

Fiestas, ferias y mercados de Galicia

JOSÉ MANUEL SANTOS SOLLA
Universidade de Santiago de Compostela

El estudio de las ferias y mercados en Galicia despierta, desde hace tiempo, interés en diferentes ramas del saber científico. A la economía desde el punto de vista del intercambio de productos; a la antropología por la riqueza que ofrecen el aspecto cultural y de tradiciones en general; a la historia por el papel desempeñado en el pasado; a la arquitectura por el valor de algunas construcciones y recintos... y a la geografía por su función como elemento de ordenación del territorio. En este sentido se encuentran los trabajos pioneros de Miralbés y Torres Luna que culminaron a principios de los años 1970 con la publicación de la obra *Mercados periódicos de Galicia* en la que cartografían cada una de estas reuniones comerciales indicando su jerarquía y área de influencia, lo que supone un primer intento serio de realizar una comarcalización en Galicia tomando como base la centralidad de los lugares en los que se celebran. En la época en que fue realizada dicha investigación el dinamismo que conservaban muchas de las ferias y mercados, que eran todavía puntos de referencia del comercio en el mundo rural, justificaba su utilidad como agentes de ordenación territorial, hecho que no se puede trasladar a la actualidad en razón de su declive (al menos en su orientación original) y sustitución por nuevas formas de organización comercial.

1. Ferias o mercados

La diferencia entre feria y mercado no siempre resulta fácil y clara. En general casi todas las personas que estudiaron el tema coinciden en señalar que el mercado es una concentración mercantil que se celebra con regularidad y en lapsos de tiempo reducidos siendo normalmente semanal; en tanto que la feria sería un mercado extraordinario con un carácter temporal que oscila desde el quincenal al

anual. No obstante esta distinción, en principio tan sencilla, esconde numerosos matices. Como rasgos propios del mercado cabe citar, además de su periodicidad, que el objeto de las transacciones no es el ganado, lo cual no lo excluye, y, en todo caso, se especifica el bien más comercializado (mercado de abastos, de frutas, de ganado, etc.); el mercado también tiene un emplazamiento permanente, una función exclusivamente mercantil y tiene lugar en la ciudad o villa más importante de la comarca (Pose Vidal, 1985). Por su parte, la feria se caracteriza por su menor frecuencia, por carecer de instalaciones fijas y por ser, en general, más grande lo que implica un mayor radio de atracción tanto de proveedores como de compradores; en cuanto al tipo de bienes que se ofrecen siempre está el ganado mayor, especialmente vacuno, y una multitud de productos. Además, es importante señalar que en la feria a la función mercantil (a menudo más amplia y variada) se le añade otra festiva que cobra más significación a medida que se espacia su celebración.

En todo caso la diferencia entre feria y mercado no es tan clara como acaba de ponerse de manifiesto. Remontándonos a su origen parece que ambos términos fueron sinónimos y hacían referencia a las reuniones públicas que con el fin del intercambio o de la compra-venta tenían lugar en días y puntos concretos. Miralbés y Casas indican también la confusión terminológica derivada de su uso indistinto, sobre todo cuando no es semanal. Todo lo contrario ocurría en Irlanda (O'Flanagan, 1985) donde sí había una clara distinción: las ferias, especializadas en ganadería (sobre todo ovejas, vacuno y caballos, excluyendo a veces otro tipo de productos), eran menos importantes que los mercados a pesar de que algunas adquirieron bastante relevancia con un amplio radio de atracción. Ambas, al menos en el siglo XVII, compartían la misma ubicación aunque los mercados tenían una significancia adicional desde el punto de vista legal, religioso e incluso social. En el XVIII hubo una separación a diferentes niveles que tuvo como efecto visible un cambio de localización de forma que el centro y la periferia de los pequeños asentamientos acogieron al mercado y a la feria respectivamente.

Pero si hubo algún momento en el que la distinción entre ambos términos era más o menos clara en la actualidad aquella es más confusa, si cabe, porque hay una tendencia creciente a identificar los dos conceptos con el uso quizá más frecuente de la palabra feria, al menos en Galicia, reservando mercado para ciertas reuniones muy específicas (Mercado de Ganado de Santiago) o para locales permanentes dedicados a la venta diaria de pescado, frutas y vegetales. Una muestra de esta desviación es la publicación del directorio de Feiras e Mercados de Galicia en el que apenas se hace diferenciación entre unas y otras. En dicha Guía únicamente aparecen clasificados como mercados aquellos semanales dedicados a ganado y generalmente de importancia mayor (Mercado de Silleda, de Castro de Riberas de Lea o de Sarria), algunos orientados a productos del campo y, sobre todo, aquellos

que venden fundamentalmente ropa, calzado y una gran diversidad de bienes, tanto artesanales como no, apareciendo a menudo bajo la acepción de mercadillos. Aun así a veces la denominación popular para estos últimos es la de feria (y no mercado) e incluso pueden aparecer catalogados como tales –caso del feirón de Pontedeume.

Otras publicaciones, sin embargo, establecen diferencias, al menos en su título, entre feria y mercado: tal es el caso de la pequeña guía anual sobre ferias y mercados de Galicia o el almanaque agrícola ZZ. En la primera de ellas denominan feria a los certámenes a los que concurre ganado de forma habitual y mercado cuando sólo lo hace ocasionalmente, clasificando además a aquéllas por categorías en función del número de reses; resulta así, por ejemplo, que el llamado en la publicación –también de la Xunta de Galicia– Feiras de Galicia, Mercado Comarcal de Castro de Riberas de Lea, ahora aparece como feria.

En definitiva, feria y mercado son dos conceptos que si bien pudieron en su día expresar realidades diferentes en la actualidad se confunden. Parte de esta identificación es heredada pero otra es consecuencia de la evolución registrada, especialmente en los últimos años, que ha supuesto la desaparición de muchas de estas tradicionales reuniones mercantiles y festivas del medio rural y la transformación de otras tantas.

2. Evolución y características

Los cambios a los que he aludido en el último párrafo fueron inevitables dadas las profundas mutaciones que tuvieron lugar en el entorno rural gallego durante los decenios más recientes. Si las ferias y mercados en su forma más tradicional estuvieron ligados a la organización territorial, económica y social de Galicia, al transformarse ésta arrastra consigo toda una cadena de consecuencias. La pérdida de importancia de la parroquia, la mejora de las vías de comunicación, el desarrollo del mundo urbano, la despoblación del campo, etc. modificaron sustancialmente las condiciones y formas de vida del medio rural y supusieron, entre otras muchas cosas, la pérdida para las ferias y mercados de su razón de ser, de ahí su retroceso o reorganización.

Según Iglesia Hernández (*Voz Ferias*, Enciclopedia Gallega), en Galicia la feria –y el mercado– es una institución, una necesidad y un hábito. Para él las causas de su existencia y abundancia son: cantidad y dispersión de la población rural que necesita estas reuniones para comerciar sus productos agrarios; estructuras agrícolas y ganaderas deficientes, es decir, minifundio que sólo puede realizar sus ventas en las ferias y mercados transformando sus cosechas en dinero que le sirve para adquirir otros bienes; la pequeñez de las ventas, la estacionalidad y el carácter

perecedero; la mala calidad de las comunicaciones; el intento de obtener los mejores precios; la necesidad de comprar bienes que no se producen en la explotación; la oportunidad de realizar una serie de servicios; los contactos sociales; y, finalmente, la ruptura de la monotonía de la vida rural.

Para Miralbés y Casas la pervivencia de los mercados periódicos en Galicia se explica por una serie compleja de razones como el aislamiento impuesto por el medio unido a una deficiente red de vías de comunicación; también señalan como causa el bajo grado de desarrollo económico, la dispersión del hábitat, la estructura socioeconómica del medio rural, la densidad demográfica, la elevada participación de la economía doméstica en el proceso comercial, la rutina, el apego a la tradición y el escaso desarrollo de la "moderna comercialización".

Parece, pues, que hay una cierta coincidencia a la hora de señalar las causas que permitieron llegar hasta nuestros días las ferias y mercados de Galicia. De todas formas es fácil observar que la mayor parte de esas condiciones ya no son aplicables a la actualidad, tal como se ha dicho, de ahí el declive sufrido por estas reuniones o su reconversión. Es cierto que el hábitat sigue siendo disperso pero la mejora de las comunicaciones permite acercarse a la villa o ciudad más próxima con facilidad y frecuencia tanto para comprar (en establecimientos permanentes), como para realizar otro tipo de servicios, o simplemente para socializar. Además, la despoblación del campo no justifica su presencia y otros medios de obtener dinero y de comerciar no "obligan" a ir a la feria o mercado. Únicamente la pervivencia, en sectores más atrasados de la región, de determinados factores citados en párrafos anteriores mantienen algunas ferias y mercados con un carácter más o menos tradicional, pero son pocas y en declive.

Las causas que dieron lugar al nacimiento de estas reuniones son, en principio, las mismas que mantuvieron su dinamismo hasta hace poco tiempo, es decir, la necesidad de mantener intercambios comerciales y humanos en una sociedad rural caracterizada por la dispersión del hábitat y el aislamiento de estas células de población. La función mercantil era la que le daba su razón de ser. La renovación técnica de la agricultura gallega y la importancia del movimiento exportador de ganado vacuno que afectó a Galicia hizo que en el siglo XIX y primer tercio del XX las ferias y mercados alcanzasen un especial protagonismo en la vida económica de la región, si bien es cierto que parte de la renovación de la maquinaria agrícola se introdujo a través de las nuevas ferreterías instaladas en villas y ciudades (Fernández Prieto, en prensa). Según Carré Aldao (Carreras Candi) las ferias son como la balanza en la que se puede apreciar la potencia económica de un país. En su forma tradicional muestran un código bien establecido: la compra-venta de ganado se basaba en el ajuste intentando siempre obtener el máximo beneficio; el trato se da por cerrado entregando una "señal". La relación entre el ganadero y el comprador final muy pocas veces es directa y con el paso del tiempo se hizo más

rara; normalmente estaban por el medio los tratantes o intermediarios y toda una serie de figuras (blusas negras, estacas, etc.).

Las ferias no suponían, ni mucho menos, un mercado perfecto encontrándose a menudo el campesino en situaciones de desventaja debido a la actuación de los intermediarios, a los irregulares impuestos que con frecuencia tenían que pagar por asistir, al desconocimiento real de los precios y a los cálculos aproximados acerca del peso y calidad de los animales. En cualquier caso representaban un medio muy importante de obtención de dinero en una sociedad cada vez más monetizada, y la mejor forma de adquirir productos necesarios para su subsistencia y de vender los escasos excedentes agrarios.

Pero la feria y el mercado tenían un carácter que superaba el aspecto meramente económico. Había (y hay) un componente lúdico y festivo que no se debe olvidar. Recordemos que este tipo de reuniones rompían la monotonía de la vida diaria y daban lugar a contactos sociales que se salían de lo ordinario. Estos iban desde la visita al médico o abogado, en caso de que la feria o mercado fuese en una ciudad o villa, hasta el encuentro con gente de otras parroquias. La fiesta era tanto mayor cuanto más importante fuera la feria o mercado y sobre todo en aquellas de periodicidad más amplia y con un radio de atracción más amplio. Los bailes y los cortejos formaban parte de esta situación y daban lugar a numerosas relaciones de amistad y noviazgo. Existe en el refranero popular una buena serie de citas referentes a estas tradiciones siendo quizá la más conocida la que dice «Non busques muller na feira nin menos na romaría...».

Las ferias y mercados constituyen, por lo tanto, espacios no sólo para el negocio sino que también son concebidos como un tiempo de ocio y, a veces, ambos conceptos van íntimamente unidos siendo el caso más claro el de la persona que va a buscar pareja, «un buen partido» para casarse; de ahí la desconfianza que muestra el refranero hacia los noviazgos salidos de este tipo de contactos. Existen otras referencias que aluden al carácter festivo que tenían estas reuniones, especialmente a los excesos alcohólicos que se producían. Incluso a fines del XVIII se quiso limitar su número aduciendo malas influencias sobre las labores agrícolas puesto que fomentan su abandono, además del aspecto del consumo étlico. Igualmente se intentó suprimir aquellas que se celebraban en domingo por la supuesta dejadez hacia las obligaciones religiosas y morales propias de un católico en el día del Señor. La manifestación de día extraordinario aparecía reflejada incluso en el vestir engalanándose con ropas que dejaban ver la asistencia a un encuentro que trascendía con mucho el carácter mercantil aunque, repito, en el fondo siempre se buscaba un beneficio. En realidad el tono festivo de las ferias y mercados no difería mucho del que había en las romerías, en las fiestas parroquiales o en cualquier otro tipo de celebración extraordinaria que tuviera lugar en el medio rural.

3. La reconversión

Como ya se ha señalado reiteradamente, la desaparición o reconversión de buena parte de las ferias y mercados de Galicia está relacionada con la evolución socioeconómica de la región. Desaparecidos los factores que mantenían su dinamismo y existencia, no hay razón de ser que las sostenga y de ahí su decadencia. En el aspecto económico se van imponiendo nuevas formas de comercialización de productos agropecuarios, tendiendo a centrarse en las villas y ciudades en donde se dan las principales concentraciones de población y se alcanzan los precios más elevados en función de la mayor demanda y del mayor nivel de renta; también nuevas formas de organización comercial dejan obsoletos los sistemas tradicionales. Las mejoras en las vías de comunicación y medios de transporte palián en buena medida el aislamiento del rural y permiten al habitante de estos espacios ir con frecuencia y facilidad a aquellos lugares a los que necesite sin tener que esperar al día de feria o mercado para adquirir los bienes y servicios que solicita. Por otra parte, la industrialización acabó con la mayoría de los artesanos y los productos manufacturados se venden en locales fijos ubicados principalmente en los centros de población más importantes.

En su aspecto festivo las ferias y mercados también perdieron sus características más tradicionales. De entrada, ya no son un punto principal de encuentro y reunión en el medio rural: como ya se ha dicho, la mejora de las vías de comunicación y de los medios de transporte permite una mayor movilidad y palió en gran medida el aislamiento que existía anteriormente. Además se han impuesto nuevas formas de diversión, de entretenimiento y de socialización: la televisión, el deporte, el surgimiento de salas de fiesta y discotecas, etc. Por su parte las concentraciones escolares y la instalación de los centros de bachillerato y F.P. en las cabeceras comarcales permite a la persona joven estar en contacto permanente con gente de fuera de su aldea, parroquia y municipio.

Pero a pesar de los cambios socioeconómicos acontecidos en Galicia en las últimas décadas, muchas ferias y mercados han logrado sobrevivir. Algunas mantienen sus rasgos más tradicionales aunque es bien cierto que languidecen al compás de la despoblación rural; y otras se han revitalizado gracias a su renovación y adaptación a las nuevas circunstancias: de éstas, muchas se localizan en las villas aprovechando su crecimiento demográfico, su área de influencia y su función como cabecera comarcal, pero otras se ubican en parroquias completamente rurales manteniendo un dinamismo poco habitual y, desde luego, sin concordancia con su situación económica y poblacional. Finalmente, han surgido algunas nuevas aprovechando en cierto modo la coyuntura sociopolítica de la Galicia autonómica, lo que permite hablar de una revitalización del fenómeno de las ferias y mercados.

Si entendemos por mercado las reuniones mercantiles sin presencia de ganado y de periodicidad más o menos semanal (Torres Luna y Lois González, 1993), se observa que en su nueva concepción hay una presencia creciente de artículos no agrarios fundamentalmente ropa y calzado ofertado por vendedores ambulantes (a menudo gitanos) que compatibilizan su asistencia al mayor número posible de reuniones. Con todo sigue existiendo una buena cantidad de productos agrarios tanto de temporada como no. Su localización coincide casi siempre bien con una ciudad bien con una cabecera comarcal y prácticamente todas éstas mantienen un mercado que refuerza y reafirma su función comercial. El aspecto festivo de estas reuniones es poco importante predominando fundamentalmente la vertiente económica: los mercados actuales tienen una base casi exclusivamente mercantil y, de hecho, se celebran por la mañana para volver por la tarde a la normalidad; tan sólo en aquellos que tienen lugar los domingos (casos de Padrón o Melide) existe un mayor componente lúdico toda vez que la prisa diaria, que afecta también al mundo rural, se ve sustituida por una mayor disponibilidad de tiempo, es cuando el acudir al mercado se convierte en ocio entendiendo como tal la realización de actividades elegidas libremente, en tanto que en el anterior caso tendría un carácter más o menos obligatorio.

Entendiendo la feria como una reunión mercantil de carácter extraordinario y con presencia de ganado, su ambiente festivo se mantiene en tanto en cuanto su periodicidad sea menor. En el caso de las de Santiago, Silleda o Riberas de Castro de Lea, que son semanales, su dedicación casi exclusivamente comercial no ofrece ninguna duda. Aquellas que tienen lugar cada mes o cada quince días tampoco manifiestan un mayor interés desde el punto de vista de la fiesta. En este sentido hay que destacar las ferias anuales en las que se resalta de manera especial esta orientación lúdica. En estos casos se suele dar una coincidencia de feria y mercado ya que si en un principio su origen fue ganadero, la concentración humana que provocan atrae a comerciantes de todo tipo con género variado. Dado el carácter pecuario de las ferias, se localizan, evidentemente, en las comarcas ganaderas de la región principalmente en cabeceras comarcales, aunque no quedan excluidas pequeñas aldeas; es por esto que son más escasas en Ourense y Pontevedra. Entre los múltiples ejemplos se puede citar la feria de Santos de Monterroso que ocupa una superficie de 10.000 metros cuadrados y atrae a más de 20.000 visitantes, la feria de San José de Palas de Rei, la de San Marcos de Noia, etc. Algunas de éstas han adquirido en los últimos años un gran auge, especialmente las de ganado caballar y, dentro de ellas, las denominadas «rapa das bestas» que debido a su espectacularidad atraen a un número creciente de personas.

Pero, sin duda alguna, el carácter festivo por excelencia lo muestran las nuevas reuniones surgidas principalmente en los años 1980 y 1990 muchas de las que ya llevan la denominación de fiesta. Son concentraciones anuales que pueden

ser de distinto tipo. En primer lugar están las no agropecuarias que sí que tienen un marcado componente económico: en ellas se exponen y venden una amplia gama de productos que van desde artículos muy concretos (libros, electrónica, etc.) hasta aquellas que exhiben todo tipo de bienes (ferias de muestras). Su localización coincide, casi siempre, con las grandes ciudades gallegas y se celebran principalmente en verano aprovechando la mayor afluencia turística, o haciéndolas coincidir con alguna festividad de manera que la mayor concentración humana aumente el volumen de negocios. En este último caso sí se puede decir que el aspecto lúdico existe aunque no tanto ligado a la feria como a la fecha con la que coincide. En todo caso la mayoría de los asistentes acuden durante su tiempo de ocio aunque ello no tiene por qué implicar la existencia de «fiesta». En Galicia en total hay en torno a 70 reuniones de este tipo de las que más de una quinta parte tienen lugar en la ciudad de A Coruña, destacando también por su número Vilagarcía de Arousa y el resto de las capitales. La mayor parte de ellas tienen una categoría nacional o regional (sólo hay 3 internacionales), abundando también las locales que son, sobre todo, las que se celebran en cabeceras comarcales. Hay que señalar igualmente que cerca del 60% datan de los años 1990 y más del 30% de la década de 1980 lo que refleja la juventud de estas reuniones que nada tienen que ver con las tradicionales. La más antigua es la Feria de muestras del Noroeste de España de Ferrol que es de 1963 ocupando una amplia superficie y atrayendo a más de 200 expositores y unos 100.000 visitantes. También de los años 60 (1967) es Fexdega de Vilagarcía instalada en una explanada de 83.000 metros cuadrados, con unos 500 expositores y más de 200.000 visitantes anuales. El elevado número de personas que acude da buena fe del interés que despiertan, en especial las orientadas al ocio, como Galiocio que recibe unas 150.000 personas. Por su número cabe citar las ferias del libro que desde las más antiguas de A Coruña y Vigo se han extendido por toda la región; igualmente las ferias de muestras y de artesanía son abundantes, quedando reservadas las más especializadas a las principales ciudades.

Un segundo tipo de nuevas ferias son las que tienen lugar anualmente y muestran un carácter marcadamente agropecuario. En ellas el aspecto económico sigue siendo muy importante pero el festivo tiene una creciente consideración, fundamentalmente porque se suelen hacer coincidir con alguna celebración parroquial. Hay que señalar que en este grupo se incluyen reuniones surgidas principalmente en los años 1980 y 1990 y otras más antiguas pero que han conocido una renovación sustancial reorientándose hacia sectores significativos. Por lo tanto, en ocasiones se trata de ferias tradicionales que se especializaron en algún artículo concreto. De todas las existentes (algo más de 20) sin duda alguna la más importante es la Semana Verde de Silleda que tiene categoría de internacional: se celebra desde 1978, ocupa una superficie de unos 50.000 metros cuadrados (actualmente está en proceso de crecimiento), con más de 1.000 expositores y una cifra de visitantes que supera los 300.000 y en constante aumento. Por su interés destaca

también Agronatura (Ourense) que desde 1990 expone productos agrícolas obtenidos a partir del cuidado y conservación del medio. La localización de estas ferias coincide, normalmente, con cabeceras comarcales, muy pocas veces con ciudades, y con cierta frecuencia con pequeñas capitales municipales siendo en estos casos antiguas ferias reconvertidas. Por su temática existen cuatro tipos principales: las de productos agropecuarios en general, las de maquinaria agrícola, las de huerta y flor y, sobre todo, las de ganado, fundamentalmente vacuno, que suelen denominarse concurso o exposición y que a menudo están bastante especializadas (en razas frisona, rubia gallega, limiana, pardo-alpina, etc.). Los tres primeros tipos son de formación reciente (años 1980-1990) mientras que el último, como ya se ha dicho, son normalmente más antiguas aunque su reconversión sea reciente.

No obstante el verdadero carácter festivo de las ferias actuales lo presenta el tercer tipo que son las de exaltación y las gastronómicas. Estas han surgido y se han multiplicado en los últimos años de forma casi incontrolada de manera que resulta prácticamente imposible indicar su número: las diferentes publicaciones y folletos consultados nunca coinciden en señalar todas y los medios de comunicación regionales hacen referencia constantemente a otras nuevas, especialmente los fines de semana a partir de la primavera. Los productos a los que están dedicadas estas fiestas son de lo más variado aunque guardan normalmente relación con el lugar de la celebración; sin embargo no siempre es así y como ejemplo está el caso de la tortilla, el cocido, la empanada o el caldo. La mayor parte de ellas son de reciente creación, en concreto de finales de los años 1980 y de los 90, siendo muy pocas anteriores a estas fechas. Las más antiguas son las vinícolas como la del Albariño que es de 1952, la del Condado de 1959 y la del Ribeiro de 1964.

En un principio estas fiestas surgieron como una fórmula eficaz para proteger productos de calidad en vías de desaparición: así lo hizo la del Albariño en 1952 en un momento en que este vino corría un grave peligro debido a la sustitución que estaba sufriendo la cepa por híbridos productores directos; lo mismo pasaba en el Condado y en el Ribeiro donde ya los caldos tradicionales se habían prácticamente perdido. Tenían, por lo tanto, un marcado carácter reivindicativo al que unían otro cultural en el sentido no sólo de recuperar una bebida tradicional y de calidad sino también en el literario –recuérdese la participación activa que tuvieron en la fiesta del Albariño Cunqueiro o Castroviejo. Indudablemente toda celebración vinculada al vino contiene un componente lúdico importante que quedaba resaltado en el caso del Albariño por tener lugar en verano y en la villa turística de Cambados, atrayendo a gran cantidad de personas. Su éxito fue grande y la fiesta del Albariño contribuyó de manera importante a mantener su cultivo que se consolidó definitivamente en los años 1980 con la creación de la Denominación de Origen Rías Baixas cuyo Consejo Regulador es en la actualidad uno de los organizadores.

Por lo tanto las fiestas de exaltación respondieron en un principio a un concepto mucho más cultural—en su sentido más amplio—que en la actualidad. Con el inicio de la década de 1980 empezaron a surgir nuevas fiestas relacionadas casi siempre con el vino y que mantenían, en cierto modo, el espíritu de las primeras: es decir su objetivo era preservar y mejorar la calidad de un producto tradicional que estaba en vías de extinción. Dos elementos esenciales eran (son) la concesión de premios y la atracción de visitantes, ambos interrelacionados puesto que aquél estimula mejoras en la elaboración y éxito de ventas; la consecución de un premio supone para el bodeguero la venta (a precio superior) de prácticamente toda su cosecha. Su celebración puede suponer la salida comercial de varios miles de litros que a veces son un porcentaje importante de la cosecha de la parroquia, municipio o comarca. Sin duda alguna este tipo de fiestas (igual que las del queso, castañas, miel, etc.) son altamente positivas porque contribuyen a la tipificación y comercialización de productos tradicionales de calidad que estaban en franco declive. Además sirven para pasar de un estadio atrasado a otro más evolucionado: es decir, a través de estas fiestas de exaltación se toma conciencia de la necesidad de organizarse, de homologar el producto y de elaborarlo de forma adecuada, surgiendo así industrias artesanales, organizaciones de productores y, en último término, protección y reconocimiento oficial de su especificidad y calidad a través de la creación de denominaciones de origen u otro tipo de categoría. Lo que finalmente se consigue es contribuir al desarrollo rural mejorando su nivel de vida, evitando la emigración, atrayendo inversiones e incluso gente joven que suele ser la que muestra una mayor predisposición para la defensa, recuperación y mejora de los productos tradicionales.

Pero junto a este tipo de fiestas, que además de su carácter lúdico tienen importantes repercusiones económicas y sociales, existen otras, las más recientes, en las que priman casi exclusivamente los aspectos gastronómicos y festivos. Su propagación ha sido tan rápida que resulta casi imposible cartografiarlas sin que alguna quede excluída. Se dedican, en general, a promocionar la gastronomía de cada lugar en el que se celebran aunque a veces el producto exaltado tampoco es típico de esa comarca sino de toda Galicia. La variedad es enorme y va desde el tradicional caldo o empanada hasta el erizo de mar, los melindres o las cebollas. Tienen lugar generalmente en verano aprovechando el buen tiempo y la mayor afluencia de personas, teniendo algunas un gran atractivo turístico como la fiesta del Marisco de O Grove. Observando un calendario de fiestas se advierte una gran concentración en los fines de semana que van de junio a septiembre y tanto los periódicos como los noticieros de televisión de esos días se paracen más a un documental gastronómico que a un informativo. Es la fiesta por la fiesta en la que la imagen de la Galicia feliz cobra protagonismo frente a la realidad diaria. Su éxito está ligado a los nuevos ritmos vitales de los espacios rurales y a la mentalidad rural que mantienen buena parte de los habitantes de villas y ciudades, muchos

todavía recién llegados al mundo urbano y con fuertes vínculos respecto al campo. La sala de fiestas-disco es el nuevo punto de referencia para el ocio dominical de la juventud y la fiesta gastronómica está más dentro del ámbito familiar aunque, por supuesto, no excluye a aquéllos. Las organizaciones ofrecen productos atractivos que resalten el carácter natural y de calidad, por un lado, y el tipismo y lo gallego, por otro. La presencia de políticos y cantantes de la tierra ayuda al éxito de la convocatoria. Los asistentes proceden principalmente de parroquias y municipios vecinos, pero algunas tienen un radio de influencia mucho mayor e incluso hay parroquias que ponen autobuses para el desplazamiento.

Las repercusiones que tienen este tipo de fiestas pueden analizarse de forma positiva. Contribuyen a dinamizar el mundo rural gallego recuperando en parte labores de cooperación que se había perdido; económicamente aportan beneficios a la parroquia; políticamente son muy rentables; y son, en definitiva, una forma de diversión, de exaltar la propia idiosincrasia regional y el orgullo de ser de aldea y de Galicia que durante tanto tiempo estuvo olvidado. Pero su proliferación tampoco parece buena por cuanto que al hacerse algo usual pierde atractivo, además en un país sumido en la crisis la fiesta no es más que una venda, aunque seguramente su éxito radique precisamente en eso.

BIBLIOGRAFIA

- CARRERAS CANDI, F. (dir): Geografía General del Reino de Galicia. Barcelona, Ed. Alberto Martín.
- Feiras de Galicia (1992). Santiago, Consellería de Industria e Comercio.
- FERNANDEZ PRIETO, L. (en prensa): A agricultura galega contemporánea 1850-1960. En Xeografía de Galicia, tomo 7, Gran Enciclopedia de Galicia.
- GARCIA RAMOS, A. (1912): Arqueología jurídico-consuetudinaria-económica de la región gallega. Santiago, facsímil, Consello da Cultura Galega.
- GONDAR PORTASANY, M. (1990-91): Entre o «eu» e o «nos». A romaría como espacio de negociación. Boletín Auriense, tomo XX-XXI, pp. 383-96.
- Guía de Feiras e Mercados de Galicia (1992). Santiago, Consellería de Agricultura, Gandería e Montes.
- Hacia una política general del tiempo (1990). Dublín, Fundación Europea para la mejora de las condiciones de vida y de trabajo.
- MIRALBES BEDERA, R. y CASAS TORRES, J. (1974): Mercados periódicos de Galicia. Santiago-Departamento de Geografía y Madrid-CSIC.
- MIRALBES BEDERA, R. y TORRES LUNA, M^a P. de (1969): Sobre las función comercial de Santiago y su área de influencia. Zaragoza, Homenaje al Dr. Canellas, pp. 763-75.
- MIRALBES BEDERA, R. y TORRES LUNA, M^a P. de (1982): Evolución de las ferias en el occidente de Galicia. Madrid, Aportación española al XXIV Congreso Geográfico Internacional de Japón-1980, Real Sociedad Geográfica, pp. 143-54.
- O'FLANAGAN, P. (1985): Markets and fairs in Ireland, 1600-1800: index of economic development and regional growth. Journal of Historical Geography 11 (4), pp. 364-78.
- POSE VIDAL, J. (1985): As feiras e os mercados na comarca de Bergantiños. I Cuadernos de Xeografía, Sada, Ed. do Castro y Sociedade Galega de Xeografía, pp. 71-87.
- SANTOS SOLLA, J. (1992): Geografía de la vid y el vino en Galicia. Deputación de Pontevedra.

SILVA LIMA, I da (1986): Feira e festa. *Cadernos do Noroeste*, pp. 145-50.

TORRES LUNA, M^a P. de y LOIS GONZALEZ, R. (1993): Las cabeceras de comarcas agrarias en Galicia a través del mapa de ferias y mercados periódicos. Sevilla, XIII Congreso Nacional de Geografía, pp. 315-9.

TORRES LUNA, M^a P. de, ROMANI BARRIENTOS, R., CHANTADA ACOSTA, J. y BERTRAND, J. (1985): L'aire d'influence de Saint Jaques de Compostelle (Espagne). Une nouvelle approche des relations villes-campagnes en Galice. *Norois* 127, pp. 401-12.

Voz Ferias de la Gran Enciclopedia Gallega.

ZZ Almanaque agrícola (1992). Porriño, ICI-Zeltia.