

Convocatoria

**VI CONVOCATORIA DE AXUDAS À INVESTIGACIÓN SOBRE O CAMIÑO DE SANTIAGO E AS PEREGRINACIÓNS – 2023**

**MEMORIA FINAL CIENTÍFICO-TÉCNICA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Análisis del impacto del Xacobeo en el proceso de “resemántica” del Camino de Santiago y de la figura del “peregrino”: caso de la prensa nacional española (1992-2022)**

**Manuel SECO LAMAS**

**Université de Toulouse II Jean Jaurès**

**Centro de estudios ibéricos e iberoamericanos (CEIIBA)**

## ÍNDICE

### Parte I.- PROYECTO

1.- Introducción	3
2.- Propuesta científica	7
2.1. Antecedentes y estado actual de la cuestión	7
2.2. Hipótesis de partida	9
2.3. Objetivos	10
2.3.a. Objetivos generales	10
2.3.b. Objetivos específicos	12
2.4. Metodología	12
2.5. Cronograma	13
3.- Plan de difusión e impacto	14

### Parte II.- EJECUCIÓN

4.- Herramientas en humanidades digitales	15
5.- Ejecución del proyecto	18
5.1. Búsqueda y recopilación de fuentes: Biblioteca nacional de España	18
5.2. Organización del material obtenido	19
5.3. Perspectivas	20
6.- Cumplimiento y adecuación a los objetivos iniciales	22
7.- Perspectivas generales	25
8.- Valoración final	27
9.- Bibliografía	28
10.- Anexos	31

## Parte I.- PROYECTO

### 1. INTRODUCCIÓN

En los años 1990, tiene lugar un importante impulso para la revitalización de los caminos de Santiago. Las instituciones públicas, y en particular la Xunta de Galicia, conducen una importante campaña de promoción y de conservación y restauración de las rutas, con la ayuda de asociaciones jacobeanas en España, pero también en Francia y Portugal principalmente. Nace así el evento *Xacobeo*, la institucionalización de los años santos jacobeanos. Los esfuerzos institucionales para la reactivación del fenómeno jacobeano han dado resultados incluso más allá de los esperados, pero el evento *Xacobeo* marca también el principio de una nueva *inventio* de los caminos de Santiago muy cercana al sector turístico.

3

Contribuir a la promoción de una identidad europea, reactivar el espíritu “romántico”, religioso y/o espiritual del senderismo, promover el valor cultural y turístico de los territorios que atraviesan los caminos; las motivaciones y los intereses de las instituciones públicas para la promoción de los caminos de Santiago eran múltiples y, al menos en su concepción, no excluyentes entre ellas. Sin embargo, en la actualidad, algunos conflictos subsisten entre los diferentes aspectos y valores que los caminos de Santiago pretenden vincular: patrimonio, historia, turismo, religión y senderismo, entre otros.

Es natural que los caminos de Santiago respondan a las necesidades socioeconómicas de los territorios que atraviesan. La perennidad de estas rutas milenarias, se asienta en su capacidad de adaptación y en su potencial para responder a cuestiones que preocupan a los pueblos europeos. En la actualidad, diferentes proyectos estudian, por ejemplo, cómo los caminos de Santiago pueden responder a realidades de los territorios del suroeste de Europa, como son el problema demográfico, el éxodo rural, la adaptación al cambio climático o la necesidad de un turismo más responsable. No obstante, no debemos olvidar el componente humano que da vida a los caminos de Santiago, tanto sus “peregrinos”

como sus habitantes. Los primeros buscan en la experiencia del camino valores que se le han asociado y que ciertamente configuran su naturaleza: hospitalidad, espiritualidad, naturaleza, patrimonio y el encuentro – de sí mismo y del otro. Los segundos ponen en los caminos expectativas que mejoren su calidad de vida. Cabe señalar que los períodos de apogeo y de cambio en la historia de los caminos de Santiago, coinciden con la convergencia de las perspectivas y motivaciones individuales – “peregrinos” y habitantes – y colectivas – instituciones, políticas públicas. Xosé Luis Barreiro Rivas desarrolla esta teoría en su tesis doctoral *La función política de los Caminos de Peregrinación en la Europa Medieval, Estudio sobre el camino de Santiago* (2002, p.174):

*“Desde el punto de vista sociológico, se produce una transformación cualitativa del fenómeno cuando este pasa de ser una manifestación de la religiosidad individual, o de cualquier otro interés personal que justifique el largo viaje por tierras extrañas – y que van desde las relaciones comerciales hasta la simple curiosidad por conocer lugares a los que la tradición les atribuye un simbolismo especial –, y se convierten en una actividad organizada, en la que las motivaciones formales se unifican, a costa de una transformación profunda de los contenidos de la peregrinación”.*

4

Sin embargo, aunque las instituciones públicas abogan por el respeto de los valores primarios de los caminos de Santiago, surgen inevitablemente algunos dilemas, entre los cuales destacaremos aquí dos: el dilema de autenticidad (Getz, 1994, citado por Murias Fernández, 2013) y el dilema de identidad del “peregrino” (Frey, 2004; Zapponi, 2011). La creación de un evento turístico es un arma de doble filo, una realidad aún mayor cuando va este va ligado a una festividad o una práctica religiosa. Esta dualidad está muy presente en lo que se refiere al *Xacobeo* y a los caminos de Santiago. Por un lado, las instituciones y políticas públicas se comprometen a proteger este bien patrimonial, histórico y cultural, contribuyendo a su valoración, promoción y democratización, abriendo el fenómeno jacobeo a diferentes perfiles de “peregrino” y visitante. Por otro lado, el éxito de estas actuaciones estaría conduciendo a una turistificación y masificación de los caminos de Santiago, politizando y mercantilizando la experiencia. El *Xacobeo* primero (Celeiro Álvarez, 2013; Rodríguez Fernández, 2013), y los caminos de Santiago después (Alcantara, 2022), se convierten en una marca, una marca que vende y cuyos beneficios económicos parecen palidecer sus virtudes socioculturales. Las rutas estarían perdiendo su autenticidad

y su singularidad, dejando paso a unos caminos universalizados, estereotipados, alineándose a la imagen que de ellos, como producto turístico, se pretende difundir.

La cuestión de la imagen de los caminos de Santiago es el centro de nuestro proyecto de investigación. En concreto, la evolución de la imagen de los caminos de Santiago tras la creación del *Xacobeo*. Todo destino o producto turístico está asociado a una imagen, cuya importancia pone de manifiesto el estudio sobre las perspectivas del turismo mundial de la Organización mundial de turismo (2002, citado por Juanatey Heredia y Santos Solla, 2005). La imagen que un individuo tiene sobre un destino turístico está condicionada a la vez por factores endógenos individuales – ideales, expectativas, creencias, valores – o colectivos/sociales – edad, sexo, nacionalidad, cultura, lengua, religión, nivel de estudios, estrato social –; pero también por factores exógenos – información ajena, construida y promocionada, a la cual el individuo accede directa o indirectamente.

En la actualidad, en lo referente al sector turístico, gran parte de las decisiones se toman en referencia a la imagen del destino (Escudero Gómez, 2005). Esto se debe a que “[...] a menudo las imágenes adquieren tal fuerza simbólica que los asentamientos turísticos tienden a adaptarse a ellas. De ahí el interés por conocer no sólo los procesos de producción material de los destinos turísticos (políticas de ordenación, de promoción y de protección y normas espaciales) sino también las representaciones mentales que le van ligadas y que mueven a los individuos a la acción (Zárate, 1997 citado por Escudero Gómez, 2005, p.220)”. Aunque existen ejemplos de destinos que buscan modificar sustancialmente la representación mental que hasta hoy se les había asociado – por ejemplo la evolución de la España de sol y playa hacia una España multicultural y multipatrimonial, que aboga por un turismo verde y más sostenible –, sí son palpables algunos efectos de esta premisa como son la estandarización, la uniformidad y la desaparición de valores y productos locales de muchos destinos turísticos a nivel mundial.

Las instituciones y los poderes públicos son conscientes de la importancia de la imagen mental; por eso, lo que antes estaba en manos de escritores y viajeros, ahora se confía a departamentos de relaciones públicas, gabinetes de prensa y de marketing, servicios de publicidad y propaganda, etc. (Escudero Gómez, 2005). En el presente estudio, nos parece de gran interés el análisis de la imagen turística proyectada en los medios de comunicación de masas (prensa, televisión, cine, internet, redes sociales),

dado que en ellos se mezcla la imagen promocional – actuación directa de los poderes públicos en la imagen – con noticias, opiniones o puntos de vista cuyo sesgo puede ser positivo o negativo. Entre los diferentes medios, destacamos además el carácter orgánico de la televisión y la prensa, dado que proporcionan información sin necesidad de que el consumidor proceda a su búsqueda consciente. Es decir, mientras que en el caso de las redes sociales, internet y, aunque en menor medida, del cine, el usuario induce la recepción de la información – búsqueda, interés previo por la temática –, en la televisión y en la prensa la información aparece en un conjunto no específico de informaciones, pudiendo alcanzar un público más amplio. La imagen mental de un público no iniciado nos parece de sumo interés dado que la información indirecta que se recibe sobre un destino es más fuerte cuánto menos lo sea la relación y la experiencia que se tiene del mismo (Escudero Gómez, 2005).

En el marco de esta convocatoria, se ha solicitado la ayuda de la *Cátedra do camiño e das peregrinacións* para proceder a la constitución de un corpus de documentos sacados de la prensa escrita española cuyo tema principal son los caminos de Santiago y/o el *Xacobeo*, entre 1992 y 2022. Los resultados de este estudio se incluirán en un proyecto mayor de tesis doctoral, cuyo título provisional es “Los caminos de Santiago de Compostela en Europa: misterios de una revitalización (1993-2022)”. La tercera parte de dicha tesis doctoral pretende analizar la evolución semántica de los caminos de Santiago y de la figura del “peregrino” en la prensa escrita española y francesa desde 1992 hasta 2022, que configura la imagen turística en sendos países. A continuación, encontrarán el detalle de la propuesta científica para esta convocatoria, los motivos de la delimitación seleccionada y los objetivos generales y específicos perseguidos.

## 2. PROPUESTA CIENTÍFICA

### 2.1. Antecedentes y estado actual de la cuestión

Como indican Iria Caamaño Franco y María Andrade Suárez (2016), “[...] la “personalidad” del Camino de Santiago y de la marca Xacobeo no están solamente determinadas por lo que ofrecen (vivencia religiosa, espiritual, cultural, social, deportiva, gastronómica...), sino también por factores como la publicidad, la aparición en informativos o las opiniones y comentarios en redes sociales, entre otros”. Añaden, además, que estudios preliminares han determinado que los turistas, de manera general, tienden a prestar más atención a la información práctica, noticias y trabajos literarios sobre los caminos de Santiago, que a las propias campañas publicitarias (Caamaño y Andrade, 2016). Recientemente, la Agencia francesa de los caminos de Santiago (*Agence française des chemins de Compostelle*) ha realizado un estudio sobre el comportamiento y el perfil del “peregrino” en Francia (*Agence française des chemins de Compostelle*, 2021). Dicho estudio concluye que la mayoría de los “peregrinos”, independientemente de sus motivaciones personales, eligen los caminos de Santiago por su notoriedad, por la imagen “inconsciente” que se ha vehiculado sobre la ruta y en base al “boca a boca” – es decir, la satisfacción global de otros “peregrinos”.

Iria Caamaño Franco y María Andrade-Suárez realizan en dicho artículo un análisis empírico, cuantitativo y cualitativo, del tratamiento que hacen cuatro medios de comunicación españoles entre los años 2000 y 2019. Continúan así un fantástico trabajo sobre la imagen, el simbolismo y la percepción del Camino de Santiago y del Xacobeo que han explorado en otros artículos y congresos (Caamaño y Andrade 2014; 2016). En su artículo de 2021, afirman que las dimensiones del Camino de Santiago y del Xacobeo mayormente representadas en la prensa española son la dimensión cultural y la dimensión turística. “Se descubre, así, la proyección de una imagen pública [...] parcial y selectiva”. (Caamaño y Andrade, 2021).

Las autoras analizan su muestra de 983 textos periodísticos en referencia a nueve variables: fecha de publicación, ámbito geográfico, sección, género, imágenes, palabras clave, dimensiones temáticas, actores intervinientes y tratamiento/sesgo. En base a esta metodología, las autoras llegan a diferentes conclusiones:

- La atención suscitada por el tema resulta delimitada y enfocada al ámbito regional/local, con un interés mayor – incluso a nivel nacional – durante los años santos *Xacobeos* y en los años previos al evento.
- El género más utilizado es la noticia. La mayor cobertura mediática la ocupan las actuaciones institucionales públicas.
- Las dimensiones temáticas se agrupan en cuatro grandes áreas: cultural, simbólica, funcional y económica, haciendo referencia a la polisemia del Camino.
- Galicia y los “peregrinos” son los principales temas que se tienden a asociar con el Camino de Santiago y el *Xacobeo*. Apuntan, sin embargo, que “[...] apenas se cubren noticias relativas a estilos de vida o de historias y/o experiencias personales [...]”.

Juan Luis Manfredi, por su parte, estudia la percepción que la prensa internacional tiene del Camino de Santiago en el periodo 2009-2017 (Manfredi, 2019). Manfredi, en base a sus hipótesis iniciales, concluye que se ha incrementado la cobertura internacional del fenómeno jacobeo, mayormente durante los meses de verano. Apunta, además, que hay una relación directamente proporcional entre la cobertura mediática y el número de “peregrinos”. Manfredi concluye también que el Camino favorece la atraktividad de España como destino turístico, pero que la percepción del *Xacobeo* tiene que mejorar.

En base a estos antecedentes, me propongo analizar, en el marco de la tesis doctoral, textos informativos de los cinco periódicos de mayor cobertura nacional en Francia y en España. La hipótesis de partida y objetivos generales de este estudio responden a problemáticas que he podido observar en cuanto a la promoción y a la percepción de los caminos de Santiago por la población española y francesa.

## 2.2. Hipótesis de partida

Si la historia y los esfuerzos y actuaciones institucionales contribuyen a la notoriedad de los caminos de Santiago; y los “peregrinos” se erigen como verdaderos embajadores de la experiencia del camino en base a su satisfacción; son los *mass media* quienes contribuyen a construir esa imagen inconsciente que se tiene sobre el fenómeno jacobeo. Una imagen sin duda diferente en países como España y Francia, cercanos geográficamente, pero con diferencias sustanciales políticas, sociales, culturales, lingüísticas e históricas. No obstante, son estos los dos únicos países que por el momento han inscrito algunos de sus caminos de Santiago en la Lista del patrimonio mundial de la UNESCO – aquí, de nuevo, con diferencias notorias en la naturaleza de la inscripción. Para tener una mejor comprensión de la evolución – o no – de la imagen social que tienen de los caminos de Santiago las poblaciones española y francesa, hemos decidido orientar nuestra investigación hacia la prensa escrita, por ser esta uno de los medios capaces de llegar no solo a “peregrinos” confirmados, principiantes, o interesados, sino también a un público más amplio sin interés particular en la temática. Cronológicamente, hemos decidido comenzar el estudio enfocándonos en los años santos *Xacobeos* y en los inmediatamente anteriores, es decir, desde la primera edición en 1992-1992, hasta la última 2020-2021-2022. Una delimitación cronológica interesante también porque coincide con momentos clave de la patrimonialización de los caminos españoles y franceses (inscripción española en la Lista del patrimonio mundial de la UNESCO (1993, 2015); inscripción francesa (1998)). Los periódicos que constituyen nuestro corpus son aquellos de mayor cobertura mediática en cada país – incluyendo periódicos nacionales y regionales –, limitándonos a aquellos que hayan digitalizado sus archivos.

La problemática general de este proyecto de investigación, que incluye las actuaciones que se han llevado a cabo en el marco de esta convocatoria, se basa en el conocimiento de la amplitud del impacto del *Xacobeo* en la imagen de los caminos de Santiago y en la figura del “peregrino” en estos medios, así como su evolución en el tiempo. Dicho de otra manera, se trata de analizar el trato que hacen la prensa escrita española y francesa de los valores vehiculados por los caminos de Santiago y de las dimensiones que forjan su naturaleza polisémica, dimensiones que ya hemos podido mencionar anteriormente. ¿Se

rinde cuenta de todas sus dimensiones o se potencian algunas en detrimento de otras? ¿La información se dirige a un perfil de “peregrino” en particular o a todos? Son cuestiones a tener en cuenta, sobre todo cuando “[...] en el mundo actual, la capacidad de un destino turístico de proporcionar una imagen unitaria y sintética de sí mismo es fundamental” (Escudero Gómez, 2005, p.63), algo casi imposible – y que podría ser un motivo de banalización – para un destino polisémico como son los caminos de Santiago. Una vez analizada la imagen difundida en la prensa escrita y su evolución desde los albores del *Xacobeo*, podremos ver también si esta imagen corresponde a aquella expresada por los “peregrinos” por un lado, y por la población por otro; y si existe una relación causal entre ambas. En definitiva, queremos determinar si existen constantes de evolución en el trato hecho por la prensa del fenómeno jacobeo, focalizándose como se puede creer en cuestiones turísticas, económicas e institucionales; restringiéndose a áreas geográficas locales o regionales, alejándose así de los valores promovidos por el Consejo de Europa y la UNESCO. Valores además ampliamente citados por los “peregrinos” como símbolos de una experiencia satisfactoria.

## 2.3. Objetivos

### 2.3.a. Objetivos generales

En este apartado enumeramos las problemáticas y los objetivos generales asociados a este estudio en el marco de la tesis doctoral:

1. Los caminos de Santiago se divulgan y promueven con el ámbito regional/local, lo cual va en contra de su carácter europeo, transfronterizo – o incluso “sin fronteras”. Las acciones interregionales e internacionales o europeas tienen poca cobertura mediática puesto que resulta complicado poner de acuerdo al basto tejido institucional involucrado en los caminos de Santiago.
  - Objetivo del estudio: identificar y analizar el tratamiento de los caminos de Santiago en cuanto a los valores europeos y de identidad común que vehiculan – o no – en la prensa escrita española y francesa.

2. La percepción de la peregrinación y, por extensión, del término “peregrino” es diferente en España y en Francia. Las definiciones tradicionales de “peregrinación”, “peregrino” o incluso “espiritualidad” han evolucionado a medida que se han ido involucrando en ellas valores seculares (Caamaño y Andrade, 2021). Así, como indican diferentes estudios (Frey, 2004; Zapponi, 2011), la mayoría de los “caminantes” de los caminos de Santiago se consideran “peregrinos”, independientemente de sus motivaciones. Esta evolución semántica – o involución hacia el significado primario de “peregrino” – resulta más difícil en el país galo, donde se prefieren términos como “caminante” o “senderista”.
  - Objetivo del estudio: análisis de la evolución de los términos “peregrino”, “peregrinación” y “espiritualidad” en los textos periodísticos franceses y españoles desde el primer año *Xacobeo*. Se pretende así comprender la reticencia de instituciones y medios de comunicación franceses, y de comprobar si eso influye en la percepción de los caminos de Santiago por parte de la población. Asimismo, se pretende comprobar la evolución de la deconstrucción de dichos términos por parte de la sociedad española, y una correlación posible entre dicha deconstrucción y el atractivo de los caminos de Santiago en la población más joven.
3. Los caminos de Santiago pueden caer en una excesiva “turistificación” o una excesiva asociación de dichas rutas a la economía. Como ya ha ocurrido con carteles publicitarios (Santos Solla, 2005) o incluso con diferentes coloquios, congresos o jornadas de estudios (Rucquoi, 2022) la dimensión social y espiritual desaparece de las actividades de promoción y divulgación del fenómeno jacobeo. Sin embargo, los diferentes actores públicos y privados parecen entender la necesidad de una comunicación polisémica sobre los caminos de Santiago: ser capaz de llegar al turista, al “peregrino” y al senderista.
  - Objetivo del estudio: análisis de la evolución de las temáticas desde los inicios del evento *Xacobeo* hasta la actualidad.
4. La imagen pública o inconsciente “[...] se materializa a través de la adjetivación (uso de un concepto asociado a un territorio) y la simbolización (selección de un elemento como representativo de un espacio)” (Escudero Gómez, 2005, p. 74).

- Objetivo del estudio: análisis de la semántica de los caminos de Santiago, de la figura del “peregrino” y del *Xacobeo* y su evolución en el tiempo – lo que llamamos en el título de este proyecto la “resemántica”. ¿Qué palabras se han ido asociando a los diferentes términos principales del fenómeno jacobeo? ¿Corresponde esta nueva – o revitalizada – imagen a aquella que “[...] representa el conjunto de calidades, símbolos y trazos asociados a un área y compartidos por la mayoría de la sociedad” (Escudero Gómez, 2005, p. 74)?

### 2.3.b. Objetivos específicos

En este apartado enumeraremos los objetivos específicos a esta convocatoria y al trabajo realizado gracias a la ayuda de la Cátedra:

1. Validar la metodología que detallaremos en el siguiente apartado.
2. Establecer el corpus definitivo únicamente de la prensa española, gracias a la digitalización que se ha llevado a cabo en la Biblioteca nacional de España (Madrid).
3. Recopilación de los textos informativos seleccionados para su posterior análisis cuantitativo y cualitativo.
4. Elaboración de estrategias de análisis cuantitativo, cualitativo y correlacional a través de la base de datos, de los textos seleccionados y de determinados textos singulares por su interés y/o importancia.
5. Muestra del análisis enfocado en uno de los cinco medios seleccionados, específicamente en el de mayor cobertura nacional: *El País*.

### 2.4. Metodología

- Por motivos de seguridad y de propiedad intelectual, no es posible extraer documentos desde los ordenadores de la Biblioteca nacional de España. Por tanto, hemos tenido que limitar nuestro trabajo al

periódico *El País* durante nuestra estadía en Madrid, dado que el trabajo para recuperar los textos seleccionados ha sido más arduo de lo esperado. Así hemos procedido:

- Búsqueda de textos informativos a través de la hemeroteca digital desarrollada por la Biblioteca nacional de España (consultación únicamente en físico). La Biblioteca nacional de España ha realizado una magnífica labor de digitalización de periódicos, que permite realizar búsquedas por palabras clave – gracias a la tecnología OCS – con un filtrado cronológico – que no tienen algunas de las herramientas desarrolladas por las propias empresas editoriales, como es el caso de *El País* –.
- Búsqueda de los textos seleccionados en la hemeroteca digital de *El País*:
  - Si el texto existe: recuperación y catalogación en una base de datos.
  - Si el texto no existe: petición de reproducción al Servicio de Suministro de Documentos de la Biblioteca Nacional de España en versión PDF.
- Creación de una base de datos con diferentes variables que nos permitirán hacer un primer estudio cuantitativo y correlacional del corpus seleccionado.
- Formación en herramientas de humanidades digitales que nos permitirán hacer un estudio cualitativo de la totalidad del corpus.
- Análisis detallado y comparativo de algunos textos individuales seleccionados por su importancia y/o interés, para el cual recurriremos a procedimientos de análisis textual convencionales.

## 2.5. Cronograma

- Curso en herramientas de humanidades digitales, “Codificar, analizar, difundir: convertimos juntos tu proyecto en digital”, impartido por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (Santander, España): del 28 de agosto al 1 de septiembre de 2023.

- Creación de la base de datos adaptable: del 2 al 3 de septiembre de 2023

- Estancia en Madrid: búsqueda, recuperación y catalogación de los textos seleccionados: del 3 al 30 de septiembre de 2023.

- Entrega de la memoria final: 9 de diciembre de 2023

### 3. PLAN DE DIFUSIÓN E IMPACTO

Presentación del corpus y de los resultados de análisis del corpus específico de *El País*, así como un avance de los primeros resultados del proyecto de investigación global, en la XV edición Lecciones Jacobeas Internacionales de la USC: *De la historia a la actualidad del camino de Santiago y la peregrinación*, en Santiago de Compostela (España) del 15 al 18 de julio de 2024 (Confirmado en octubre 2023).

Presentación del corpus y de los resultados de análisis del corpus específico de *El País*, así como un avance de los primeros resultados del proyecto de investigación global en el coloquio internacional *Les chemins de Compostelle, itinéraire culturel européen et patrimoine mondial: Histoire, enjeux et perspectives*, en Toulouse (Francia), del 4 al 5 de abril de 2024 (Propuesta de comunicación enviada el 27 de octubre de 2023, recibida el 27 de octubre de 2023, a la espera de confirmación en el 15 de diciembre de 2023).

Presentación final del estudio en el marco de la tesis doctoral *Les chemins de Compostelle en Europe: les mystères d'une revitalisation (1993-2022)*.

Posibilidad de elaborar un edito, catálogo o exposición que recoja los textos informativos del corpus.

Elaboración de un decálogo para una mayor cobertura de los aspectos social y espiritual de los caminos de Santiago; así como para una mayor cobertura de los caminos en su globalidad y dimensión europea.

## Parte II.- EJECUCIÓN

### 4. HERRAMIENTAS EN HUMANIDADES DIGITALES

La Universidad Internacional Menéndez Pelayo (Santander, España) propone un curso de verano en humanidades digitales que este año tuvo lugar del 28 al 1 de septiembre. Se trata de un curso de treinta horas en las que cada investigador aprende a codificar, analizar y/o difundir según las necesidades digitales específicas del proyecto de investigación de cada participante. El *CoAnDi Summer School*, Codificar, analizar y difundir: convertimos juntos tu proyecto en digital, se basa en talleres metodológicos específicos, con sesiones de formación al inicio de cada jornada y sesiones conjuntas en las que se explora la totalidad de herramientas propuestas.

15

Los cuatro talleres propuestos fueron:

- Text Encoding Initiative: aspectos prácticos de la codificación de documentos XML marcados de acuerdo con las directrices TEI
- Tratamiento del lenguaje natural: nociones y métodos del tratamiento automatizado del lenguaje natural para explorar, interrogar y analizar de manera sistemática y reproducible un corpus
- Cartografía digital: herramientas técnicas básicas para mostrar datos georreferenciados en mapas en línea
- Análisis de redes: taller de visualización de datos con grafos de redes desde cero utilizando el software Gephi

En base a las necesidades de nuestro proyecto, que pudimos expresar con diferentes documentos explicativos previos al curso nos hemos enfocado en el tratamiento del lenguaje natural, impartido por

Carmen Brando, doctora en Informática e ingeniero sénior de investigación en Humanidades Digitales y Geométrica en el EHESS París. Gracias a este taller, hemos podido familiarizarnos con herramientas de tratamiento automatizado del lenguaje natural que podremos aplicar en el estudio de nuestro corpus para analizar, entre otros aspectos, las tendencias temáticas, los patrones lingüísticos recurrentes o la evolución semántica en los textos. Dos aplicaciones han merecido nuestro especial interés: Voyant Tools y Sketch Engine.

- Voyant Tools es una aplicación web de código abierto y gratuito para la interpretación de textos o corpus en humanidades digitales. Desarrollada por Stéfan Sinclair y Geoffrey Rockell en 2003, esta aplicación permite el análisis de frecuencia de palabras, gráficos de distribución de frecuencias y visualizaciones KWIC (keyword-in-context), es decir, análisis de palabras clave y su contexto. En definitiva, aunque el análisis en Voyant Tools puede ser limitado dado a su carácter gratuito, esta aplicación sí tiene herramientas interesantes que permiten obtener hipótesis preliminares: nube de palabras clave, racimo de términos y sus conexiones frecuentes, análisis de frecuencias y tendencias, así como un resumen de la riqueza léxica y sintáctica del corpus. En el Anexo I verán un ejemplo visual de dichas herramientas, con datos extraídos de los seis textos periodísticos publicados en *El País* en enero de 1993 en torno al *Xacobeo* y/o los caminos de Santiago.
- Sketch Engine, en términos del profesor de lingüística inglesa Denis Jamet de la universidad Jean Moulin Lyon 3, es “[...] una herramienta de gestión de corpus y una aplicación de análisis textual [cuyo] objetivo es permitir a aquellos que estudian la lengua [...] o a cualquiera que desee encontrar ejemplos auténticos realizar consultas avanzadas en grandes corpus de textos” (2022). Gracias a Sketch Engine podemos proceder a un análisis profundo de la palabra, su comportamiento gramatical y contextual. Una herramienta desarrollada también en 2003 por Lexical Computing Limited a la que podemos acceder gracias a un contrato establecido por la universidad de Toulouse II Jean Jaurès. Entre las diferentes herramientas propuestas por Sketch Engine (Anexo II) que nos ayudarán en nuestro análisis, quisiera destacar la función “diferencia sketch”, que nos permitirá ver las palabras que se asocian a un lema en particular y compararlo

con otro de su misma categoría gramatical. Es decir, podremos comparar la semántica de “Camino” con la de “Xacobeo” en todo nuestro corpus, y analizar posteriormente su evolución en el tiempo. Del mismo modo, podremos analizar la semántica de las diferentes formas de un mismo lema o palabra, por ejemplo “camino” y “caminos”, o “xacobeo” y “jacobeo”. Esta funcionalidad nos parece esencial en nuestro proyecto. En el Anexo III verán una demostración con datos extraídos de los textos de *El País* de enero de 1993. Se trata de un ejemplo que, por su tamaño, no es representativo de una realidad y los resultados no avanzan ninguna hipótesis. En efecto, para que Sketch Engine resulte interesante, el corpus tiene que ser lo suficientemente consistente.

## 5. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

### 5.1. Búsqueda y recopilación de fuentes: Biblioteca nacional de España

Como hemos indicado anteriormente, la ejecución del proyecto en el marco de la convocatoria de la Cátedra ha tenido que ser adaptada debido a las restricciones en materia de recopilación de textos impuestas por la Biblioteca nacional de España. Entre los cinco periódicos seleccionados para construir nuestro corpus, hemos podido realizar la búsqueda, la selección, la recopilación y la catalogación de uno de ellos durante nuestra estancia en Madrid, se trata de aquel con mayor cobertura mediática a nivel nacional, *El País*. A diferencia de *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia* o *ABC*, que permiten en su hemeroteca digital realizar búsquedas aplicando filtros temporales y crecientes o decrecientes – adquiriendo previamente una suscripción –, *El País* y *El Mundo* no facilitan esta tarea – aunque si es posible acceder a la noticia por palabras clave o con un conocimiento previo de la fecha exacta –. Por eso hemos limitado nuestro trabajo a estos dos periódicos, ciñéndonos luego únicamente al primero por imposiciones temporales.

18

- Para la búsqueda de textos hemos procedido como sigue:

- Periodo de realización: del 3 al 30 de septiembre
- Localización: Biblioteca nacional de España, sala de prensa, cuarta planta, consulta únicamente en físico. Plaza de Recoletos, 20-22, 28001, Madrid (España)
- Horarios: de lunes a viernes de 9:00 a 20:00
- Búsqueda realizada: Documentos que contengan las palabras “camino de Santiago” o “caminos de Santiago” o *Xacobeo*.
- Delimitación temporal: Por Años Santos jacobeos y los inmediatamente anteriores: 1992-1993; 1998-1999; 2009-2010; 2020-2021-2022.
- Fuentes:
  - Entre 1992 y 2010: *El País* (Madrid. 1976)
  - Entre 2020 y 2022: *El País* (Madrid.1976), *El País* (Ed. Nacional), *El País* (Ed. De Barcelona. Ed. Impresa), *El País* (Ed. Galicia), *El País* (Ed. País Vasco), *El País* (Ed. Andalucía) y *El País* (Ed. Comunidad Valenciana).

- Para la selección de los trescientos ochenta y ocho (388) textos seleccionados, hemos restringido nuestra selección a aquellos textos que hablen de los caminos de Santiago o del Xacobeo en general (es decir, no se han de incluir textos sobre monumentos o ciudades donde solo se haga una mención a los caminos de Santiago o al Xacobeo). Se han añadido textos que incluyan experiencias de “peregrinos”. No se han añadido anuncios publicitarios (carteles, imágenes), pero sí se ha anotado su presencia en un archivo. En este mismo archivo, hemos anotado las primeras observaciones y otros detalles que han podido llamar nuestra atención, como los primeros anuncios de personas que buscan compañía para hacer el camino de Santiago.

- Para la recopilación de los textos seleccionados se ha procedido como sigue:

- Suscripción a *El País*, para tener acceso a la hemeroteca digital.
- Búsqueda del texto seleccionado por fecha exacta en la hemeroteca digital de *El País*.
  - Si el texto existe en la hemeroteca digital de *El País*: catalogación en una base de datos, recuperación del texto en formato .txt para su posterior análisis cualitativo.
  - Si el texto no existe en la hemeroteca digital de *El País*: catalogación en una base de datos, petición de reproducción pagada al Servicio de Suministro de Documentos de la Biblioteca Nacional de España en versión PDF. Peticiones y pago realizados del 18 al 19 de octubre de 2023. Recepción de documentos del 20 al 30 de noviembre de 2023. Recuperación de textos en formato .txt para su posterior análisis cualitativo.
  - En total, se han solicitado noventa y cinco (95) reproducciones.

## 5.2. Organización del material obtenido

Creación de una base de datos con Open Office Calc, herramienta elegida puesto que se trata de una aplicación libre, respetando así el principio de reutilización y publicación de datos tras la tesis doctoral.

Volcado de los textos seleccionados siguiendo diferentes variables:

- Periódico
- Año
- Fecha exacta
- Título

- Fuente: Servicio de Suministro de Documentos de la Biblioteca Nacional de España o Hemeroteca digital de *El País*
- Enlace: Dirección IP si la fuente es la Hemeroteca digital de *El País*
- Área geográfica de la publicación: Antena editorial desde la que se escribe el texto
- Área geográfica de la que habla el texto: Internacional, Nacional, Regional, Local
- Precisión área geográfica de la que habla el texto:
  - Internacional: Europa, Mundo
  - Nacional: España, Francia, etc.
  - Regional: Galicia, Madrid, Castilla y León, etc.
  - Regional varias
  - Local
- Sección: Cultura, Economía, España, Espectáculos, Gente, etc.
- Género: Noticia, Entrevista, Reportaje, Opinión
- Importancia: Tema principal, Mención concreta, Solo mención
- Temática: Simbólica, Cultural, Funcional, Gestión
- Precisión temática
- Tema principal: *Xacobeo*, Camino, Peregrino, Varias

### 5.3. Perspectivas

En el marco de esta convocatoria, hemos podido establecer un corpus de textos informativos extraídos del periódico con más cobertura mediática nacional en España: *El País*. Tras una selección general de textos, obtenemos un total de trescientos ochenta y ocho (388) textos de extensión y naturaleza muy diversas. En el caso que nos interesa, hemos decidido no emplear los textos donde la importancia del *Xacobeo* y/o del camino de Santiago se resume en “solo mención”, dado que consideramos que estos textos no participan en la resemántica de dichos términos.

Se ha procedido a continuación a una catalogación precisa de los textos finalmente seleccionados que componen nuestro corpus de *El País*. Esta detallada clasificación, nos permitirá no solo hacer un análisis cuantitativo básico, sino también proceder a un análisis cuantitativo correlacional, siguiendo diferentes

pistas. A modo de exemplo, podería interesarnos el número de noticias de temática funcional según el área geográfica de la que habla el texto, pudiendo llegar a conclusiones sobre una mayor importancia del aspecto económico del camino de Santiago en una u otra región.

Por último, hemos procedido a la recuperación de los textos en formato .txt respondiendo también a diferentes variables que nos permitirán aplicar diversos procesos de análisis cualitativo. Además del análisis cualitativo básico por años, también podremos aplicar procesos de análisis cualitativo correlacional por años y por tema principal, género, sección, área geográfica y temática. A estos análisis consecuentes, añadiremos un enfoque particular en determinados textos que podamos poner en relación con otros cuyo tema sea el mismo, por ejemplo, aquellos que hablen de la inscripción en la Lista del patrimonio mundial de la UNESCO, o aquellos cuya finalidad sea la información práctica para el “peregrino”. El resultado final de estos procesos formará parte de nuestra tesis doctoral, pero avanzaremos algunos resultados en la próxima edición de las Lecciones Jacobeas en julio de 2024, en Santiago de Compostela.

## 6. CUMPLIMIENTO Y ADECUACIÓN A LOS OBJETIVOS INICIALES

Como hemos evocado anteriormente, en el marco de esta convocatoria hemos solicitado la ayuda de la *Cátedra do camiño de Santiago e das peregrinacións* para completar el corpus de textos periodísticos españoles y franceses desde 1992 hasta 2022. Este corpus nos permitirá, en el marco de la tesis doctoral, de cumplir con los objetivos generales que hemos detallado en la primera parte de esta memoria final (cf. Objetivos generales, pp. 10-11). En definitiva, la totalidad del corpus, compuesto por textos periodísticos de los periódicos con mayor cobertura nacional en España y en Francia, y limitándonos a los Años Santos jacobeos y a los inmediatamente anteriores, nos permitirá en los próximos meses cumplir con estos objetivos, y presentar resultados generales en la próxima edición de las Lecciones Jacobeas Internacionales (julio de 2023, Santiago de Compostela).

En lo relativo al cumplimiento y adecuación a los objetivos iniciales específicos a esta convocatoria, el resultado, aunque parcial, ha sido satisfactorio:

22

1. Objetivo específico: Validar la metodología:
  - Adecuación y cumplimiento: se han consolidado y descrito las estrategias de búsqueda, selección, catalogación y análisis. Se ha delimitado la búsqueda a los textos periodísticos que incluyan las palabras “camino de Santiago”, “caminos de Santiago” o *Xacobeo*. Se ha limitado la selección a aquellos textos cuya mención a dichos términos sea concreta, o de los cuales sea su tema principal. Se ha creado una base de datos con la que podremos proceder a un análisis cuantitativo y cuantitativo correlacional, gracias a la precisión de las variables seleccionadas.
2. Objetivo específico: Establecer el corpus definitivo únicamente de la prensa española, gracias a la digitalización que se ha llevado a cabo en la Biblioteca nacional de España (Madrid):
  - Adecuación y cumplimiento: se ha establecido el corpus definitivo de documentos únicamente de *El País*, debido a las restricciones para recuperar los textos impuestas por la Biblioteca nacional de España por motivos legales en materia de protección de datos y de

propiedad intelectual. Hemos, sin embargo, adquirido una suscripción en *La Voz de Galicia*, *ABC* y *La Vanguardia*, empresas editoriales cuyas hemerotecas digitales proporcionan filtros útiles para la investigación. En cuanto al estudio del corpus de *El Mundo*, cuya hemeroteca digital no proporciona dichos filtros, hemos planificado otra estancia en Madrid para la primavera de 2024, con el fin de recuperar dicho corpus en las instalaciones de la Biblioteca nacional de España.

3. Recopilación de los textos informativos seleccionados para su posterior análisis cuantitativo y cualitativo:
  - Adecuación y cumplimiento: hemos recopilado un total de trescientos ochenta y ocho textos informativos (388), de los cuales hemos solicitado noventa y cinco (95) reproducciones al Servicio de Suministro de Documentos de la Biblioteca Nacional de España en versión PDF.
4. Elaboración de estrategias de análisis cuantitativo, cualitativo y correlacional a través de la base de datos, de los textos seleccionados y de determinados textos singulares por su interés y/o importancia:
  - Adecuación y cumplimiento: gracias a la base de datos que hemos creado a raíz de este proyecto, y al detalle de sus variables, hemos podido crear estrategias de análisis cualitativo simple y correlacional. Hemos participado en un curso de humanidades digitales donde hemos adquirido conocimientos sobre herramientas que nos permitirán un análisis cualitativo y cualitativo referencial de la totalidad del corpus. Por fin, hemos establecido estrategias de análisis cualitativo recurriendo a herramientas tradicionales de análisis textual – situación comunicativa, coherencia, cohesión, etc. – que aplicaremos en determinados textos cuya importancia nos parezca destacable, caso por ejemplo de los textos informativos sobre la inscripción de los caminos de Santiago en la Lista del patrimonio mundial de la UNESCO.
5. Muestra del análisis enfocado en uno de los cinco medios seleccionados, específicamente en el de mayor cobertura nacional: *El País*:

- Con la intención de respetar el carácter original que deben tener los resultados que expondremos en nuestra tesis doctoral, no podemos avanzar resultados de investigación en esta memoria final científico-técnica, puesto que se trata de un documento que será publicado. Sin embargo, en las próximas Lecciones Jacobeas Internacionales (julio de 2024, Santiago de Compostela) presentaremos no solo una muestra del análisis del corpus de *El País*, sino un avance de los resultados globales que responden a los objetivos generales que hemos expuesto en la primera parte de esta memoria.

## 7. PERSPECTIVAS GENERALES

Los caminos de Santiago conocen en la actualidad un momento de apogeo, que se prepara desde los años 1980 y se concretiza en los años 1990 en su patrimonialización e institucionalización. El éxito de los caminos de Santiago se manifiesta no solo en el número de visitantes – “peregrinos” y turistas – que desde el Año Santo jacobeo de 1993 no ha dejado de crecer exponencialmente, sino también en su papel de motor económico para los pueblos y ciudades que atraviesa y en la importancia, para la sociedad contemporánea, de los valores que vehicula. La revitalización contemporánea de los caminos de Santiago va acompañada de continuos cambios. Cambios físicos de las rutas, cambios del perfil del “peregrino” y del visitante y cambios de la imagen, tanto proyectada – imagen turística – como expresada por la población – imagen social –. Con esta investigación, pretendemos contribuir a una mejor comprensión de la imagen de los caminos de Santiago desde los inicios de su revitalización que, por razones obvias, hemos situado en los años 1990, coincidiendo con la puesta en marcha del *Xacobeo*.

25

Instituciones, poderes públicos, profesionales del sector turístico e investigadores rinden cuenta de la importancia de la imagen de los caminos de Santiago, no solo como producto turístico, sino también como bien patrimonial, simbólico y espiritual. Los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la construcción y divulgación de esta imagen, contribuyendo a la construcción de la imagen social del fenómeno jacobeo. Conscientes de ello, y ante la cada vez mayor presencia del fenómeno jacobeo en estos medios, La Liga de Asociaciones de Periodistas del Camino de Santiago Francés publicó en 2022 un decálogo para escribir sobre esta ruta, que sigue siendo la que atrae el mayor número de “peregrinos” y visitantes. Su objetivo es contribuir a una mayor precisión lingüística, territorial e histórica.

Convencidos de que, para una mejor comprensión de las direcciones que toma en la actualidad la imagen del fenómeno jacobeo, es imprescindible conocer su evolución en el tiempo, hemos decidido analizar dicha imagen focalizándonos en la prensa escrita de los dos únicos países que, por el momento, han inscrito sus rutas en la Lista del patrimonio mundial de la UNESCO, España y Francia. Pretendemos así

obtener una fotografía de la imagen proyectada en ambos países y su adecuación a la imagen social expresada por la población, por un lado, y a los cambios hacia los que se dirigen los caminos de Santiago y el perfil del “peregrino”, por otro. De estos cambios podemos citar algunos de los más importantes: la internacionalización del fenómeno jacobeo, la desestacionalización, la sacralización de la ruta o la secularización de las motivaciones de los “peregrinos”.

La metodología y los objetivos perseguidos en esta investigación pretenden ser reproducibles en otros medios de difusión de la imagen del fenómeno jacobeo en general y de los caminos de Santiago en particular. Gracias a las herramientas en humanidades digitales, podemos imaginar una transposición de este estudio a medios como las guías del “peregrino”, el cine, la literatura especializada, las publicaciones en redes sociales y un gran etcétera. Además, en lo que respecta a la prensa escrita, objeto de nuestro proyecto de investigación, podemos contemplar una apertura a todos los años desde 1992, e incluso a años anteriores, para profundizar aún más en la evolución de la imagen en este medio. Las perspectivas de investigación a raíz de este proyecto son numerosas, como también lo son las posibilidades de difusión. Así, podríamos imaginar la edición y publicación de un catálogo de textos informativos españoles y/o franceses, la creación de una exposición asociada, la organización de jornadas de estudios, etc.

## 8. VALORACIÓN FINAL

A modo de conclusión, queremos dar en este último apartado de nuestra memoria científico-técnica una valoración final de nuestro proyecto en el marco de la *VI convocatoria de axudas à investigación sobre o camiño de Santiago e as peregrinacións*. Queremos expresar, primero, nuestro más profundo agradecimiento a la *Cátedra do Camiño de Santiago e das peregrinacións*, así como a los demás colaboradores de esta edición, la Universidad de Santiago de Compostela, la Xunta de Galicia, la Consellería de cultura e turismo de la Xunta de Galicia, Turismo de Galicia y la Catedral de Santiago. Agradecer también a la Biblioteca nacional de España y al Servicio de Suministro de Documentos su hospitalidad y su ayuda. Por último, agradecer a la profesora Amelia del Rosario Sanz Cabrerizo, de la Universidad Complutense de Madrid, y a los demás profesores del curso “Codificar, analizar y difundir: convertimos juntos tu proyecto en digital” por su ayuda y las informaciones compartidas en este curso que, sin duda, ha convertido nuestro proyecto en digital.

27

La valoración final de este proyecto es muy positiva. Por una parte, hemos podido realizar, gracias a la ayuda de la Cátedra, un trabajo de recuperación y análisis de un corpus parcial que nos es imprescindible para constituir nuestro corpus completo de cara a la preparación de la tesis doctoral. Por otra parte, y aunque hemos tenido que adaptar nuestro objetivo inicial de recopilar y analizar al menos los textos de los dos periódicos que no facilitan filtros de búsqueda en sus hemerotecas digitales, *El País* y *El Mundo*, sí hemos conseguido detallar y validar una metodología para la búsqueda, la catalogación y el análisis de nuestro corpus completo. Por lo tanto, podemos concluir que nuestro proyecto ha sido un éxito tanto a nivel de investigación, como a nivel de apertura de perspectivas de continuidad y transferencia. En el calendario de 2024 encontramos ya diferentes eventos en los que los resultados de este proyecto de investigación serán presentados a investigadores y público, a la espera de la publicación de nuestra tesis doctoral donde recogeremos la totalidad de los datos y los resultados de su análisis.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

ALCANTARA, C. (2019), “Les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle et les réseaux sociaux: nature et perspective des pratiques en ligne des marcheurs-pèlerins”, en DELVIT Philippe, GARNIER Florent (dir.), *Les chemins de Saint-Jacques à l'épreuve des temps*, Actes du colloque de Condom (18-19 octobre 2018), Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, Toulouse

ALCANTARA, C. (2022), “Les chemins de Compostelle: Du pèlerinage à la marque!”, en DUFOUR S. y EL NAR C. (coord.), *Les marques ont-elles une religion?*, *Communiquer: revue de communication sociale et publique*, 34, pp. 95-114, <https://journals.openedition.org/communiquer/9538>

BARREIRO RIVAS, Xosé Luis, *La función política de los caminos de peregrinación en la Europa Medieval: estudio del Camino de Santiago*, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, Madrid, 2002, <http://eprints.ucm.es/tesis/19911996/S1/S1011301.pdf>

28

CAAMAÑO FRANCO, I y ANDRADE-SUÁREZ M. (2016), “La imagen del Camino de Santiago: análisis de su representación promocional como producto turístico”, *Tourism & Management Studies*, 12 (2), 38-46, <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12205>

CAAMAÑO FRANCO, I., ANDRADE-SUÁREZ M. (2021), “El Camino de Santiago y el Xacobeo como fenómenos polisémicos: reflexiones a través del estudio de su imagen mediática”, *Revista galega de economía: Publicación Interdisciplinar da Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais*, ISSN 1132-2799, ISSN-e 2255-5951, *Vol. 30, Nº. 3, 2021*, pp. 21-41, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8170893>

CELEIRO ÁLVAREZ L. (2013), “Xacobeo 93. El renacer del Camino” en Simone NOVELLO, Fidel MARTÍNEZ ROGET, María Pilar MURIAS FERNÁNDEZ, & José Carlos de MIGUEL DOMÍNGUEZ (Eds.), *Xacobeo: de un recurso a un evento turístico global*, Andavira, Santiago de Compostela, pp. 47-64

EL NORTE, “Los periodistas del Camino de Santiago lanzan un decálogo para “favorecer la precisión lingüística””, en *El Norte de Castilla*, publicado el 17 de noviembre de 2022,

<https://www.elnortedecastilla.es/palencia/periodistas-camino-santiago-20221117214109-nt.html>

ESCUADERO GÓMEZ, L. A. (2005), “O valor da imaxe: un determinante para os destinos turísticos” en SANTOS SOLLA, X. M. (coord.), (2005), *Galicia en cartel: a imaxe de Galicia na cartelería turística*, Universidad de Santiago de Compostela, A Coruña, pp. 63-78

FREY, N. (2004), “Stories of the Return: Pilgrimage and Its Aftermaths” en BADONE E. y ROSEMAN S. R. (dir.) (2004), *Intersecting Journeys : the anthropology of pilgrimage and tourism*, Universty of Illinois Press, pp. 89-109

JUANATEY HEREDIA, D. y SANTOS SOLLA X. M. (2005), “Turismo e cartelería en Galicia” en SANTOS SOLLA, X. M. (coord.), (2005), *Galicia en cartel: a imaxe de Galicia na cartelería turística*, Universidad de Santiago de Compostela, A Coruña, pp. 13.40

MANFREDI, J. L. (2019), “Xacobeo: the international press’ perception of the Way of St James (2009-2017)”, *methaodos.revista de ciencias sociales*, 7 (2): 198-212.

<http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v7i2.308>

MURIAS FERNÁNDEZ, P. (2013), “Agora é cando, Galicia é onde”: Autenticidad y lealtad en el Xacobeo 2010” en Simone NOVELLO, Fidel MARTÍNEZ ROGET, María Pilar MURIAS FERNÁNDEZ, & José Carlos de MIGUEL DOMÍNGUEZ (Eds.), *Xacobeo: de un recurso a un evento turístico global*, Andavira, Santiago de Compostela, pp. 109-124

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, M<sup>a</sup>. M. (2013), “La planificación y creación del evento Xacobeo: análisis de la identidad y la imagen” en en Simone NOVELLO, Fidel MARTÍNEZ ROGET, María Pilar MURIAS FERNÁNDEZ, & José Carlos de MIGUEL DOMÍNGUEZ (Eds.), *Xacobeo: de un recurso a un evento turístico global*, Andavira, Santiago de Compostela, pp. 65-88

RUCQUOI, A., (2022) “Politique et pèlerinage à Compostelle du Moyen Âge à nos jours” en CAZES, Q y RAYSSAC, S. (dir.), *Vers Compostelle : Regard contemporain sur les chemins de Saint-Jacques*, Presses Universitaires du Midi, pp. 32-47

ZAPPONI, E. (2011), *Marcher vers Compostelle: Ethnographie d'une pratique pèlerine*, L'Hamarttant, Paris

### Artículos que conforman el corpus test “*El País* enero de 1993”:

AGENCIAS, “Turismo invertirá 6.063 millones para promocionar España en el extranjero” en *El País*, publicado el 26 de enero de 1993,

[https://elpais.com/diario/1993/01/26/economia/728002812\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1993/01/26/economia/728002812_850215.html)

AGENCIA SERVIMEDIA, “El príncipe Felipe recorrerá a pie, en Navarra, el primer kilómetro de la Ruta Jacobea” en *El País*, publicado el 26 de enero de 1993,

[https://elpais.com/diario/1993/01/26/agenda/728002801\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1993/01/26/agenda/728002801_850215.html)

ALTARES, G., “Un año para soñar una ciudad: El proyecto Compostela 93 provoca una transformación profunda de la capital de Galicia”, en *El País*, publicado el 17 de enero de 1993,

[https://elpais.com/diario/1993/01/17/cultura/727225209\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1993/01/17/cultura/727225209_850215.html)

CARTAS AL DIRECTOR, “La ofrenda a Santiago” en *El País*, publicado el 18 de enero de 1993,

[https://elpais.com/diario/1993/01/18/opinion/727311605\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1993/01/18/opinion/727311605_850215.html)

RIVAS, M., “El año de Galicia: El Xacobeo 93, una oportunidad para acabar con la imagen de una región atávica y atrasada”, en *El País : Domingo*, publicado el 10 de enero de 1993

BURGOS, C., “Santiago y abre España” en *El País*, publicado el 31 de enero de 1993

# 10. ANEXOS

## Anexo I: Corpus test “El País enero de 1993” con Voyant Tools

**Palabras más frecuentes en el corpus:**

- Santiago (48); Galicia (45); año (34); Camino (29); ciudad (26)

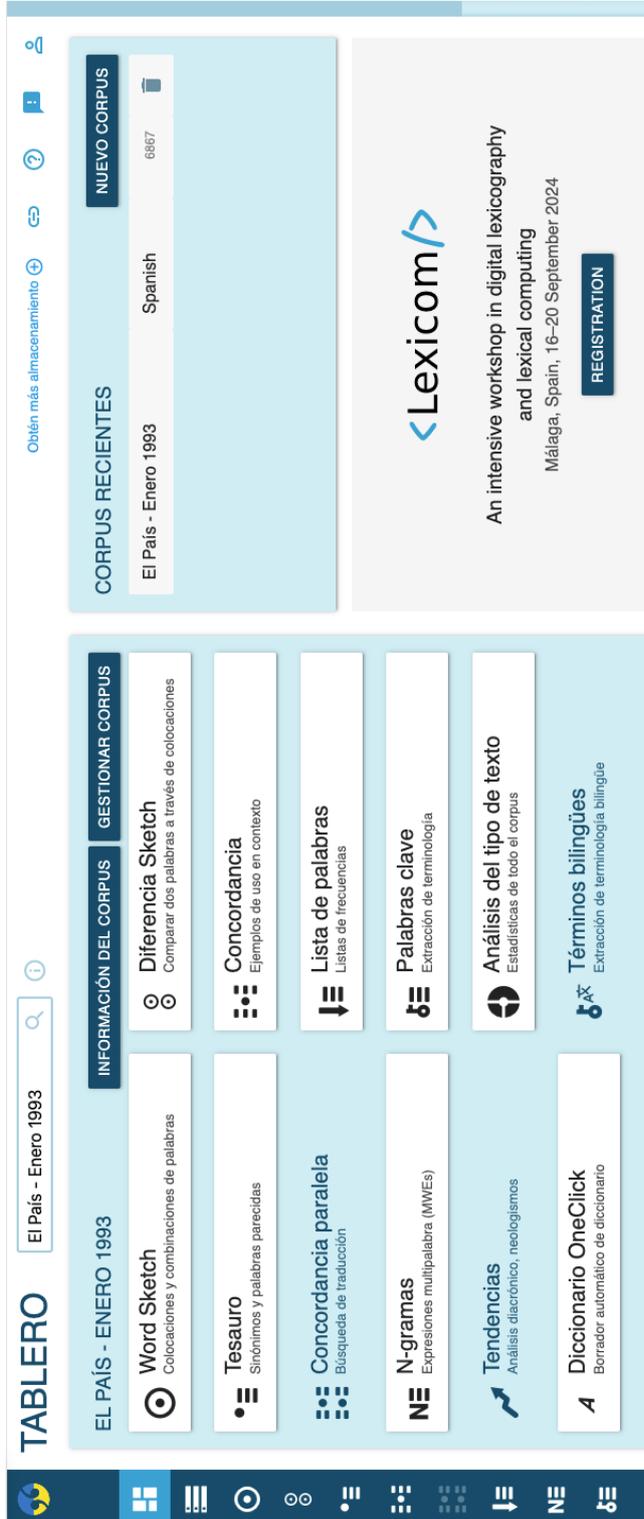
**Palabras diferenciadas (comparado con el resto del corpus):**

1. 1993-01-17 El País: ciudad (29), compostela (14), histórico (7), música (6)
2. 1993-01-18 El País: oferta (2), solenne (1), privilegio (1), oficialmente (1), ofensiva (1)
3. 1993-01-26 El País: panizo (4), sector (3), secretaria (3), promocionar (3), principio (3)
4. 1993-01-31 El País: vasco (3), león (3), consejero (3), turísticos (2), turística (2)
5. 1993-10-01 El País: Galicia (28), gallegos (8), gallega (12), fraga (6), gallego (6)

**Contextos:**

Documento	Izquierda	Términos	Derecha
1993-01-...	la capital de Galicia En	santia...	de Compostela, la le no
1993-01-...	también se puede aplicar a	santia...	, quizá la urbe europea por
1993-01-...	Xacobeo, sobre el Camino de	santia...	, y el Compostela, sobre la
1993-01-...	para reformar el Camino de	santia...	y vender la imagen de
1993-01-...	Xacobeo 93. El Ayuntamiento de	santia...	de Compostela ha tomado también
1993-01-...	unanimidad. Aunque dirigido exclusi...	santia...	no es una casualidad que

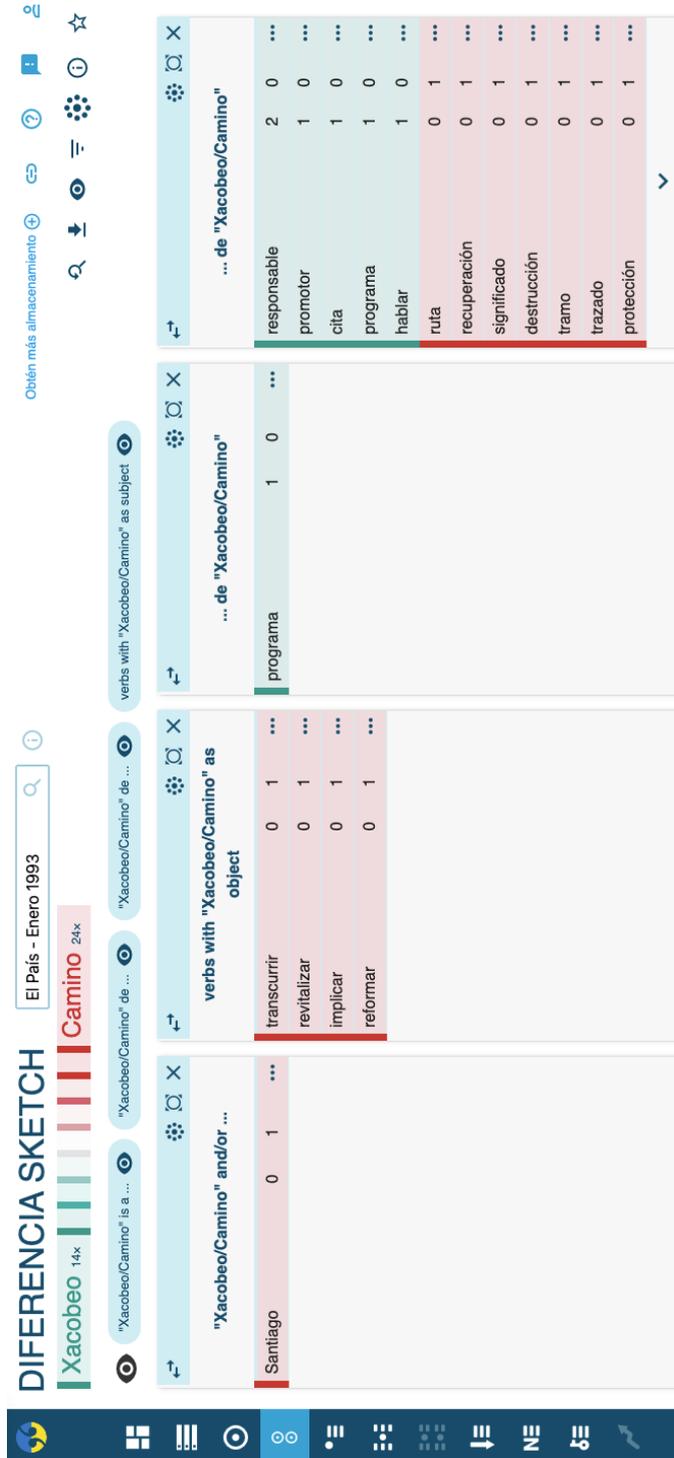
## Anexo II: Página de inicio de Sketch Engine



The screenshot displays the Sketch Engine web interface. At the top, there's a navigation bar with icons for home, help, and search. Below this, the main content area is divided into several sections:

- TABLERO**: A search bar containing "El País - Enero 1993".
- EL PAÍS - ENERO 1993**: A section with various tools:
  - Word Sketch**: Colocaciones y combinaciones de palabras.
  - Tesauro**: Sinónimos y palabras parecidas.
  - Concordancia paralela**: Búsqueda de traducción.
  - N-gramas**: Expresiones multipalabra (MWEs).
  - Tendencias**: Análisis diacrónico, neologismos.
  - Diccionario OneClick**: Borrador automático de diccionario.
- INFORMACIÓN DEL CORPUS**: A section with icons for:
  - Diferencia Sketch**: Comparar dos palabras a través de colocaciones.
  - Concordancia**: Ejemplos de uso en contexto.
  - Lista de palabras**: Listas de frecuencias.
  - Palabras clave**: Extracción de terminología.
  - Análisis del tipo de texto**: Estadísticas de todo el corpus.
  - Términos bilingües**: Extracción de terminología bilingüe.
- CORPUS RECIENTES**: A list of recent corpora, including "El País - Enero 1993" (Spanish) with a count of 6867.
- NUEVO CORPUS**: A button to create a new corpus.
- Lexicom**: A banner for a workshop titled "An intensive workshop in digital lexicography and lexical computing" in Málaga, Spain, from 16-20 September 2024, with a "REGISTRATION" button.

Anexo III: Muestra de la herramienta “Diferencia sketch” a través del corpus test  
“El País enero de 1993”



The screenshot shows the Diferencia Sketch tool interface. At the top, there is a search bar with the text "El País - Enero 1993" and a search icon. Below the search bar, there are several filter buttons: "Xacobeo 14x", "Camino 24x", and "verbs with 'Xacobeo/Camino' as subject". The main area displays four panels, each with a table of results. The first panel is titled "Xacobeo/Camino" and/or ... and shows a table with one row: Santiago (0, 1). The second panel is titled "verbs with 'Xacobeo/Camino' as object" and shows a table with four rows: transcurrir (0, 1), revitalizar (0, 1), implicar (0, 1), and reformar (0, 1). The third panel is titled "... de 'Xacobeo/Camino'" and shows a table with one row: programa (1, 0). The fourth panel is titled "... de 'Xacobeo/Camino'" and shows a table with eight rows: responsable promotor (2, 0), cita (1, 0), programa (1, 0), hablar (1, 0), ruta (0, 1), recuperación (0, 1), significado (0, 1), destrucción (0, 1), tramo (0, 1), trazado (0, 1), and protección (0, 1). The interface includes a sidebar with various icons and a bottom navigation bar.

Convocatoria

VI CONVOCATORIA DE AXUDAS À INVESTIGACIÓN SOBRE O CAMIÑO DE  
SANTIAGO E AS PEREGRINACIÓNS – 2023

MEMORIA FINAL CIENTÍFICO-TÉCNICA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Análisis del impacto del Xacobeo en el proceso de  
“resemántica” del Camino de Santiago y de la figura  
del “peregrino”: caso de la prensa nacional  
española (1992-2022)**

Manuel SECO LAMAS

Université de Toulouse II Jean Jaurès

Centro de estudios ibéricos e iberoamericanos (CEIIBA)