

Como somos vistos em Portugal? A visão da Galiza através dos visitantes portugueses

MARCOS GARCIA GONZÁLEZ
Universidade de Santiago de Compostela

Resumo

Esta intervenção pretende apresentar a parte do Projecto TUI (Turismo e Identidade) relativa aos visitantes portugueses à Galiza. Os objectivos fundamentais são o conhecimento das motivações dos visitantes portugueses que chegam à nossa comunidade, bem como a análise da imagem que da Galiza (e dos galegos) têm, e como esta influi na interacção durante a estadia. A este respeito, são abordadas questões como a definição dos perfis a estudar, aspectos metodológicos de recolha e análise de dados, assim como as principais conclusões do trabalho realizado até ao momento. Além disso, são discutidas também perspectivas de trabalho futuro e de aplicabilidade da pesquisa.

Palavras-chave: Turismo, identidade, cultura, galego, português.

Abstract

This paper presents the part of the TUI Project (Tourism and Identity) related to the portuguese visitors that come to Galicia. The main objectives of this research line are (i) to know the motivations that portuguese travelers have to visit our community, (ii) the characteristics of the image of Galiza (and of Galician people) that they have, and (iii) the way motivations and image interact during the visit. We will discuss the definition of the visitors' profiles, some methodological aspects related to collection and analysis issues, and the first conclusions of this research. Furthermore, we also suggest further perspectives of this work as well as areas of applicability of the project.

Key words: Tourism, identity, culture, Galician, Portuguese.

O trabalho que aqui se apresenta enquadra-se em uma linha de pesquisa mais ampla, o Projecto TUI (Turismo e Identidade, do Grupo GALABRA), que tem como um dos seus objectivos conhecer, através do turismo, como a Galiza é construída para os visitantes portugueses (entre outros). Uma versão mais estendida desta pesquisa teve como resultado o trabalho apresentado em Garcia (2009).

O primeiro dos objectivos específicos deste trabalho consiste em analisar a imagem da Galiza nos produtos culturais distribuídos em Portugal; nomeadamente, fazer uma revisão de trabalhos que já tenham lidado com textos literários e turísticos, embora se atenda também a outros elementos. Pretende-se, também, através de entrevistas qualitativas a visitantes portugueses, analisar a imagem que têm da Galiza antes, durante e depois da viagem.

Com os dados obtidos tanto da análise dos produtos culturais, como das entrevistas realizadas, queremos verificar se existem coincidências entre elas, e quais as variáveis mais importantes que estão em jogo (nível sociocultural, motivação da viagem, origem, idade...). Um dos objectivos últimos da pesquisa é a formulação de reflexões, com base nos dados obtidos da análise, a respeito da aplicação dos mesmos à planificação cultural e/ou turística.

De maneira geral, dentro do Grupo GALABRA aproximamo-nos, desde uma formação filológica aos estudos da cultura: ao funcionamento das dinâmicas que a regem bem como à sua organização (Even-Zohar, 1990, 2007). Entendemos, também, que os *idea-makers* (Even-Zohar, 2005) desempenham um papel fundamental nos sistemas culturais, introduzindo novos repertórios, e que as ideias promovidas desde o campo do poder têm uma importância central na construção das identidades (Cerulo, 1997; Zuelow, 2006).

Dentro do âmbito do Projecto, empregamos também metodologias específicas que se têm vindo aplicando em diversas análises de fenómenos relacionados com o turismo. Assim, partindo da base de que o turismo joga um papel importante na construção da identidade (Palmer, 1999; Pritchard & Morgan, 2003) (tanto de maneira interna, como externa), consideramos também que os processos turísticos implicam também mudanças nos sistemas culturais: modificam-se repertórios, emergem outros novos, ou acede-se a elementos já existentes, mas de maneiras diferentes (Medina, 2003).

Para a realização das entrevistas, utilizamos uma metodologia que tem como base a pesquisa qualitativa; assim, os sujeitos analisados são considerados informadores privilegiados e não objectivos. A pesquisa qualitativa pode dividir-se em várias fases (Bertaux, 2005 [1997]): exploratória, analítica e expressiva. Actualmente, a parte do Projecto dedicada aos visitantes portugueses encontra-se na fase exploratória, onde o guião das entrevistas se vai afinando à medida que se vão definindo os elementos centrais, e se vão conhecendo novas variáveis que permitem obter um conjunto de hipóteses explicativas. Além das entrevistas, foram realizados também acompanhamentos a visitantes e observação directa (Donaire & Galí, 2008, por exemplo) em diferentes pontos de Santiago de Compostela e das Rias Baixas.

Com base na motivação da viagem, foram definidos 6 perfis diferentes de visitantes; além da própria motivação, têm-se também em conta outras variáveis, como o nível socioeconómico, o capital cultural, a origem, a duração da estadia, etc. Assim, os perfis definidos nesta etapa são:

- Sol e praia
- Religioso/místico
- Grupos
- Cultural/gastronómico
- Rural/interior
- Excursionista/mochileiro

Também incluímos, a modo de contraste, informações obtidas de outros perfis, como estudantes, imigrantes, ou pessoas que possam vir por outras motivações.

O guião das entrevistas (Tabela 1) foi dividido em diferentes temas, que nos permitissem obter a informação pretendida. Assim, partimos da ideia inicial que os visitantes têm sobre a Galiza, a ideia prévia e durante a viagem, bem como questões específicas da cultura galega (tradicional e contemporânea) e da satisfação geral em diferentes âmbitos. Tenha-se em conta que o guião é aberto, podendo ser modificado em função dos informantes, com o fim de obter a informação desejada. As entrevistas são realizadas normalmente em cafés, ou lugares públicos, e são propostas como uma conversa, pelo que algumas das respostas pretendidas podem ser fornecidas antes de as perguntas terem sido formuladas. Para as registar, utilizamos um gravador de áudio digital, sendo posteriormente transcritas e analisadas em formato electrónico. Até este momento foram realizadas 8 entrevistas: 6 a informantes de perfil Cultural e 2 de Sol e Praia. Foram também acompanhados diversos grupos organizados por Santiago de Compostela e pelas Rias Baixas.

TABELA 1: GUIÃO DAS ENTREVISTAS

Tópico	Informação Pretendida
Ideias iniciais / <i>infância</i>	(i) Que conhecia da Galiza antes de vir
Ideias prévias (à viagem)	(i) Motivações da visita e (ii) Expectativas
Organização	(i) Organização da viagem
Ideias durante a viagem	(i) Ideias gerais da Galiza (ii) Diferenças e similitudes entre Galiza/Portugal/Espanha
Cultura tradicional	(i) Diferenças e similitudes culturais entre Galiza/Portugal/Espanha
Pessoas, hábitos, costumes	(i) Como são vistos os galegos (ii) Como são vistos os hábitos (iii) Como é o atendimento no sector turístico
Satisfação	(i) Grau de (in)satisfação(ii) Retroalimentação
Galiza contemporânea	(i) Cultura contemporânea (ii) Outros elementos actuais
Consumo	(i) Compras e (ii) Comércio

Além de compilar e rever trabalhos que já tenham analisado a presença da Galiza e dos galegos nas letras portuguesas (Rodríguez & Torres Feijó, 1994; Torres Feijó, 1999; Quiroga Díaz, 1999; Vaz, 2008, por exemplo), foram analisados alguns dos guias turísticos de maior presença nas livrarias portuguesas:

- *Guia American Express - Espanha* (Ardagh, 1997)
- *Guia American Express - Norte de Portugal e Galiza* (Vanez *et al.*, 2007)
- *Santiago de Compostela: vive e descobre* (Lois e Formigo Couceiro, 2001)
- *A Corunha: vive e descobre* (Santos Solla & López Baltar, 2001)
- *Guia do Mochileiro - Na Península Ibérica* (Nobre, 2007)
- *A caminho de Santiago, roteiro do peregrino* (de Almada, 2000)

Outros guias e produtos turísticos, não específicos do mercado português, foram também observados através dos trabalhos de Pereiro (2004) ou de Nogueira García (1998).

Da análise dos guias turísticos referidos, destacamos uma série de informações relativas à imagem que é promovida da Galiza. Assim, a Galiza mostra-se como uma região do norte de Espanha, com o verde e o litoral como elementos paisagísticos definitórios; alguns textos, contudo, focam a Galiza como uma realidade diferente (Santos Solla & López Baltar, 2001; Lois & Formigo Couceiro, 2001), e outros (Vanez *et al.*, 2007) com muita relação (pelo menos nas suas origens) com Portugal. Nos guias, a Galiza é mostrada como uma realidade próxima e semelhante de Portugal —principalmente do Norte—, em termos arquitectónicos, paisagísticos e culturais. De modo geral, mostram-se ideias muito confusas sobre a língua e a identidade galegas: afirma-se que o galego é a língua própria, mas incluem-se topónimos, referências à gastronomia ou à cultura castelhanizados, etc. O isolamento, a ruralidade e o carácter celta da Galiza são outros dos elementos mais presentes em todas as obras.

Todos os informantes afirmaram que sabiam da existência de semelhanças da Galiza com Portugal em relação à língua, cultura, paisagem, carácter, etc. A Galiza é vista, antes da viagem, como uma região rural e isolada, e com muita influência celta. Destaca-se, da gastronomia, os produtos do mar (polvo, mariscos e peixes) e, da terra, os pimentos de Padrão, o cozido, etc. Também são frequentes as referências à *paella*, aos *bocadillos* ou às *tapas y raciones*.

Salvo dois informantes que fizeram o Caminho, a Galiza que visitaram pareceu-lhes menos rural do que imaginavam. De maneira geral, confirma-se a semelhança entre a Galiza e o Norte de Portugal, bem como se evidenciam diferenças a respeito de Espanha (paisagem, sotaque, gastronomia, carácter da população, etc.). Existem, contudo, muitos elementos partilhados com a realidade espanhola, e que distanciam a Galiza do sistema cultural português: hábitos, horários, formas e produtos gastronómicos, etc.

Para os informantes entrevistados, a cultura tradicional galega tem características próprias, que a singularizam no conjunto de Espanha; normalmente, afirma-se que estes elementos aproximam também a Galiza de Portugal: arquitectura tradicional, modos de habitar o território, de trabalhar a terra, etc. A língua vê-se como próxima do português, mas, de maneira geral, assume-se como um dialecto do castelhano (ao nível do açoriano-português, por

exemplo). Esta apreciação variou em função do capital cultural dos informantes: quanto mais alto seja, maior consciência existe da independência do galego do castelhano.

Podemos afirmar que a cultura contemporânea galega (literatura, música, cinema, desporto, etc.) não é conhecida em Portugal, ou é interpretada através da cultura tradicional. Assim, só algum informante de nível sociocultural alto pôde referir a escritores como Rosalia, Camilo J. Cela ou Torrente Ballester. De resto, ao falarmos da cultura contemporânea, voltaram a surgir elementos como a música celta ou a gaita de foles.

CONCLUSÕES

Do trabalho até agora realizado, podemos obter diversas conclusões, entre as que destacamos as seguintes:

- A imagem da Galiza nos guias turísticos actuais é similar à que existia anteriormente, embora a Galiza apareça mais como unidade, e se destaque a proximidade com Portugal.
- Esta imagem caracteriza-se por ser mística, pelo carácter celta e de autenticidade.
- Confirmam-se as propostas de *idea-makers*, e verifica-se que os diferentes produtos culturais (textos literários vs. guias turísticos) influenciam o público alvo a que são dirigidos; assim, os informantes de capital cultural alto viam na Galiza a origem de Portugal, enquanto os sujeitos de menor nível cultural a observam como uma região espanhola com características próprias (misticismo, celtismo).
- A ideia da língua/cultura/identidade galega varia também em função do capital cultural; quanto maior for, maior é a consciência de uma identidade galega diferenciada.

Além disto, consideramos que os dados obtidos no conjunto do Projecto poderão ser aplicados em termos de planificação turística e/ou cultural. Em termos turísticos, consideramos que com um maior conjunto de informações, da análise das entrevistas podem ser propostas estratégias de planificação turística que permitam otimizar o atendimento aos visitantes portugueses: a atenção às preferências dos visitantes, em função das suas motivações e outras variáveis pode fornecer chaves para este tipo de empreendimentos. Desta maneira, consideramos que se poderia melhorar não apenas a satisfação dos visitantes, mas de maneira geral o relacionamento entre a Galiza como comunidade receptora e Portugal como mercado emissor.

A respeito da planificação cultural, e tendo em conta a importância do turismo na construção da identidade, o Projecto pode fornecer dados que permitam planificar a construção da própria imagem e identidade, em função dos diferentes objectivos que possam vir a existir. Em termos de relacionamento com Portugal, e tendo em conta o número de elementos que partilham os dous sistemas culturais, o potenciamento de alguns destes elementos poderia, por exemplo, permitir melhorar o entendimento entre as duas comunidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardagh, J. *et alii.* (1997). *Guia American Express - Espanha*. Civilização Editores, Porto. Tradução de M. A. Castro Cordeiro.
- Bertaux, D. (2005) [1997]. *Los relatos de vida: perspectiva etnosociológica*. Bellaterra, Barcelona. Título original: *Les récits de vie: perspective ethnosociologique*.
- Cerulo, K. A. (1997). «Identity Construction: New Issues, New Directions». In *Annual Review of Sociology*, 23: 385-409.
- De Almada, C. (2000). *A caminho de Santiago, roteiro do peregrino*. Lello Editores, Porto.
- Donaire, J. A. & Galí, N. (2008). «Modeling tourist itineraries in heritage cities. Routes around the Old District of Girona». In *Pasos*, 6(3): 435-449.
- Even-Zohar, I. (1990). «The Polisystem Theory». In *Poetics Today*, 11(1): 27-96.
- (2005). «Idea-makers, culture entrepreneurs, makers of life images, and the prospects of success». In *Papers in culture research*. Edição digital.
- (2007). *Polisistemas de Cultura*. Edição digital.
- Garcia, M. (2009). *A imagem da Galiza através dos visitantes portugueses. Literatura, Turismo e Identidade*. Trabalho de Investigação Tutorado, defendido na Faculdade de Filologia da Universidade de Santiago de Compostela.
- Lois, R. C. & Formigo Couceiro, J. (2001). *Santiago de Compostela: vive e descobre*. Everest, Rio de Mouro. Tradução de M. A. Pedrosa.
- Medina, L. K. (2003). «Commoditizing Culture. Tourism and Maya Identity». In *Annals of Tourism Research*, 30(2): 353-368.
- Nobre, A. P. (2007). *Guia do Mochileiro - Na Península Ibérica*. Arte Plural Edições, Cascais.
- Nogueira García, M. C. (1998). *A imaxe de Galicia a través das guías turísticas*. Tese de Licenciatura, Faculdade de Geografia e História da Universidade de Santiago de Compostela.
- Palmer, C. (1999). «Tourism and the symbols of identity». In *Tourism Management*, 20: 313-321.
- Pereiro, X. (2004). «The turistic images of the other: Portugal and Galiza». In *Commission of Tourism and its applications - XV Congress of International Union of Anthropological and Ethnological Sciences*. Florenza.
- Pritchard, A. & Morgan, N. (2003). «Mythic Geographies of Representation and Identity: Contemporary Postcards of Wales». In Robinson, M. & Phipps, A. (eds.), *Tourism and Cultural Change*, volume 1, páginas 111-130.
- Quiroga Díaz, J. C. (1999). «A Galiza e o *prêt à porter* romanesco». In *Nova Renascença*, 19(72/73): 315-327. Homenagem à Galiza.
- Rodríguez, J. L. & Torres Feijó, E. J. (1994). «A Galiza e os galegos na prosa de Camilo». In *Actas do Congresso Internacional de Estudos Camilianos*, páginas 707-727. Comissão Nacional das Comemorações Camilianas, Coimbra.
- Santos Solla, X. M. & López Baltar, L. (2001). *A Corunha: vive e descobre*. Everest, Rio de Mouro. Tradução de Rodrigues, M. J.

- Torres Feijó, E. J. (1999). «‘O fim do milénio que começámos juntos.’ A Galiza como material repertorial central no romance português contemporâneo, de 1991 a 1994: literatura de autognose?». In *Nova Renascença*, 19(72/73): 291-313. Homenagem à Galiza.
- Vanez, R.; Ferreira da Silva, J.; Fael, J.; Amaral, L.C. e Santos, Z. (2007). *Guia American Express - Norte de Portugal e a Galiza*. Civilização Editores, Porto. 1ª reimpressão, actualizada.
- Vaz, M. R. (2008). *Os Galegos nas Letras Portuguesas*. Pangeia Editores, Lisboa.
- Zuelow, E. G. (2006). «‘Kilts versus Breeches’: The Royal Visit, Tourism, and Scottish National Memory». In *Journeys: The International Journal of Travel and Travel Writing*, 7(2): 33-53.