonio cultural y las infraestructuras locales. Consideraciones desarrolladas por autores como Sanz Blas, Buzova y Pérez Pérez (2021) sobre el vínculo de la masificación turística con el deterioro del estilo de vida y el desgaste del bienestar social de los residentes, así como un empeoramiento de la experiencia de los visitantes, reflejan un requerimiento de una gestión planificada para asegurar la sostenibilidad y autenticidad de los distintos itinerarios del Camino de Santiago. Sin embargo, el planteamiento de los mismos autores señala algunas reacciones positivas ante el fenómeno de masificación turística, donde la popularidad alcanzada por los destinos fomenta el desarrollo de relaciones culturales y el enriquecimiento social a través de la interacción de los locales con los turistas.

La perspectiva de una función turística vertebradora parece afectar a la visión de las diversas motivaciones de peregrinación. Desde la diferenciación extrema de denominación entre peregrinos y turistas, autores como Leira, Rego y Santos (2010) advierten como sus conclusiones conduce a pensar que “los peregrinos se convierten, en cierta medida, en turistas, al tiempo que éstos adoptan las costumbres de aquéllos, y todo ello establece unos claros elementos para una metamorfosis entre ambos” (p. 45). Siguiendo la clasificación realizada por García Docampo, M. (1999) quien organiza la tipología de visitantes a Santiago en peregrinos jacobeos bajo un sentido estricto religioso, peregrinos deportivo-culturales, turistas del Camino, peregrinos exclusivos a la catedral o turistas religiosos laxos, podemos observar una distribución general de los peregrinos en función de sus motivaciones donde autores como Leira, Rego y Santos (2010) consideran que los peregrinos tradicionales en sentido estricto complementan los valores religiosos o espirituales con otros atractivos patrimoniales o culturales. De igual manera, para los participantes de la peregrinación bajo una motivación con mayores inclinaciones turísticas prima los elementos culturales, “aunque sin renunciar a los valores de Santiago como capital religiosa y espiritual” (Leira, Rego y Santos, 2010, p. 45). Estas consideraciones refuerzan las hipótesis de investigación planteadas y justifican el análisis del factor turístico en la peregrinación contemporánea a Santiago.

Finalmente, el repaso realizado en el apartado 3.3.1. sobre distintos servicios e innovaciones digitales para la peregrinación, así como la difusión de experiencias y comunicación del Camino de Santiago en medios digitales realizada en el apartado 3.3.2. ofrecen una perspectiva actual de los distintos elementos que alcanza el impacto del turismo en el Camino de Santiago, así como una visión cercana de distintas opciones turísticas a través de los medios digitales en torno a este fenómeno de peregrinación en el año 2024.

Esta perspectiva actual de los elementos que intervienen en el impacto de la actividad turística y la propia oferta actual al peregrinaje en medios digitales fomenta el alcance de los objetivos fijados en el presente trabajo ofreciendo una respuesta a las preguntas de investigación que determinan la naturaleza intrínseca del mismo. Su exposición en el posterior apartado responderá a una perspectiva neutra, sin buscar una diferenciación o clasificación de los peregrinos y peregrinas por motivaciones, y que a su vez no valore los aspectos positivos o negativos de dicha realidad. En conclusión, este repaso brinda una oportunidad de comprensión sobre la manera en que la actividad turística está modelando el presente en el que se desenvuelve la peregrinación, a la vez que apunta hacia el futuro del Camino de Santiago. De tal manera, la exploración de elementos y opciones turísticas en medios digitales proporciona una base sólida para entender la dinámica y evolución de la peregrinación en el contexto actual.

### 3.3. Impacto de las nuevas tecnologías en el Camino de Santiago.

La evolución descrita en el capítulo I, acerca del contexto histórico del Camino de Santiago, experimenta desde finales del siglo anterior una fuerte transformación ligada a los cambios y demandas de la sociedad contemporánea. En consecuencia, el factor que constituyen las nuevas tecnologías digitales atraviesa y transforma el conjunto de funciones que se implican en el proceso de permanente construcción del significado de la peregrinación. Así, el impacto de estas nuevas tecnologías en el antiguo fenómeno de peregrinación constituye un aspecto esencial dentro del análisis actual del mismo.

La estrecha relación entre el factor constituido por el impacto turístico y el uso de las nuevas tecnologías digitales hace fundamental una exploración de los distintos recursos ofrecidos por dichas tecnologías con objeto de comprender cómo el conjunto de ambos factores ha influido en las vivencias del peregrinaje. De este modo, las nuevas tecnologías ofrecen una herramienta crucial para entender el impulso turístico descrito en el apartado

anterior, y es a su vez, un poderoso recurso a través del cual se configura la totalidad de funciones que integra el Camino de Santiago.

La permeabilidad de estas tecnologías digitales en distintos ámbitos de nuestro entorno, no es ajena al fenómeno de la peregrinación. Desde la planificación del itinerario hasta la difusión de la vivencia, pasando por el consumo de servicios digitales y comunicación durante la realización del Camino, las oportunidades que brinda el uso de dichas tecnologías, favorece la transformación del modo en el que peregrinos y peregrinas preparan, perciben y difunden su experiencia de peregrinación. Estudios como los realizados por Balladares Burgos y Avilés Salvador (2020) concluyen como los nuevos ciberespacios fomentan la presencia permanente y la resignificación de lo sagrado, y como lo sagrado se construye y alimenta en internet fuera de los circuitos tradicionales, a través de la cultura digital. De la misma manera, en que la peregrinación tradicional se mantiene vigente hasta la llegada al lugar santo, “el internet y las redes sociales ofrecen la posibilidad de un peregrinaje continuo y permanente de los sitios... desde el propio lugar del sujeto” (Balladares Burgos y Avilés Salvador, 2020, p. 153). Los mismos autores describen el surgimiento de un espacio híbrido, fruto de la fusión de prácticas tradicionales religiosas y la cultura digital, enmarcado en “un nuevo contexto dinámico que requiere de nuevas lógicas y comprensión de sentidos” (Balladares Burgos y Avilés Salvador, 2020, p. 150).

De este modo, el examen de los distintos servicios e innovaciones digitales disponibles en la actualidad para desarrollar la peregrinación a Santiago representa una vía fundamental para alcanzar el objeto principal de estudio de la presente investigación. La identificación de los cambios acaecidos en la evolución del fenómeno de la peregrinación a Santiago a través del repaso de dichos servicios e innovaciones digitales permite a su vez alcanzar objetivos relacionados con el influjo turístico en distintas áreas donde se desarrolla el Camino. Este repaso se dirige hacia la búsqueda de respuestas de la pregunta principal de investigación cuya formulación motiva la realización de este trabajo. Igualmente, ofrece una oportunidad para sustentar las distintas hipótesis de investigación en relación a la reactivación del Camino de Santiago y sus lazos tanto con el impacto turístico como con el auge del uso de las nuevas tecnologías digitales.

Finalmente, la exploración de diferentes alternativas facilitadas por los medios digitales de información y comunicación, así como el repaso de diversos ejemplos de difusión de experiencias en el ámbito de la peregrinación, permite “constatar la creciente

normalización y enriquecimiento mutuo de las esferas presencial y digital en la socialización cotidiana de las personas” (Serrano Puche, 2013, p. 360). Por tanto, el análisis de diversas plataformas digitales termina por configurar una comprensión completa del fenómeno de peregrinación en el siglo XXI, donde la difusión global se encuentra íntimamente vinculada con la promoción turística del fenómeno y su fuerte auge en las últimas décadas.

### 3.3.1. Servicios e innovaciones digitales para la peregrinación.

La oferta y uso creciente de sitios web, aplicaciones móviles, así como otras innovaciones digitales, ha contribuido a un cambio significativo en la forma en que peregrinos y peregrinas planifican y desarrollan su actividad. De este modo, el incremento de estos servicios digitales ha favorecido de manera decisiva a la configuración contemporánea de la peregrinación a Santiago. Del mismo modo, dichos servicios e innovaciones digitales tienen una relación directa con la promoción y auge del Camino de Santiago en las últimas décadas, guardando un estrecho vínculo con el impacto turístico de este fenómeno gracias al uso generalizado de estas herramientas digitales.

El uso de sitios web y aplicaciones móviles de planificación ha sustituido progresivamente a las tradicionales guías impresas de peregrinación, de manera que su utilización generalizada puede considerarse como una evolución del conocido Códice Calixtino, “libro del siglo XII que pasa por ser la primera guía de peregrinos que describe el ambiente de la época en torno al Camino de Santiago” (Agis Villaverde, 2008, p. 310).

Distintos sitios web, como el producto informativo elaborado desde la Fundación Eroski bajo el nombre de Eroski Consumer<sup>11</sup>, el ofrecido por la empresa especializada en la gestión de servicios y experiencias en el Camino de Santiago Pilgrim Travel<sup>12</sup>, el gestionado por el grupo empresarial La Voz de Galicia S.A. a través de su web Vive el Camino<sup>13</sup>, la guía online de la Editorial Buen Camino S.L.<sup>14</sup>, el sitio web de Gronze.com<sup>15</sup>, o la web de la empresa Mundicamino Travel<sup>16</sup>, entre una variada y extensa oferta de sitios web de gestión privada destinados a la planificación de la peregrinación a Santiago de Compostela, ofrecen a través de Internet una variedad de herramientas puestas a disposición de los usuarios y usuarias para su uso con distintos tipos de dispositivos informáticos. Estos servicios digitales

---

<sup>11</sup> <https://caminodesantiago.consumer.es/>

<sup>12</sup> <https://www.pilgrim.es/camino-de-santiago/>

<sup>13</sup> <https://vivecamino.com/>

<sup>14</sup> <https://www.editorialbuencamino.com/>

<sup>15</sup> <https://www.gronze.com/>

<sup>16</sup> <https://www.mundicamino.com/>

ofrecidos por empresas privadas se complementan con sitios webs gestionados por instituciones públicas como la Xunta de Galicia a través de la web Camino de Santiago<sup>17</sup> o el Portal oficial de turismo de España<sup>18</sup>, así como el sitio web de la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago<sup>19</sup> o el sitio web de Albergues del Camino de Santiago<sup>20</sup>.

La versión móvil de estos sitios web de planificación, a través de aplicaciones móviles o apps como Buen Camino de Santiago App (2024)<sup>21</sup>, Gronze Maps (2024)<sup>22</sup>, Camino de Santiago CaminoTool (2023)<sup>23</sup>, Cno. Santiago (2024)<sup>24</sup> o Wise Pilgrim All Caminos (2024)<sup>25</sup> ofrecen la posibilidad de acceso a los servicios digitales mediante el uso de dispositivos móviles digitales. Estas aplicaciones móviles constituyen un importante recurso digital de apoyo a la peregrinación con una interfaz adaptada a los dispositivos de conexión portados durante la peregrinación, y con disponibilidad, usualmente gratuita, para los sistemas operativos más comunes como iOS y Android.

De manera general, los sitios webs, de organizaciones públicas y privadas, y las aplicaciones móviles dirigidas a la planificación común de la peregrinación son considerados como los servicios digitales más extendidos entre usuarios y usuarias de la peregrinación en el presente estudio. La naturaleza genérica de la información proporcionada en dichos medios digitales permite analizar de manera conjunta la variedad de servicios ofrecidos. Estos servicios generales encuentran variaciones en la presentación de los mismos, si bien se analizarán de manera más detallada e individualizada las peculiaridades o innovaciones ofrecidas por los medios digitales con posterioridad al presente repaso conjunto. Así, los sitios web y aplicaciones mencionados ofrecen habitualmente los siguientes servicios a través del acceso a Internet:

- Información general de los orígenes y evolución del Camino de Santiago.
- Información básica y noticias del Camino en la actualidad.
- Descripción general por tramos de las distintas rutas del Camino.
- Oferta de alojamientos: tipos, precios y disponibilidad.

---

<sup>17</sup> <https://www.caminodesantiago.gal/es/>

<sup>18</sup> <https://www.spain.info/es/camino-santiago/>

<sup>19</sup> <https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/biblioteca/Guias.asp>

<sup>20</sup> <https://www.alberguescaminosantiago.com/>

<sup>21</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.editorialbuencamino.buencamino&hl=es&pli=1>

<sup>22</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gronze.maps&hl=es>

<sup>23</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.sw.caminotool&hl=es>

<sup>24</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.ign.caminosantiago&hl=es>

<sup>25</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisepilgrim.allcaminos&hl=es&gl=US>

- Funcionamiento de los albergues públicos.
- Consulta sobre monumentos y otros puntos de interés. Información cultural de las localidades de paso.
- Información sobre gastronomía y dónde comer en las distintas rutas.
- Consejos y recomendaciones para la realización del Camino: preparación física y mental, calzado, ropa y equipamiento básico. Preparación de mochila. Seguridad.
- Servicios y sugerencias diferenciadas para la peregrinación a pie y en bicicleta.
- Información y contacto de las asociaciones del Camino.
- Acceso a toda la información de los trazados oficiales de las rutas y mapas interactivos. Puntos de interés. Accesibilidad a localidades. Actualizaciones en tiempo real.
- Acceso a información de eventos de distinta naturaleza.
- Información en tiempo real de las condiciones meteorológicas.
- Contratación de diferentes servicios de apoyo a la peregrinación, turísticos y culturales.
- Artículos, reportajes y curiosidades.
- Foro de comunicación y difusión de experiencias.
- Fotografías e imágenes del Camino.

Estos servicios, comunes a los sitios web y aplicaciones destacados, se complementan con webs más generalistas centradas en el turismo como la web de Turismo de Santiago – Incolsa, empresa municipal del Ayuntamiento de Santiago de Compostela encargada de la gestión de toda la política turística en la ciudad<sup>26</sup>, o distintos sitios web especializados en servicios concretos para el Camino de Santiago. Algunos ejemplos de empresas que ofrecen estos servicios web con plataformas para la reserva de alojamientos como Booking.com<sup>27</sup> o Airbnb Ireland UC<sup>28</sup>, empresas de transporte como Alsa<sup>29</sup> y Renfe<sup>30</sup>, un elevado número de agencias de viajes con presencia en Internet, servicio de transporte de mochilas para peregrinos y peregrinas con la aplicación móvil Pilbeo - Camino de Santiago (2024)<sup>31</sup>, o sitios web de venta online de equipamiento para la peregrinación como Decathlon<sup>32</sup> o la

---

<sup>26</sup> <https://www.santiagoturismo.com/>

<sup>27</sup> <https://www.booking.com/index.es.html>

<sup>28</sup> <https://www.airbnb.es/>

<sup>29</sup> <https://www.alsa.es/#>

<sup>30</sup> <https://www.renfe.com/es/es>

<sup>31</sup> [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pilbeo.pilbeo\\_android&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pilbeo.pilbeo_android&hl=en_US)

<sup>32</sup> <https://www.decathlon.es/es/>

empresa Peregrinoteca.com<sup>33</sup>, complementan la oferta general de servicios digitales ofrecidos para la peregrinación.

Esta oferta general de servicios digitales, presentada y recogida tanto en las webs como en las aplicaciones desarrolladas para planificación y apoyo de la peregrinación, vienen ofreciendo desde las últimas dos décadas una variada oferta de herramientas online que favorecen una nueva concepción del Camino de Santiago por parte de peregrinos y peregrinas. El uso extendido de dispositivos digitales portátiles y el acceso generalizado a Internet por parte de usuarios y usuarias favorece igualmente el acceso a dichos recursos tanto en la planificación previa a la peregrinación, como en el desarrollo mismo dentro de la localización física del Camino de Santiago. De este modo, la noción de campo religioso para la peregrinación a Santiago en el contexto actual, planteada en el apartado de hipótesis y preguntas de investigación, se extiende más allá de los agentes y espacios físicos tradicionales, incorporando en su seno los espacios y usuarios virtuales asociados al fenómeno de peregrinación.

Paralelamente, el impulso ofrecido en los últimos años al desarrollo de recursos o innovaciones digitales con distintos fines de apoyo a la peregrinación, termina por configurar la oferta actual de posibilidades digitales que caracteriza a la peregrinación actual. La innovadora oferta de servicios a través de Internet completa la oferta general de servicios digitales descrita anteriormente, planteando una posibilidad de consumo por parte de la clientela de la peregrinación, cuyo impacto será negociado en el trabajo de campo del Capítulo IV en el presente documento.

La posibilidad interactiva de gestionar y planificar el itinerario de manera personalizada a través de calculadoras de kilómetros y gastos, junto a la selección de albergues para hospedarse, monumentos y eventos que visitar, o la suscripción a avisos y notificaciones personalizadas a la ruta de peregrinaje, facilitados por sitios web como Eroski Consumer<sup>34</sup> o la Xunta de Galicia a través de su web Camino de Santiago<sup>35</sup>, entre otras alternativas de sitios web y aplicaciones móviles, permite facilitar la planificación y organización de la peregrinación. De esta manera, los usuarios pueden decantarse por optimizar su experiencia, adaptando el recorrido a sus necesidades, posibilidades y preferencias personales. La clientela de esta innovación puede seleccionar y adaptar su

---

<sup>33</sup> <https://www.peregrinoteca.com/>

<sup>34</sup> <https://caminodesantiago.consumer.es/>

<sup>35</sup> <https://www.caminodesantiago.gal/es/>

peregrinación al número de kilómetros diarios y días disponibles para la realización, guardando en su cuenta de usuario/a los datos tanto de peregrinaciones pasadas, como de la presente en curso o planificada.

La innovación digital que busca, a través de la tecnología, conectar a los peregrinos con la economía local del Camino Francés desarrollada por el proyecto Camino de Europa<sup>36</sup> muestra los fines de un proyecto que “busca transformar la experiencia cultural de los peregrinos y reactivar la economía local de los municipios que conforman el Camino Francés” (Camino de Europa, s.f.) a través de cuatro pilares descritos en su web. Así, el proyecto busca favorecer el desarrollo local impulsando la actividad económica, poniendo en valor la riqueza patrimonial a través de la inmersión cultural, promoviendo la innovación inclusiva con acento en la igualdad de género, y fijando su actividad bajo un objetivo de desarrollo sostenible. La información de Camino de Europa (2024) muestra la información del futuro lanzamiento de una aplicación digital para la peregrinación donde convergen los pilares del proyecto. Esta app permitirá una mejora de la experiencia cultural en la peregrinación, planeando las etapas y descubriendo la cultura del Camino, a la par que promueve la venta de productos locales a través de *e-commerce* para recibir los productos al finalizar la peregrinación en la casa del usuario. Finalmente, la dimensión de esta aplicación digital promoverá la conexión y relaciones de intercambio de todos los agentes que participan en el Camino de Santiago. Entre los numerosos beneficios del lanzamiento de esta app se destacan el descubrimiento de culturas y productos locales por los usuarios y usuarias, así como el alcance permanente de los comerciantes locales gracias a la plataforma y la desestacionalización de sus productos.

Otras posibilidades, como la innovación ofrecida por la app Jacostamp (2024)<sup>37</sup> permite localizar y conseguir sellos del Camino de Santiago. Esta aplicación permite geolocalizar distintos sellos a lo largo del Camino, dando información sobre los mismos y permitiendo la comunicación entre usuarios. Jacostamp ofrece además una versión digital de la Credencial<sup>38</sup> para realizar el Camino. De igual manera, la oficina de acogida al peregrino de la Catedral de Santiago pone en marcha desde el 27 de enero de 2024 su credencial digital

---

<sup>36</sup> <https://caminodeeuropa.com/>

<sup>37</sup> [https://play.google.com/store/apps/details?id=es.jacostamp&hl=es\\_PE](https://play.google.com/store/apps/details?id=es.jacostamp&hl=es_PE)

<sup>38</sup> La credencial de peregrino es una especie de pasaporte que debe ser sellado en cada etapa de la ruta. Tiene su origen en el documento que, durante la Edad Media, se entregaba a los peregrinos como salvoconducto. Se debe sellar al menos dos veces al día en los últimos 100 km (para los peregrinos a pie o a caballo) o en los últimos 200 km (para los peregrinos ciclistas), o bien durante 100 millas náuticas navegadas y realizando a pie los últimos kilómetros del Camino desde O Monte do Gozo, según los datos de la Xunta de Galicia en su sitio web del Camino de Santiago.

del peregrino<sup>39</sup>, al igual que otras organizaciones como la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago<sup>40</sup>.

La innovación digital que ofrece la aplicación móvil AlertCops (2023)<sup>41</sup> permite a los usuarios y usuarias obtener un soporte tecnológico que les aporte seguridad en su peregrinación. Al estar conectado con la Guardia Civil, se puede dar avisos en caso de dificultad; y al tener el GPS activo, se puede localizar al usuario o usuaria en caso de necesidad. Con una función similar, la aplicación móvil Life360: Compartir ubicación (2024)<sup>42</sup> está pensada para quien realice la peregrinación en solitario o por rutas menos transitadas. La aplicación permite conocer la ubicación del usuario o usuaria con total privacidad. Tras establecer un círculo familiar mediante invitación previa, podrás saber en tiempo real dónde se encuentran las personas de tu círculo, además de establecer sitios seguros y recibir una notificación cuando estas personas salgan o lleguen a ellos. La función de activación de una alerta silenciosa a los miembros de tu círculo, permite enviar la localización exacta de forma inmediata en caso de necesidad.

Para favorecer el conocimiento cultural de las rutas, la aplicación móvil Google Arts & Culture (2024)<sup>43</sup> incluye el tema Camino de Santiago llamado ¡Buen Camino! Esta aplicación ofrece todo tipo de información sobre las rutas jacobeanas, fotografías, vídeos, museos, monumentos y otros elementos patrimoniales. La aparición de estos servicios de realidad virtual y aumentada ofrecen experiencias inmersivas para el peregrinaje, con una incorporación cada vez más frecuente entre los servicios de otras aplicaciones móviles generales, como es el caso de la aplicación móvil de la Xunta de Galicia conocida como Camino de Santiago en Galicia (2023)<sup>44</sup>. Esta aplicación permite visualizar todos los puntos de interés situados en las proximidades a través de la cámara del móvil.

Otras innovaciones digitales como la aplicación Relive (2024)<sup>45</sup> permiten registrar tu actividad física, establecer objetivos personales y comunicarte con otros usuarios y usuarias. Relive te ubica en tiempo real, además de registrar variables como la distancia, el tiempo, la velocidad, e incluso añadir fotos de tu ruta en el Camino de Santiago. Terminada la actividad

---

<sup>39</sup> <https://oficinadelperegrino.com/generador-de-sellos-de-la-credencial-digital/>

<sup>40</sup> <https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/apps/credencialdigital.asp>

<sup>41</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alertcops4.app&hl=es>

<sup>42</sup> [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.life360.android.safetymapd&hl=es\\_419](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.life360.android.safetymapd&hl=es_419)

<sup>43</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=es>

<sup>44</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=gal.xunta.camino&hl=es>

<sup>45</sup> [https://play.google.com/store/apps/details?id=cc.relive.reliveapp&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=cc.relive.reliveapp&hl=es_419&gl=US)

se pueden visualizar distintos logros y estadísticas. Esta aplicación permite la vinculación con distintos modelos de relojes inteligentes digitales o iWatch.

Innovaciones ofrecidas en el sitio web de la Xunta de Galicia (s.f.) con la descarga de stickers del Xacobeo para su utilización en servicios de mensajería instantánea y redes sociales constituyen una atractiva oportunidad para favorecer la comunicación entre peregrinos y peregrinas descrito en el siguiente apartado del presente trabajo.

Finalmente, otras innovaciones tecnológicas han abarcado distintas funciones de la peregrinación como es el caso de la aplicación digital *Ultreia - Orar en el Camino de Santiago*, descrito por *Ultreia.info* (s.f.) y no disponible actualmente en tiendas online de aplicaciones móviles como Google Play, que permite crear un plan de oración o meditación a la medida de usuarios y usuarias entre otros servicios digitales comunes ya descritos.

En conclusión, el repaso realizado a los principales servicios e innovaciones digitales ofrecidos como herramientas de apoyo, planificación y desarrollo de la peregrinación a Santiago suponen una importante aproximación al contexto actual de peregrinación en época contemporánea. La exposición de estos recursos, recogidos en el listado final de recursos, innovaciones y medios de difusión digitales para la peregrinación, responde al alcance de los objetivos fijados en la presente investigación, y da una respuesta objetiva a las preguntas e hipótesis de investigación planteadas.

### 3.3.2. Difusión de experiencias y comunicación del Camino de Santiago en medios digitales.

La progresiva digitalización de nuestro entorno ha producido un cambio profundo en la manera de compartir y consumir la información. Este cambio impacta en el contexto de la peregrinación a Santiago de manera significativa, de forma que se produce una difusión más extensa y diversa tanto de la información para la peregrinación, como de las experiencias en torno a la misma. Así, el análisis de las distintas plataformas digitales para la difusión de experiencias y comunicación en el Camino de Santiago complementa el estudio del impacto de los servicios e innovaciones digitales realizado. El uso de estas plataformas digitales afecta al modo en que peregrinos y peregrinas comunican su percepción y vivencia del fenómeno, de forma que su análisis permite aproximar la percepción general del Camino en la actualidad.

De este modo, el uso de estos recursos digitales en el ámbito de la comunicación digital permite una documentación y preparación previa de la peregrinación, a la vez que

concede la oportunidad de compartir la experiencia y comunicarse con otros peregrinos y peregrinas durante la experiencia y una vez pasada esta. La vasta circulación de información en medios digitales enriquece las posibilidades del fenómeno, sirviendo a su vez de medio de promoción directa o indirecta del mismo.

De la misma manera, su uso por parte de instituciones, asociaciones y distintas empresas de servicios vinculadas al Camino de Santiago, se convierte en una vía de promoción activa y directa, ofreciendo una proyección internacional a dicho fenómeno.

Igualmente, su uso generalizado en distintas plataformas por parte de usuarios y usuarias particulares ofrece mucho más que una difusión de experiencias personales. La publicación e interacción en medios digitales ofrece un poderoso recurso que facilita el intercambio de impresiones, consejos y recomendaciones, fomentando la ampliación de los espacios físicos tradicionales en los que se desarrolla la peregrinación, y en consecuencia, un auge de la promoción indirecta del Camino de Santiago.

El presente análisis a los principales recursos y plataformas digitales para la difusión de contenidos y comunicación digital, favorece una comprensión global de la peregrinación a Santiago en los últimos años. De esta manera, se contribuye al alcance de los objetivos iniciales fijados en la investigación, ofreciendo respuestas a las preguntas e hipótesis de investigación planteadas gracias a la aproximación de esta realidad de las plataformas digitales.

El auge del uso de redes sociales ofrece a los peregrinos y peregrinas la posibilidad de compartir su experiencia compartiendo fotos, vídeos, relatos diarios y consejos en tiempo real a través de sus cuentas personales de redes como Facebook, Instagram, Tik Tok o X como ejemplos más extendidos entre otras redes sociales. La creación de una comunidad virtual de peregrinos donde compartir experiencias, gracias al uso de hashtags como #caminodesantiago y la creación de grupos como el de Camino de Santiago. (s.f.) en Facebook, se ve complementado con la existencia de grupos que ponen en contacto a peregrinos y peregrinas para funciones más específicas. Así, grupos como el de Compañeros para hacer el Camino de Santiago. (s.f.), también en la red social Facebook, ayuda desde 2013 a poner en contacto a peregrinos y peregrinas con los que realizar la peregrinación.

De forma análoga, el uso de estas redes sociales por parte de organismos públicos, asociaciones y distintas empresas de servicios del ámbito de la peregrinación a Santiago,

permite una mayor presencia, difusión y comunicación con la comunidad virtual. Cuentas de Facebook como Pilgrim Camino de Santiago. (s.f.) o El Camino de Santiago. (s.f.), o perfiles de Instagram como Camino de Santiago [@buencaminosantiago]. (s.f.) constituyen algunos de los innumerables ejemplos de la presencia en redes sociales de este tipo de organizaciones.

Plataformas digitales de intercambio de vídeos como YouTube han posibilitado una amplia creación de contenidos relacionados con el Camino. En este sentido, los distintos vídeos subidos por usuarios particulares o organizaciones relacionadas con el Camino de Santiago a través de sus canales, como Santiago Ways - Camino de Santiago. (s.f.) o Buen Camino de Santiago App. (s.f.), ofrecen la posibilidad de documentar audiovisualmente la experiencia de peregrinación, así como ofrecer vídeos de consejos, recomendaciones y otros contenidos relacionados con el Camino. Esta plataforma brinda la oportunidad de visualizar documentales para conocer la historia del Camino de Santiago como el ofrecido por el Canal Planet Doc (2015), o profundizar en los secretos en torno al mismo (Canal AMC Selekt, 22 de julio de 2020). Finalmente, iniciativas desarrolladas por canales como el de Camino Time Lapse (s.f.), permiten a los usuarios y usuarias obtener una novedosa inmersión visual desarrollada desde 2019 sin la necesidad de moverse de su hogar.

Los sitios web configurados bajo el formato de blog permiten la creación y actualización de contenidos cuyo uso personal permite a los usuarios y usuarias particulares compartir su experiencia y documentar su viaje, así como crear distintos contenidos relacionados con la peregrinación. El uso de estos blogs por distintas organizaciones como el del Albergue Belorado Cuatro Cantones (s.f.), la empresa turística Elcaminodesantiago.es. (s.f.), o las agencias de viajes Tu buen camino (s.f.) y Woman to Santiago (s.f.), permite a las mismas ofrecer servicios de planificación y apoyo a la peregrinación, así como establecer una difusión a través de su presencia en estos medios digitales.

La interacción entre usuarios y usuarias adquieren una significación relevante con el uso de foros en medios digitales como los ofrecidos por Gronze.com. (s.f.) y Eroski Consumer. (s.f.). Estas plataformas desempeñan un papel esencial, rompiendo las barreras geográficas de comunicación entre peregrinos y peregrinas y proporcionando un recurso valioso para la difusión de experiencias, la resolución de dudas y sirviendo como espacio de discusión sobre diversos temas en el contexto del Camino de Santiago. En estos puntos de encuentro favorecen una dinámica de intercambio de información para la preparación previa de la peregrinación, el apoyo y asistencia durante la peregrinación, y la difusión de

experiencias y conocimiento después del Camino. Finalmente, estas plataformas digitales reflejan, a través de los comentarios y debates de los usuarios y usuarias, las características principales de la peregrinación en el contexto actual.

Por otro lado, la transmisión en línea de contenidos grabados en audio sobre temas relacionados con el Camino de Santiago presenta una vía digital de difusión de contenidos que puede cubrir distintos temas desde historias personales hasta información general y consejos prácticos para la peregrinación. El ejemplo de Berruete Cilveti (2014-2015) con sus emisiones recogidas en RTVE Play muestra una vía alternativa de obtención de información y entretenimiento para cualquier momento de la peregrinación bajo el formato de podcast.

Finalmente, los distintos sitios web, de organizaciones públicas y privadas, articulan a través de sus contenidos y publicaciones, una vía de información y difusión de experiencias, como las múltiples ofrecidas por Xacopedia (<https://xacopedia.com/>). Otros sitios web, como el de escapadarural.com, ofrecen ejemplos de experiencias enmarcadas en el Proyecto Camino de Santiago para los reclusos de la cárcel de Zaballa. En este sitio, Fernández (2019), explica las particularidades de un proyecto de reinserción de reclusos inspirado en el proyecto Oikoten, creado en 1982 en Bélgica.

En conclusión, la oferta presentada de plataformas virtuales para la difusión y comunicación digital contiene una muestra relevante del extenso catálogo de recursos virtuales para la comunicación. Los medios y alternativas examinadas ofrecen por tanto, una vía de comprensión de las características de la peregrinación en el paradigma actual. Sin embargo, la posibilidad de uso del conjunto de recursos digitales descritos para la peregrinación no explica, en términos absolutos, la realidad de peregrinación en el Camino de Santiago. La consideración coordinada de los recursos digitales analizados, junto con la explotación de datos del trabajo de campo en el siguiente capítulo, favorece una aproximación precisa a la visión contemporánea del Camino de Santiago.

## CAPÍTULO IV: TRABAJO DE CAMPO. ENCUESTA DIGITAL PEREGRINACIÓN.

### 4.1. Introducción, consideraciones globales y datos de control.

En el marco general del presente trabajo, dirigido a identificar la evolución de la peregrinación a Santiago de Compostela en relación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas de las últimas décadas, resulta crucial complementar el análisis de los distintos elementos desarrollados en los capítulos anteriores con el desarrollo de los datos extraídos del trabajo de campo. La información arrojada por dichos datos favorece una comprensión más cercana, fiel y profunda del fenómeno de peregrinación actual gracias a las experiencias y percepciones de los participantes encuestados a través del cuestionario digital descrito en el apartado de metodología. Este método nos permite, por tanto, acceder a una recolección de datos a partir de una muestra diversa de participantes, cuya aportación concede una respuesta más acertada a las hipótesis y cuestiones de investigación planteadas, determinando un alcance general más amplio de los objetivos fijados.

Por lo tanto, el fundamento empírico del método ejecutado garantiza una aproximación más justa del impacto de las tecnologías digitales desarrollado en el capítulo anterior. Igualmente, los datos facilitados por los participantes en la encuesta digital presentan una visión más completa de la clientela del fenómeno de peregrinación respecto al consumo de los diversos servicios e innovaciones ofrecidas en medios digitales. Junto a estas capacidades del trabajo de campo, se encuentra la oportunidad de una interpretación más certera del impacto turístico en relación a las tendencias y comportamientos de utilización de las tecnologías digitales por parte de los encuestados y encuestadas.

Finalmente, el análisis estadístico de los resultados del trabajo de campo, junto con la visualización de las percepciones de los peregrinos y peregrinas encuestados, esconde un entendimiento estructural del fenómeno de peregrinación en la actualidad, así como un conocimiento emocional de las motivaciones que impulsan al peregrinaje en los últimos años. Estas consideraciones refuerzan el desarrollo global del presente trabajo, cuyo objeto de estudio es aproximar la visión contemporánea de la peregrinación a Santiago en el siglo XXI.

A continuación se muestran, de manera general, los resultados y estadísticas recogidos en la encuesta digital desde el 23 de enero al 1 de junio del presente año, periodo en el cual noventa y ocho participantes realizan la encuesta a través de los medios digitales. Esta participación no se considera ampliamente significativa, si bien el análisis del número de

muestras registradas puede apuntar las tendencias perseguidas en el ámbito de la investigación.

### **Figura 14**

*Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital por Género.*

Indique su género  
98 respuestas

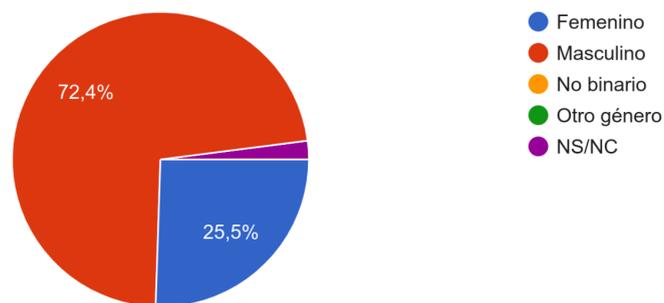


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

En el gráfico de la Figura 14 se puede observar cómo 71 participantes (72,4 %) de la muestra declaran un género masculino, frente a 25 participantes femeninas (25,5 %) y 2 participantes (2 %) que no declaran su género. La inclusión de esta pregunta de control en el cuestionario unida al número de participación, no deja un margen aceptable de filtrado de datos por género, si bien se realizará un pequeño análisis del género femenino en el apartado 4.3.

## Figura 15

### *Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital por Rango de Edad.*

Indique su rango de edad

98 respuestas

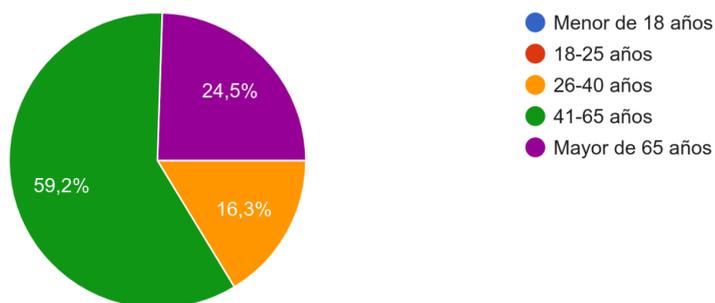


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

El rango de participación mayoritario en el trabajo de campo corresponde a la franja de edad de 41 a 65 años, con 58 participantes (59,2 %), seguido de 24 participantes (24,5 %) de más de 65 años, y 16 participantes (16,3 %) con un rango de edad de 26 a 40 años. Destaca la nula participación de menores de 25 años en el trabajo de campo. Con respecto a estos datos, la pregunta de control queda inhabilitada para un filtrado posterior, debido a la desigual presencia de rangos de edad y el escaso aporte de dichos datos para alcanzar el objeto de estudio.

## Figura 16

*Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Lugar de Procedencia.*

Lugar de procedencia  
98 respuestas

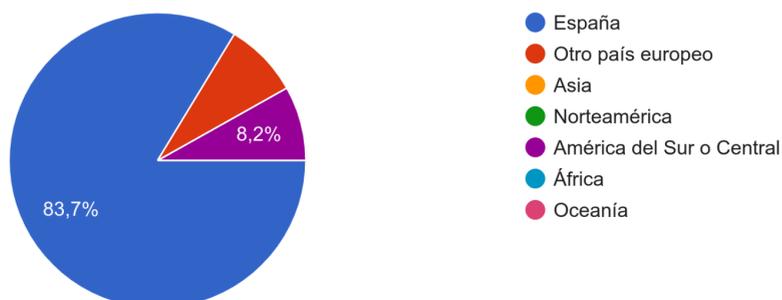


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

El gráfico de la Figura 16 muestra una amplia participación de procedencia española con 82 participantes (83,7 %) frente a 8 participantes de otros países europeos (8,2 %) y 8 de origen de América Central y del Sur (8,2 %). Se desestima igualmente una explotación y filtrado de los datos obtenidos según el lugar de procedencia de los participantes debido a la escasa participación fuera de las contribuciones de procedencia española.

## Figura 17

*Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según la Ruta de Peregrinación.*

Última o actual ruta de peregrinación  
98 respuestas

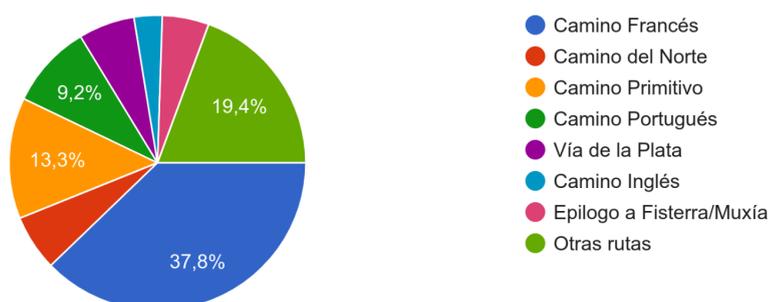


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital. Los porcentajes para la peregrinación a través del Camino del Norte y de la Vía de la Plata son del 6,1 %, los que realizan el epílogo a Fisterra/Muxía alcanza un porcentaje del 5,1 %, y finalmente un 3,1 % de los encuestados realizan el Camino Inglés.

El estudio de la declaración de ruta de peregrinación por parte de los participantes muestra una diversidad de elección de rutas, donde destaca, en línea con los datos facilitados en las estadísticas del sitio web de la Oficina de acogida al peregrino (s.f.), la ruta del Camino Francés con 37 participantes (37,8 %). La baja aportación de muestras en esta pregunta de control motiva una exclusión del filtrado de los mismos en el contexto de la presente investigación.

### Figura 18

*Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Número de Jornadas de Peregrinación.*

Jornadas de peregrinación última o actual ruta de peregrinación.  
98 respuestas

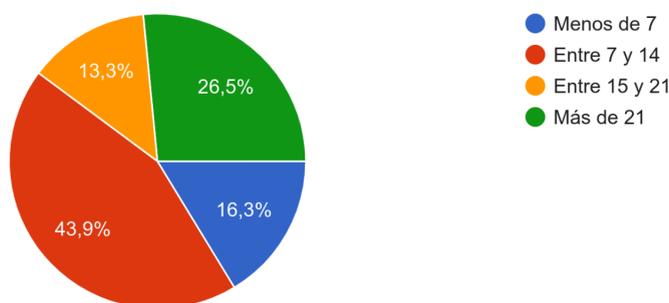


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

El gráfico de la Figura 18 refleja un total de 16 participantes que realizan una peregrinación de menos de 7 días (16,3 %), complementada con una mayoría de 43 participantes que peregrinan entre 7 y 14 días (43,9 %). Estos datos se completan con 13 participantes que desarrollan una ruta de entre 15 y 21 jornadas (13,3 %) y 26 participantes que realizan su peregrinación por más de 21 días (26,5 %). Pese a la baja participación absoluta en los distintos rangos de duración de la peregrinación, la distribución uniforme y la relevancia de filtrado de los datos de esta pregunta de control motivan la explotación y

examen de la visión de los participantes en el apartado 4.3 según el número de jornadas de peregrinación.

### Figura 19

*Porcentaje de los Participantes en la Encuesta Digital según el Número de Peregrinaciones Realizadas.*

¿Cuántas veces ha realizado el Camino de Santiago?  
98 respuestas

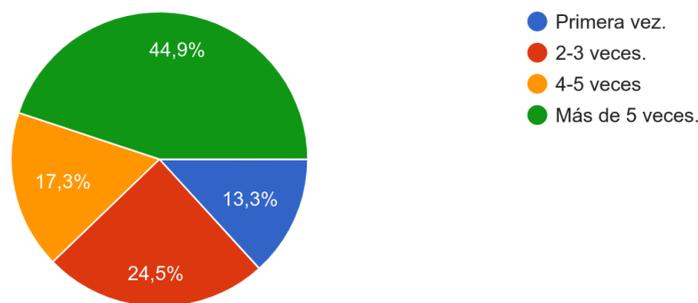


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

En el gráfico de la Figura 19 se aprecia un total de 13 participantes que realizan el Camino por primera vez (13,3 %), seguido de 24 participantes que han peregrinado a Santiago 2 o 3 veces (24,5 %). Un total de 17 participantes (17,3 %) han realizado el Camino 4 o 5 veces, completando este rango con una mayoría de 44 participantes (44,9 %) que han realizado el Camino de Santiago más de 5 veces. El estudio diferenciado de los datos sobre la percepción del uso de las tecnologías digitales encuentra en esta pregunta de control, un componente atrayente para incluir un filtrado de datos en el apartado 4.3.

#### 4.2. Resultados y estadísticas del uso de las nuevas tecnologías digitales.

El análisis de los datos recogidos en las preguntas relativas a la utilización de las nuevas tecnologías digitales en distintos ámbitos de la peregrinación, así como las cuestiones específicas relacionadas con el empleo de las mismas para fines divulgativos y de comunicación, permiten aproximar la investigación a la realidad del impacto de dichas tecnologías en las características actuales del Camino de Santiago. La cumplimentación de

noventa y ocho sujetos en dichas preguntas de la encuesta favorece la visualización de la tendencia general, si bien es destacable, una necesidad de ampliación de la muestra con objeto de reforzar los resultados extraídos.

## Figura 20

*Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Uso de las Tecnologías Digitales.*

¿Utiliza alguna aplicación digital o web para planificar o seguir su peregrinación en el Camino de Santiago? Indique en que ámbitos de la peregrinación ha influido. Respuesta múltiple.

98 respuestas

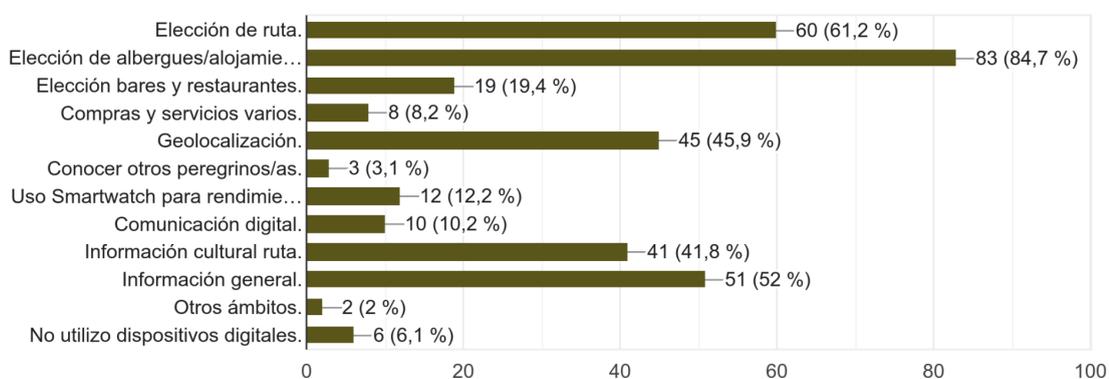


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital. Se concretan las dos opciones no visibles completamente en el gráfico como “Elección de albergues/alojamientos” y “Uso Smartwatch para rendimiento físico y salud”.

La visualización del gráfico de la Figura 20 muestra una manifestación del 84,7 % del total de participantes para el uso de las tecnologías digitales destinado a la elección de albergues o alojamientos en sus rutas. Un 61,2 % declara usar dichas tecnologías para la elección de ruta, y en menor medida, el 52 % expresa la utilización de estos medios digitales para el acceso a información general en el contexto de la peregrinación.

Otros usos de la tecnología digital revelados en el trabajo de campo muestran una utilización del 45,9 % de los participantes para geolocalizarse, un 41,8 % para acceder digitalmente a información cultural de la ruta, y unos usos más residuales de los servicios e innovaciones digitales para otros fines descritos.

De la información obtenida en el presente trabajo de campo se desprende una tendencia general del uso de las nuevas tecnologías digitales en el contexto de la peregrinación actual a Santiago, frente a un 6,1 % de los encuestados que declaran no hacer uso de los dispositivos digitales. Esta marcada tendencia completa y afirma la realidad de uso de los servicios e innovaciones digitales ofertados de manera general, cuyo análisis se ha desarrollado en el apartado 3.3.1 del presente documento. De igual modo, se reafirma la hipótesis de estudio planteada en torno al auge de utilización de las nuevas tecnologías digitales.

### Figura 21

*Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Uso de Medios de Comunicación y Difusión Digitales.*

¿Utiliza alguna plataforma o recurso digital para compartir su experiencia o conectarse con otros peregrinos? Respuesta múltiple.

98 respuestas

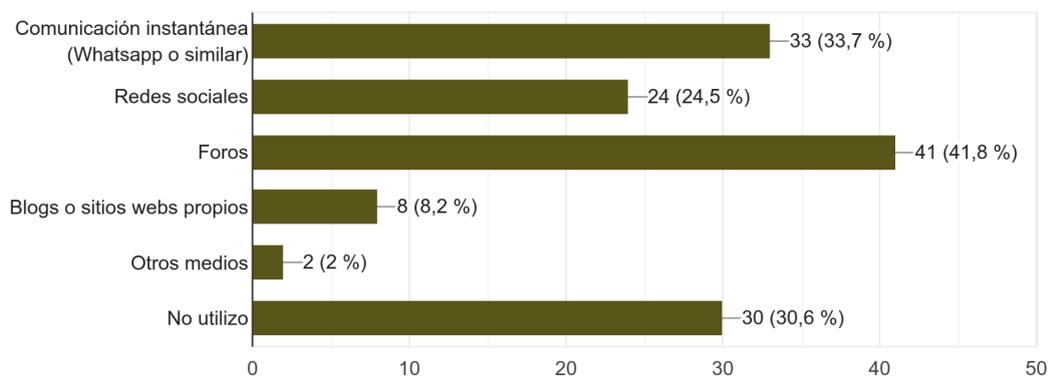


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

## Figura 22

### *Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre el Momento de Uso de Medios de Comunicación y Difusión Digitales*

¿En qué momento de la peregrinación utiliza los recursos digitales para compartir su experiencia o conectarse con otros peregrinos? Respuesta múltiple.

98 respuestas

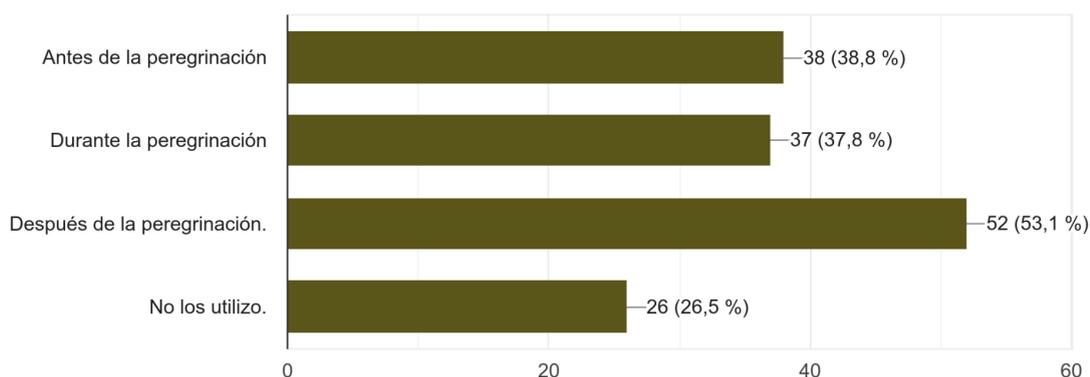


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

Los gráficos de la Figura 21 y la Figura 22 reflejan la tendencia del uso de las nuevas tecnologías digitales para la comunicación y difusión de experiencias por parte de los peregrinos y peregrinas. El presente trabajo de campo muestra un uso medio declarado de dichas tecnologías, con un 41,8 % de los participantes que declaran hacer uso de los foros de discusión virtuales para los fines descritos. Adicionalmente, un 33,7 % afirma la utilización de estas herramientas digitales para la comunicación instantánea, y un 24,5 % de las redes sociales para la difusión de vivencias y comunicación en el contexto del Camino de Santiago. La distribución del momento de uso de estas opciones digitales revela en el gráfico de la Figura 22 una uniformidad de utilización inclinada hacia un uso posterior de las mismas en la finalización de la peregrinación (53,1 %).

La manifestación expresa de un 30,6 % de participantes de no utilizar estos medios digitales, confirma una tendencia con la oferta de plataformas digitales descritas en el apartado 3.3.2, donde predomina un uso de las tecnologías digitales en el ámbito de la comunicación y difusión de la experiencia. De igual manera, se corrobora la hipótesis planteada en torno al auge del uso de las nuevas tecnologías digitales y sus implicaciones en

la promoción del Camino de Santiago, debido al uso generalizado de las tecnologías para el consumo de servicios digitales, así como la promoción indirecta del Camino gracias a la difusión de experiencias en distintos medios de difusión.

#### 4.3. Resultados y estadísticas de la influencia de las nuevas tecnologías digitales.

A partir de los datos extraídos de las preguntas del cuestionario digital dirigidas a recoger la impresiones de los sujetos de la muestra sobre la influencia de las nuevas tecnologías digitales en distintos elementos del Camino de Santiago, así como su influjo en la autenticidad del mismo y la afectación de su empleo en la conexión religiosa y espiritual por parte de peregrinos y peregrinas, se obtiene un acercamiento a la tendencia de opiniones de los participantes encuestados acerca de su visión de la nueva realidad del Camino de Santiago, mediada por el uso de las nuevas tecnologías. La tramitación de estas preguntas por parte de un intervalo de entre noventa y seis y noventa y siete participantes, arroja resultados que confirman la tendencia incipiente de opiniones, si bien se destaca la necesidad de un incremento de los participantes de la muestra para obtener un mayor alcance de los resultados obtenidos.

#### Figura 23

*Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Contribución de la Tecnología en el Camino de Santiago.*

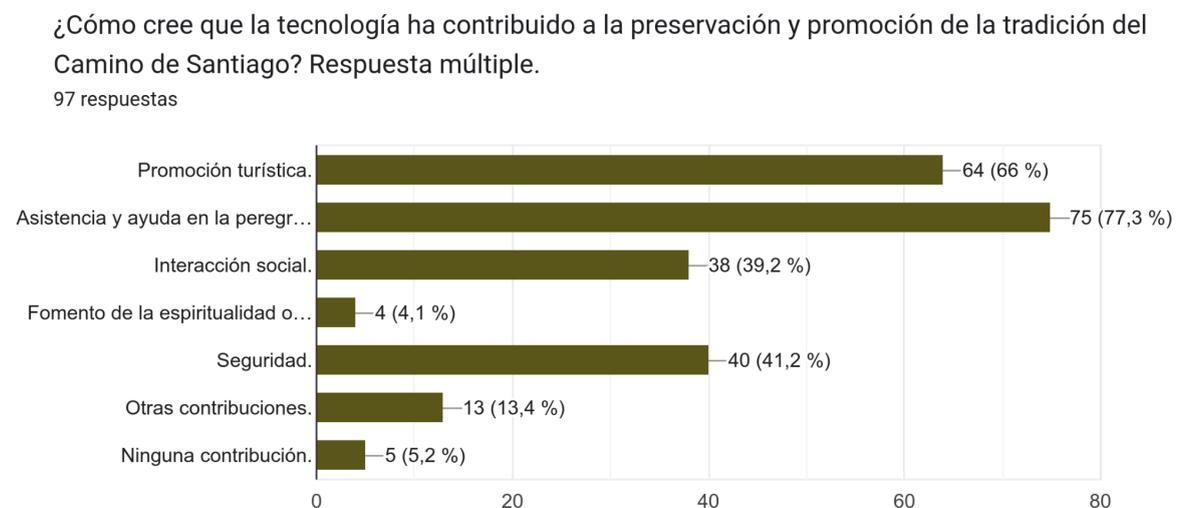


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital. Se concreta la opción no visible completamente como “Asistencia y ayuda en la peregrinación”.

A la pregunta de las implicaciones tecnológicas en el contexto de la preservación y promoción del Camino de Santiago, recogidas en el gráfico de la Figura 23, el 77,3 % de los participantes apuestan por una influencia en la asistencia y ayuda en la peregrinación, seguido de un 66 % que opinan que favorece la promoción turística del Camino. Esta tendencia manifestada enlaza con las hipótesis planteadas en la presente investigación respecto a la influencia común entre el auge del uso de las nuevas tecnologías, el impulso de la promoción turística del fenómeno de peregrinación, y la fuerte reactivación del Camino en las últimas décadas.

A su vez, un 41,2 % de los participantes estima que la tecnología ha favorecido la seguridad en la peregrinación, con la mención expresa de una participante de género femenino de entre 41 y 65 años que ha peregrinado por primera vez, de encontrar en las nuevas tecnologías digitales un elemento de seguridad para poder peregrinar en solitario.

Es destacable como únicamente el 4,1 % de los participantes perciben que las tecnologías digitales han contribuido al fomento de la religiosidad o de la espiritualidad en el Camino de Santiago, y como el 5,2 % cree que las nuevas tecnologías no han ofrecido ninguna contribución al Camino.

Las opiniones expresadas en respuesta a la cuestión planteada respecto a las contribuciones de las tecnologías al Camino de Santiago, apuntan a la hipótesis planteada en torno a una conformación de la peregrinación afectada por el uso de las nuevas tecnologías y la transformación asociada de la promoción turística.

Por otra parte, el filtrado de datos en relación al género de los participantes, dejando la muestra en 25 mujeres, muestra unas declaraciones del 72 % de las mujeres hacia una contribución de las nuevas tecnologías a la promoción turística, un 76 % a la ayuda y asistencia a la peregrinación, un 40 % a la seguridad en el Camino y de un 44 % a la interacción social. Destaca la ausencia de afirmaciones acerca de un fomento de la espiritualidad o a la religiosidad debido al uso de estas tecnologías. Finalmente, es destacable el bajo número de la muestra con el filtrado de datos para el género femenino.

## Figura 24

*Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Influencia de las Nuevas Tecnologías Digitales en la Autenticidad del Camino de Santiago.*

¿En qué grado considera que las nuevas tecnologías digitales han disminuido la autenticidad de la experiencia del Camino de Santiago?

96 respuestas

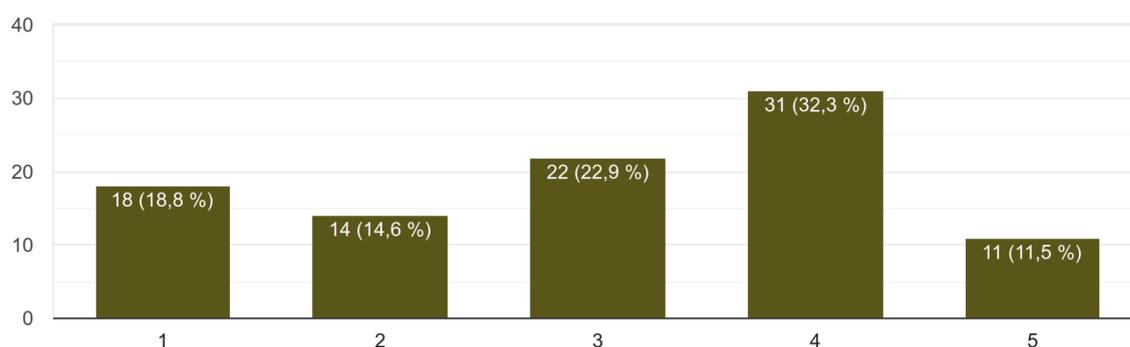


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

El gráfico de la Figura 24 muestra una tendencia en la que sobresale un 32,3 % de los participantes que puntúan, en una escala de 1 a 5 donde 1 representa que no ha disminuido casi nada y 5 que ha disminuido mucho, con un 4 ante la pregunta de la disminución de la autenticidad de la experiencia del Camino de Santiago. No obstante, la consideración global de los resultados obtenidos, visualizada en el gráfico de la Figura 24, no arroja un resultado concluyente en la percepción de una transformación de la experiencia de la peregrinación derivada del empleo de las nuevas tecnologías digitales, si bien la tendencia manifestada apunta a un impacto medio alto sobre la autenticidad de la peregrinación debido al uso de las nuevas tecnologías.

El filtrado de los datos, recogidos en esta pregunta, realizado para el género femenino no revela un cambio de tendencia de las manifestaciones descritas. Igualmente, el filtrado de datos respecto al número de jornadas de peregrinación muestra distribución similar para todos los intervalos de la pregunta de control. Finalmente, el filtrado de datos respecto al número de peregrinaciones a Santiago no muestra desviaciones significativas con respecto a los datos globales analizados con anterioridad.

De este análisis se desprende la tendencia general de toda la muestra, sin importar el género, la duración de la peregrinación o la experiencia de peregrinaje, hacia una inclinación a manifestar una pérdida de autenticidad media alta de la experiencia del Camino de Santiago debido al uso de las tecnologías digitales. Esta tendencia, extrapolable a los rangos de control analizados, no puede sin embargo concluir un resultado extensamente generalizado debido al volumen de la muestra y la distribución uniforme de los otros rangos de respuesta ante la cuestión planteada.

### Figura 25

*Declaración Porcentual de los Participantes en la Encuesta Digital sobre la Influencia de la Tecnología Digital en la Conexión con la Espiritualidad/Religiosidad del Camino de Santiago.*

¿Cómo ha afectado la tecnología digital a la conexión con la espiritualidad/religiosidad en el Camino de Santiago?  
97 respuestas

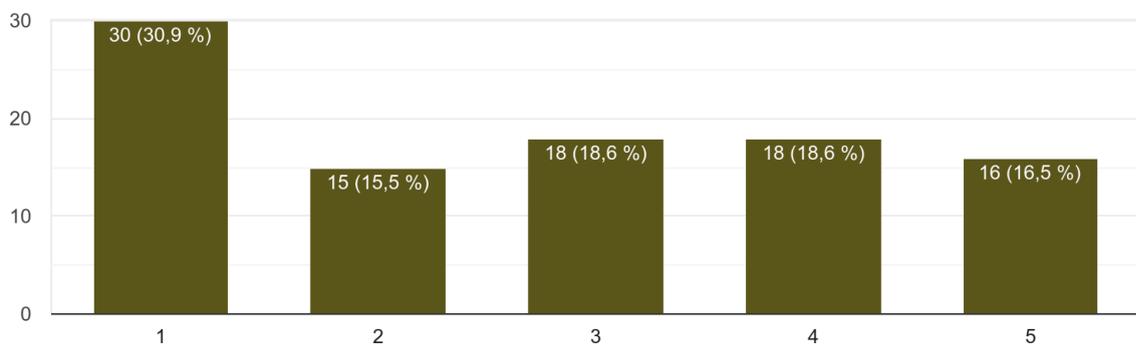


Gráfico elaborado con la herramienta de Google Forms, incluida en el workspace de Google, a partir de los datos recogidos en la encuesta digital.

Finalmente, el análisis de las consideraciones de los participantes ante el interrogante acerca de la afectación de la conexión con la espiritualidad o religiosidad en el contexto del Camino de Santiago bajo el uso de las nuevas tecnologías digitales, parece arrojar unos resultados donde el 30,9 % de los encuestados considera que dicho empleo no ha afectado nada a la mencionada conexión. De esta manera, la tendencia general de opiniones actuales

en torno al uso de las nuevas tecnologías parece inclinarse hacia una dinámica de influjo neutro en el terreno religioso y espiritual a través del uso de dichas tecnologías.

El filtrado de datos de la muestra para el género femenino no muestra un resultado concluyente en torno a la cuestión planteada, siendo irregular la distribución de respuestas, y mínimo el tamaño de la muestra filtrada.

En cuanto al filtrado de datos respecto al número de jornadas de peregrinación, se observa una declaración del 37,5 % de la muestra con una duración de peregrinación de menos de 7 días, y de un 30,7 % para la muestra con una peregrinación entre 15 y 21 días que declaran que la tecnología digital ha afectado mucho en la conexión de la espiritualidad o religiosidad. El bajo tamaño de las muestras de los rangos de dichos datos filtrados contrasta con las opiniones expresadas por parte de las muestras de peregrinaciones de 7 a 14 días, y de más de 21 días, muestras filtradas que arrojan resultados de un 30,23 % y un 46,15 % respectivamente para una manifestación de una baja afectación de la conexión con la espiritualidad o religiosidad bajo el uso de las nuevas tecnologías digitales en el contexto de la peregrinación.

Finalmente, el filtrado de datos de dicha pregunta respecto al número de peregrinaciones de los sujetos de la muestra encuestados, no refleja ninguna tendencia distinta a la analizada para el conjunto general de la muestra.

#### 4.4. Consideraciones finales del trabajo de campo.

El trabajo de campo realizado descubre unos resultados que demuestran la incorporación del uso de las nuevas tecnologías en el ámbito de la peregrinación. La tendencia de uso de los distintos servicios e innovaciones digitales queda patente en las respuestas de los participantes en dicha encuesta, frente a una minoría que declara no hacer uso de estas herramientas digitales.

Igualmente, el uso de dichas tecnologías digitales para la comunicación y la difusión de experiencias en la peregrinación queda patente con la observación de las respuestas de los sujetos encuestados.

En cuanto a las aportaciones e influencias del uso de las nuevas tecnologías en el contexto del Camino de Santiago parece unánime la percepción de una ayuda y asistencia de dichas herramientas digitales, así como el influjo general en la experiencia de peregrinar. A

su vez, parece existir una tendencia de opiniones entre los participantes sobre la poca afectación de la religiosidad o espiritualidad de la experiencia de peregrinar debido al uso de las nuevas tecnologías.

De manera complementaria, los datos estadísticos extraídos de las respuestas de la muestra encuestada se completan con los puntos de vista expresados por 35 de los participantes recogidos en Anexo II. En la muestra se observa 14 participantes que expresan una opinión positiva sobre la influencia que bajo su punto de vista tienen las tecnologías digitales en la experiencia de peregrinación (40%), seguidos de 13 participantes que manifiestan una opinión negativa al respecto (37,14%). La muestra se completa con 8 participantes que expresan aspectos positivos y negativos del impacto digital en la experiencia de peregrinación (22,86 %).

Entre los comentarios positivos recogidos por los participantes de la muestra se destaca la facilidad para la experiencia y disminución de incertidumbre, la seguridad e información que proporcionan dichas tecnologías digitales, las posibilidades de comunicación o el mayor conocimiento del Camino de Santiago en general.

Por contra, los comentarios negativos manifestados por los participantes de la muestra se centran en la pérdida de comunicación personal y alejamiento que representan dichas tecnologías, la distracción e impedimento para conectar con la esencia del Camino, la masificación o el postureo que pueden derivar de su uso.

Finalmente, las aportaciones de participantes que expresan una doble influencia de las tecnologías digitales en el ámbito del Camino de Santiago se inclinan por destacar las ventajas y ayudas que brindan estas tecnologías, a la par que resaltan la distracción y el alejamiento tanto de la aventura como de la interacción personal con otros peregrinos. Junto a las aportaciones de dichas herramientas digitales otros participantes subrayan los riesgos de un mal uso de las mismas, la pérdida de disfrute y autenticidad de la experiencia, así como la opinión del Camino debido al uso de redes sociales, masificando y dirigiendo el fenómeno hacia un futuro incierto y totalmente alejado de su verdadero significado.

## CONCLUSIONES

El fenómeno de peregrinación a Santiago de Compostela, iniciado en el siglo IX de nuestra era, ofrece una respuesta de la expresión humana que abarca funciones que trascienden el predominante terreno religioso en el que se configuraron sus orígenes. Dicho fenómeno evoluciona en función de las necesidades sociales y de las funciones cumplidas a lo largo de la historia. De tal manera, el estudio general del fenómeno de la peregrinación y el repaso de la evolución progresiva del contexto histórico del Camino de Santiago permite, de una manera necesaria y efectiva, la comprensión de una expresión social enmarcada en el terreno religioso, siendo este el exclusivo método de análisis explicativo aplicable (Durkheim, 1993, p.5). Con ello se consigue el desarrollo de los dos primeros objetivos asociados al contexto de la presente investigación.

De manera complementaria, la interpretación más próxima y acertada de la peregrinación contemporánea a Santiago pasa por detallar el análisis estadístico del número de peregrinaciones en las últimas décadas. Este estudio afirma parcialmente la primera hipótesis planteada en la investigación, de manera que se confirma, a través de los datos estudiados, la reactivación general del fenómeno iniciada a principios de la década de los noventa del pasado siglo. De igual modo, el estudio desarrollado responde al tercer objetivo asociado a la realización del trabajo.

Junto a este análisis estadístico, la descripción de los factores actuales que envuelven la peregrinación a Santiago ofrecen una respuesta a la pregunta de investigación dirigida a conocer las características actuales de peregrinación. El fuerte carácter dinámico, propiciado por la irrupción de las nuevas tecnologías digitales, ha favorecido una amplia difusión de experiencias en torno al Camino, y ha permitido a su vez, un rápido acceso a la información en relación a la peregrinación. Junto a estas herramientas digitales de la información y comunicación, se han desarrollado nuevos servicios e innovaciones digitales, cuyo uso por parte de peregrinos y peregrinas termina de configurar el paradigma actual en el que se desenvuelve el fenómeno.

El profundo estudio de las funciones generales de uso de las nuevas tecnologías, unido al repaso concreto de la oferta de servicios, innovaciones y herramientas digitales para la difusión de experiencias y comunicación, ofrece una confirmación más o menos certera de las cuatro hipótesis de investigación formuladas en cuanto a la estrecha relación de la

reactivación del Camino de Santiago, la promoción turística del fenómeno y la incursión de las nuevas tecnologías digitales en el dicho contexto.

Se observa, por tanto, la promoción turística apoyada en los medios de difusión que ofrecen las tecnologías digitales a través de acciones directas e indirectas, reflejadas en los recursos analizados en la investigación. Dicha promoción, unida a la observación del auge del número de peregrinaciones a Santiago de Compostela, ofrece una aseveración de la primera hipótesis de investigación que motiva la realización del presente estudio.

Igualmente, el paralelismo entre esta promoción turística y la reactivación del número de peregrinaciones analizado, favorece una transformación social y económica a nivel local derivada del incremento de peregrinaciones, si bien la proliferación de empresas de servicios analizadas, y relacionadas con la actividad turística, ofrece un impacto económico que trasciende los espacios físicos en los que se desarrolla la peregrinación, y teniendo un alcance más amplio en los espacios virtuales en los que se ofertan, y que no repercute íntegramente de un modo necesario en las localidades de paso del Camino. Con ello, se plantea la necesidad de profundizar en las estructuras económicas en torno a la peregrinación y en distintas iniciativas como el proyecto Camino de Europa (<https://caminodeeuropa.com/>) descrito en la investigación.

La metodología seguida con el repaso de los distintos servicios y plataformas de difusión digital, ofrece un alcance de los dos últimos objetivos asociados al presente trabajo, confirmando a su vez la tercera hipótesis de investigación ligada al planteamiento de una transformación al acceso de la información por parte de peregrinos y peregrinas. Los ejemplos observados confirman de igual manera, la promoción de la peregrinación del Camino de Santiago, así como las posibilidades de las herramientas digitales para la promoción turística.

Finalmente, el trabajo de campo realizado encuentra, pese a debilidades asociadas al bajo número de participantes, una tendencia analizada, tanto en el uso como la percepción de los participantes, de una utilización de los recursos digitales en el contexto de la peregrinación, alcanzando de este modo el objeto principal de dicha investigación. La identificación de los cambios acaecidos en la evolución del Camino de Santiago en relación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas de las últimas décadas, a través de las distintas líneas de acción de la presente investigación, confirma la cuarta y última hipótesis de investigación donde la fórmula común compuesta por la oferta digital de

servicios y el impacto de la actividad turística definen las características actuales de un fenómeno sujeto a perpetuo cambio y a la diversidad de percepciones del mismo ofrecidas por los agentes implicados.

En conclusión, la investigación desarrollada permite aproximar una visión global y completa de la peregrinación a través del Camino de Santiago en la actualidad. El planteamiento metodológico desarrollado para alcanzar los objetivos fijados en el inicio del trabajo, cuyo desarrollo es el vehículo para ofrecer las respuestas mencionadas a las cuestiones e hipótesis de investigación, constituye un enriquecedor instrumento para explorar las características generales de la peregrinación contemporánea. Sin embargo, la imposibilidad de ampliar el trabajo de campo representa una debilidad a la hora de concluir fielmente la tendencia de los aspectos incluidos en la encuesta. Del mismo modo, se manifiesta una incapacidad de filtrado de datos fiable que permita deducir resultados eficaces para distintos grupos de control.

Por último, resulta conviene destacar los beneficios y necesidades de una profundización del resultado de investigación alcanzado en el apartado 2.3 sobre el auge de la peregrinación del género femenino reflejado en las estadísticas del fenómeno. La profundización en futuras investigaciones acerca de los factores que influyen en el creciente número de peregrinas a través del Camino de Santiago representa un reto académico pendiente. La persecución de dicho reto académico permitirá destacar los elementos que influyen en el empoderamiento e igualdad de género dentro del contexto de la peregrinación. De igual manera, los profundos cambios sociales, tecnológicos y económicos acaecidos en los últimos años, cuya influencia dirige el propósito principal de esta investigación, exigen una permanente revisión del fenómeno ajustada al permanente proceso de cambio del contexto en el que se desarrolla. Así mismo, la continuidad y profundización en la presente investigación puede apuntar al futuro de un ancestral fenómeno afectado, recorrido y conformado por el carácter esencial de la técnica<sup>46</sup>, que es según Ortega y Gasset (1939, p. 361) “una capacidad de cambio y progreso, en principio, ilimitados”.

---

<sup>46</sup> Término empleado por el autor en el contexto tecnológico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agis Villaverde, M. (2008). Aspectos filosóficos y antropológicos del Camino de Santiago. Fenomenología de la peregrinación a Compostela. En Agis Villaverde, M., Baliñas Fernández, C., Ríos Vicente, J. (coord.), *Galicia y Japón: del sol naciente al sol poniente. IX Encuentros internacionales de filosofía no Camiño de Santiago* (pp. 301-324). Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións.
- Álvarez Sousa, A. (1999). Marco teórico para a análise das peregrinacións. En Álvarez Sousa, A. (dir.), *Homo peregrinus* (pp. 11-58). Edicións Xerais.
- Amaro, S., Duarte, P., & Henriques, C. (2016). Travelers' use of social media: A clustering approach. *Annals of Tourism Research*, Vol. 59, pp. 85-104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.03.007>
- Archidiócesis de Santiago de Compostela. (31 de diciembre de 2020). *El Papa prorroga el Año Santo jacobeo recién iniciado a 2022*. <https://archicompostela.es/el-papa-prorroga-el-ano-santo-jacobeo-recien-iniciado-a-2022/>
- Balladares Burgos, J., & Avilés Salvador, M. (2020). Percepciones de lo sagrado en las generaciones digitales. *Perseitas*, Vol. 8, pp. 142-159. <https://doi.org/10.21501/23461780.3530>
- Barrio Barrio, J. (2005) Pasado, presente y futuro de la peregrinación a Santiago de Compostela. *Revista Compostela*, (nº 36-37), p. 10.
- Bourdieu, P. (1971). Genèse et structure du champ religieux. *Revue Française de sociologie*, Vol. XXII. (nº 2), pp. 295-334. [https://www.persee.fr/doc/rfsoc\\_0035-2969\\_1971\\_num\\_12\\_3\\_1994](https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1971_num_12_3_1994)
- Bruce, S. (2006). Secularization and the impotence of individualized religion. *The Hedgehog Review*, Vol. 8 (nº 1-2). pp. 35-45.
- Camino de Europa. (s.f.). *Camino de Europa - ¿Qué es el camino de Europa?* <https://caminodeeuropa.com/que-es-el-camino/>
- Camino de Europa. (9 de mayo de 2024). *WAYS, la innovación tecnológica al servicio del Camino de Santiago*.

<https://caminodeeuropa.com/ways-la-innovacion-tecnologica-al-servicio-del-camino-de-santiago/>

Cantón, M. (2009). Capítulo 5: Religión, racionalidad y juegos del lenguaje. En *La razón hechizada: Teorías antropológicas de la religión* (2ª ed., pp. 171-202). Ariel.

Cantón, M. (2009). Capítulo 6: Secularización, mundo global y renacimientos comunitarios. Religión e identidad en el fin del milenio. En *La razón hechizada: Teorías antropológicas de la religión* (2ª ed., pp. 203-229). Ariel.

Carballo, C. (2010). Peregrinos, católicos y religiosidad popular en Argentina. *Revista de Geografía*, n°8, pp. 53-69.  
[https://www.academia.edu/86597262/Peregrinos\\_cat%C3%B3licos\\_y\\_religiosidad\\_popular\\_en\\_Argentina](https://www.academia.edu/86597262/Peregrinos_cat%C3%B3licos_y_religiosidad_popular_en_Argentina)

Carozzi, M. J. (1999), La autonomía como religión: la nueva era. *Alteridades, Vol. 9* (n°18), pp. 19-38. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74791803.pdf>

Carrete, J., & King, R. (2005) *Selling Spirituality The silent takeover of religion*. Routledge.

Catedral de Santiago. (30 de diciembre de 2015). *La Traslación del Apóstol Santiago*.  
<https://catedraldesantiago.es/la-traslacion-del-apostol-santiago/>

Cornejo, M. (2016). Las definiciones de lo religioso en la antropología social. Conceptos y discusiones clave en la búsqueda de un universal cultural. *Bandue, IX*, pp. 67-88.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6139257>

Díez de Velasco, F. (2002). *El estudio de la religión: autonomía, neutralidad, pluralidad*. Trotta. En Díez de Velasco, F., & García, F. (eds.). *El estudio de la religión* (pp. 379-401). Trotta.

Dirección General de Ciudadanía y Gobierno Abierto. (5 de julio de 2023). *Crisis sanitaria COVID-19: Normativa e información útil*.  
[https://administracion.gob.es/pag\\_Home/atencionCiudadana/Crisis-sanitaria-COVID-19.html](https://administracion.gob.es/pag_Home/atencionCiudadana/Crisis-sanitaria-COVID-19.html)

Durkheim, E. (1993). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza.

- Egan, K. (2010). Walking back to happiness? Modern pilgrimages and the expression of suffering on Spain's Camino de Santiago. *Journeys: The International Journal of Travel & Travel Writing*, Vol. 11 (nº1), pp. 107-132. <https://www.berghahnjournals.com/view/journals/journeys/11/1/jy110106.xml>
- Eliade, M. (1974). *Tratado de historia de las religiones I*. (Medinaveitia, Trans.). Cristiandad. (Obra original publicada en 1954).
- Fernández, L. (22 de julio de 2019). *De presos a peregrinos del Camino de Santiago*. Escapadarural.com. <https://www.escapadarural.com/blog/de-presos-a-peregrinos-del-camino-de-santiago/>
- Fernández Poncela, A.M. (2009). La religiosidad popular en la globalización. *Anales de Antropología. Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM*, Vol. 43, pp. 91-116. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/antropologia/article/view/20346>
- Frey, N. L. (1998). *Pilgrim stories: On and off the road to Santiago*. University of California Press.
- Frigerio, A. (2016). La ¿"nueva"? espiritualidad: ontología, epistemología y sociología de un concepto controvertido. *Ciencias Sociales y Religión*, Vol. 18 (nº24), pp. 209-231. <https://doi.org/10.22456/1982-2650.67123>
- García Docampo, M. (1999). Morfoloxía social das peregrinacións xacobeas. En Alvarez Sousa, A. (dir.). *Homo peregrinus* (pp. 59-117). Edicións Xerais.
- Hernández Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 9 (Nº2). pp. 225-236. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.021>
- Leira, J., Rego, G., & Santos, M. (2010). Peregrinaciones y turismo. El Camino de Santiago. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, Vol. 3 (nº3), pp. 39-48. <https://doi.org/10.17979/rotur.2010.3.1.1243>
- Lois González, R.C., & López, L. (2012). El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, Vol. 58 (nº 3), pp. 459-479. [https://ddd.uab.cat/pub/dag/dag\\_a2012m9-12v58n3/dag\\_a2012m9-12v58n3p459.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/dag/dag_a2012m9-12v58n3/dag_a2012m9-12v58n3p459.pdf)

- Oficina de acogida al peregrino. (s.f.). *Estadísticas antiguas*.  
<https://oficinadelperegrino.com/estadisticas/>
- Oficina de acogida al peregrino.. (s.f.). *Estadísticas*.  
<https://oficinadelperegrino.com/estadisticas-2/>
- Oficina de acogida al peregrino.. (s.f.). *La Compostela*.  
<https://oficinadelperegrino.com/peregrinacion/la-compostela/>
- Organización Mundial de la Salud. (27 de abril de 2020). *Covid-19: cronología de la actuación de la OMS*.  
<https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Ortega y Gasset, J. (1939). Meditación de la técnica en Ediciones Castilla S.A. (Ed.), *Obras completas* (6ª ed., Tomo V, pp. 317–375). Revista de Occidente.
- Osses Valle, R. (2020). La pregunta por el sentido de la religión en la actualidad. Una reflexión en torno a lo esencial de la religión. *Autoctonía. Revista de Ciencias Sociales e Historia*, Vol. IV (Nº1), pp. 91-112.  
<http://dx.doi.org/10.23854/autoc.v4i1.155>
- Peñuela Uricoechea, M. (19 de octubre de 2011). *Antropología del peregrinar. Entre la tradición y la globalización*. [Discurso principal]. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Reina Valera (1960), <https://www.biblia.es/reina-valera-1960.php>
- Rodríguez, M. (2004). *Los Años Santos compostelanos del siglo XX. Crónica de un renacimiento*. Caminos y Huellas. Xunta de Galicia.
- Rubio Gil, A., & Esteban Curiel, J. (2008). Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 6 (Nº3), pp. 419-433. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.032>
- Sánchez Sánchez, X.M. (2010). La peregrinación a Santiago de Compostela y el poder pontificio entre los siglos XII y XV. *Ad Limina*, Vol. 1 (Nº 1), pp.181-200.  
[https://www.academia.edu/35067890/La\\_peregrinaci%C3%B3n\\_a\\_Santiago\\_de\\_Compostela\\_y\\_el\\_poder\\_pontificio\\_entre\\_los\\_siglos\\_XII\\_y\\_XV](https://www.academia.edu/35067890/La_peregrinaci%C3%B3n_a_Santiago_de_Compostela_y_el_poder_pontificio_entre_los_siglos_XII_y_XV)

Sanz Blas, S., Buzova, D., & Pérez Pérez, I. (2021). Covid-19 y sostenibilidad social. Actitud y percepción de la masificación turística por los residentes de un destino. En R.M. Rodríguez, R. Lapiedra, (Eds.). *Turismo: nuevo paradigma tras la Covid-19. XXIII Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa* (pp. 57-75). Tirant lo Blanch.

<https://biblioteca--tirant--com.upo.debiblio.com/cloudLibrary/ebook/info/9788413787107>

Serrano Puche, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social, Vol. 18* (Nº Especial Noviembre), pp.353-364. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.44249](http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44249)

Turismo de Santiago – Incolsa. (s.f.). *¿Cuándo es Año Santo?*. <https://www.santiagoturismo.com/historia/cando-e-ano-santo>

Ultreia.info. (s.f.). *Ultreia app*. Recuperado el 29 de mayo de 2024 de <http://www.ultreia.info/2018/04/ultreia-app.html>

Xunta de Galicia. (s.f.). *Comparte el Camino de Santiago desde tu móvil*. Recuperado el 29 de mayo de 2024 de <https://www.caminodesantiago.gal/es/descubre/comparte-el-camino-de-santiago-desde-tu-movil>

## LISTADO DE RECURSOS, INNOVACIONES Y MEDIOS DE DIFUSIÓN DIGITALES PARA LA PEREGRINACIÓN

Airbnb Ireland UC. (s.f.). *Airbnb. Alquileres vacacionales, cabañas, casas en la playa y mucho más*. <https://www.airbnb.es/>

Albergue Belorado Cuatro Cantones (s.f.). *BLOG del CAMINO DE SANTIAGO. Consejos para el PEREGRINO* <https://www.cuatrocantones.com/blog-del-camino/>

Albergues del Camino de Santiago. (s.f.). *Camino de Santiago. Caminos, etapas, albergues, consejos, información y noticias*. <https://www.alberguescaminosantiago.com/>

Alsa. (s.f.). *Alsa: Hasta donde tú quieras. Soluciones de movilidad*. <https://www.alsa.es/#>

- Berruete Cilveti, T. (Anfitrión). (2014-2015). *El Camino de las estrellas* [Podcast]. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/audios/el-camino-de-las-estrellas/>
- Booking.com. (s.f.). *Booking.com. Sitio oficial. Los mejores hoteles, vuelos, coches de alquiler y alojamientos*. <https://www.booking.com/index.es.html>
- Buen Camino. (s.f.). *Camino de Santiago. Guía definitiva: etapas, albergues, rutas*. <https://www.editorialbuencamino.com/>
- Buen Camino de Santiago App. (s.f.). *Inicio* [Canal de Youtube]. Recuperado el 30 de mayo de 2024. <https://www.youtube.com/@buencaminodesantiago>
- Buen Camino SL. (2024). *Buen Camino de Santiago App (Versión 2.6.1)* [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.editorialbuencamino.buencamino&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.editorialbuencamino.buencamino&hl=es_419&gl=US)
- Camino de Europa. (s.f.). *Camino de Europa - Experiencia cultural del Camino Francés*. <https://caminodeeuropa.com/>
- Camino de Santiago. (s.f.). *Información* [Grupo de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de mayo de 2024 de [https://www.facebook.com/groups/72569915550/?locale=es\\_ES](https://www.facebook.com/groups/72569915550/?locale=es_ES)
- Camino de Santiago [@buencaminosantiago]. (s.f.). *Publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 30 de mayo de 2024 de <https://www.instagram.com/buencaminosantiago/?hl=es>
- Camino Time Lapse. (s.f.). *Inicio* [Canal de Youtube]. Recuperado el 30 de mayo de 2024. <https://www.youtube.com/@CaminoTimeLapse/videos>
- Canal AMC Selekt. (22 de julio de 2020). *Los secretos y la historia del Camino de Santiago. Canal Historia* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=YroDGyp7HAK>
- Canal Planet Doc. (21 de marzo de 2015). *Camino de Santiago. El Templo de las Estrellas (Documental Completo)* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iL5EB3zRFRg>

- Centro Nacional de Información Geográfica - CNIG. (2024). *Cno. Santiago* [Aplicación móvil]. Google Play.  
[https://play.google.com/store/apps/details?id=es.ign.caminosantiago&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=es.ign.caminosantiago&hl=es_419&gl=US)
- Compañeros para hacer el Camino de Santiago. (s.f.). *Información* [Grupo de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de mayo de 2024 de [https://www.facebook.com/groups/409019192508225/about?locale=es\\_ES](https://www.facebook.com/groups/409019192508225/about?locale=es_ES)
- Decathlon. (s.f.). *Decathlon. Tienda de deportes, Ropa y Material deportivo*.  
<https://www.decathlon.es/es/>
- Dinamedia Soluciones Técnicas. (2023). *Camino de Santiago CaminoTool*. (Versión 1.31.2) [Aplicación móvil]. Google Play.  
[https://play.google.com/store/apps/details?id=es.sw.caminotool&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=es.sw.caminotool&hl=es_419&gl=US)
- El Camino de Santiago. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de mayo de 2024 de <https://www.facebook.com/elcaminodesantiago.es/>
- Elcaminodesantiago.es. (s.f.). *Blog del Camino - Camino de Santiago*  
<https://elcaminodesantiago.es/blog-del-camino/>
- Eroski Consumer. (s.f.). *Camino de Santiago. Rutas, Etapas y Albergues a Pie o en Bici*.  
<https://caminodesantiago.consumer.es/>
- Eroski Consumer. (s.f.). *Foro - Eroski Consumer - Camino de Santiago*  
<https://caminodesantiago.consumer.es/foro>
- Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago. (s.f.). *Camino de Santiago. El camino de las estrellas*.  
<https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/biblioteca/Guias.asp>
- Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago. (s.f.). *Formato Digital de la Credencial del Peregrino*.  
<https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/apps/credencialdigital.asp>
- Google LLC. (2024). *Google Arts & Culture*. (Versión 10.9.5) [Aplicación móvil]. Google Play.

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=es_419&gl=US)

Gronze.com. (s.f.). *El Camino de Santiago*. <https://www.gronze.com/>

Gronze.com. (s.f.). *Foro del Camino de Santiago*. <https://www.gronze.com/foros>

Gronze.com. (2024). *Gronze Maps*. (Versión 1.2.2) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gronze.maps&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gronze.maps&hl=es_419&gl=US)

Life360. (2024). *Life360: Compartir ubicación* (Versión 24.20.0) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.life360.android.safetymapd&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.life360.android.safetymapd&hl=es_419&gl=US)

Mundicamino Travel. (s.f.). *Camino de Santiago. Guía completa*. <https://www.mundicamino.com/>

Oficina de acogida al peregrino.. (27 de enero de 2024.). *La Credencial Digital del Peregrino*. <https://oficinadelperegrino.com/generador-de-sellos-de-la-credencial-digital/>

Peregrinoteca.com. (s.f.). *Peregrinoteca.com: Tienda ropa montaña y para Camino Santiago*. <https://www.peregrinoteca.com/>

Pilbeo S.L. (2024). *Pilbeo - Camino de Santiago* (Versión 1.4.4) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pilbeo.pilbeo\\_android&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pilbeo.pilbeo_android&hl=es_419&gl=US)

Pilgrim Camino de Santiago. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de mayo de 2024 de [https://www.facebook.com/pilgrim.es?locale=es\\_ES](https://www.facebook.com/pilgrim.es?locale=es_ES)

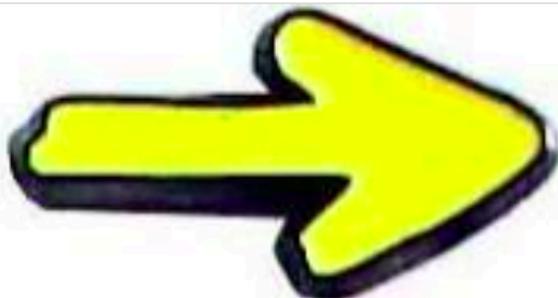
Pilgrim Travel. (s.f.). *Camino de Santiago. Todos los Caminos, Etapas, Mapas y Pueblos*. <https://www.pilgrim.es/camino-de-santiago/>

Portal oficial de turismo de España. (s.f.). *Camino de Santiago*. <https://www.spain.info/es/camino-santiago/>

- Relive B.V. (2024). *Relive: Corre, Pedalea y más*. (Versión 5.42.0) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=cc.relive.reliveapp&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=cc.relive.reliveapp&hl=es_419&gl=US)
- Renfe. (s.f.). *Renfe. Compra tu billete*. <https://www.renfe.com/es/es>
- Santiago Ways - Camino de Santiago. (s.f.). *Inicio* [Canal de Youtube]. Recuperado el 30 de mayo de 2024. [https://www.youtube.com/@santiago\\_ways/featured](https://www.youtube.com/@santiago_ways/featured)
- Secretaría de Estado de Seguridad - Mº Interior. (2023). *AlertCops* (Versión 6.2.6) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alertcops4.app&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alertcops4.app&hl=es_419&gl=US)
- SekthDroid. (2024). *Jacostamp* (Versión 1.1.0) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=es.jacostamp&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=es.jacostamp&hl=es_419&gl=US)
- Tu buen camino (s.f.). *Blog del Camino de Santiago* <https://tubuencamino.com/blog/>
- Turismo de Santiago – Incolsa. (s.f.). *Web Oficial de Turismo de Santiago de Compostela y sus Alrededores*. <https://www.santiagoturismo.com/>
- Vive el Camino. (s.f.). *Camino de Santiago, Rutas, etapas y consejos*. <https://vivecamino.com/>
- Wise Pilgrim Guides. (2024). *Wise Pilgrim All Caminos* (Versión 1.4.7) [Aplicación móvil]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisepilgrim.allcaminos&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisepilgrim.allcaminos&hl=es_419&gl=US)
- Woman to Santiago (s.f.). *Experiencias del Camino de Santiago* <https://womantosantiago.com/2024/03/experiencias-camino-santiago.html>
- Xacopedia. (s.f.). *Xacopedia: Inicio*. <https://xacopedia.com/>
- Xunta de Galicia. (2023). *Camino de Santiago en Galicia* (Versión 02.00.04) [Aplicación móvil]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=gal.xunta.camino>
- Xunta de Galicia. (s.f.). *Camino de Santiago*. <https://www.caminodesantiago.gal/es/>

## ANEXOS

### I. Encuesta uso medios digitales en la peregrinación a Santiago.



## Peregrinación del Siglo XXI: Visión contemporánea del Camino de Santiago.

Encuesta dirigida a peregrinos/a con objeto de investigar la influencia social, cultural y tecnológica actual en la peregrinación a Santiago de Compostela. Se agradece de antemano su colaboración en este estudio encuadrado en la realización del Trabajo Fin de Máster Ciencias de las Religiones: Historia y Sociedad de la Universidad de La Laguna. Survey for pilgrims with the aim of investigating the current social, cultural and technological influence on the pilgrimage to Santiago de Compostela. We thank you in advance for your collaboration in this study framed in the completion of the Master's Final Project in Religious Sciences: History and Society from the University of La Laguna.

**Elige un idioma. Choose any language.**

\*

Castellano

English

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

## Encuesta Peregrinación siglo XXI

### Indique su género

- Femenino
- Masculino
- No binario
- Otro género
- NS/NC

## 21st Century Pilgrimage Survey

### Please indicate your gender

- Female
- Male
- Nonbinary
- Other gender
- NR/DK

**Indique su rango de edad**

- Menor de 18 años
- 18-25 años
- 26-40 años
- 41-65 años
- Mayor de 65 años

**Please indicate your age range**

- Under 18 years old
- 18-25 years
- 26-40 years
- 41-65 years
- More than 65 years

### Lugar de procedencia

- España
- Otro país europeo
- Asia
- Norteamérica
- América del Sur o Central
- África
- Oceanía

### Place of origin

- Spain
- Another European country
- Asia
- North America or Canada
- South or Central America
- Africa
- Oceania

### Última o actual ruta de peregrinación

- Camino Francés
- Camino del Norte
- Camino Primitivo
- Camino Portugués
- Vía de la Plata
- Camino Inglés
- Epilogo a Fisterra/Muxía
- Otras rutas

### Last or current pilgrimage route

- Camino Francés
- Camino del Norte
- Camino Primitivo
- Camino Portugués
- Vía de la Plata
- Camino Inglés
- Epilogo a Fisterra/Muxía
- Otras rutas

**Jornadas de peregrinación última o actual ruta de peregrinación.**

- Menos de 7
- Entre 7 y 14
- Entre 15 y 21
- Más de 21

**Last pilgrimage or current pilgrimage route days.**

- Less than 7
- Between 7 and 14
- Between 15 and 21
- More than 21

**¿Cuántas veces ha realizado el Camino de Santiago?**

- Primera vez.
- 2-3 veces.
- 4-5 veces
- Más de 5 veces.

**How many times have you done the Camino de Santiago?**

- First time.
- 2-3 times.
- 4-5 times.
- More than 5 times.

**¿Utiliza alguna aplicación digital o web para planificar o seguir su peregrinación en el Camino de Santiago? Indique en que ámbitos de la peregrinación ha influido. Respuesta múltiple.**

- Elección de ruta.
- Elección de albergues/alojamientos.
- Elección bares y restaurantes.
- Compras y servicios varios.
- Geolocalización.
- Conocer otros peregrinos/as.
- Uso Smartwatch para rendimiento físico y salud.
- Comunicación digital.
- Información cultural ruta.
- Información general.
- Otros ámbitos.
- No utilizo dispositivos digitales.

**Do you use any digital or web application to plan or follow your pilgrimage on the Camino de Santiago? Indicate which areas of the pilgrimage it has influenced.**

**Multiple response.**

- Route choice.
- Choice of hostels/accommodations.
- Choice of bars and restaurants.
- Purchases and various services.
- Geolocation.
- Meet other pilgrims.
- I use Smartwatch for physical performance and health.
- Digital communication.
- Cultural route information.
- General information.
- Other areas.
- No utilizo dispositivos digitales.

**¿Utiliza alguna plataforma o recurso digital para compartir su experiencia o conectarse con otros peregrinos? Respuesta múltiple.**

- Comunicación instantánea (Whatsapp o similar)
- Redes sociales
- Foros
- Blogs o sitios webs propios
- Otros medios
- No utilizo

**Do you use any digital platform or resource to share your experience or connect with other pilgrims? Multiple response.**

- Instant communication (Whatsapp or similar)
- Social networks
- Forums
- Blogs or own websites
- Other media
- I don't use

**¿En qué momento de la peregrinación utiliza los recursos digitales para compartir su experiencia o conectarse con otros peregrinos? Respuesta múltiple.**

- Antes de la peregrinación
- Durante la peregrinación
- Después de la peregrinación.
- No los utilizo.

**At what point during the pilgrimage do you use digital resources to share your experience or connect with other pilgrims? Multiple response.**

- Before the pilgrimage
- During the pilgrimage
- After the pilgrimage
- I don't use them.

**¿Cómo cree que la tecnología ha contribuido a la preservación y promoción de la tradición del Camino de Santiago? Respuesta múltiple.**

- Promoción turística.
- Asistencia y ayuda en la peregrinación.
- Interacción social.
- Fomento de la espiritualidad o religiosidad.
- Seguridad.
- Otras contribuciones.
- Ninguna contribución.

**How do you think technology has contributed to the preservation and promotion of the tradition of the Camino de Santiago? Multiple response.**

- Tourism promotion.
- Assistance and help on the pilgrimage.
- Social interaction.
- Promotion of spirituality or religiosity.
- Security.
- Other contributions.
- No contribution.

**¿En qué grado considera que las nuevas tecnologías digitales han disminuido la autenticidad de la experiencia del Camino de Santiago?**

1 2 3 4 5  
No ha disminuido casi nada      Ha disminuido mucho

**To what degree do you consider that new digital technologies have decreased the authenticity of the Camino de Santiago experience?**

1 2 3 4 5  
Almost nothing has decreased      Decreased a lot

**¿Cómo ha afectado la tecnología digital a la conexión con la espiritualidad/religiosidad en el Camino de Santiago?**

1 2 3 4 5  
No ha afectado nada      Ha afectado mucho

**If so, how has digital technology affected the connection with spirituality/religiosity on the Camino de Santiago?**

1 2 3 4 5  
It hasn't affected anything      It has affected a lot

**Indique aquí si lo desea cualquier influencia que bajo su punto de vista tienen las tecnologías digitales en la experiencia de peregrinación.**

Tu respuesta

Atrás

Enviar

Borrar formulario

**If you wish, indicate here any influence that, in your opinion, digital technologies have on the pilgrimage experience.**

Tu respuesta

Atrás

Enviar

Borrar formulario

II. Punto de vista sobre la influencia de las tecnologías digitales en la experiencia de peregrinación facilitado por los participantes del trabajo de campo.

**Indique aquí si lo desea cualquier influencia que bajo su punto de vista tienen las tecnologías digitales en la experiencia de peregrinación.**

Mucho postureo en redes sociales y poca educación y compañerismo en la realidad, especialmente en los últimos 100 km

facilitan la experiencia

La desvirtúa

Las tecnologías digitales ponen lejos las convivencias personales y interacción de los Peregrinos

DISTRAEN DE LO IMPORTANTE

Demasiada

Mapas

La tecnología siempre tiene una doble vertiente. Por un lado está el par ayuda/distracción. Pero en el Camino extralimitarse más allá de las distracciones más necesarias también supone dejar de apreciar los aspectos más sutiles. El recuerdo escrito o la memoria y notas a pie de camino, al finalizar cada etapa o en ella, bien puede quedar escrito en una libreta, a lápiz y papel. Indudable es la difusión inherente a publicar contenido y experiencias en redes sociales. La Espiritualidad sigue quedando fuera. Eso es interior. Lo que no ocurre con la Religiosidad que puede proclamarse abiertamente. Quizás porque esta mejor vista. Digamos que todo lo que no es Religiosidad en aspectos menos visibles quedan "dentro" del círculo de confianza, mucho más limitado: de lo que en el Camino se habla, en el Camino de queda. Los foros ayudan a compartir experiencias, las que se pueden contar ;-), pero no espiritualidad, no es el lugar más indicado,... ¿Algún medio digital lo es cuando las experiencias más profundas, espirituales, son guardadas tan celosamente?

En (demasiadas) ocasiones, hacen que nuestra atención salga del momento y circunstancias presentes para "vivir" en la realidad virtual. Estamos más pendientes de lo que ocurre fuera del Camino y de la repercusión de nuestra peregrinación que de contemplar lo que vemos.

Seguridad e información

Usos y costumbres de vida cotidiana

Masificación de las rutas de peregrinaje

Creo que las tecnologías digitales le restan un poco de valor al nuevo peregrino, pues este antes tenía que hacer algo más de esfuerzo para realizar la peregrinación (buscar información, comprar guía, acercarse a una asociación de amigos del camino, en definitiva, una mayor inversión para informarse un poco más. Para un peregrino repetidor, la tecnología facilita las cosas, las simplifica, encuentras el camino sin buscar las flechas, sabes si te has salido del recorrido casi al instante, sabes dónde ir a comer y a dormir por referencias en el mundo digital.

De mi primer camino, cuando internet comenzaba recuerdo una magia especial. Aprender a seguir el instinto, a seguir el dictado del corazón, a dejarse llevar por la intuición y... acertar. Ahora vas a tiro hecho, según te han indicado las experiencias recogidas en las redes...

postureo

Compartir con los próximos parte de la experiencia y no "cortar" con la Comunicación con ellos durante mucho tiempo

Por una parte creo que nos da seguridad e información muy actualizada, pero por otra nos aleja de la posibilidad de aventura y de la interacción personal con los otros peregrinos. A pesar de lo segundo, yo los utilizo y seguiré usándolos

Se ha perdido bastante interacción personal, la mayoría de la gente va pegada al móvil y hay poco intercambio entre peregrinos.

Como todo vehículo bien usado, la tecnología es una potente herramienta para comunicar y divulgar, pero mal usada puede ser una arma muy afilada.

Ayuda

Negativa

Elimina cierta incertidumbre sobre lo que puedes esperar en cada jornada (alojamiento, servicios, horarios), facilitando la planificación de la peregrinación. personalizando el itinerario a los requerimientos de cada peregrino.

SUMA Y AYUDA SIEMPRE

Las utilizo para alguna información: ruta, albergues, tiempo

Para disponer de mayor información como en cualquier otro ámbito de la vida.

Actualmente son necesarias.

Se ha perdido la comunicacion

Mayores facilidades para todo, etapas, restaurantes, duración, gente que te vas a encontrar...etc. Mas cómodo, pero menos autenticidad también

Disfrutas menos del camino pero te ayuda en tema de reservas y demas

No estar centrado en el camino

Positiva como medio para localizar información, encontrar lugar, comunicarse, orientarse...  
Negativa en cuanto que las redes sociales están colaborando en banalizar el camino, masificarlo, dirigiéndole hacia un futuro incierto y totalmente alejado de su verdadero significado....es el principio del fin

Personalmente yo limito el uso de tecnologías durante mi peregrinacion porque en mi opinion el camino es una experiencia muy personal y quiero desconectar. El continuo uso de tecnologías digitales no permite desconectar y conocer la esencia del camino.

Es una gran ayuda en el aspecto práctico. Creo q a las mujeres q lo queremos hacer solas nos da la seguridad para hacerlo

Le restan autenticidad pero facilitan la vida

Mayor conocimiento del Camino y contacto posterior,asi como estar informado de la actualidad.

With an application like Gronze it's easier follow the path and don't get lost.