

Conteúdos latentes nas fotografias relacionadas com turismo de zonas costeiras: O caso da Costa Morte (Galiza)

Latent content in coastal areas' tourism photos: The case of Costa Morte (Galicia)

ANTÓNIO AZEVEDO * [antonioa@eeg.uminho.pt]

Palavras-chave | Análise de conteúdo de fotografias, contágio de emoções, imaginário, turismo negro, Costa da Morte

Objetivos | Até que ponto uma fotografia pode ser uma representação da identidade de um lugar, contagiar emoções e simular experiências? De acordo com a teoria da simulação de Gordon & Cruz (2002) citados por Podoshen (2013), o indivíduo pode gerar em si próprio um estado de espírito de forma a replicar ou simular o estado de espírito de outros no presente ou no passado.

Trata-se de uma investigação que procura explorar o fascínio (*gaze*) pelas imagens dos “fins de terra” que muitas evocam também o turismo negro? Que elementos e símbolos são possíveis interpretar de forma explícita ou latente? (Kim & Stepchenkova, 2015). Este estudo tem como unidade de análise o património imaterial e a “aura” (Rickly-Boyd, 2012) emanada por diversos lugares e paisagens da Costa da Morte na Galiza condimentadas pelas lendas, a mitologia e outros imaginários construídos pelo turista (Salazar, 2012). A atração por lugares e eventos associados à morte, tragédias individuais ou catástrofes coletivas têm sido amplamente discutida por diversos autores dando origem ao conceito de turismo negro (*dark tourism*) (Foley & Lennon, 1996; Stone, 2005; Sharpley, 2009).

Metodologia | Foram adotadas as seguintes abordagens qualitativas (Podoshen, 2013): (i) observação (não) ativa do investigador como participante; (ii) netnografia passiva (Kozinets, 2010; Hsu, Dehuang & Woodside, 2009; Podoshen & Hunt, 2011), nomeadamente a página de Facebook Costa da Morte Galicia (<https://www.facebook.com/CostaDaMorteGalicia/?fref=ts>), com mais de 10000 seguidores; e (iii) análise qualitativa de conteúdos de filmes e documentários (Belk, 2011), como, por exemplo, o filme de 2013 de Lois Patiño (<http://www.zeitunfilms.com/en/cdm/index>), o documentário da RTVE de 2011 (“07 - El mundo más allá del fin del mundo (A Coruña)” – <https://youtu.be/fN-Z9GE7DH4>) ou livros como “Madera de Boj” (Cela, 2001). Usando ainda a uma metodologia designada por Matteucci (2013) de *photo elicitation*, foram selecionadas oito categorias e vinte fotos com base no critério da

* **Professor Auxiliar** da Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho. **Doutorado em Ciências Empresarias** pela Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho.

relevância para o estudo e no grau de credibilidade inatacável da fonte.

Principais resultados e contributos | A análise de conteúdo das fotografias permitiu identificar como categorias explícitas ou latentes:

- 1) os faróis que constituem a rota “Camiño dos Faros” (www.caminodosfaros.com);
- 2) Os temporais, as ondas gigantes que atraem os surfistas, a fúria do mar revoltado contra a costa escarpada e as ilhas;
- 3) os naufrágios (Mouzo, 2014) que incluem por exemplo as histórias associadas aos sobreviventes relatadas ao pormenor por Cela (2001) ou as alegadas atividades de pirataria negra e saque dos achados, mas que segundo Garcia (2013, p.272) não tem fundamentação histórica;
- 4) os cemitérios (por exemplo, o Cemitério dos Ingleses ou o cemitério de Laxe);
- 5) as cruces memoriais dos locais dos naufrágios mais emblemáticos;
- 6) a mitologia que inclui avistamentos de sereias e monstros marinhos ou ainda lendas de cidades e civilizações submergidas como “Dugium Duio a capital dos nérios” (Cela, 2001, p. 12);
- 7) a distopia (Podoshen, Venkatesh, Wallin, Andrzejewski, & Jin, 2015) associada à melancolia da nebulosidade cinzenta e ao “feísmo” da arquitetura.

A identificação destas categorias permitirá aos operadores turísticos e decisores públicos quer o design de experiências, quer a definição de estratégias criativas de comunicação que incorporem estes elementos.

Limitações | Trata-se de um estudo conceptual com as limitações inerentes à metodologia qualitativa, pois existe sempre algum grau de subjetividade na seleção e interpretação das fotos analisadas e portanto as conclusões não podem ser generalizadas a outros contextos.

Conclusões | O processo de escolha do destino no turismo costeiro é influenciado por diversos estímulos e em particular pelo fascínio (gaze) por imagens dos “fins de terra” (lugares mitológicos) associadas a experiências de turismo negro obtidas por diversas fontes: filmes, documentários, livros, material publicitário ou do *word-of-mouth* eletrónico partilhado nas redes sociais (Rial, 2014; Hsu & Song, 2014; Llodrà-Riera, Martínez-Ruiz, Jimenez-Zarco, & Izquierdo-Yusta, 2015). Este estudo confirma a importância do estudo dos efeitos dos conteúdos explícitos e dos conteúdos latentes nas fotografias constituídos pelos sinais implícitos que podem ser deduzidos cognitivamente, lidos nas entrelinhas, ou simplesmente resultam de impressões ou significados de leitura subjetiva.

Referências |

- Belk, R. (2011). Examining markets, marketing, consumers, and society through documentary films. *Journal of Macromarketing*, 31(4), 403-409.
- Cela, C. J. (2001). *Madeira de Buxo*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: Heart of darkness. *Journal of International Heritage Studies*, 2(4), 198-211.

- García, J. (2013). La leyenda de la Costa de la Muerte. Naufragios y faros como desencadenantes para la activación de un patrimonio marítimo. *SEMATA, Ciencias Sociais e Humanidades*, 25, 257-290..
- Hsu, C., & Song, H. (2014). A visual analysis of destinations in travel magazines. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(2), 162-177.
- Hsu, S., Dehuang, N., & Woodside, A. G. (2009). Storytelling research of consumers' self-reports of urban tourism experiences in China. *Journal of Business Research*, 62(12), 1223-1254.
- Kim, H., & Stepchenkova, S. (2010). Effect of tourist photographs on attitudes towards destination: manifest and latent content. *Tourism Management*, 49, 29-41.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks: Sage.
- Llodra-Riera, I., Martínez-Ruiz, M. Jimenez-Zarco, A. & Izquierdo-Yusta, A. (2015). A multidimensional analysis of the information sources construct and its relevance for destination image formation. *Tourism Management*, 48, 319-328.
- Matteucci, X. (2013). Photo elicitation: Exploring tourist experiences with researcher-found images. *Tourism Management*, 35, 190-197.
- Mouzo, R. (2014). *Catálogo de naufragios. Costa da Morte-Galicia*. Portada: donCLIC - Soluciones Tecnológicas.
- Podoshen, J. S., & Hunt, J. M. (2011). Equity restoration, the Holocaust and tourism of sacred sites. *Tourism Management*, 32(6), 1332-1342.
- Podoshen, J. S. (2013). Dark tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management*, 35(1), 263-271.
- Podoshen, J., Venkatesh, V., Wallin, J., Andrzejewski, S., & Jin, Z.(2015). Dystopian dark tourism: An exploratory examination. *Tourism Management*, Vol. 51, 316-328.
- Rial, T. (2014). *Visibilidad y reputación online de un destino turístico: Caso práctico de a Costa da Morte*. Trabajo fin de Master en Planificación y Gestión de Destinos y Nuevos Productos Turísticos, Universidade da Coruña.
- Rickly-Boyd, J. M. (2012). Authenticity & aura: A Benjaminian approach to tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 269-289.
- Salazar, N. (2012). Tourism imaginaries: A conceptual approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863-882.
- Sharpley, R. (2009). Shedding light on dark tourism: An introduction. In R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 3-22). Tonawanda: Channel View.
- Stone, P. R. (2005). Dark tourism, an old concept in a new world. *Tourism, The Tourism Society*, Quarter IV(25), pp. 20.