

LA IMAGEN DEL PAÍS VALENCIANO: ¿UN TURISMO TÓPICO Y TÍPICO?¹

Enric Ramiro i Roca

IES Guadassuar - Departament d'Educació. Àrea de Didàctica de les Ciències Socials. Universitat Jaume I de Castelló.

1. ORIGEN DE LA INVESTIGACIÓN

Este artículo se enmarca en el análisis del espacio subjetivo del territorio y la imagen producida, con lo que comparte la complejidad de sus derivaciones teóricas, sus implicaciones metodológicas, su desarrollo temático y sus concomitancias con otras ciencias sociales (Boira,1994). En este sentido, entendemos que el lugar se puede definir como “el espacio absoluto que, por medio de procesos de vinculación emocional, se liga al ser humano y a su vivencia, es decir, se convierte en significativo” (García Ramón, 1985). Y al análisis de este territorio va dirigido nuestro estudio, un espacio sacudido violentamente por la era de la globalización y del camino autonómico de forma paralela, en un doble proceso que conmociona la identidad local (Castells, 1999). De esta forma, territorio y población se condicionan mutuamente proyectando imágenes, que en algunos casos se enquistan fuertemente a través del tiempo, condicionando la misma actuación de sus habitantes que a su vez alimentan de nuevo unos tópicos que se reflejan al exterior.

La investigación que presentamos se relaciona con la Tesis doctoral leída en el Departamento de Geografía de la *Universitat de València* a mediados de 1998 con el título de “Institucionalización y difusión de la Geografía escolar: la percepción del profesorado de la comarca de la Ribera”¹. En la misma y entre otras cuestiones, se daba testimonio de la imagen percibida por los docentes de secundaria que impartían la asignatura de Ciencias Sociales, Geografía e Historia en una determinada comarca. En esta aportación que realizamos ahora, nuestro estudio se centra en aquellos estereotipos que configuran el País Valenciano, con la convicción que son determinantes para la imagen que tenemos y exportamos.

Es evidente que cada territorio tiene su imagen, en ocasiones realizada a conciencia y como resultado de una clara voluntad, y otras veces cincelada de una forma “inconsciente” que se ha ido labrando poco a poco con el paso de los años. Son sobradamente conocidos los ejemplos de localidades que han intentado con mayor o menor éxito cambiar su imagen para promocionarse turísticamente por ejemplo, y otras que han

¹ Adaptació de la publicació: RAMIRO ROCA, Enric (2000): “La imagen del País Valenciano: ¿Un turismo tópico y típico?”. *IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 25, 112-119.

ido degenerando su entorno, o no se han planteado su promoción. En cualquier caso es indiscutible el poder de la imagen en cualquier tiempo histórico pero especialmente en la sociedad actual, donde la publicidad y el marketing se encargan de transformar las opiniones, los gustos y las modas, provocando determinados comportamientos. Los recientes estudios de Castells (1999) y de Piqueras (1996) sobre la identidad, el primero en un marco más global y el segundo específicamente referido al País Valenciano, son una muestra de la actualidad del tema y de su complejidad.

En el caso de las tierras valencianas, su espacio ha sido un territorio prácticamente inexplorado y casi “inexistente” hasta las últimas décadas del siglo XX, como hemos tenido ocasión de analizar en la Tesis doctoral (Ramiro:1998). En este sentido, coincidimos con el profesor Rosselló (Ramiro:1998:1570) en que la geografía del País Valenciano: “...era absolutamente desconocida no sólo por los valencianos, sino por la inmensa mayoría de especialistas españoles. Se notaba un cierto conocimiento cuando hablaban de Castilla, de Andalucía, de Catalunya, pero aquí había un agujero que no interesaba a nadie. (...) No había ningún libro general ni particular que dijera nada de las albuferas que hay desde el delta del Ebro hasta el cabo de la Nau a excepción de la Albufera de Valencia (...) La depresión valenciana, las montañas valencianas no tenían nombre en los manuales, no aparecían. Todo esto era “*terra ignota*”, simplemente ignota y se pasaba en puro silencio”.

La presente investigación se ha centrado en un cuestionario que se ha facilitado a dos grupos de individuos: alumnos de secundaria y alumnos de la diplomatura de Magisterio. En el primer caso son 430 alumnos de 43 institutos con una distribución espacial que abarca la mayoría de las comarcas del País Valenciano; y respecto a los alumnos de Magisterio, los 165 alumnos se concentran en la Universitat Jaume I de Castelló, en el segundo curso repartidos entre las especialidades de primaria, infantil y educación física². La investigación ha durado tres años, y la pregunta que se les hacía relacionada con este estudio, era que definieran la comunidad autónoma donde residían por medio de una, dos o tres palabras (sustantivos, adjetivos calificativos, verbos...) ³.

La baremación de los resultados se ha realizado en primer lugar por nivel educativo, y posteriormente por grupos. Así, los alumnos de secundaria se les ha agrupado según residieran en comarcas de litoral o de interior, y también según habitaran las comarcas del norte, del centro o del sur del País Valenciano. En los estudiantes de Magisterio se ha tenido en cuenta su especialidad: infantil, educación física y primaria.

2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Como podemos observar en el cuadro nº 1, el primer elemento que llama la atención en los resultados de los alumnos de secundaria es la relativa pobreza de palabras para definir el territorio y su concentración en unas pocas. De esta forma entre los tres primeros “conceptos” reúnen prácticamente las tres cuartas partes de las contestaciones. De esta forma, tenemos que la imagen del País Valenciano se centra en las fiestas, sobre todo

las fallas y muy secundariamente moros y cristianos, la paella como elemento central de la gastronomía y las naranjas como símbolo de su huerta.

Cuadro nº 1.
Las imágenes del País Valenciano en los alumnos de secundaria

Conceptos	Alumnos de secundaria		
	litoral %	interior %	total %
Fiestas (Falles, moros i cristians...)	37,5	27,6	34,9
Paella-gastronomía	23,2	28,3	24,9
Naranjas-Naranjos	16,1	18,1	16,5
Otros	10,7	12,6	11,2
Personalidad	5,4	8,7	6,8
Clima (mar, natura...) i turismo	7,1	4,7	5,6
	100,0	100,0	100,0

La preeminencia de estas palabras es total, incluso en zonas de interior donde predomina el secano u otro tipo de fiestas o gastronomía, y sin que su latitud condicione los resultados de forma significativa. De hecho, son inexistentes o muy minoritarias las menciones referidas a los numerosos festejos de toros que se realizan a lo largo de la geografía valenciana; a los platos típicos como la “fideuà” o el gazpacho; e incluso al arroz de su extensa marjal.

Los otros dos grupos de conceptos que completan la relación, son minoritarios y hacen referencia a la personalidad de sus habitantes y al clima. En el primer caso todos los adjetivos son naturalmente de carácter positivo: cañeros, simpáticos, originales, divertidos, bondadosos, amables... teniendo como característica principal la dispersión de calificativos que podríamos agrupar bajo un signo lúdico. Un aspecto que contrasta fuertemente con otras comunidades estudiadas como la catalana (Ramiro, 1996) es el reducido número de adjetivos referidos a la “personalidad” de los habitantes de la comunidad y la inexistencia de aquellos que forman parte de su actividad más consciente: trabajadores, orgullosos,

ahorradores... que son mayoritarios en la comunidad vecina. El segundo grupo reúne bajo la denominación de “entorno” todo un conjunto de conceptos dispersos como clima, mar, playas, turismo... con una reducida representación en este sector educativo.

Respecto a los alumnos de Magisterio, son estos últimos aspectos calificados como “entorno” y las fiestas los más repetidos como podemos comprobar en el cuadro nº 2, seguidos a muy corta distancia por la paella y las naranjas. Entre los cuatro abarcan más del 80% de las palabras enumeradas para definir el País Valenciano, dando testimonio una vez más de la homogeneidad de este campo conceptual en base a aspectos lúdicos y gastronómicos íntimamente unidos al paisaje tópic.

Cuadro nº 2.
Las imágenes del País Valenciano en los alumnos de Magisterio

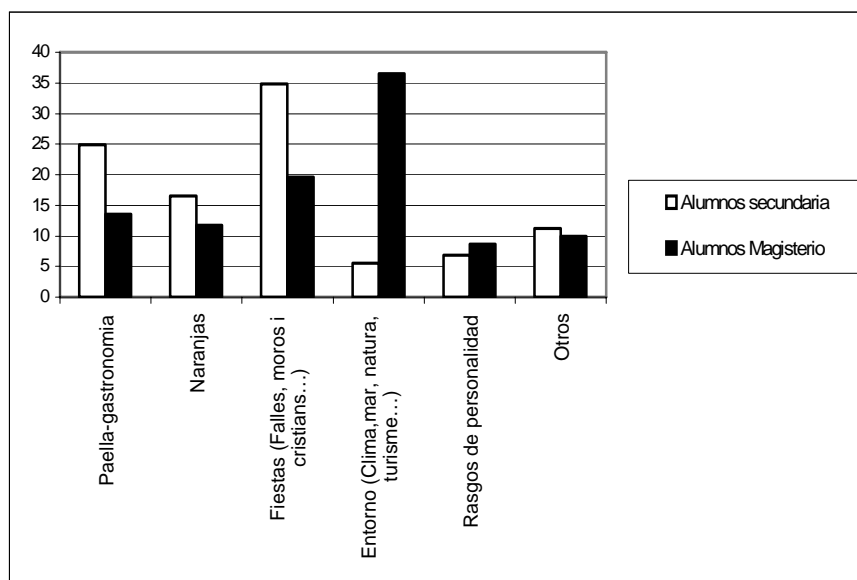
Conceptos	Alumnos de 2º. Magisterio (%)			
	Primaria	Ed. física	Infantil	Total
Entorno (clima, mar, naturaleza, turismo...)	36,4	35,4	36,4	36,5
Fiestas (Falles, moros i cristians...)	18,2	19,0	20,2	19,6
Paella-gastronomía	14,5	17,7	12,1	13,5
Naranjas-Naranjos	9,1	13,9	11,1	11,7
Otros	7,3	8,9	12,1	10,0
Personalidad	14,5	5,1	8,1	8,7
	100	100,0	100	100,0

Atendiendo a su diferenciación por especialidades, los resultados prácticamente permanecen invariables o son muy reducidas las diferencias que se encuentran. En comparación con los alumnos de secundaria sí que destaca el incremento del “entorno” respecto a otros más populares como la paella y las naranjas.

3. CONCLUSIONES

Analizados anteriormente por separado los resultados proporcionados por los alumnos de secundaria y de Magisterio, al compararlos podemos observar una gran similitud. Si observamos la gráfica del cuadro nº 3, destaca en primer lugar la coincidencia de los apartados reflejados aunque varíe su proporcionalidad. Es decir, que palabras concretas como naranjas, paella y los festejos, muy mayoritariamente las fallas, son repetidas insistentemente por ambos colectivos. Porcentualmente, mientras los alumnos de secundaria proponen en primer lugar las fiestas, los estudiantes de Magisterio se inclinan por el “entorno” (mar, naturaleza, turismo, playas...) posiblemente por una reacción más académica relacionada con la edad y la formación, y acorde con la asignatura donde se ha realizado la prueba ⁴.

Cuadro nº 3
Las imágenes del País Valenciano. Comparación alumnos de secundaria-Magisterio



Cuadro nº 3

Pero si importante es la relación de conceptos mencionados, también son significativas las ausencias. No aparecen nombres propios, ni de personajes históricos o actuales, ni tampoco de monumentos o ciudades con una representación destacable, y sólo de forma muy ocasional se hacen presentes nombres como España, el Micalet ⁵ o El Corte Inglés. Tampoco destacan conceptos relacionados con actividades que pudieran suponer una cierta cohesión social a su alrededor como los deportes, las fiestas de toros o las bandas de música que tanto abundan en estas tierras. Únicamente las fiestas de las fallas sobresalen por su importancia como fenómeno asociativo y de imagen de la comunidad.

Por tanto, estamos ante un territorio con una imagen bucólica y festiva, íntimamente relacionada con los aspectos más pseudofolkloricos de su huerta y su litoral, mientras permanecen ocultos los rasgos característicos de la mayor parte del país, un país de montañas, secano e interior, y con una gran riqueza paisajística y cultural. Por el contrario es la imagen del mar, de la huerta con sus naranjos, de las fallas y de la paella como plato “nacional” los que imprimen esa imagen tópica y típica del País Valenciano. Este auto-estereotipo coincide con otros estudios anteriores (Piqueras, 1996 y Sangrador, 1996) ofreciendo una frágil cohesión sistémica de la identidad valenciana, con un gran vacío de centros simbólicos por los que orientan sus identidades parciales, con una escasa hegemonización de su núcleo y una multiplicación de sus imágenes (Piqueras, 1996). Igualmente, en el estudio del CIS (Sangrador, 1996) se refleja en los valencianos una mayor indefinición que el resto de comunidades, con una gran tasa de entrevistados reacios a elegir siquiera una palabra, caracterizándose en general por un tono globalmente positivo pero indiferenciado.

En conclusión nos encontramos con una gran similitud de definiciones por parte de los alumnos de secundaria y los estudiantes de Magisterio, concentradas en la bondad del entorno, la paella, las naranjas y las fiestas con predominio absoluto de las fallas; aunque porcentualmente haya ciertas diferencias. Por contra, hay una ausencia absoluta de nombres propios de personas, ciudades, monumentos... que ayuden a organizar una comunidad que vive desproblematizada, desvertebrada y sin fuertes cohesiones como no sean las de aspecto lúdico. Por tanto, podemos afirmar que la imagen, creada durante la “Renaixença” a mediados del siglo XIX, de una rica huerta, jardín de flores con mujeres hermosas y donde todo es fiesta y diversión en un “Levante feliz”, permanece sólidamente asimilada por una gran parte de la población en el País Valenciano del siglo XXI.

Notas aclaratorias

1. RAMIRO i ROCA, Enric (1998): *Tesi doctoral: Institucionalització i difusió de la Geografia escolar: la percepció del professorat de la comarca de la Ribera*. Directores: Juaia Salom i Xosé Manuel Souto. Departament de Geografia de la Universitat de València, 1945 pp. (sin publicar).

2. Dadas las características de la carrera y del centro docente, casi la mitad de los estudiantes pertenecen a comarcas valencianas del centro y sur, que se han desplazado hasta tierras castellonenses como consecuencia de su oferta de plazas universitarias.
3. El cuestionario contenía otras preguntas, y fue posible gracias a la colaboración de numerosos profesores de institutos valencianos, así como diversos grupos de estudiantes de Magisterio, a los cuales es prácticamente imposible relacionar pero sí quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a ambos colectivos.
4. El cuestionario se pasó en la asignatura de “Didáctica de les Ciències Socials” de la diplomatura de Magisterio en la Universitat Jaume I de Castelló.
5. El Micalet (Miguelete en castellano) es la torre campanario de la catedral de València.

BIBLIOGRAFIA

- ALVIRA MARTÍN, F. i GARCÍA LÓPEZ, J. (1988): "Los españoles y las autonomías" en *Papeles de Economía Española*, núm. 35, Madrid.
- ANDRÉS ORIZO, F. (1991): *Los nuevos valores de los españoles*, Fundación Santa María-SM, Madrid.
- BAILLY, A. (1990): “L’Humanisme en Géographie. Réflexions et principes”, *L’Humanisme en Géographie*, París: Anthropos.
- BARNES, T. y GREGORY, D. (eds, 1997): *Reading Human Geography. The Poetics and Politics of Inquiry*, Londres: Arnold.
- BOIRA, J.V. y DE LA LLAVE, J. (1987): “Geografía, espacio social e imágenes de marca. El análisis de *Flor de Mayo* de Vicente Blasco Ibáñez”, en *Saitabi*, nº XXXVII, Universitat de València.
- BOIRA, J.V. (1992): “El estudio del espacio subjetivo (Geografía de la Percepción y del Comportamiento): una contribución al estado de la cuestión”, en *Estudios Geográficos*, nº 209, CSIC, Madrid.
- BOIRA, J. V. y otros (1994): *Espacio subjetivo y Geografía*, Nau Llibres, València.
- CASTELLS, M. (1999): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad (vol. 2)*, Alzanza Editorial, Madrid.
- CEDON FERNANDEZ i altres (1985): *Actitudes de los estudiantes gallegos hacia su localidad, Galicia y los pueblos españoles: el caso de Tui, (estudio espírico y proyección didáctica)*, Institut de Batxillerat de Tui.
- DE CASTRO, C (1997): *La geografía en la vida cotidiana. De los mapas cognitivos al prejuicio regional*. Barcelona: Edicions del Serbal.
- ESTÉBANEZ, J. (1978): “La Geografía de la Percepción y la ordenación del territorio”, en *Coloquio Nacional sobre Ordenación Territorial*, Madrid: MOPU.
- GARAI BASTERRETXEA, R. (1995): "Identidad social y socialización política en la Comunidad Autónoma Vasca", en *V Congreso Español de Sociología*, Granada.

GARCÍA FERRANDO, M., LÓPEZ-ARANGUREN, E. i BELTRÁN, M. (1994): *La conciencia nacional y regional en la España de las autonomías*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Grupo de Investigación adscrito al Departamento de Sociología 2 (CEIC) de la Facultad de CC.SS. y de la Información de la Universidad del País Vasco (1995): "Identidad política y lengua: la emergencia de nuevas valoraciones y actitudes en torno a la lengua. El caso de la Universidad del País Vasco", en *V Congreso español de Sociología*, Universidad de Granada.

PALLÀS i GUASCH, J.M (1992): "Mètode i eines per a una enquesta sociolingüística de l'alumnat", en *V Tallers de Llengua i Literatura catalanes a l'ensenyament secundari*, Sant Cugat (Barcelona).

RAMIRO i ROCA, E. (1994): "Percepció, Llengua i Secundària post-obligatòria", en *Segon Simposi del professorat de valencià de l'ensenyament mitjà i de l'educació secundària obligatòria*, Servei d'Ensenyaments en Valencià de la Conselleria d'Educació i Ciència, València.

RAMIRO i ROCA, E. (1995^a): "Coneixement, ús i actituds envers la llengua des de la Geografia de la Percepció", en *1r Congrés de l'Escola Valenciana*, Federació d'Associacions per la Llengua, València.

RAMIRO i ROCA, E. (1995^b): "Camins entre ciutats: alguna cosa més que quilòmetres", en *II Jornades de Geografia Urbana*, Grupo de Geografía Urbana de la AGE-Universitat d'Alacant.

RAMIRO i ROCA, E. y otros (1995^c): "Llengua i territori a la Ribera Baixa", en *II Jornades d'Història Local*, Ajuntament de Cullera (la Ribera-València).

RAMIRO i ROCA, E. (1995^d): "Les distàncies personals en un planeta real", en *Balma* n° 1, Graó Editorial, Barcelona.

RAMIRO i ROCA, E. (1996): "Quina imatge es té dels catalans al País Valencià?", *Escola Catalana* N° 332, Barcelona.

RAMIRO i ROCA, E. (1997): "Tots els colors de la Vall a Ontinyent", en *Actes del Primer Congrés d'Estudis de la Vall d'Albaida*, Diputació de València – Institut d'Estudis de la Vall d'Albaida, Aiello de Malferit (la Vall d'Albaida-València).

RAMIRO i ROCA, E. (1998): "Tòpics i estereotips: una clau per treballar la interculturalitat i els valors", en *Actes de la Cinquena Trobada de Sociolingüistes Catalans*", Generalitat de Catalunya – Departament de Cultura, Barcelona

Seminari de Valencià (1994): *Enquesta socio-lingüística dels cursos tercer i quart de secundària*, Institut d'F.P. i Secundària Obligatòria de Sueca (la Ribera-València).

TOSCAS, E. (1994): "Sentimiento de pertenencia local y territorio en una colectividad del llano de Barcelona entre el Antiguo régimen y el estado liberal: Sarrià (1780-1860)", en *Estudios Geográficos*, tom LV, N° 216, CSIC, Madrid.