

Universidad de Tartu  
Facultad de Artes y Humanidades  
Instituto de Lenguas y Culturas del Mundo  
Filología Hispánica

**IMAGEN DE ESPAÑA EN LA COLECCIÓN DE LOS LIBROS  
DE “MINU...” DE PETRONE PRINT**

Trabajo de fin de grado

Autora: Kalli Kolberg  
Directora: Klaarika Kaldjärv

Tartu 2024

# Índice

Índice.....	2
Introducción.....	3
1 Imagología y la escritura de viajes.....	5
1.1. Imagología.....	5
1.2. Imagen de España en Europa.....	7
1.2.1. Imagen de España en los textos de viaje estonios.....	9
2 Imagen de España en la literatura actual.....	12
2.1. Expectaciones de los escritores.....	12
2.2. Clima y el turismo.....	13
2.3. España y los españoles.....	16
2.4. Cultura de trabajo.....	18
2.5. Periferia y el centro.....	20
2.6. Comparación.....	22
Conclusión.....	24
Bibliografía.....	26
Corpus.....	28
Resúmee.....	29
Apéndice.....	31

## Introducción

Este trabajo se analiza la imagen de España y de los españoles en los libros de la colección “Minu...” (en español “Mi...”) de la editorial Petrone Print. En esta serie hay seis libros que hablan de España: “Minu Hispaania: Läbi maailma iseendani” (“Mi España: A través del mundo hacia mí misma”) de Anna-Maria Penu (2008), “Minu Ibiza: Vaba armastuse saar” (“Mi Ibiza: La isla del amor libre”) de Kati Lumiste (2010), “Minu Tenerife: Noor Pensionär” (en español “Mi Tenerife: un jubilado joven”) de Mart Normet (2014), “Minu Barcelona: Mäe ja mere embuses” (“Mi Barcelona: En el abrazo de la montaña y de la mar”) de Mirjam Johannes (2015), “Minu Tenerife: Kompassiga kliimapagulane” (“Mi Tenerife: Refugiado del clima con la brújula”) de Olavi Antons (2019) y “Minu Hispaania: Elu nagu mustlaskaravanis” (“Mi España: Vida como en una caravana de gitanos”) de Marju Gellert (2021).

Según la página web de la editorial Petrone Print, los textos de la selección “Minu...” se clasifican como literatura de viaje. En este género destacan más las imágenes y los estereotipos del país para transmitir al lector una idea clara del extranjero (Meier 2007: 446), es decir, ofrece más para las investigaciones imagológicas. Además, los estereotipos y la imagen se consolidan por los medios, por ejemplo por los libros, a través de los cuales el lector forma una opinión de un país (Kõvamees 2008: 20) y teniendo en cuenta que los textos de la selección “Minu...” se han hecho populares, es importante analizar las ideas que se transmiten a los lectores. Un fragmento del libro de Olavi Antons (2019: 293) confirma que los libros de “Minu...” tienen impacto:

- 1) “El libro de Mart, ameno y escrito con fluidez, ha hecho más por acabar con la idea errónea de que Tenerife es un destino exclusivamente de piscina que todos los esfuerzos anteriores juntos. Puedo afirmarlo empíricamente, porque desde la publicación de “Mi Tenerife” de Mart, las preguntas que nos hacen en Brújula han cambiado radicalmente. Las anteriores preguntas de sí o no fueron sustituidas por preguntas que empiezan por “¿cómo?”” (Apéndice 1)

Las preguntas que guían la investigación son las siguientes:

- ¿Cuáles son las imágenes y los estereotipos de España y de los españoles que se transmiten en los libros de la selección de “Minu..”?

- ¿Qué teorías imagológicas se pueden aplicar para investigar las imágenes, que aparecen en la colección “Minu...”?
- ¿Hay diferencias entre las imágenes transmitidas en los libros de la colección “Minu...” y los textos analizados en el artículo „Hispaania kuvand eesti reisikirjades“ (“Imagen de España en los textos de viaje estonios”) de Mari Laan (2019)?

Este trabajo está dividido en dos partes. En la parte teórica se explica qué es imagología, se define la imagen, los estereotipos y otros términos importantes en este campo. En el mismo capítulo se habla de la imagen de España y de los españoles según los análisis anteriores. En el segundo capítulo se estudia la imagen en los libros de la colección “Minu...” de Petrone Print. Utilizando la metodología propuesta por Leerssen (2007a: 28–29), que consiste en explorar los tropos, comparaciones y descripciones presentes en los libros, considerando el contexto, género y estilo literario. Se observan los temas más comunes en las obras analizadas: sus expectativas, el clima y el turismo, España y los españoles, la cultura de trabajo, la periferia y el centro, además, para ilustrar el análisis se dan ejemplos de los textos. Los fragmentos son en estonio, pero se da la idea principal también en el español y la versión original se puede leer en apéndice. Por último, en el segundo capítulo se comparan también los resultados de este trabajo con los del artículo de Mari Laan (2019).

# 1 Imagología y la escritura de viajes

## 1.1. Imagología

La imagología es una rama de los estudios literarios comparativos e investiga la representación de países y nacionalidades en la literatura prestando la atención a la parte verbal y al contexto histórico (Kõvamees 2008: 13). La imagología observa las características con las que se describe otra nacionalidad o país, examina los motivos para usar estos rasgos y sus funciones en el proceso de escribir y leer los textos, por ejemplo, obras teatrales, poesía, literatura de viaje, ensayos etcétera (Beller 2007a: 7).

En los estudios imagológicos no es importante cuáles fácticamente son las personas, sino cómo la gente describe a sí mismo (Kõvamees 2008: 13), no se analiza la identidad, es decir, la información empírica y los hechos, sino se investiga la imagen, los estereotipos, la presentación de la nacionalidad con las figuras literarias y la estrategia del texto. Puede ser que con esta información podemos identificar a alguien o algo, pero no forma la identidad. Dicho de otro modo, la imagología examina lo que no se puede probar fácticamente. (Leerssen 2007a: 27–28) Sin embargo, es importante prestar atención como se han usado los hechos empíricos, cuales son y cuál es el contexto, de esta manera se puede crear una imagen también (Kõvamees 2008: 20).

Un término importante en esta disciplina es “imagen”, que en contexto imagológico significa la presentación o reputación mental o discursivo. Puede describir una persona, un grupo étnico, un país, una nacionalidad y otros con los atributos morales o caracterológicos. (Leerssen 2007b: 342) Para transmitir la idea, se usan las metáforas, descripciones y otros mecanismos verbales usados en el texto. Además, la transmisión y la interpretación de esta imagen depende de los conocimientos y las experiencias de los escritores y lectores. Las diferencias culturales, religiosas, de la lengua y de los hábitos de una nación limita nuestra capacidad de comprender la otra, es decir, la imagen y su interpretación depende de la perspectiva. (Beller 2007a: 4-5)

Investigando la representación de una nacionalidad no es solo importante cómo se ha descrito a las personas en el otro país, sino también una fuente importante de información es la imagen del país doméstico (Beller 2007a: 7). Cuando usamos las imágenes de nosotros y de la otra nacionalidad, surge la oportunidad comparar estas

dos y encontrar las diferencias y similitudes, y eso simplifica formar opinión de una u otra.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas imágenes en textos son creadas por los escritores y reflejan los valores que dependen de los aspectos sociales, históricos o políticos (Kõvamees 2008: 19). Es decir, los textos son subjetivos porque tratan de una interpretación del autor y eso no se puede ignorar, explicar o excluir del análisis. Normalmente en el texto destaca una nacionalidad como especial o la intención de explicar un rasgo o un hábito de otra cultura. En el caso de literatura, en la poesía, ficción, literatura de viaje y entre otros géneros se suele usar más generalizaciones, prejuicios y estereotipos para llamar la atención y atraer a los lectores. Además, los textos y autores famosos tienen más influencia en la creación de las nociones y prejuicios que los demás y la imagen es más probable de ser de larga duración. (Leerssen 2007a: 26–28)

Las imágenes simplifican y generalizan las situaciones, personas y cosas, en consecuencia, suele formar los estereotipos (Leerssen 2007b: 343) que presentan la información mínima con el significado máximo, por ejemplo, las características de una persona pueden representar los rasgos de toda la nación. Pueden ser igualmente positivos o negativos, pero son siempre subjetivos y dependen de la percepción, el punto de vista y los factores culturales e históricos. No se usan solo para describir las personas, también pueden presentar lugares, paisajes, acontecimientos y cosas en general. (Beller 2007a: 8–9, 13) Se suele usar más estereotipos en las situaciones complicadas, cuando se está estresado y para explicar acontecimientos desagradables. Sin embargo, no se puede señalar de dónde vienen, algunos hábitos y entendimientos se desarrollan en la niñez y viviendo en una cultura específica, también los medios tienen impacto en su formación y en sostener los estereotipos. (Kõvamees 2008: 18–19)

Los estereotipos pueden ser individuales o sociales. En el caso de los primeros, una persona tiene su propia visión específica de algo y lo puede distinguir de la idea de los demás. El estereotipo social es una imagen común de un grupo. El último se suele explicar como una situación complicada, permite distinguir positivamente de otro grupo o justifican el comportamiento hacia el otro grupo. (Kõvamees 2008: 20).

También en los textos se puede usar los estereotipos con la ironía, es decir, se puede referir a una imagen satirizando. Así se deja la impresión que esta opinión no es

verdadera, pero al mismo tiempo, su uso fomenta la circulación de los estereotipos. Así que, si el autor usa la ironía, al mismo tiempo admite la imagen. (Kõvamees 2008: 24)

Analizando las imágenes y los estereotipos de una nación en el texto es importante pensar quién lo dice, por qué es importante para el autor mencionarlo, quién es el grupo meta del texto, cuál es la situación política en la misma época en que la obra se escribió, cómo el autor intenta convencer a sus lectores de la veracidad de lo escrito, cuál es el contexto del estereotipo y cuál es el género del texto. La imagología no se puede aplicar sin considerar el estado histórico y las estrategias del texto. (Kõvamees 2008: 19)

Aparte de los estereotipos, podemos investigar las oposiciones. El objetivo de la imagología es estudiar las características de una nación, pero sería más fácil hacerlo desde la perspectiva internacional, comparando dos países o dos naciones, pero se puede también oponer dos grupos de una nación, en este caso, las oposiciones tienden a ser menos aparentes, porque hay menos distancia geográfica y cultural entre los dos grupos. Las oposiciones generales, con la que se puede investigar cualquier nación, son siguientes: occidental, individualista y activo versus oriental, colectivo y pasivo; periférico y atemporal versus central y moderno; norteño e intelectual versus sureño y sensual. (Leerssen 2007a: 29) En este trabajo se analiza todas estas oposiciones.

## **1.2. Imagen de España en Europa**

En esta parte del trabajo se resume la información relativa a la imagen de España y los españoles como la nacionalidad en la literatura europea. La nación significa un grupo de personas unidas por la historia compartida, la lengua o el sitio de origen (Leerssen 2007c: 377).

En la literatura en general, se ve la imagen de España a lo largo de siglos diferentemente. Cuanto más diferencia económica e ideológica hay, más estereotípicas son las imágenes. Aparte de eso, analizando la imagen de España a lo largo de los siglos se puede considerarla inadecuada para describir la situación actual, pero es importante prestar atención a lo que los estereotipos no desaparecen completamente, pero dependiendo de la situación política y económica pueden ser más o menos aparentes. Dicho de otro modo, los estereotipos no dejan de existir,

pero sobresalen en las buenas condiciones. Mientras tanto, dan lugar a los estereotipos contrarios. (Leerssen 2000: 278)

Los factores más importantes en la creación de estas imágenes, son la ubicación de España y el país de origen en la situación política y económica de las naciones. La imagen cambia dependiendo de las actitudes hacia España. Es decir, si el país doméstico tiene buenas relaciones con el otro país, la imagen en la literatura es positiva, pero si hay guerra entre los dos, las actitudes cambian y la imagen también. (López de Abada 2007: 243)

Durante el primer siglo Estrabón describió España con las palabras “valentía”, “crueldad” y “rabia”, en el siglo trece un autor anónimo destaca los peligros de España y lo describe como bárbaro y malvado. En el siglo quince el país es distante pero exótico y misterioso. (López de Abada 2007: 243) En el siglo dieciséis España se había vuelto un imperio potente y estaba en su apogeo y por eso tenía una imagen positiva que creó la leyenda dorada, que se opone a la leyenda negra, es decir, que retrató a los conquistadores como exploradores ejemplares, modelos sin defectos (Fontana, s. f.).

Después España es caracterizado desde el punto de vista negativo, usando las palabras “asesinato”, “arrogancia”, “crueldad” y otros, porque algunos países en Europa tenían miedo del imperio y su poder. Por lo tanto, España empezó suscitar críticas por la inquisición, por la opresión en las colonias y por expulsar a los judíos y moros del país. Este fenómeno se llama leyenda negra, se refiere a diferentes imágenes y estereotipos negativos relativos a España y haciendo responsable al monarca español de diferentes crímenes, que no se han verificado todos. La mala reputación comenzó en Italia con la conquista española de Sicilia y Sardinia. (López de Abada 2007: 242 – 246)

Sin embargo, no había todavía propaganda antiespañola con un propósito, esta apareció un poco después en Inglaterra, los Países Bajos y Alemania. Debido al desarrollo de la tipografía, se publicaron varios libros antiespañoles. Los más famosos son “Apología” de Guillermo de Orange, que fue el líder de la campaña antiespañola, „Don Carlos” de Friedrich Schiller en el que se basa ópera de Giuseppe Verdi y “Brevísima relación de la destrucción de las Indias” de Bartolomé de las Casas que se publicó por la primera vez en España, pero allí no se convirtió en un gran éxito, pero unas décadas más tarde publicado en Europa en holandés, inglés,

francés y alemán tenía gancho con el público. Todos estos libros ayudaron a extender la imagen negativa de España. (Laan 2019: 733-734)

En los siglos siguientes la imagen de España permanece igual. Gracias al aspecto de la cultura árabe en España, a lo largo de los siglos dieciocho y diecinueve en los textos lo peligroso se combina con lo romántico y el país se convierte en una destinación deseada, por esa razón, en la literatura España empieza a ser un escenario frecuente. (López de Abada 2007: 244 – 245) Esta imagen creó leyenda rosa (Laan 2019: 734).

Durante el siglo veinte por la guerra civil, la rebelión y la República se describe España con dos estereotipos, por un lado, el fanatismo y la crueldad, por otro lado, en los textos se nota también el progreso, la tolerancia y el deseo de democracia. Así una vez más se caracterizan españoles como valientes, heroicos, pero también crueles, en otras palabras, domina de nuevo la imagen de los siglos anteriores. (López de Abada 2007: 246–247)

En los años sesenta España llega a ser también turística, gracias a las campañas de Manuel Fraga usando el flamenco, toreo, fiesta y siesta para atraer a la gente. En los principios del siglo veintiuno se representa España como normal, moderna y festiva. Después de la crisis económica la imagen de España empeoró y el estereotipo de “español perezoso” desempeñó de nuevo un papel importante en la representación del país. (Laan 2019: 735)

En conclusión, a lo largo de los siglos en la literatura europea dominan dos imágenes de España. Por un lado, un estereotipo es que los españoles son crueles y violentos, pero por otra, España es exótico y romántico, un sitio que atrae el turismo. Dicho de otro modo, ambos, la leyenda negra y rosa desempeñan un papel importante en la creación de los estereotipos.

### **1.2.1. Imagen de España en los textos de viaje estonios**

En este trabajo se analiza la imagen de España y los españoles en los libros de viaje de la colección „Minu“, por eso es importante hablar de qué es la literatura de viaje y cuáles son las investigaciones anteriores de los textos de viaje de los autores estonios. Los ha previamente investigado Mari Laan (2019), que presenta sus resultados en el

artículo „Hispaania kuvand eesti reisikirjades“ (“Imagen de España en los textos de viaje estonios”).

En los textos de viaje destacan más las imágenes y los estereotipos de otras nacionalidades, porque el propósito del texto es crear una idea del país extranjero con los mecanismos verbales. La literatura de viaje consta de diferentes tipos de texto, como turismo, novelas, diarios, cartas o recuerdos, en el que la forma más usada es la narración cronológica, que trata de los eventos de viajero o viajeros desde la partida hasta el regreso o la llegada. Suelen ser narrativos y descriptivos, es decir, incluyen una combinación de lo informativo y lo poético. (Meier 2007: 446) Los textos de viaje siempre comparan el país nativo con el extranjero, resaltan las similitudes y las diferencias usando analogía, exageración o contraste, por eso los lectores pueden fácilmente confundir la presentación con los hechos, es más, normalmente el texto de viaje es escrito después del viaje, es decir, hay más tiempo entre la experiencia y el proceso de escribir, los textos son más predispuestos a tener prejuicios y estereotipos. (Meier 2007: 446)

Muchos escritores extranjeros tenían gran influencia entre los autores estonios de la literatura de viaje. Por ejemplo, en los textos de Friedebert Tuglas (1886-1971) ha mencionado Théophile Gautier y su libro “Voyage en Espagne”, además algunas escenas en las obras de Washington Irving se parecen al de “Teekond Hispaania” (en español “Viaje a España”, publicado en 1918) de Tuglas, donde desempeñan su papel también “Carmen” de Prosper Mérimée, “Thijl Ulenspiegel” de Charles de Coster y “El pozo y el péndulo” de Edgar Allan Poe. Gracias a los últimos Tuglas en su texto de viaje enfatiza la importancia de la inquisición, catolicismo y la imagen oscura de Toledo. Además no veía España como parte de Europa. Por eso, mayormente dominan las descripciones desfavorables de España, pero surgen imágenes positivas también. Antes de su viaje, afectado por los textos de los escritores extranjeros, Tuglas esperaba encontrar una nación astuta y cruel, pero después cambió la opinión y describe a los españoles como gente honesta y simpática. Asimismo, a Tuglas le fascina Andalucía, el sol del Sur y la atmósfera árabe. (Laan 2019: 734–738)

Por “Teekond Hispaania” Friedebert Tuglas es considerado como el primer escritor estonio que describe su viaje en España, por eso no había autores estonios que influyeron en la imagen del país en su texto (Laan 2019: 728; 730). Sin embargo, él dio un ejemplo a sus compatriotas que escribieron de España después de Tuglas. La

manera de escribir de Tuglas, donde, por un lado, se interconectan la historia, el arte, la ficción y las impresiones personales y, por otro, la imagen de España que ha creado Tuglas en su texto “Teekond Hispaania” continuaron estar presentes en la literatura de viaje en las obras de Jüri Talvet, Jaan Undusk, Ilmar Külvet, Janika Kronberg y Johannes Vares-Barbarus (Laan 2019: 728). Por ejemplo, los dos últimos tienen una imagen negativa de Toledo, que Tuglas describe con los crímenes de la inquisición y con la atmósfera oscura, además, Vares-Barbarus incluso no fue a esta ciudad justo por esta descripción. La reputación de Tuglas y su estilo avanzado hacían que el impacto durara más. (Laan 2019: 737)

Aparte de Tuglas, los escritores extranjeros continuaron siendo importantes en la literatura estonia. Maurice Barrès, Henz de Montherlant, Jean Tharaud y los españoles Miguel de Unamuno, Vicente Blasco Ibáñez, Ángel Ganivet, Azorin, José Ortega y Gasset influyen en los textos de Vares-Barbarus. Washington Irving influyó en la imagen de Alhambra en los textos de Karl Ast también. Asimismo, Karel Čapek ayudó a mantener la idea positiva de España y tuvo su impacto en Talvet, Kronberg y Undusk. Según el último, su descripción del viaje es la mejor que él ha leído. (Laan 2019: 735–736)

En definitiva, la imagen de España en la literatura estonia es igualmente afectada por las leyendas como los textos europeos. Al mismo tiempo, coexisten España turística con la atmósfera árabe y España peligrosa con la inquisición.

## **2 Imagen de España en la literatura actual**

En esta parte de trabajo se analizan las imágenes de España o los españoles en los libros de la colección “Minu...” de Petrone Print. Por eso, se sigue la metodología que propuso Leerssen (2007a: 28–29). Es decir, en primer lugar, se buscan los tropos, comparaciones o descripciones que están presentes en estos libros y que transmiten las características de la nación y del país. Hay que tener en cuenta el contexto, cuál es el género y el estilo. En este trabajo se analizan solamente los textos del viaje, pero eso no significa que los estilos de los autores sean iguales. La situación histórica actual importa también, pero, en este caso, los libros tienen poco tiempo entre sí y esto simplifica el análisis y la comparación de las obras. Además, es importante observar cuál es el objetivo del tropo, comparación o descripción y si los autores intentan inclinar a alguien a favor de algo. Por último, analizando las oposiciones, se puede comparar dos grupos o regiones de la nación o también supranacionalmente, en el caso de lo último, la autoimagen, es decir, la imagen de los estonios y de Estonia suele presentar el punto de vista adicional para obtener la información sobre el otro país.

Además, en la última parte de este capítulo se compara la imagen de los libros de la colección “Minu...” con los del artículo de Mari Laan (2019). Se analizan las diferencias y las similitudes entre las imágenes creadas por los escritores mencionados en el capítulo 1.2.1 y de los escritores de las obras publicadas por Petrone Print. Asimismo, se observa el impacto de las leyendas entre los libros de la colección “Minu...”.

### **2.1. Expectaciones de los escritores**

Naturalmente, las características diferentes del país de origen llaman la atención. Así uno puede enfocarse en los aspectos pintorescos. Por consiguiente, la gente puede sentir la admiración por otros países y las culturas extranjeras. Este fenómeno se llama exotismo. Además, si se prefiere un país extranjero al propio, si se siente la insatisfacción hacia su propia nacionalidad y se tiene la necesidad de irse, surge el escapismo. (Leerssen 2007d: 325)

Podemos encontrar ambos fenómenos en la colección de los libros, al principio los autores explican sus motivos para ir a España. Vemos que para satisfacer diferentes necesidades fueron al extranjero. Por ejemplo, la primera autora, que escribió un libro de Petrone Print, Anna Maria Penu encontró su vida en Estonia aburrida y buscó una bocanada de aire fresco (Penu 2008: 11). Kati Lumiste se sentía amada en Ibiza y para ella era difícil encontrar la pasión en Estonia (Lumiste 2010: 10–11). Mart Normet se agotó por la tensión del trabajo y para bajar el ritmo de vida se mudó con su familia por medio año a Tenerife (Normet 2014: 11). A Olavi Antons no le gustó nada el invierno y el otoño en Estonia, por eso fue a Tenerife, donde el clima es estable durante todo el año (Antons 2019: 25–26). Marju Gellert escribe en el primer capítulo que en España hay más energía y alegría que en Estonia, además, ella cree que en Málaga la vida y la cultura son más coloridas (Gellert 2021: 11). La única persona que no huyó de algo es Mirjam Johannes. Es verdad que, para ella, los catalanes atrajeron su atención, por esa razón, decidió hacer un intercambio en Barcelona, pero no describe Estonia o su vida en dicho país negativamente. (Johannes 2015: 10)

Con sus objetivos y las expectativas de encontrar lo que buscan ya salen las características estereotípicas de España. Se menciona la personalidad amable de los españoles, el ritmo lento de la vida, la diversidad de la cultura y también el clima. La última fomenta el turismo, que es también uno de los temas principales. El siguiente paso es analizar esta imagen más profundamente con el propósito de ver si estos aspectos siguen definiendo España, su cultura y la gente en los libros de Petrone Print.

## **2.2. Clima y el turismo**

Como mencionado anteriormente, diferentes lugares de España con su naturaleza y su clima se han usado mucho en la literatura europea para crear el ambiente en varias obras. En los libros de Petrone Print el clima está igualmente presente. Todos los autores de la colección “Minu...” describieron el clima, es más, Marju Gellert y Mart Normet incluso dedicaron un capítulo entero al tema. En muchos casos, también se describen las condiciones climáticas estonias y las comparan con las españolas. Además, como el clima es uno de los motivos principales para viajar a España, en esta parte del trabajo se analizan también el turismo y sus problemas.

Al principio de los libros se fomenta el estereotipo de España caliente y soleado en diferentes modos. Una manera para afirmar este estereotipo es la comparación entre el clima español y estonio. Así hacen Kati Lumiste y Marju Gellert en sus primeros capítulos. La primera autora compara claramente las condiciones climáticas en estos dos países (Lumiste 2010: 22):

- 2) No me gusta el frío tan común en Estonia. Estar en constante espera de que haga calor, suspirar en el otoño que llegue la nieve. Quiero alegría y embriaguez. Es bueno para mí estar en este clima. (Apéndice 2)

Marju Gellert usa el contexto para crear la comparación. Al principio de su libro, no se dice claramente que en España hace calor y en Estonia no, pero describe su alegría que sentía cuando llegó a España por la primera vez (Gellert 2021: 13):

- 3) Primer vuelo, primer viaje al sur. Esos olores y colores, esa noche cálida y suave, y un misterioso reconocimiento en algún lugar del alma. (Apéndice 3)

Su júbilo es provocado por la diferencia entre dos países, es decir, las palabras “soe” (en español “cálido”) y “sume” (en español “suave”), que no significarían nada sin contexto, pero sabiendo que había llegado de Estonia, crea una imagen que España es más caliente que Estonia.

Este estereotipo domina en todos los libros de Petrone Print escritos sobre España, pero es importante darse cuenta de que los autores viven realmente en las ciudades donde hace más calor que frío. Sin embargo, durante su estancia en España también experimentan las condiciones que provocaron la confusión o conmoción a causa del clima. Marju Gellert estuvo sorprendida cuando en invierno hacía frío en su casa (Gellert 2021: 41):

- 4) Me quedo en casa y me niego obstinadamente a llevar abrigo dentro. ¿Y quién mete jerséis en la maleta cuando va a España? (Apéndice 4)

Olavi Antons también se deja afectar por los estereotipos, estuvo confundido viendo todos los balcones mojados, preguntándose si todos decidieron lavar los balcones al mismo tiempo (Antons 2019: 130):

- 5) Bastan cuatro meses para que un refugiado del duro clima nórdico olvide que hay otras formas de mojar la tierra aparte de regar con manguera. Que también puede venir del cielo, aunque sea un chubasco tan breve que no me haya dado cuenta antes. (Apéndice 5)

Los últimos ejemplos 4 y 5 confirman que en España hace calor, pero pueden surgir las condiciones que suceden pocas veces y que no son normalidad. El viaje de

Anna-Maria Penu a Galicia y al País Vasco refuta el estereotipo de España soleado y fomenta el estereotipo de las regiones nórdicas lluviosas (Penu 2008: 251):

- 6) Estaba en A Coruña, la capital de Galicia, y lo que ocurrió fue exactamente lo que me advirtieron todos mis amigos españoles que nunca habían estado en Galicia: el cielo está gris, la niebla cubre el horizonte y la lluvia cae tan fuerte que parece un muro de agua. (Apéndice 6)

El último ejemplo representa la distinción más duradera en la historia de la cultura europea. La división de las regiones en “norteñas” y “sureñas” desempeña un papel fundamental en la creación de la imagen cultural. Este dualismo puede referir a la situación política, marcar las diferencias económicas, diferentes culturas o también condiciones climáticas. (Arndt 2007: 387–388) En su libro Anna-Maria Penu describe el País Vasco y de Galicia expresivamente mencionando varias veces la lluvia y su tiempo cambiante. Esta descripción del norte contrasta con la del Sol en Valencia y Cádiz, que ha usado la autora anteriormente en su libro para crear la imagen del sur de España.

Esta imagen del sur caluroso, que es igualmente presente en los otros libros de Petrone Print, atrae la gente y predispone España hacia el turismo, que también está presente en todos los textos analizados. El turismo se suele clasificar como la rama de la economía, hoy en día se considera como una de las más importantes industrias en el mundo (Bonadei y Frediani 2007: 444). En todos los libros de Petrone Print se habla del turismo y su importancia para España, por ejemplo, en su libro Mart Normet (2014: 113) trata este tema, muestra la conexión entre el clima y el turismo y llama la atención al hecho de que España depende del turismo y está acostumbrado a él:

- 7) Incluso los lugareños admiten que hace mucho tiempo que no tienen que esforzarse: los turistas siguen llegando a raudales, pero hay que ser íntegro y no abusar de la situación. En comparación, por ejemplo, con la capital veraniega, Pärnu, que de alguna manera intenta mantenerse a flote durante nueve meses al año, sólo para engordar en tres. En Tenerife, acumulan grasa los 365 días del año. Así se engorda. Incluida la obesidad, la pereza y las enfermedades crónicas. Los lugareños no se molestan en trabajar tanto como hace falta para sobrevivir en la latitud de Estonia. (Apéndice 7)

El turismo no se solo conecta con el clima, también un motivo para viajar a España es su cultura, estética y la experiencia potencial del viajero (Bonadei y Frediani 2007: 444). Según los textos analizados, los turistas vienen a España por el flamenco

y la cultura en general (Gellert 2021: 17), por el desarrollo personal (Penu 2008: 7-8), por los estudios (Johannes 2015: 13–14) y por el sexo y la diversidad social (Lumiste 2010: 24, 180). Todos estos motivos menos el último forman parte del turismo cultural, que es la actividad de viajar por los estudios, los museos, los monumentos, la peregrinación y por los eventos artísticos y folclóricos. Este tipo de turismo puede tener impacto positivo en la sociedad o la economía, es decir, ayuda a preservar el patrimonio cultural y fomenta los proyectos, eventos y creaciones futuros. (Bonadei y Frediani 2007: 444–445) El aspecto económico se puede observar en el ejemplo 7, que transmite la seguridad económica de la gente. Lo mismo sale también en el libro de Kati Lumiste (2010: 24).

El turismo tiene también consecuencias negativas. Si el impacto positivo está mencionado solo en dos libros, los efectos negativos están presentes en todos los textos analizados, dónde se trata el problema de la basura (Lumiste 2010: 201), los precios (Antons 2019: 33), la discriminación (Penu 2008: 170-172), los carteristas (Normet 2014: 167; Gellert 2021: 133; Johannes 2015: 152), la caída de las pequeñas empresas locales (Antons 2019: 214) y la importación (Normet 2014: 117). Como los autores han mencionado más impactos negativos que positivos, la imagen de España relacionada con el turismo está claramente inclinada hacia lo negativo.

### **2.3. España y los españoles**

En los estudios imagológicos hay una teoría del clima que no es científicamente aceptada, pero ayuda a entender los orígenes de los estereotipos y de las imágenes. Según esta teoría, el clima, las condiciones climáticas y regionales se relacionan con los aspectos físicos y carácter de las personas y con las habilidades prácticas y espirituales. (Beller 2007b: 298) Podemos observarlo en dos diferentes niveles: supranacional y nacional. En los textos de “Minu...” se encuentran ambos.

Supranacionalmente, en los libros analizados se ha comparado a los españoles con los estonios. Los primeros se describen como habladores, ruidosos, ingeniosos, seguros de sí mismo, católicos, amigables y que a los españoles les gusta el contacto físico (Penu 2008: 82–83, 127; Normet 2018: 49, Lumiste 2010: 26; Johannes 2015: 162). Al mismo tiempo, los estonios son silenciosos, irritables, individualistas, paganos, necesitan mucho espacio personal y siguen las reglas (Penu 2008: 124, 209; Johannes 2015: 66; Gellert 2021: 207). Así, surge el dualismo del norte y el sur, los

autores ven la gente en el país de origen como personas menos sociables y tranquilas, mientras que los españoles son más activos en la sociedad y más extrovertidos. Esto se puede ilustrar con un ejemplo del libro de Anna-Maria Penu (2008: 124–127), Penu coge el taxi en Estonia y tiene mala experiencia, el taxista es un cascarrabias silencioso, después en el mismo capítulo la autora describe la situación parecida en España, dónde de nuevo coge el taxi, pero esta vez el taxista es muy amigable y hablador. Estas dos situaciones separadamente no significan mucho, pero juntas en el mismo capítulo crean la comparación estereotípica entre Estonia y España.

Además de la comparación entre lo sureño y lo norteño, podemos observar la imagen de los españoles usando la teoría del orientalismo, que divide los países en occidental y oriental. Existe la mentalidad orientalista con la que se analiza la nación desde la perspectiva europea, según la que se describe un país occidental con *libertad y democracia, razonamiento, autocrítica, organización, individualidad, trabajo, humildad* y un país oriental con *tiranía, fanatismo, ineficiencia, colectividad, pereza, sexismo*. (Thum 2007: 389) Analizando los textos de Petrone Print las descripciones crean la imagen oriental de España. Mirjam Johannes (2015: 179–180) habla de la falta de la libertad de expresión y de la democracia; la ineficiencia surge en todos los libros en la forma del papeleo y la burocracia, los dos se analizan más profundamente en el capítulo 2.4. Cultura de trabajo; la colectividad refiere a la importancia de la familia, los amigos y otras ocasiones sociales (Penu 2008: 60; Johannes 2015: 17, 225; Olavi 2019: 91); Mart Normet (2014: 113) describe los españoles perezosos; y Anna-Maria Penu (2008: 86–90) dedica todo el capítulo al feminismo y la desigualdad entre los hombres y las mujeres.

Nacionalmente, en los libros de Petrone Print aparece el dualismo de las regiones norteñas y sureñas cuando prestamos atención a las descripciones de los lugares mencionados y de la gente que vive allí. Málaga, Valencia, Tenerife, Ibiza son todos sureños. Barcelona está más en el norte que en el sur, pero por el mar tiene las condiciones climáticas sureñas. La descripción de los habitantes de las ciudades anteriores es lo mismo que la de España estereotípica, mencionado antes. Las personas en Galicia y el País Vasco, que están en el norte de España, no comparten las mismas características, por el contrario, según Anna-Maria Penu (2008: 255), los gallegos son tranquilos, paganos y reservados. Según la misma autora, los vascos parecen ser irritables, agresivos, silenciosos, cansados (Penu 2008: 177–178, 184).

Las imágenes de los gallegos y los vascos y de los estonios se parecen mucho, aunque están en diferentes partes de Europa y no comparten la historia cultural. La razón de por qué las imágenes se parecen es que la teoría del clima tiene impacto en la autora Anna-Maria Penu sin que ella se de cuenta.

## **2.4. Cultura de trabajo**

Sin excepción, en todos los libros de Petrone Print surge el tema del ritmo de la vida. En la mayoría de los textos analizados este tema surge a través de las reflexiones sobre el equilibrio entre las obligaciones y el ocio. Como Mart Normet fue a España para relajarse, es más consciente de la cultura laboral y los diferentes estilos de trabajo en Estonia y España. El emprendedor Olavi Antons, que fundó su propia empresa, también intentaba constantemente adivinar las mejores maneras para tener éxito en el mercado laboral. Otros autores no compararon claramente las diferencias de las culturas de trabajo, sino contando las historias se transmiten los detalles y los hechos, que no son a prima vista importantes, pero a largo plazo, con otras historias crean la imagen sobre el estilo laboral en España.

En primer lugar, en las obras de Mart Normet y Olavi Antons los trabajadores españoles parecen poco profesionales, perezosos e ignorantes. Surge el dualismo de lo occidental versus lo oriental. El primero presenta la sociedad individualista y activa, según los textos de los dos autores, sería Estonia, porque allí no importan tanto las conexiones como las competencias, iniciativa y la motivación. Lo oriental en imagología se refiere a la sociedad colectiva y pasiva, dónde desempeña un papel significativo conocer a gente adecuada o el lugar en la sociedad para conseguir un trabajo, la competencia laboral tiene el lugar secundario. (Leerssen 2007a: 29) El próximo ejemplo del libro de Antons (2019: 91) suma el estilo laboral de los españoles que surge frecuentemente en sus textos y en los de Mart Normet:

- 8) Olavi, en Tenerife, el puesto que queda libre en las empresas locales no se da a la persona más adecuada para el puesto, sino a la que, en opinión de quien toma las decisiones, más necesita el sueldo. Por ejemplo, si tiene cinco hijos. Y de alguna manera el trabajo se hace. (Apéndice 8)

En otros libros de Petron Print las autoras hablan sobre los esfuerzos y las dificultades que experimentaron para encontrar el trabajo o ganar el sueldo, sin mencionar que a los españoles les cuesta también conseguir el empleo, a excepción

del capítulo “Tuhande euro Põlvkond” (en español “La generación de mil euros”) en el libro de Anna-Maria Penu (2008: 71–75), donde analiza la situación económica y laboral de los jóvenes españoles. Así, los estonios hablan de sus propias dificultades y describen a los españoles en los bares y en las fiestas y festivales, el lector tiene la impresión de que los españoles son pasivos en el mercado laboral y no son trabajadores.

Otro aspecto que surgió en todos los libros analizados es el papeleo, que lleva tiempo para completar. En España los funcionarios exigieron que los autores prepararan muchos documentos y eso confundió a los estonios, porque en su país estuvieron acostumbrados con la tecnología que acelera el proceso. En el libro de Mart Normet (2014: 110–114) ja Olavi Antons (2019: 194–199) este tema fue tan presente que decidieron dedicar al tema un capítulo, mientras que los demás lo mencionaron brevemente. Mart Normet (2014: 110) escribe así:

- 9) Mientras que en Estonia se puede crear una empresa en un cuarto de hora y sin trámites burocráticos, aquí se tarda unos tres meses y hay que contratar a un contable experto. Se empieza por solicitar un nombre comercial, lo que lleva de dos a tres semanas. Una vez aprobada, se va al banco y se ingresan unos 3.000 euros en la cuenta de la empresa. Luego se redactan los estatutos y se acude a una notaría. (Apéndice 9)

Marju Gellert (Gellert 2021: 24) en el principio de su libro menciona que la burocracia no está tan atrasada como creen la mayoría de las personas, pero después, cuando tiene que completar algún papeleo, le fastidia mucho cuando debe esperar en las filas largas, hablar con los funcionarios que no pueden ayudar, regresar una y otra vez, pero sin resultado alguno. Además, le gustaría haber tenido más oportunidades de finalizar el proceso en línea (Gellert 2021: 45–48). Anna-Maria Penu, cuando quiere casarse tiene el mismo problema, las filas son largas, los funcionarios diferentes tienen la información distinta y eso le causa inconvenientes. Al fin Penu (2008: 221) pide ayuda a la embajada estonia, y éste le responde:

- 10) La Embajada de la República de Estonia responde que se trata de un caso de ignorancia por parte de un funcionario español, lo que ocurre a menudo (apéndice 10).

Según los libros, los procesos administrativos toman más tiempo en España y eso les causó a los estonios un choque cultural. Los autores midieron el sistema de España con las normas estonias. Las experiencias propias crean la definición de lo normal,

que no se corresponden a lo que experimentaron en España. Este fenómeno se llama el etnocentrismo (Leerssen 2007e: 323).

## **2.5. Periferia y el centro**

En este capítulo se analiza el dualismo de la periferia y el centro en los libros de Petrone Print. Esta oposición depende del contexto y puede referirse a la posición geográfica o a las relaciones sociales o políticas. En el centro se encuentra el poder y las instituciones de la cultura y de la educación, por eso se representa como dinámico, progresivo, enérgico, moderno e innovador. También se lo puede ver desde el punto de vista negativo, en este caso el centro sería decadente. Al contrario, la periferia es un lugar lejano del centro, sus grupos sociales a menudo no están incluidos en las actividades organizadas en los centros. Es subdesarrollada, lenta, rural, estática, pasiva y tradicional, pero desde otro punto de vista es tranquila, tiene mucha naturaleza, es nostálgica e idílica. (Leerssen 2007f: 278–280)

Por un lado, analizando los motivos de los escritores para ir a España, podemos ver que el país tiene las características de la periferia. Los turistas van a España para descansar, alejarse de la vida rápida, experimentar las tradiciones y para disfrutar la naturaleza, es decir se prefiere un sitio con su ritmo de vida lento, estático, pasivo, que sea tranquilo y dónde pueda tener el contacto con la naturaleza, por ejemplo, el mar (Johannes 2015: 90–94), las montañas (Gellert 2021: 167), los bosques (Gellert 2021: 91–94) y los volcanes (Normet 2014: 129–135). Adicionalmente, los escritores de los textos analizados nunca describen España desarrollada, al contrario, con mucha burocracia y la falta de automatización crean la imagen atemporal y periférica de España.

Como mencionamos antes, el centro y periferia dependen del contexto, es decir, desde el punto de vista europeo, se puede ver España como periferia, pero el mismo país tiene sus periferias y centros. Según las descripciones en los libros analizados, por un lado, los centros serían Madrid, como es la capital y el centro político, y Barcelona, como tiene buena economía. La vida es más dinámica en estas ciudades. Mirjam Johannes (2015: 16) describe Barcelona así:

- 11) Es curioso cómo en cada metro cuadrado de Barcelona hay una mezcla de preocupaciones cotidianas y sueños de gran ciudad. Bañeras de hierro fundido y una gran fachada. Motos

zumbando y un vecino encantador. Largas jornadas de trabajo y noches aún más largas. (Apéndice 11)

En el mismo libro se encuentra también como una ciudad puede dividirse en el centro y la periferia. En el ejemplo 12 Mirjam Johannes (2015: 148) escribe sobre Barcelona y las diferencias entre los barrios ricos donde los habitantes tienen la seguridad económica, y los barrios pobres donde hay más crimen, viven los inmigrantes y las personas con mala situación económica.

- 12) Según el ayuntamiento, aproximadamente la mitad de la población del Raval procede de otros lugares. Inmigrantes de Pakistán, Filipinas, Marruecos, Bangladesh y Ecuador encabezan la lista. El Raval es considerado por muchos el centro de la periferia, una zona salvaje y peligrosa, donde no se quiere caminar solo por la noche. (Apéndice 12)

Por otra parte, otras regiones descritas en los libros de Petrone Print, que son Tenerife, Galicia, Ibiza, País Vasco y Andalucía, tienen características periféricas. Son los lugares que quedan cerca de la frontera de España, y así están lejos de Madrid, que se considera el centro del país. Además, según los escritores, la vida es más lenta y pasiva. Los locales parecen tener más tiempo y menos estrés que en las ciudades más grandes. Los escritores resaltan la naturaleza y describen las regiones idílicas con su mar, montañas y frutas cogidas del campo. Un buen ejemplo viene del libro de Mart Normet (2014: 64), que transmite la imagen mostrando el lado idílico y atemporal de Tenerife:

- 13) El mejor lugar para encontrar el equilibrio interior. Todo lo demás brota de él: libertad, felicidad, amor. (Apéndice 13)

Relativo al trabajo, los españoles de estas regiones no parecen preocuparse por el trabajo ni tener grandes ambiciones profesionales, al contrario de los escritores estonios que hablan de sus dificultades para ganar dinero y entrar en el mercado laboral en España. Kati Lumiste (2010: 163) describe el ritmo de vida de los locales de Ibiza así:

- 14) Los pueblos del interior de Sant Joan y Santa Agnés han conservado su antiguo y tranquilo ritmo de vida campesino: del campo a casa, de casa a la iglesia, de vuelta al campo. (Apéndice 14)

Mart Normet (2014: 160) habla del mismo asunto, según él, para tener mejores oportunidades laborales y culturales los locales se van a otra región:

- 15) De la misma manera que la gente de la capital se considera mejor que la gente del campo y la gente de otras regiones se considera arrogante a la gente de la capital. Y aún más ampliamente, todo el archipiélago canario es una periferia total visto desde la España peninsular. Las mentes más brillantes están abandonando Canarias porque es demasiado estrecha para ellos. (Apéndice 15)

## **2.6. Comparación**

En esta parte de trabajo se analiza la imagen creada en los textos de viaje estonios anteriores, según el artículo de Mari Laan, con la de los textos analizados en este trabajo final del grado. Los que ha analizado Mari Laan se han escrito en el periodo diferente que los libros de Petrone Print, es decir, las circunstancias y la situación política y económica pueden haber cambiado, pero lo importante sería observar la imagen y analizar el cambio en la imagen española.

Primero, en su artículo Mari Laan trata de diferentes leyendas, que han caracterizado España a lo largo de las épocas, empezando con la leyenda dorada, con la que se representa el Siglo de Oro y con la que se describe España como un país desarrollado. Esta leyenda no surgió ni en los libros analizados por Mari Laan ni en los libros de Petrone Print. Además, Mari Laan escribe de la leyenda negra y de la leyenda rosa, que surgen en los textos analizados en el artículo y los libros de la colección “Minu...”.

Al principio las palabras clave de la leyenda negra fueron los conquistadores y la inquisición, pero luego obtuvo un significado más amplio, ahora puede definirse también como la mentalidad contra España, que trata de los hechos y las características desfavorables del país. Se pueden encontrar las dos interpretaciones de la leyenda negra en los textos de viaje analizados por Mari Laan, pero en los textos de Petrone Print los conquistadores y la inquisición no se mencionaron. Sin embargo, en las últimas obras los autores hablan de varias diferencias culturales que los conmovieron, por ejemplo, la burocracia no automatizada y la cultura laboral. Además, a menudo, los escritores de los libros de la colección “Minu...” refieren a España como un país subdesarrollado.

La decisión de los autores de viajar a España ya muestra el impacto de la leyenda rosa, que trata del aspecto turístico, de la herencia de la cultura árabe y de la naturaleza. Según esta leyenda, España es un sitio donde se puede tener una experiencia que no se encuentra en casa. Esta leyenda estaba presente en varios

textos del siglo anterior y en todos los textos de “Petronio Print”. Los autores de la colección “Minu...” van a España para ver la naturaleza, los sitios exóticos, por el clima y la amabilidad de los españoles. Los autores pueden ser inconscientes de la leyenda, pero aun así los afecta.

Al comparar los textos escritos durante los dos siglos, se observa que, a pesar de los cambios históricos, económicos y culturales, las dos leyendas están constantemente presentes. Han cambiado los detalles de los eventos, pero los autores tienen la misma mentalidad hacia España y por eso los textos presentan las mismas ideas y transmiten las mismas imágenes. Además, del mismo modo que los textos estonios anteriores reflejan la mentalidad europea, también se encuentran las mismas ideas e imágenes en libros de la colección “Minu...”. Es un buen ejemplo de que las imágenes y los estereotipos son difíciles de cambiar, aunque el medio que formó la opinión y que consumieron los autores fue diferente en estos dos siglos.

## Conclusión

Los libros de la colección “Minu ...” reflejan las mismas imágenes que aparecen en los textos de viaje estonios anteriores y en la literatura europea contemporánea. En las obras europeas hay tres leyendas más comunes: la leyenda dorada, que no ha tenido mucha influencia en la literatura contemporánea y tampoco aparece en los textos estonios ni en los libros de la colección “Minu...”; la leyenda negra y la leyenda rosa, que son más comunes y aparecen en los textos estonios anteriores y también en las obras analizadas en este trabajo. Considerándolo todo, los libros de Petrone Print sobre España siguen la misma tradición imagológica que otros libros contemporáneos estonios y europeos.

Los autores de la colección "Minu..." tienen diversas motivaciones para viajar a España, desde escapar de la monotonía hasta buscar pasión o relajación. A través de sus experiencias, emergen estereotipos sobre el clima, la cultura y la gente española. Se resalta el clima cálido y la cultura árabe, que presenta la leyenda rosa. Sin embargo, el clima soleado atrae a los turistas o inmigrantes y esto conlleva impactos negativos como el problema de la basura, los precios aumentados, la discriminación, los carteristas y la importación. Los últimos ejemplos desfavorables del país, la burocracia y la percepción de los españoles como menos profesionales ilustran la leyenda negra.

Además de las leyendas, apareció la dualidad entre el norte y el sur. En las partes sureñas los españoles del sur son vistos como extrovertidos, sociables y profesionalmente más pasivos, mientras que los del norte son más reservados y trabajadores. Además, se aplican conceptos del orientalismo para describir ciertos aspectos de la sociedad española, como falta de la libertad de expresión, el papeleo y la burocracia, la importancia de la familia, la desigualdad entre los hombres y las mujeres. Asimismo, se observa una división entre el centro, como Madrid y Barcelona, y la periferia, como Tenerife y Galicia, destacando las diferencias en ritmo de vida y desarrollo económico.

Este trabajo ofrece una visión detallada de cómo se representa España en la colección de los libros de “Minu...” de Petron Print, mostrando las imágenes y estereotipos asociados con el país y su gente. Además, se profundiza en la comprensión de cómo

se transmiten estos estereotipos y percepciones culturales. Es más, refleja sobre identidades nacionales y regionales, en otras palabras, muestra que todas las partes de España no son iguales, que hay diversidad cultural.

## Bibliografia

- Arendt, Astrid (2007): “North/South”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 387–389.
- Beller, Manfred (2007a): “Perception, image, imagology”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 3–16.
- Beller, Manfred (2007b): “Climate”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 298–304.
- Bonadei, Rossana; Frediani, Federica (2007): “Tourism”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 443–445.
- Fontana, Humberto (s. f.): “Leyendas negra y dorada”, [en línea] *Diccionario de Historia de Venezuela*. Disponible en <https://bibliofep.fundacionempresaspolarg.org/dhv/entradas/l/leyendas-negra-y-dorada/> [Consulta: 12.01.2024].
- Kõvamees, Anneli (2008): *Itaalia Eesti reisikirjades: Karl Ristikivi „Itaalia capriccio” ja Aimée Beekmani „Plastmassist südamega madonna”*, Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus.
- Laan, Mari (2019): “Hispaania kuvand eesti reisikirjades: Teekond Tuglaseni ja Tuglasest tänapäevani”, *Keel ja Kirjandus* 8–9, pp. 728–745. DOI: <https://doi.org/10.54013/kk742a13> [Consulta: 12.01.2024].
- Leerssen, Joep (2000): “The rhetoric of national character: A programmatic survey”, *Poetics Today* 21, pp. 267–292. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-21-2-267> [Consulta: 12.01.2024].
- Leerssen, Joep (2007a): “Imagology: history and method”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 17–32.

Leerssen, Joep (2007b): “Image”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 342–344.

Leerssen, Joep (2007c): “Nation, ethnïe, people”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 377–381.

Leerssen, Joep (2007d): “Exoticism”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 325–326.

Leerssen, Joep (2007e) “Ethnocentrism, eurocentrism”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 323–324.

Leerssen, Joep (2007f): “Centre/periphery”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 278–281.

López de Abadia, José Manuel (2007): “Spaniards”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 242–248.

Meier, Albert (2007): “Travel writing”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 446–450.

Thum, Bernd (2007): “Orientalism”. En Manfred Beller, Joep Leerssen (ed.): *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*, Amsterdam–New York: Rodopi, pp. 389–393.

## Corpus

Antons, Olavi (2019): *Minu Tenerife: Kompassiga kliimapagulane*, Tartu: Petrone Print.

Gellert, Marju (2021): *Minu Hispaania: Elu nagu mustlaskaravanis*, Tartu: Petrone Print.

Johannes, Mirjam (2015): *Minu Barcelona: Mäe ja mere embuses*, Tartu: Petrone Print.

Lumiste, Kati (2010): *Minu Ibiza: Vaba armastuse saar*, Tartu: Petrone Print.

Normet, Mart (2014): *Minu Tenerife: Noor pensionär*, Tartu: Petrone Print.

Penu, Anna-Maria (2008): *Minu Hispaania: Läbi maailma iseendani*, Tartu: Petrone Print.

## Resümee

### Hispaania kuvand Petrone Prindi “Minu”-sarja raamatutes

Käesoleva töö eesmärgiks on analüüsida Hispaania kuvandit sama riigi kohta käivates “Minu”-sarja raamatutes, viimaste näol on tegemist kuue Petrone Prindi kirjastuse poolt välja antud reisikirjaga. See on žanr, kus tulevad kuvandid ja stereotüübid rohkem esile, sest autori eesmärgiks on anda lugejale edasi selge idee võõrast riigist (Meier 2007: 446), see tähendab, et imagoloogilist analüüsi on kergem teostada. Lisaks, arvestades, et meedia, nagu näiteks raamatud, kinnistab stereotüüpe (Kõvamees 2008: 20) ja et tegemist on populaarse raamatusarjaga, on oluline uurida, mis kuvandit lugejatele edastatakse.

Töö vastab kolmele uurimisküsimusele:

- Mis Hispaania ja hispaanlaste kohta käivad kuvandid ja stereotüübid esinevad “Minu”-sarja raamatutes?
- Missugused imagoloogilisi teooriaid saab rakendada “Minu”-sarja raamatutes esinevate kuvandite uurimisel?
- Kas “Minu”-sarja raamatutes loodud kuvandid erinevad Mari Laane (2019) artiklis „Hispaania kuvand eesti reisikirjades“ analüüsitud reisikirjete kuvandist?

Töö on jaotatud kaheks suureks peatükiks. Teoreetilises osas selgitatakse, mis on imagoloogia, defineeritakse eelneva teadusharu olulisemad mõisted. Samuti tuuakse samas peatükis välja, milleni on jõutud eelnevate uurimuste käigus. Teises peatükis analüüsitakse “Mina”-sarja raamatuid, tuginedes Leersseni (2007a) poolt välja pakutud metoodikale, seades rõhku kõnekujunditele, võrdlustele, kirjeldustele ja võttes arvesse konteksti, žanri ja stiili. Samas osas analüüsitakse raamatutes korduvalt esinenud teemasid, milleks on autorite ootused, kliima, turism, Hispaania ja hispaanlased, töökultuur ning perifeeria ja keskus. Teise peatüki viimases osas võrreldakse saadud tulemusi Mari Laane (2019) artiklis välja toodud järeldustega.

Analüüsi käigus selgus, et “Mina”-sarja raamatud järgivad sama traditsiooni mis eelnevalt kirjutatud eesti reisikirjad ja Euroopas kirjutatud muud teosed. See tähendab, et nagu muus kaasaegses kirjanduses esines ka “Mina”-sarja raamatutes must ja roosa legend. Nendest viimast esindab autorite soov minna Hispaaniasse, et

kogeda araabia pärandit ja kuuma kliimat. Lõunamaa kuvand teeb riigist atraktiivse sihtkoha turistidele ja immigrantidele, millest tekib mitmeid probleeme: prügireostus, hinnatõus, diskrimineerimine, taskuvargad ja suur import. Need riiki ebasoosingusse asetavad aspektid ning ka mitmeid kordi mainitud bürokraatia ja laiskade hispaanlaste kuvand illustreerivad musta legendi.

Lisaks legendidele, esineb ka võrdlusi lõuna ja põhja piirkondade vahel. Esimeses kirjeldati hispaanlasi sotsiaalsematena aga töökeskkonnas passiivsematena, teises nähti inimesi tagasihoidlikumate aga töökamatena. Samuti esineb "Mina"-sarja raamatutes orientalisti tunnuseid: vähene sõnavabadus, paberimajandus, pere väärtustamine ning meeste ja naiste ebavõrdsus. Eelnevatele lisandub ka keskuse ja perifeeria kõrvutamise, mille käigus tulevad välja kahe koha elurütmi ja majandusliku olukorra erisused.

Tehtud töö pakub detailset ülevaadet Hispaania kuvandist "Minu"-sarja raamatutes, tuues välja uuritava riigi kohta käivad kuvandid ja stereotüübid. Samuti selgitatakse, kuidas need stereotüübid ja kultuuri tajumine edasi kanduvad. Lisaks eelnevale kinnitab analüüs, et Hispaania erinevad piirkonnad erinevad üksteise poolest nii kultuuri kui ka majandusliku olukorra poolest.

## Apéndice

1. “Mardi ladusalt kirjutatud ja mõnuga loetav raamat on aidanud murda Tenerife kui ainult basseinipuhkust võimaldava sihtkoha väärat kuvandit rohkem kui kõik varasemad sellesuunalised ponnitused kokku. Ma saan seda väita empiiriliselt, sest peale Mardi “Minu Tenerife” ilmumist muutusid Kompassis meile esitatavad küsimused kardinaalselt. Varasemad kas-küsimused asendusid küsimustega, mis algasid küsisõnaga “kuidas?”.“ (Antons 2019: 293)
2. “Ma ei armasta kaamost ja külma, mis Eestis nii tavaline. Elamine pidevas ootuses, millal läheb soojaks, sügisel õhkamine, et tuleks vähemalt lumigi maha. Tahan rõõmu ja joovastust. Siin kliimas on mul hea olla.” (Lumiste 2010: 22)
3. “Esimene lennureis, esimene lõunamaareis. Need lõhnad, need värvid, see soe ja sume õõ ning mingisugune müstiline äratundmine kusagil hingesopis.” (Gellert 2021: 13)
4. “Lõdisen kodus ja keeldun kangekaelselt toas mantliga käimast. Ja kes siis Hispaaniasse kolides kampsuneid kaasa pakib?” (Gellert 2021: 41)
5. “Vaja on vaid nelja nappi kuud, et karmi kliimaga põhjamaalt tulnud pagulane unustaks ära, et maapinna märjaks saamiseks on ka teisi viise kui voolikuga kasta. Et see võib tulla ka taevast – olgu peale nii lühikese vihmasabina, et ma seda tööhoos ennist ei märganudki.” (Antons 2019: 130)
6. “Olin Galicia pealinnas A Coruñas ja juhtumas oli täpselt see, mille eest mind hoiatasid kõik mu hispaanlastest tuttavad, kes ise kunagi Galicias käinud pole – taevas on hall, udu katab vaatevälja ning vihma sajab nõnda tugevasti, nagu oleks tegemist veeseinaga.” (Penu 2008: 251)
7. “Seda möönavad ka kohalikud, et ammu pole pidanud pingutama – turiste muudkui voolab peale, ole ainult mees jakasuta olukorda ära. Võrreldes näiteks suvepeallinna Pärnuga, mis üheksa kuud aastas püüab kuidagi nina vee peal hoida, et siis kolme kuuga rasva kogud. Tenerifel kogutakse rasva 365 päeva aastas. Nii see pekk tuleb. Kaasaarvatud ülekaal laiskus ja kroonilised haigused. Kohalikud tõesti ei viitsi nii palju tööd rügada kui Eesti laiuskraadil ellujäämiseks vajalik.” (Normet 2014: 113)

8. “Olavi, Tenerifel ei saa kohalikes firmades vabanenud töökohta endale mitte see, kes selleks tööks kõige paremini sobib, vaid see, kellel on otsutaja hinnangul selle töö eest makstavat palka kõige rohkem vaja. Näiteks on tal viis last. Ja küll see töö ka kuidagi kamba peale tehtud saab.” (Antons 2019: 91)
9. “Kui Eestis saab firma tehtud veerand tunni ja null bürokraatiaga, siis siin kandis võta see aega umbes kolm kuud ja nõuab osava raamatupidaja palkamist. Alustada tuleb ärinime taotlemisest, mis võtab paar kolm nädalat. Kui kinnitus käes sammud pank ja paned firma arvele umbes 3000 eurot. Siis koostad põhikirja ja lähed notaribüroosse.” (Normet 2014: 110)
10. “EV saatkond vastab, et siin on tegemist Hispaania ametniku ignorantsusega, mida juhtub tihti” (Penu 2008: 221).
11. “Naljakas, kuidas igal Barcelona ruutmeetril põimuvad argielu mured ja suurlinna unistused. Malmvannidega pesuköögid ja suursugune fassaad. Vurisevad mootorattad ja šarmantne naabripoiss. Pikad tööpäevad ja veel pikemad peoõöd.” (Johannes 2015: 16)
12. “Linnavalitsuse sõnul on umbes pool Raval elanikkonnast pärit mujalt. Edetabelit juhivad Pakistani, Filipiinide, Maroko, Bangladeshi ja Ecuadori immigrandid. Raval on paljude silmis perifeeria kesklinnas, natuke metsik ja ohtlik kant, kus öösiti üksi läbi jalutama ei kipu.” (Johannes 2015: 148)
13. “Parim koht, kus leida sisemist tasakaalu. Selle pealt tärkab kõik muu: vabadus, õnn, armastus.” (Normet 2014: 64)
14. “Sisemaa külad Sant Joan ja Santa Agnés on säilitanud oma iidse talupoegliku vaikse elurütmi – põllult koju, kodunt kirikusse, jälle põllule” (Lumiste 2010: 163).
15. “Samamoodi, nagu peab pealinlane end maakatest paremaks ja teiste piirkondade rahvas pealinnaelanike ülbeks. Ning veel laiemas plaanis Mandri-Hispaaniast vaadates on kogu Kanaari saarestik üks totaalne perifeeria. Helgemad pead lasevadki Kanaaridelt jalga, sest siin on nende jaoks kitsas.” (Normet 2014: 160)

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Kalli Kolberg

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose **Imagen de España en la colección de los libros de “Minu...” de Petrone Print**, mille juhendaja on Klaarika Kaldjärv, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kalli Kolberg

27.05.2024