



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

EL TURISMO LITERARIO COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA CULTURA

Alumno: Lucía Lallena Valderrama

Mayo, 2016

Resumen

La modalidad de turismo cultural es una de las más populares en la actualidad, debido al auge de la protección del patrimonio cultural, además de ser una herramienta para el aprendizaje del mismo. El turismo literario forma parte de este tipo de turismo, pero es una de las modalidades que más se desconocen, aunque sea un medio interesante a la hora de conocer y promover el patrimonio literario. A través de este trabajo se pretende explicar en qué consiste el turismo literario, cuál ha sido su evolución y características, y de qué manera puede ser un elemento clave para el aprendizaje y conocimiento de la cultura, especialmente del patrimonio literario.

Palabras clave: Turismo, literatura, patrimonio, aprendizaje de la cultura.

Abstract

Cultural tourism is one of the most popular forms of tourism at present, due to the increasing concern about cultural heritage, since this is a useful way to learn about the heritage of any country. Literary tourism is in turn a type of cultural tourism, but it is one of the most unknown, even though it is an interesting way to know and promote the literary heritage of a country. This project will explain the phenomenon of Literary Tourism, its evolution through history, its main features, and how it can be an important resource to learn and know the culture, and especially the literary heritage, of a geographical area.

Keywords: Tourism, literature, heritage, learning culture.

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	LA CULTURA COMO RECURSO TURÍSTICO	3
3	TURISMO CULTURAL. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.....	4
4	TURISMO LITERARIO.....	6
4.1	DEFINICIÓN	6
4.2	EL LIBRO COMO RECURSO TURÍSTICO.....	7
4.3	EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO LITERARIO.....	8
4.4	LOS LUGARES LITERARIOS.....	11
5	TURISTAS LITERARIOS	13
6	LA AUTENTICIDAD EN EL TURISMO LITERARIO	15
6.1	EL CONCEPTO DE AUTENTICIDAD.....	15
6.1.1	Autenticidad objetiva	16
6.1.2	Autenticidad construida	16
6.1.3	Autenticidad existencial	16
7	AUTENTICIDAD Y TURISMO LITERARIO	17
8	TIPOLOGÍAS DE TURISMO LITERARIO	18
8.1	Turismo literario relacionado con el autor:	18
8.1.1	Lugares de nacimiento del autor	18
8.1.2	Casas de autores	18
8.1.3	Tumbas de autores.....	19
8.2	Turismo literario relacionado con la ficción	19
8.3	Escritura de viajes	21
8.4	Turismo literario inducido por el cine.....	21
8.5	Festivales literarios.....	22
8.6	Turismo de librerías	23
9	PRODUCTOS DE TURISMO LITERARIO. EJEMPLOS	23
9.1	Stratford-upon-Avon y Shakespeare	24
9.2	Bath y Jane Austen.....	26
9.3	Haworth y las hermanas Brontë	27
9.4	Ruta de Charles Dickens	29
10	APORTACIONES DEL TURISMO LITERARIO EN EL APRENDIZAJE DE LA CULTURA.....	31
11	CONCLUSIONES	33

12	BIBLIOGRAFÍA.....	36
----	-------------------	----

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. CASA EN LA QUE NACIÓ WILLIAM SHAKESPEARE	24
FIGURA 2. NASH HOUSE.....	25
FIGURA 3. INTERIOR DEL CENTRO DE JANE AUSTEN	26
FIGURA 4. CASA EN LA QUE VIVIÓ JANE AUSTEN	27
FIGURA 5. PARSONAGE, EL HOGAR DE LA FAMILIA BRONTË.....	28
FIGURA 6. INTERIOR DE PARSONAGE.....	28
FIGURA 7. MUSEO DE CHARLES DICKENS EN LONDRES	29
FIGURA 8. INTERIOR DEL MUSEO	30
FIGURA 9. LUGAR DE NACIMIENTO DE CHARLES DICKENS.....	30

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno de desarrollo mundial, además de una actividad que engloba un número cada vez mayor de modalidades distintas, adecuándose a los recursos que los lugares ofrecen a los turistas y de qué manera pueden interesarle a un público objetivo. Se pueden percibir casi tantas modalidades turísticas como gustos tenga el turista: sol y playa, de salud, deportivo, de compras, urbano, etnográfico, gastronómico, rural, de negocios, cinematográfico, monumental, cultural... De hecho, el turismo cultural es una de las tipologías del turismo con mayor auge en el panorama actual, debido al aumento de la importancia de la conservación y valoración del patrimonio cultural, material o inmaterial que poseen los diferentes destinos turísticos, e incluso los no turísticos, obteniendo a través de este tipo de turismo una herramienta clave para desarrollar su economía.

Este trabajo tiene como **tema principal** el turismo literario, una de las modalidades de turismo cultural, y de qué manera este tipo de turismo sirve como medio de difusión de la cultura en la sociedad. Este tema se considera relevante debido al ya mencionado auge que está teniendo en la actualidad el turismo cultural, añadiendo el crecimiento del interés por el turismo experiencial, el cual busca sorprender y provocar en el turista sensaciones y experiencias únicas. Estos factores van teniendo cada vez más importancia a la hora de organizar servicios turísticos de cualquier tipo.

También se tiene en cuenta la cada vez más frecuente aparición y desarrollo de lugares literarios, basados en algún libro que tenga éxito en la actualidad o en obras e incluso autores clásicos. Este tipo de fenómenos está cambiando la dirección de la literatura, convirtiendo ésta en experiencias que van más allá de la lectura, desarrollándolas en espacios que sitúan al lector y a su imaginación en lugares reales, incluso casi sintiendo los mismos sentimientos que el autor al escribir las obras, o los personajes al vivir sus historias. Esto, unido al aumento de la lectura en la actualidad a través del fenómeno de los best- sellers, y el desarrollo y la popularidad de los libros electrónicos como aspectos más distintivos provoca que el turismo literario pueda desarrollarse con facilidad como una alternativa de turismo cultural, sostenible y difusora del patrimonio literario.

La estructura de este trabajo se organiza a través de diferentes **secciones**, siendo la primera de ellas esta introducción. La segunda sección incluye la relación entre la cultura y el turismo, para después en la tercera sección definir el turismo cultural y su importancia en la actualidad. Las secciones cuarta y quinta continúan con la definición del turismo literario como modalidad de turismo cultural, se explica su evolución histórica y los elementos existentes en el mismo, incluyendo los turistas literarios y sus motivaciones. Las secciones sexta y séptima explican la autenticidad y su papel en el turismo tanto general como en el turismo literario. La octava sección clasifica las diferentes tipologías que puede tener el turismo literario. La novena sección incluye varios ejemplos de productos de turismo literario en el Reino Unido, y la décima incluye las aportaciones que puede realizar el turismo literario en el aprendizaje de la cultura, finalizando con las conclusiones en el apartado undécimo.

En cuanto a los **objetivos** que se persiguen con este trabajo, se pretende explicar en qué consiste el turismo literario, la importancia que tiene el patrimonio literario a través del desarrollo de este tipo de turismo, cómo puede ser un elemento a tener en cuenta en el aprendizaje del patrimonio cultural, ya sea desde el punto de vista académico, como en el caso de cualquier persona amante de la literatura y que desee vivir la experiencia del modo más auténtico, visitando lugares que inspiraron a los autores y los que formaron parte de sus vidas, o incluso inspirando a los autores actuales en su trabajo.

A través del desarrollo de este tipo de turismo aumenta también la conciencia literaria y se pone aún más en valor el patrimonio literario, resucitando en cierta manera a los autores y las obras clásicas que en ocasiones se olvidan o disminuye el conocimiento de las mismas ya sea por el paso del tiempo, o por el hecho de que exista un bajo interés en ellas por parte del público actual.

2. LA CULTURA COMO RECURSO TURÍSTICO

La cultura, según la UNESCO, “puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.¹

Cultura y turismo han tenido una relación directa, especialmente a partir del siglo XV, cuando comenzaron los viajes culturales y educacionales, cuyos destinos eran las grandes ciudades del saber. Esta actividad mantuvo su importancia en el siglo XVII, cuando los jóvenes británicos se incorporan como partícipes del fenómeno turístico, completando su formación académica viajando por distintos países y grandes ciudades de Europa, práctica que se conoce como “Grand Tour”, la cual podía durar varios años.

El turismo siguió evolucionando, y con ello se popularizó el turismo de balnearios y el de sol y playa, el cual se vio incrementado especialmente a partir de los años 70 en muchas zonas de litoral a lo largo del planeta. Cobra especial importancia este tipo de turismo en nuestro país, recibiendo así el turismo de masas que hasta hace poco tiempo se ha impuesto en nuestro territorio.

Aún así, este turismo de masas ha ido compartiendo evolución con la aparición de otros tipos de turismo muy variados, todos ellos motivados por el cambio en la demanda de los mismos y por la búsqueda de nuevas experiencias únicas en lugares desconocidos para los turistas. Esta modalidad de turismo experiencial es la que cada vez está cobrando mayor importancia en el panorama turístico internacional, lo cual puede observarse en cualquier feria de turismo e incluso en la oferta turística que se realiza en las empresas turísticas, además de en los propios territorios con el fin de darse a conocer a través del turismo.

Actualmente, en el fenómeno turístico y debido a la aparición de estas nuevas modalidades turísticas, se encuentra presente la cultura como un pilar fundamental, ya sea para generar auténticas experiencias, como para elaborar productos turísticos.

¹ Información extraída del recurso web <http://www.un.org/es/globalissues/culture/>

Entre ellas se destaca el auge que está teniendo el turismo cultural en la actualidad, debido a su novedad, autenticidad, su carácter complejo y la cada vez mayor importancia que se le da al patrimonio cultural en la sociedad actual, ya sea material o inmaterial.

3. TURISMO CULTURAL. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Aunque la definición de turismo cultural varía según los autores, se puede afirmar que todas ellas tienen en común la búsqueda del conocimiento de la cultura. Según Richards (2000) citado por Fernández (2006, pp 36), el turismo cultural es “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales”.

Al ser un tipo de turismo bastante complejo, puede englobar diferentes modalidades, tales como turismo monumental, industrial, gastronómico, enológico, arqueológico, urbano, literario, etnográfico, entre otros. De esta manera se crean en muchas ocasiones rutas específicas e incluso personalizadas sobre el tema elegido.

Dentro del panorama turístico, el cultural es uno de los sectores que más ha crecido y que tiene mayores expectativas. Además de animar cada vez a más viajeros, también implica cada vez más elementos. González (1996), citado por Fernández (2006, pp 37) escribe que “lo que hace tiempo era objeto de aprecio para unos pocos investigadores e interesados, muestra de una cuidada educación, hoy es también objeto de esparcimiento, punto de peregrinación y objeto de negocio”.

Según Fernández (2006), los factores que han influido en el auge de este tipo de turismo han sido los siguientes:

- El incremento del nivel económico, educativo y cultural de la población, lo cual provoca la ampliación de demanda de turismo cultural a grandes capas de la sociedad.
- La democratización de la cultura, y la ampliación del concepto de cultura desde las obras singulares hasta cualquier testimonio de la cultura humana

- Las limitaciones de la oferta de turismo de sol y playa, incapaz de llenar el tiempo de ocio y de vacaciones
- El afán conservacionista y ecologista del público, que es cada vez más sensible a la destrucción medioambiental
- Las políticas de promoción del turismo rural y cultural que proponen las distintas administraciones, tanto europeas como locales, para completar la economía de las áreas rurales y desfavorecidas
- La reestructuración de la demanda, que no sólo se ha multiplicado en número de personas que viajan, sino también las veces que viajan a lo largo del año

En cuanto a los beneficios que genera este tipo de turismo, es importante tener en cuenta que sirve de medio de difusión y expansión en los territorios tradicionalmente no turísticos, los cuales a través de la puesta en valor de su patrimonio, unido a una correcta interpretación del mismo, consiguen hacerse llegar a todo tipo de turistas, haciéndoles partícipes de su cultura y promoviendo el conocimiento de las tradiciones, lugares históricos, leyendas e incluso gastronomía típica del lugar. A través del turismo cultural, los turistas, sobre todo extranjeros o los que no son conscientes del patrimonio cultural de un destino, pueden conocer y aprender sobre manifestaciones culturales materiales o inmateriales diferentes de las ya conocidas en su cultura, adquiriendo de esta manera un aprendizaje continuo y promoviendo el conocimiento y la comprensión entre culturas distintas, algo cada vez más importante en un entorno globalizado como en el que nos encontramos.

Pero esta actividad también puede servir de utilidad a aquellos lugares masificados que buscan una diversificación de sus actividades turísticas, dando respuesta de esta manera a los turistas que buscan una experiencia diferente. De hecho, este tipo de turismo puede satisfacer fácilmente las necesidades de la demanda actual, la cual busca experiencias novedosas y de calidad.

Este tipo de turismo gestionado correctamente, además de promover el desarrollo económico de la zona, puede incluso provocar en la población local un sentimiento de orgullo y sensibilización por el patrimonio local. De este modo, la población local puede apreciar mejor los recursos culturales autóctonos, que podrían incluso perderse al no considerarlos como algo valioso y que se debe cuidar y potenciar, fomentando la idea de su valor para la sociedad. El turismo cultural resulta esencial para la protección

y conservación del patrimonio y las costumbres autóctonas de los lugares, instaurando de esta manera una cultura de protección hacia el patrimonio histórico-artístico que es esencial para la conservación del mismo de cara a las generaciones futuras.

Este tipo de turismo también va unido a un desarrollo económico del lugar, a través de los ingresos que generan este tipo de actividades, además de la creación de empleo y el aumento de la renta de la población local. Por lo cual, en muchos países en desarrollo la apuesta por este tipo de turismo es esencial para su desarrollo económico y la mejora de la calidad de vida, al obtener grandes beneficios económicos.

Otra de las ventajas que ofrece el turismo cultural es la no estacionalidad, a diferencia de otros tipos de turismo como el de sol y playa, el cual viene marcado por una gran estacionalidad concentrando la actividad turística en la época estival.

En definitiva, al ser el turismo cultural una de las modalidades con mayor auge en la actualidad, la evolución del turismo literario como una de las modalidades de este tipo de turismo es un aspecto a considerar, debido a la democratización de la cultura, la expansión y generalización de la cultura literaria y el estudio de la historia a través de la literatura en todo el mundo.

4. TURISMO LITERARIO

4.1 DEFINICIÓN

El turismo literario puede ser definido como un tipo de turismo cultural, el cual incluye la visita a los lugares y eventos relacionados con los escritores, sus trabajos, y las representaciones literarias que se realizan basadas en sus obras. Algunos autores al definir el turismo literario sólo tienen en cuenta la visita a los lugares relacionados con escritores o novelas.

En este sentido Squire (1996), citado por Smith (2013), realiza una definición más integradora de este tipo de obras, definiendo el turismo literario como “aquel asociado con los lugares de representaciones literarias y/o con conexiones con figuras literarias”. La especialista en turismo literario, Nicola Watson (2009), citada por Smith (2013), describe este tipo de negocio como las prácticas interconectadas de visitar y delimitar los lugares asociados con los escritores y su trabajo.

De igual modo, todas estas definiciones, aún siendo un poco más integradoras, siguen sin tener en cuenta los eventos que se crean en relación a estos autores y obras. Ejemplos de este tipo de eventos son las obras de Shakespeare, las cuales no son únicamente atractivos para el turista/lector en la forma de documentos escritos y lugares asociados a ellos, sino también pueden ser atractivos en forma de representación teatral o de ballet, en muchos lugares. Otro tipo de eventos pueden ser los festivales de literatura como los de Shakespeare en el Reino Unido y en EEUU, o el Festival Internacional del Libro de Edimburgo, además de cualquier feria literaria en la cual participen los autores realizando firmas de libros y otras actividades.

Así, el turismo literario, aunque dependa en gran medida de elementos tangibles relacionados con los autores, su vida y sus obras, también tiene en cuenta manifestaciones como las representaciones de los personajes y/o de lugares imaginarios, e incluso los eventos relacionados con la literatura que pueden celebrarse en cualquier lugar del mundo.

4.2 EL LIBRO COMO RECURSO TURÍSTICO

Se puede considerar la literatura como un viaje a través de la imaginación del lector, de los lugares, personajes e historias durante la lectura de un libro. Por lo que en el turismo literario, estos lectores se convierten en turistas de su propia imaginación. Esto es un aspecto a tener en cuenta el cual hace que el turismo literario, a diferencia de otros tipos de turismo, es un turismo que provoca los sentimientos de los turistas de “ya conocer” de alguna forma el lugar que están visitando, lo cual es una experiencia mucho más especial que la de visitar un lugar desconocido.

Teniendo en cuenta este aspecto, se puede afirmar que se realiza a la vez un viaje objetivo por los lugares literarios y un viaje subjetivo a través de lo que imagina el lector. De hecho, el lector/turista, mediante este tipo de turismo, descubre y compara con sus propios ojos lo que ha imaginado en la lectura con lo que vive en la realidad. De este modo va creando una experiencia que va más allá de las experiencias que puede vivir en otras modalidades de turismo, las cuales se pueden considerar más simples y menos significativas en el sentido de que no conllevan una conexión tan personal como la del turismo literario.

Otro de los puntos claves del turismo literario, concretamente de las preferencias diversas de los turistas y sus motivaciones es que se incluye la nostalgia personal y colectiva y el compromiso cultural, lo cual proporciona un tipo de demanda muy diferente a la de otros tipos de turismo, ya que incide de una manera importante en los sentimientos de los turistas.

Según Magadán y Díaz (2013), este turismo puede responder a las sensaciones, los sentimientos, las sensibilidades y los sentidos de los visitantes, diferenciándose de otros tipos de turismo en que no está orientado al gran consumo como un producto-servicio. De esta manera, un libro puede ser el método de atracción turística hacia un lugar, ya sea directa o indirectamente, lo cual es una manera novedosa en el entorno del turismo de atraer visitantes.

El turismo literario puede convertirse en la herramienta para dar a conocer muchos destinos no turísticos originalmente, produciendo en ello beneficios. Estos pueden ser económicos, como el aumento de la renta, creación de empleo directo e indirecto y diversificación de la economía. En los países en vías de desarrollo o con economías estancadas, el turismo literario puede contribuir a la reducción de la pobreza y mejora de la calidad de vida.

Merece especial mención los beneficios culturales, al darse a conocer un destino a través de la cultura autóctona, que se conoce a través de los libros y del propio viaje, haciendo del aprendizaje cultural una actividad que puede ser llevada a cabo para cualquier tipo de turista.

Además se promueve el intercambio cultural a través de la visita de turistas de cualquier parte del mundo al destino en cuestión, aumentando la conciencia cultural y el intercambio entre personas de diferentes culturas a través de esta actividad.

4.3 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO LITERARIO

Los lugares que se asocian con los escritores y sus obras siempre han despertado un gran interés, ya fuera para otros escritores como para personas que simplemente desean rendirles homenaje. Hendrix (2009), explica que las primeras prácticas conocidas de turismo literario se remontan a la época romana, en la cual se contemplaban las tumbas de autores. De hecho, la acción de contemplar tumbas de escritores era muy común,

sobre todo para otros autores. Ésta práctica se consideraba un símbolo de respeto hacia los autores fallecidos.

Escritores romanos como Horacio o Cicerón adquirieron fama y respeto en sus vidas, algo que se complementaba con la rápida expansión de sus obras a través de un sistema esclavista de transcripción de sus escritos los cuales podían distribuirse rápidamente por todo el Imperio Romano, por lo que la literatura comenzó a extenderse ya durante este período. Según Hendrix (2009), en esta época el turismo literario era una manera de honrar a los hombres ilustrados, cuyo patrimonio intelectual se consideraba muy presente en los lugares donde habían nacido, vivido y muerto. Esta práctica se origina debido a la admiración de las personas por el autor y su trabajo, y con el deseo de ir más allá de las obras del autor. Es esta combinación la que provoca el desarrollo del turismo literario a lo largo de la historia.

En el período desde la época medieval tardía hasta la versión moderna del turismo literario, el turismo literario está dominado por la figura del poeta Francesco Petrarca, quien comienza siendo él mismo un peregrino de este tipo de turismo para pasar después a ser un objeto de este tipo de turismo. Al visitar él mismo los lugares evocados en los poemas de Virgilio, viéndolos de una manera tan realista, fue un intento de ir más allá del texto de una manera personal para sumergirse en una idea, y convertirla en una experiencia real.

De esta manera se desarrolla el turismo literario como una práctica más elaborada. Desde la muerte de Petrarca, su figura fue recordada a través de monumentos, incluyendo la visita a su tumba, en un pequeño pueblo cerca de Padua. Pero esto cambió drásticamente a partir del siglo XVI, cuando el trabajo de este autor comenzó a atraer una admiración diferente.

Los admiradores de Petrarca comenzaron a identificar las emociones que expresaba en sus poemas sobre su atracción hacia una mujer como reales, desarrollando una manera diferente de turismo literario, en la cual los viajeros seguidores de las huellas de Petrarca visitaban el Sur de Francia, el lugar donde se situaba esta historia de amor. Visitaban no sólo la casa en la cual Petrarca escribió los poemas, sino también los lugares donde se desarrollaba la historia del poema. Comenzaron a publicarse mapas sobre estos lugares que daban lugar a la historia, e incluso se organizaban recorridos para visitarlos.

Simultáneamente, en el pequeño pueblo de Arquà, cerca de Padua, además del lugar donde Petrarca estaba enterrado, se organizaron visitas a su casa, la cual fue transformada con la finalidad de rendirle homenaje en forma de museo. En ella se podían ver ilustraciones de sus poemas, además de una biblioteca, y varios objetos personales del poeta. Esto se considera en la actualidad el más antiguo museo literario existente, según Hendrix (2009). Estas visitas reforzaban el contacto directo con el autor, y por tanto, una experiencia diferente a las vividas anteriormente en el turismo literario, debido a este acercamiento a la vida del autor.

Este desarrollo del turismo literario se vio intensificado por la práctica del Grand Tour, y el cambio de actitudes hacia la literatura como la expresión de las condiciones de vida del autor, más allá de la obra en sí. Esto provocó la construcción del culto literario en los lugares donde se unen la vida real del autor y la ficción que escribe.

Al ser la lectura una de las actividades más importantes y fundamentales para la preparación de estos viajes, la literatura con más peso era la de los clásicos de Grecia y Roma, importantes para los turistas, los cuales, según Towner (2002), citado por Smith (2012) ayudaban a la elección de los destinos. Estos destinos incluían, además de centros culturales en Francia y Alemania, ciudades de Italia como Milán, Turín y Venecia. Según Towner (1985), citado por Smith (2012) ciudades como Florencia, Nápoles y Roma eran también esenciales en el Tour.

Aunque la duración, las funciones y los turistas del Grand Tour fueron cambiando con el tiempo, esta influencia de la literatura clásica disminuyó, pero no desapareció completamente, según Towner, (2002), citado por Smith, (2012).

Además del caso de Petrarca, en Rotterdam, la casa donde nació Erasmo se convirtió en una atracción turística después de su muerte y se erigió una estatua en su honor en una plaza cercana a la casa, convirtiéndose estos lugares en imprescindibles para la visita de Rotterdam por parte de extranjeros.

Durante los siglos XVII y XVIII se mantuvo y fortificó la naturaleza del turismo literario centrada en el autor, con el ejemplo del rincón de los poetas en la Abadía de Westminster en Londres, que asumió su condición de panteón a comienzos del siglo XVIII. La Abadía, en esta época, según Ritchie (2014) ya se consideraba un destino

turístico consolidado y un lugar de gran significado cultural. Este lugar sigue hoy en día recibiendo visitas de turistas y lectores de cualquier parte del mundo.

En Francia, a mediados del siglo XVIII se extendió la práctica de realizar visitas relacionadas con los grandes autores. Ésta recordaba los hábitos del Grand Tour y se pretendía aprender sobre los autores y de las conversaciones con ellos. Ejemplos de este tipo de visitas fueron las que realizaban en relación a Voltaire, Rousseau o Goethe. Además de esta práctica se siguió desarrollando la visita a los lugares relacionados con los autores, recursos que, o bien se relacionaban con los valores materiales al estar relacionados con ellos, o bien se relacionaban con la representación imaginativa de sus obras.

De esta manera se siguió desarrollando el turismo literario a lo largo del siglo XIX, y hasta nuestros días, convirtiéndose el turismo en un fenómeno de masas de gran valor comercial y desarrollándose la industria turística. La perspectiva del turista va más allá de la orientación fijada en el autor hasta verse atraído más allá de los textos y convirtiéndose en una experiencia global.

4.4 LOS LUGARES LITERARIOS

Los denominados “lugares literarios” son sitios donde se llevan a cabo las actividades de turismo literario y que son esenciales para la práctica de este tipo de turismo. El especialista D.T. Herbert (1995), citado por Smith (2012) define los lugares literarios como “aquellos lugares asociados con los escritores en sus vidas reales y que proveen el entorno para sus novelas”. Aún así, existen reproducciones de los personajes o manifestaciones físicas que se encuentran en las obras, debido a que no existían en su origen, teniendo en cuenta que en muchas ocasiones son lugares ficticios creados por el escritor, por lo que sólo existen en su imaginación. Este tipo de elementos también son utilizados en la práctica para el turismo literario, por lo que las definiciones no están del todo completas, al variar los recursos utilizados en los productos de turismo literario.

Según Beigi, Ramesht y Azani (2014), los lugares que albergan atracciones de turismo literario pueden agruparse en torno a 3 grandes grupos:

- **Lugares existentes en la vida del autor**

La ciudad donde nació, la casa donde vivió, escribió sus obras, murió o está enterrado el autor.

- **Lugares imaginados en una obra**

Éstos son la expresión o manifestación física de los lugares de la novela de un escritor y que forman parte de sus obras, como una calle, la casa de un personaje, una ciudad, una construcción histórica...etc.

- **Lugares contruidos específicamente para atraer a los turistas**

Estos lugares son contruidos basándose, por ejemplo, en un personaje, y se puede combinar con otras atracciones del destino e incluso incluirlo en una ruta sobre un autor determinado, para completar así la oferta que puede tener un destino determinado sobre un autor o sobre una obra. Las ciudades literarias también se pueden incluir en este grupo, al promocionarse turísticamente unidas a un autor o a una obra específica.

En cuanto a las características de los lugares de turismo literario, según Herbert (2001), citado por McGuckin (2015), entre ellas se distinguen características generales y características más específicas.

Entre las características más generales se encuentran:

- Que sea un lugar agradable y atractivo.
- Que ofrezca una variedad de servicios y facilidades.
- Que se encuentre en una localización geográfica adecuada. Por ejemplo, formando parte de una ruta turística.

Las características más específicas incluyen:

- Que esté enlazado con la vida del autor.
- Que esté asociado con la localización o el ambiente de las novelas. Esto puede incluir una mezcla entre lo real y lo imaginario, dándole al lugar un significado especial.

-Que esté asociado con valores afectivos, la nostalgia, el simbolismo o la memoria. Los turistas se sienten atraídos a estos lugares por razones emocionales, por ejemplo, que les recuerden a los libros de su infancia.

-Que esté relacionado con un acontecimiento de gran importancia en la vida del autor, por ejemplo, el lugar de su muerte.

Un lugar literario debería tener la mayoría de estas características si quiere mejorar su rendimiento y promoción desde una perspectiva turística. Estas características son la base para la imagen que se dará desde el punto de vista de la promoción que se realizará del destino, y por tanto también contribuyen a formar la imagen que el turista potencial tiene de ese lugar, la cual puede ser determinante cuando éste tome la decisión de visitarlo.

5 TURISTAS LITERARIOS

En palabras de Ferrari, Montero, Mondéjar y Vargas, (2013) “con el fin de convertirse en turista literario sólo se necesita una novela y una mente inquisitiva”. Autores como Herbert (2001) defienden que, debido a la existencia de una amplia extensión de lugares literarios, los atributos personales de los turistas varían, y por ello no se puede generalizar.

Sin embargo, la relación entre el estatus socioeconómico y la participación en tipos de turismo cultural y patrimonial ha sido un hallazgo frecuente en la mayoría de estudios realizados en el pasado en el campo del turismo literario, siendo partícipes del mismo las personas de mediana edad, con un alto nivel educativo y económico. Al ser el turismo literario una de las tipologías de turismo cultural, se puede asumir que se puede definir de esta manera a los turistas literarios.

Los turistas literarios del Grand Tour fueron peregrinos culturales, preparados para viajar largas distancias para imitar o visitar a su escritor favorito. Autores como Herbert (1996), citado por Smith et al (2010), explican que los turistas contemporáneos también se caracterizan por esta motivación y dedicación hacia los autores.

Aún así, el estudio del turismo literario contemporáneo puede producir diferentes resultados debido a su extensa popularidad y al aumento del atractivo de lugares literarios desconocidos a través de adaptaciones de películas, según Smith, Macleod y

Hart, (2010) extendiendo su valor a una amplia gama de turistas, añadiendo la generalización de la actividad turística en el mundo y el auge del turismo cultural en la actualidad, del cual este tipo de turismo es una de sus modalidades.

Mientras los turistas de masas se sienten atraídos hacia un lugar por interés, la curiosidad y los ambientes agradables (Smith et al, 2010), según Ousby (1990), citado por Busby y Shetlife (2013), los viajeros culturales que pertenecen a un grupo menor buscan experiencias educativas, emocionales y auténticas. Estos son capaces de apreciar los valores únicos de los lugares literarios (Urry, 1990; Busby y Shetlife, 2013).

En muchos casos los viajeros culturales se ven superados por los turistas de masas, pero éstos últimos también pueden tener un enlace emocional o imaginativo con estos lugares, sobre todo cuando conocen los recursos literarios a través del cine, la televisión u otros medios (Smith et al, 2010).

Por otro lado, la conciencia literaria es uno de los factores claves para distinguir entre los visitantes generales y los viajeros literarios, los cuales son altamente conscientes de la conexión literaria con un lugar (Macleod, 2009; Busby y Shetlife, 2013). Investigaciones de los intereses específicos de estos turistas literarios tienen como resultado la aparición del concepto del “peregrino literario”, clave del turismo literario (Watson, 2009, citado por Busby y Shetlife, 2013). Este fenómeno tiene como características un alto estatus social, y un interés en el autor como principal motivación.

Por lo cual, se pueden clasificar los turistas de los lugares literarios en dos categorías:

- Los turistas de masas, para los cuales la mayoría de las ocasiones que visitan un lugar literario es por desconocimiento del mismo, pudiendo formar parte de un recorrido turístico que no esté basado en ese lugar.
- Los denominados “peregrinos literarios” o viajeros literarios, los cuales realizan viajes para conocer lugares asociados con algún autor.

En cuanto a las motivaciones que pueden tener los turistas literarios, según Magadán y Rivas (2015), la atracción puede comenzar basándose en un autor, y posteriormente puede abarcar un espacio mucho más amplio.

Debido a que los lugares literarios son inspiradores para las visitas turísticas, se pueden clasificar las motivaciones que genera el turismo literario en las siguientes, según Magadán y Rivas (2015):

- Atracción por lugares que tienen conexiones con la vida de los escritores
- Atracción por los enclaves geográficos que conforman la configuración de algunas obras literarias
- Atracción por las localizaciones que inspiraron y emocionaron al autor o que dieron el impulso para la creación de la obra literaria
- Curiosidad general

Aunque estas motivaciones se consideran generales para los turistas literarios, el motivo por el cual se realiza un viaje a un lugar literario también depende de cada turista y de sus circunstancias, ya que si se tiene en cuenta el carácter emocional de los peregrinos literarios, éstos pueden tener motivaciones mucho más profundas que no pueden incluirse en esta clasificación.

6 LA AUTENTICIDAD EN EL TURISMO LITERARIO

En el turismo literario, como en cualquier tipo de turismo relacionado con la cultura, se hace necesario estudiar y concretar la autenticidad de los lugares y recursos literarios, para poder ofrecer al turista/lector una experiencia de calidad, sin menospreciar o malinterpretar el patrimonio literario. Por ello, en cualquier lugar literario se debe tener en cuenta la autenticidad para desarrollar el turismo literario de una manera correcta.

6.1 EL CONCEPTO DE AUTENTICIDAD

La autenticidad es un concepto muy ambiguo, ya que las personas lo conceptualizan de formas diferentes y en muchos casos de manera conflictiva. La palabra “auténtico” es utilizada muy frecuentemente en la literatura turística, para asegurar el carácter de las experiencias en eventos y atracciones turísticas, además de la motivación de los turistas.

Aún así, se ha dado poca importancia a la explicación o definición de este término en relación al turismo. Parte del problema se debe a que el significado del término autenticidad varía según su uso. Mientras que el concepto de autenticidad ha tenido un

papel importante en entender las motivaciones y experiencia de los turistas, se han generado diversos debates en torno a su definición.

Se puede establecer que existen, principalmente, 3 tipos de teorías sobre la autenticidad turística, las cuales se describen a continuación:

6.1.1 Autenticidad objetiva

Enfatiza la autenticidad de los objetos. Desde un punto de vista objetivo, la autenticidad es una propiedad inherente de los objetos. Por ello, existe un criterio objetivo utilizado para medir la autenticidad.

La experiencia auténtica sólo puede ser el resultado del reconocimiento del objeto como auténtico. En caso contrario, se verá como ficticio, aunque los turistas piensen que han tenido experiencias auténticas (Wang, 1999 citado por Jia, 2009).

6.1.2 Autenticidad construida

Es el resultado de la construcción e interpretación realizada por los turistas y los productores de turismo. Al contrario que la teoría anterior, no existe un “mundo real” que existe previamente y es independiente de la actividad mental humana y el lenguaje simbólico (Bruner, 1986, citado por Jia, 2009).

En vez de ser natural, la autenticidad en el turismo ha sido producida por una variedad de empresarios, agentes de marketing, guías e intérpretes. Mientras tanto, los turistas no son pasivos, sino que forman sus actitudes e impresiones, las cuales pueden transmitir a otros (Herbert, 2001, citado por Jia, 2009).

Por ello, la autenticidad o falta de ella depende de cómo un turista vea las cosas desde su perspectiva. En resumen, la autenticidad es una construcción social (Cole, 2007, citado por Jia, 2009).

6.1.3 Autenticidad existencial

Desde un punto de vista existencial, los turistas no se centran en la autenticidad de los objetos. Están más interesados en encontrar su verdadera autenticidad con la ayuda de las actividades en torno a los objetos visitados (Wang, 1999, citado por Jia, 2009).

La autenticidad existencial pone énfasis en las experiencias auténticas de los sujetos y poco tiene que ver con la autenticidad de los objetos visitados. El atractivo del patrimonio literario principalmente se origina a través de escritores, tramas, lugares (reales o creados por el autor) y el reconocimiento por parte de los lectores de los personajes o los sentimientos del autor.

En la práctica, el turismo literario incluye hechos reales (biográficos o lugares reales asociados con el autor, o con los lugares y personajes) y de ficción (tramas, lugares y personajes).

Por ello, la teoría de la autenticidad construida, la cual tiene en cuenta ambas autenticidades de las experiencias de los turistas y los objetos visitados, es la más probable a tener en cuenta en el desarrollo de un lugar de turismo literario.

7 AUTENTICIDAD Y TURISMO LITERARIO

La capacidad de proporcionar “autenticidad” a los turistas se convierte en el elemento más importante en el desarrollo de un lugar de turismo literario, con el fin de proporcionar experiencias que superen las expectativas de los turistas en su búsqueda de autenticidad. Los turistas son capaces de ver, tocar y experimentar las creaciones ficticias de un libro que previamente se quedan en la imaginación.

En ocasiones se sugiere que la autenticidad histórica se ve comprometida por la precisión literaria con el fin de crear un espacio turístico comercial. (Squire, 1992, citado por Tetley, 1998) sugiere que este proceso se da a través del redesarrollo del lugar y las empresas de turismo que se encuentran en ese lugar, que muchas veces se guían por los detalles de las novelas de ficción, las cuales pueden no ser históricamente exactas. Esto puede indicar que los visitantes están tan motivados por la oportunidad de experimentar el mundo de ficción del autor, como por experimentar el mundo real del autor. El límite entre los hechos y la ficción no siempre está claro, por lo que puede generar problemas en el visitante en relación a la naturaleza auténtica de su visita.

Hoy en día, los visitantes que viajan a los destinos literarios por placer y disfrute superan a los peregrinos literarios. Por ello, como consecuencia de esta situación, los lugares literarios no se limitan únicamente a hechos históricos o lugares donde nacieron o murieron los autores. También son construcciones sociales, que se crean y se

promocionan para atraer visitantes (Herbert, 2001), citado por Jia (2009). En definitiva, el proceso de construcción de un lugar literario es también el proceso de construcción de la autenticidad.

8 TIPOLOGÍAS DE TURISMO LITERARIO

Ya que el turismo literario envuelve elementos tangibles e intangibles, Timothy y Boyd (2011), citados por Gentile y Brown (2015), sugieren que este tipo de turismo es un fenómeno complejo, y que está compuesto por diferentes tipos, los cuales muestran la relación entre turismo y literatura. Debido a esta complejidad, se distingue una gran variedad de tipologías de turismo literario, las cuales se explican a continuación:

8.1 Turismo literario relacionado con el autor:

8.1.1 Lugares de nacimiento del autor

Estos lugares tienen un papel importante en el turismo literario ya que presentan a los turistas la vida de un autor antes de su fama, además de darles una idea de cómo era el ambiente familiar y de su entorno externo que habrían inspirado al autor en su trabajo (Smith, 2012, citado por Gentile y Brown, 2015). Estos lugares suelen ser las casas de los autores, e incluso en ocasiones son las casas en las que fueron creadas las obras de un autor.

Watson (2006), citada por Hoppen, Brown y Fyall (2014), explica que la visita a la tumba de un autor es la prueba de su existencia física si lo comparamos con la visita a su lugar de nacimiento, por lo que convertir un lugar de nacimiento de un autor en un lugar que atraiga a los turistas requiere mucho más esfuerzo imaginativo. Esto implica que la inversión desde la tumba de un autor a su lugar de nacimiento sólo se ha realizado para pocos autores. Como ejemplo se puede mencionar la casa natal de Shakespeare, en Stratford-upon-Avon la cual se ha transformado en un atractivo turístico para este municipio.

8.1.2 Casas de autores

La muerte de un autor provoca en muchas ocasiones que la casa del mismo se convierta en una atracción turística. Estas casas son lugares para el recuerdo del autor, las cuales

son esenciales para la inspiración al escribir una obra, quedando en muchas ocasiones reflejada la propia vida del autor o el modo de vida de la época en la literatura.

Una “casa de autor” es el espacio donde vivió, y también el “espacio creativo” donde fueron concebidas y escritas sus obras, según Smith (2003), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014), lo cual suele provocar una experiencia emotiva muy importante para los turistas.

Autores como Herbert (2001), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014) explican que los turistas pueden estar atraídos a las casas de los escritores por un sentimiento de nostalgia, al ofrecer ese lugar la promesa de que el autor podría volver a la vida en ese lugar y que, a través de la imaginación, los turistas podrían notar su presencia y la de sus obras en su visita. En definitiva, las casas de autores son las proyecciones de la identidad del autor, de su talento y sus ideas (Hendrix, 2008) citado por Gentile y Brown (2015). Como ejemplo de casas de autores cabe mencionar las distintas casas de Shakespeare, en Stratford-upon-Avon, las cuales reciben una gran cantidad de visitantes.

8.1.3 Tumbas de autores

La visita a la tumba de los escritores es una actividad que se remonta al turismo literario en sus orígenes, siendo la actividad más representativa del mismo antes de la aparición de otras tipologías y productos turísticos.

La tumba de un autor puede ser considerada como una marca tangible de su presencia y, en consecuencia, en muchas ocasiones permite a los turistas literarios acercarse a un autor que admiran tanto como les es posible, según Andersen y Robinson (2002), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014). Además, la visita a estos lugares permite a los turistas una forma de comunicación espiritual con los autores. Como ejemplo de este tipo de turismo literario cabe mencionar el rincón de los poetas, en la Abadía de Westminster en Londres, donde se encuentran enterrados escritores como Charles Dickens, Thomas Hardy, y poetas como John Dryden y John Masefield.

8.2 Turismo literario relacionado con la ficción

Es el tipo de turismo literario centrado en lugares que tengan un significado en la obra literaria, estando menos enfocado en la figura del autor.

Según Eco (1986), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014), los turistas buscan lo que él denomina destinos “hiper reales” donde existe una relación entre personajes mitológicos o de ficción y sus acciones con los lugares reales.

Algunos autores cuestionan la “realidad” de estos lugares en las obras de ficción, por ejemplo, Andersen y Robinson (2002), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014), se preguntan si es lógico visitar un lugar real simplemente por el hecho de que ha sido mencionado en una obra.

Mientras tanto, muchos otros autores, como Herbert (2001), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014), defienden que ese tipo de lugares, donde se mezcla lo real y lo imaginario, tienen un significado especial para los visitantes. El uso de lugares reales por parte de un autor en una obra de ficción está marcado por la interpretación del mismo autor, y también por la interpretación del lector de la obra (Robinson, 2002), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014). También tienen un papel importante en los trabajos de un escritor, ya que puede definir y redefinir los espacios a través de sus trabajos (Andersen y Robinson, 2002), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014).

Tetley y Bramwell (2002), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014), afirman que son los autores los que forman lo que ellos denominan “lugares míticos” que se convierten en imágenes simbólicas con significados compartidos por muchos lectores. Por otro lado, Watson y Saunders (2004), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014) defienden que es el lector el que interpreta las palabras escritas por el autor a través de su propia visión de la realidad, y de esta manera el lector es el que produce el lugar, no el autor.

Se puede decir que los dos argumentos anteriores son verdaderos, ya que la ficción no puede existir aislada del mundo real (Robinson, 2002, citado por Hoppen, Brown y Fyall, 2014). De esta manera, según Watson y Saunders (2004), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014), el lector puede conocer ese lugar imaginado durante la lectura de la obra de ficción, a través del viaje al lugar real en el cual se inspiró el autor para describir ese lugar imaginado. Como ejemplos de este tipo de turismo literario se pueden encontrar las cataratas Reichenbach, situadas en Suiza, lugar donde Sherlock Holmes, personaje de las novelas de Arthur Conan Doyle, se encuentra con el villano

Doctor Moriarty. También se puede visitar el famoso andén 9 $\frac{3}{4}$ de las novelas de *Harry Potter*, escritas por J.K. Rowling, en la estación de King's Cross de Londres.

8.3 Escritura de viajes

Es, en muchos casos, un factor del turismo, concretamente en el ámbito de la decisión de destinos por parte de los turistas, y se considera un canal entre el turista y el destino elegido.

Existen autores que ven la definición de la escritura de viajes como problemática, al incluir en ella tanto las experiencias personales como la ficción. Incluso autores como Fussel (1980), citado por Gentile y Brown (2015), la consideran como un tipo de autobiografía. Aún así, se puede afirmar que una de las características distintivas de la escritura de viajes es que puede capturar el significado y el espíritu de un lugar (Jeans, 1979, citado por Gentile y Brown, 2015). Al narrarse las experiencias personales, se puede llegar a una conexión entre las perspectivas de los turistas y lo que conocen los lectores a través de la lectura.

Esto ayuda a la explicación de por qué los libros de viajes se consideran también como instrumentos a la hora de promocionar destinos. Se apoyan en el poder de las palabras en un mundo en el cual la comunicación visual es la predominante (Thompson, 2011, citado por Gentile y Brown, 2015). Como ejemplo de esta tipología de turismo literario mencionar al autor Bill Bryson y sus obras *Un paseo por el bosque* (2014), que discurre por el Este de Norteamérica, o *Notes from a Small Island* (1995), que trata sobre Inglaterra.

8.4 Turismo literario inducido por el cine

También existe la posibilidad de que el turismo literario esté basado en el turismo inducido por el cine. En este caso el turista suele conectar con el libro de un autor tras ver la película basada en el libro. Algunos ejemplos pueden ser la trilogía *El Señor de los Anillos*, escrita por el británico J.R.R. Tolkien, o la saga de *Harry Potter* de J.K. Rowling, de las cuales se realizaron varias películas con un gran éxito internacional. Sobre este último ejemplo, en Edimburgo se puede visitar el lugar en el que la escritora británica comenzó la saga. En el caso del turismo literario inducido por el cine, “el libro

es simplemente un souvenir, siendo un recuerdo de haber visto la película” (Busby, 2004, citado por Hoppen, Brown y Fyall, 2014).

De esta manera, el cine sirve como medio para expandir las obras literarias y los destinos, haciendo la literatura más accesible al público general.

Aún así, existen discrepancias en cuanto a que esta tipología de turismo literario es un caso de turismo literario relacionado con la ficción, aunque esto se pone en duda ya que un turista inducido por el cine tiene las mismas motivaciones de visitar un lugar, ya sea por haberlo visto en televisión como por haberlo conocido a través de la literatura.

Autores como Busby y O’Neill (2006), citados por Hoppen, Brown y Fyall (2014) explican que las experiencias de ambos, el turista-lector y el turista-espectador pueden ser igualmente importantes, pero defienden el hecho de que el turista motivado por las obras literarias puede tener una mejor apreciación y entendimiento de la obra que un turista que únicamente haya visto una película basada en esa obra. De hecho, los turistas literarios le dan su propio significado a un lugar, a diferencia de, por ejemplo, los turistas inducidos por el cine, los cuales buscan simplemente productos o experiencias relacionadas con el cine, sin aportar ningún significado personal a las actividades turísticas.

8.5 Festivales literarios

Existen numerosos festivales literarios, sobre todo en el Reino Unido. En ellos los autores pueden promocionar sus trabajos e interactuar con los asistentes personalmente. De esta manera los asistentes pueden conocer a la persona que se encuentra detrás de la obra de un modo personal. Dicha experiencia antes ponía énfasis en la literatura más seria, pero ahora incluye otros eventos relacionados con la misma como películas, documentales, audio libros... los cuales son parte de la cultura contemporánea. (Mintel, 2011) citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014). Podemos encontrar ejemplos de estos festivales literarios en Edimburgo, donde se celebra el Festival Internacional de libros en el mes de agosto, o el Festival Independiente de Literatura, que se celebra en Bath en el mes de marzo.

Herbert (2011), citado por Hoppen, Brown y Fyall (2014), añade sobre este tipo de turismo literario que los lugares literarios ya no son únicamente lugares en los que un

escritor nació o murió, también son construcciones sociales que se promocionan para atraer visitantes, los cuales pueden verse atraídos a través de un festival literario.

8.6 Turismo de librerías

Se pueden definir los turistas de librerías como personas que, en sus viajes, visitan librerías locales en busca de libros relacionados con el destino que están visitando (guías, mapas literarios, rutas literarias...) o bien libros escritos por autores locales.

Aunque los e-books están teniendo una gran popularidad en la actualidad, incluso sobrepasando en ventas a las copias en papel, este tipo de turismo no se verá afectado por esta circunstancia. Esto es debido a que está dominado por pequeñas librerías las cuales se pueden especializar en diferentes géneros y que también tienen la posibilidad de tener presencia virtual para competir con grandes cadenas de librerías (Mintel, 2011, citado por Hoppen, Brown y Fyall, 2014). Ejemplos de este tipo de turismo literario se encuentran en Londres, donde existen una serie de librerías como Stanfords, una de las mayores librerías de viajes del mundo, Foyles, en Charing Cross Road, e incluso las pequeñas librerías situadas en esa misma calle en las que también se pueden encontrar libros de segunda mano.

La demanda de este tipo de librerías especializadas en publicaciones de gran calidad, o de libros antiguos está aumentando, según explica Nigel Beale en su página web LiteraryTourist.com, el cual indica que ciertos libros pueden ser considerados como un objeto de coleccionista para algunos lectores/turistas.

9 PRODUCTOS DE TURISMO LITERARIO. EJEMPLOS

A continuación se expondrán varios ejemplos de productos de turismo literario en el Reino Unido. La elección de los ejemplos de productos de turismo literario de este país se debe a la importancia que en él se le da al patrimonio literario y al turismo literario, considerándose una de las modalidades más consolidadas y de mayor importancia en el ámbito turístico.

Esto es debido a que un gran número de autores originarios de este país han sido reconocidos a lo largo de la historia como autores célebres universales y sus obras como grandes clásicos de la literatura universal.

La fama e influencia de estos autores y sus obras para cualquier lector o escritor se ha mantenido hasta la actualidad, unida a la popularidad de los lugares que han formado parte de sus vidas y sus obras, los cuales, en algunos casos todavía se pueden conocer y visitar, promoviendo de esta manera las visitas turísticas.

Por ello los productos literarios que se crean en torno a sus figuras son también de gran importancia en el panorama turístico internacional, además de formar parte del patrimonio cultural de la humanidad.

Se han seleccionado los lugares de mayor importancia y con una variedad de tipologías de turismo literario para ejemplificar las distintas maneras en las que se pueden conocer a los autores, su vida y su obra.

9.1 Stratford-upon-Avon y Shakespeare

Es uno de los destinos turísticos más importantes del Reino Unido. En él existen una gran cantidad de eventos y actividades relacionados con el escritor William Shakespeare, ya que en esta ciudad fue donde nació, vivió y murió.

En esta ciudad se pueden visitar las propiedades de la familia Shakespeare, tales como la casa donde nació William Shakespeare, la cual es uno de los lugares históricos más cuidados de Stratford, además del lugar turístico más visitado. Ha sido un centro de peregrinaje durante más de 250 años para visitantes de todo el mundo. En ella se puede ver una exposición sobre la vida de Shakespeare, siguiendo con una visita de la casa, amueblada con muebles de estilo de la época. Además en la casa se pueden encontrar manuscritos y libros históricos de la época.



Figura 1. Casa en la que nació William Shakespeare

También merece especial atención Nash House, la casa que se encuentra junto a las ruinas de la casa y jardines donde Shakespeare vivió desde 1597 hasta su muerte en 1616. En ella se puede realizar una visita y observar muebles de la época, y una exposición sobre la ciudad de Stratford y su historia antes y después de la figura de William Shakespeare.



Figura 2. Nash House

Además de estas dos residencias, en la ciudad se conservan la casa de la hija mayor del autor, de la familia de su esposa y de la familia de la madre de Shakespeare, la cual cuenta con un museo en su interior.

Adicionalmente, en Stratford existen un gran número de eventos a lo largo del año relacionados con Shakespeare, tales como el Birthday Parade y el Shakespeare Marathon que se celebran en abril, representaciones de las obras de este autor, e incluso un festival literario, que se celebra en el mes de abril y es uno de los más importantes en

el Reino Unido, atrayendo a miles de personas con una pasión común: el amor por los libros, la lectura y la escritura.²

En el festival literario de Stratford-upon-Avon, originado en 2008, se ofrece la oportunidad de que los lectores puedan conocer a sus autores favoritos, además de la realización de actividades relacionadas con la escritura y la lectura, tanto para los que desean dedicarse profesionalmente a estas actividades, como para cualquier otro tipo de público, incluso para niños desde los 2 hasta los 18 años, teniendo este festival uno de los más grandes programas educativos y escolares de los festivales literarios.³

9.2 Bath y Jane Austen

Esta ciudad del sudoeste de Inglaterra, además de ser Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO debido a su gran patrimonio arquitectónico e histórico, es también un destino de turismo literario relacionado con la figura de Jane Austen.

Relacionado con esta autora se puede visitar el Centro de Jane Austen, en el cual se pueden realizar visitas guiadas teniendo como guías a personajes de sus obras, tours por los lugares de la ciudad que esta autora del siglo XIX frecuentaba, una tienda de regalos relacionados con la autora y su época e incluso una sala para tomar el té.⁴



Figura 3. Interior del Centro de Jane Austen

² Información extraída de www.stratford-upon-avon.co.uk

³ Información extraída de www.stratfordliteraryfestival.co.uk

⁴ Más información en la página web www.janeausten.co.uk

La casa en la que vivió con su familia, hoy restaurada y acondicionada, es un edificio de apartamentos donde los turistas pueden hospedarse.



Figura 4. Casa en la que vivió Jane Austen

También se celebra en el mes de septiembre el festival de Jane Austen, en el cual se realizan desfiles con trajes de la época de la Regencia, conciertos, lecciones de etiqueta, bailes, un baile anual en la temporada estival, y muchas otras actividades.⁵

9.3 Haworth y las hermanas Brontë

Este pueblo, situado en el condado inglés de West Yorkshire, está asociado a las hermanas Brontë, convirtiéndose en un destino de turismo literario. En él se puede visitar Parsonage, la casa en la que residió la familia Brontë en el siglo XIX. En este lugar las hermanas escribieron muchas de sus obras.

⁵ Información extraída de www.visitbath.co.uk



Figura 5. Parsonage, el hogar de la familia Brontë

En esta casa, que conserva muebles de la época, se puede realizar una visita por cada una de las habitaciones. Incluye una biblioteca con manuscritos, cartas y ediciones antiguas de las obras de estas autoras. Junto a la casa se encuentra una iglesia con un cementerio, en el cual se encuentran las tumbas de los miembros de la familia.



Figura 6. Interior de Parsonage

Existe además una ruta por los lugares que inspiraron a las hermanas Brontë en sus obras y que visitaban a menudo, como las llamadas cataratas y el puente Brontë, junto con una famosa piedra en la que tradicionalmente las hermanas se sentaban y escribían contemplando el paisaje del pueblo.⁶

9.4 Ruta de Charles Dickens

Esta ruta comienza en Londres, concretamente en el barrio de Camdem, donde Charles Dickens, autor del siglo XIX pasó su juventud y tuvo inspiración para sus personajes. Puede visitarse la casa en la que vivió con su mujer Catherine, y en la que escribió varias de sus obras, entre ellas *Oliver Twist*. En esta casa se encuentra un museo, que contiene objetos del autor y una biblioteca con sus trabajos. También en Londres se puede visitar el rincón de los poetas en la Abadía de Westminster, donde Dickens está enterrado.



Figura 7. Museo de Charles Dickens en Londres

⁶ Más información en www.haworth-village.org.uk y www.bronte.org.uk



Figura 8. Interior del museo

En Portsmouth, al sudeste de Inglaterra, se encuentra el museo del lugar de nacimiento de Dickens en el año 1812. La casa en la que nació, hoy en día restaurada, decorada y amueblada en el estilo de la Regencia, se puede visitar.



Figura 9. Lugar de nacimiento de Charles Dickens

En Rochester se encuentra la casa en la que Dickens vivió con su familia desde 1857 hasta 1870. En este lugar escribió varias de sus obras, como *Historia de dos ciudades*, *El guardavía* o *Grandes esperanzas*, y murió mientras trabajaba en su último trabajo, *El misterio de Edwin Drood*, que quedó incompleto. Se puede visitar parte de la casa.⁷

10 APORTACIONES DEL TURISMO LITERARIO EN EL APRENDIZAJE DE LA CULTURA

Según Goodenough's (1964), citado por Byram (1989), la cultura no es un fenómeno natural; no está compuesta de cosas, del comportamiento o de las emociones, sino que es una organización de todas estas cosas. La cultura de una sociedad consiste en lo que uno debe saber o creer con la finalidad de comportarse de una manera aceptable hacia sus miembros. Cultura es por tanto conocimiento, el cual es compartido entre las personas y les pertenece a todas ellas.

Según Meyer (1991) citado por Byram (2003), en el ámbito académico se debe asegurar que los estudiantes aumenten su conciencia cultural y su competencia intercultural. Este tipo de comportamiento implica una concienciación de las diferencias entre la propia cultura y la cultura ajena, y tener la habilidad de manejar problemas transculturales como resultado de estas diferencias. En definitiva, no es sólo una cuestión de conocer y entender culturas extranjeras sino también la cultura propia.

El turismo, y especialmente el turismo cultural, del cual forma parte la oferta de turismo literario, tiene un componente educativo al ser un tipo de turismo en el que el aprendizaje sobre el patrimonio (en este caso literario) es la motivación de la mayor parte de los turistas. De esta manera, las actividades de turismo cultural pueden llevarse a cabo de manera que sean vistas por los turistas no de una manera monótona y sin ningún interés específico por ellas, sino con cierta curiosidad y deseo de conocer más sobre lo que se va a experimentar a través del turismo.

Esto lleva al aprendizaje a través de esa actividad turística del patrimonio cultural, en este caso, el patrimonio literario. Así, la experiencia de ocio pasa a ser a la vez una experiencia satisfactoria y formativa para el turista. Relacionado con lo anterior, Orduna y Urpí (2010) destacan cómo la idea de educación patrimonial ha ido adquiriendo cada

⁷ Información extraída de www.britishtours.com/charles-dickens-tours

vez más importancia en la actualidad y los beneficios personales que puede obtener el turista cultural a través de sus experiencias.

En esta experiencia que vive el turista se establece una relación directa entre el que ofrece la enseñanza del patrimonio cultural y el mismo turista, que se encuentra motivado por conocer y aprender sobre ese patrimonio. Por lo cual la forma en la que se da a conocer el patrimonio y de qué manera se ofrecen las actividades es esencial para que la experiencia de aprendizaje del turista sea adecuada y sobre todo fructífera.

Es más, se pueden añadir ciertos aspectos que deberían tenerse en cuenta en cuanto a las características con las que la experiencia educativa de ocio debería contar para que se pueda llevar a cabo esa experiencia de una manera satisfactoria para los turistas.

Según Orduna y Urpí, (2010), estas características o condiciones para la experiencia se resumen en que sea rigurosa, exacta, precisa, amena, agradable y placentera, y finalmente, auténtica y diferente. Estas dos últimas características, como se ha visto en apartados anteriores, forman parte de las motivaciones del turista actual, no sólo cultural o literario, sino también en cualquier otro tipo de turismo.

Retomando la idea del aprendizaje a través del conocimiento de la cultura, si ponemos como ejemplo las actividades relacionadas con el turismo literario que se realicen en cualquier parte del mundo, según Byram (1989) al tener éstas lugar en la sociedad objetivo más que en un aula, es muy probable que su dimensión afectiva sea mayor y más profunda y por tanto se puede llevar a cabo de una manera mucho más exitosa.

Además, a través de la interpretación de los lugares literarios, el mundo de la literatura cobra cada vez más importancia a través del turismo literario, al ser la literatura un objeto cultural de especial importancia y a través del cual puede estudiarse la historia de cualquier país.

En definitiva, el turismo literario puede ser un medio a través del cual puede llevarse a cabo el aprendizaje sobre la literatura y la cultura de otros países. Es un turismo que se preocupa de la importancia del patrimonio cultural, un elemento clave para el conocimiento y aprendizaje de los turistas sobre las diferentes culturas.

11 CONCLUSIONES

Con este trabajo se pretendía proporcionar información sobre qué es el turismo literario y de qué manera es un elemento importante en el conocimiento de la cultura. Estos objetivos se han visto aclarados a través de los diferentes apartados, en los cuales se ha explicado en qué consiste el turismo literario, cómo es una tipología de turismo cultural, de qué maneras se puede llevar a cabo, qué tipo de turistas atrae, y cómo es un elemento a tener en cuenta no sólo desde el punto de vista turístico, sino también en el desarrollo del aprendizaje sobre otros países y culturas diferentes, al ser la literatura uno de los elementos culturales más universales. Así pues, en este trabajo se han satisfecho los objetivos de dar a conocer el turismo literario y lo que conlleva como elemento de patrimonio cultural.

Los beneficios potenciales que pueden derivarse de este tipo de turismo son muy variados:

Es un tipo de turismo que se apoya mucho en los sentimientos, y en la imaginación de los lectores/turistas, lo cual resulta refrescante. Los turistas pueden vivir experiencias con una gran conexión a sus recuerdos y a su imaginación. Esto es algo diferenciador de otros tipos de turismo, lo cual es una ventaja. Ayuda a que las experiencias vividas en este tipo de turismo, en la gran mayoría de las veces se vean percibidas como positivas, debido a que cada experiencia será vista por el turista como algo personalizado.

También puede ayudar a fomentar las actividades de lectura, e incluso escritura, promoviendo la creación de patrimonio literario a través de la inspiración de otros autores que pueden sentirse inspirados visitando estos lugares emblemáticos, o simplemente promoviendo la lectura en los turistas que visiten estos lugares ya sea por casualidad, o formando parte de una ruta más masificada, incrementando de esta manera el número de lectores de un autor o una obra determinada. Todo ello contribuye sin duda al conocimiento del patrimonio literario de un determinado país.

Hablando de esta ventaja, también se puede aplicar como una actividad académica, ya que si, en vez de estudiar los autores en el aula o leer las obras solamente se realizan actividades como la visita a cualquier lugar literario relacionado con los autores, es posible que este tipo de práctica contribuya a aumentar el interés del alumnado. Esto

ayuda a que aprendan de una manera menos monótona y aburrida y se puede poner en valor el patrimonio literario que estudian de una manera diferente.

Otra de las ventajas a tener en cuenta en el turismo literario es que es una manera muy adecuada de promover y conservar el patrimonio cultural, del cual el patrimonio literario forma parte ineludiblemente, para el mantenimiento y la expansión del mismo tanto a las generaciones actuales como a las futuras.

También merece una mención el turismo cinematográfico que ayuda a potenciar el turismo literario, sobre todo en la actualidad. Muchas de las películas que se estrenan y tienen un gran éxito están basadas en libros, lo cual, además de aumentar los recursos del turismo cinematográfico, puede contribuir a fomentar el turismo literario, animando a los espectadores a que visiten un lugar, y puede que finalmente a leer el libro en cuestión. Es una situación de grandes comunicaciones. Resulta curioso ver cómo varios tipos de turismo pueden interconectarse a través de una simple película, en el caso del turismo cinematográfico.

Además, el turismo literario es un tipo de turismo que no necesita de grandes infraestructuras o recursos, ya que una parte de los mismos la forma la propia imaginación del lector/turista, lo cual promueve también la sostenibilidad de los lugares, disminuyendo los posibles impactos.

Como contrapartida, añadir que en nuestro país este tipo de turismo no está muy avanzado, y sería un factor a tener en cuenta, ya que contamos con muchos autores célebres, y de esta manera podríamos poner en valor más aún el patrimonio literario con el que contamos desde hace siglos. Se debería estudiar la posibilidad de desarrollar este tipo de turismo en el futuro, para promover así la literatura y su importancia en la historia.

Me gustaría destacar además lo que este trabajo ha aportado a mi formación. Desde mi punto de vista, fue una sorpresa conocer tantos lugares de turismo literario, que estén tan organizados y que se puedan crear productos con tanto detalle sobre los autores y sus obras. Nunca podría haber pensado que el turismo literario existiese no sólo como una placa colgada en un edificio donde nació un autor, por ejemplo, sino también que existieran tantas actividades, productos, rutas, tiendas... en torno al autor o a la obra en cuestión.

Puedo afirmar que he disfrutado mucho trabajando sobre este tema. He conocido y aprendido muchísimo sobre el turismo literario y sus propuestas, e incluso los conocimientos adquiridos me han animado a visitar alguno de estos lugares y vivirlo en persona, en cuanto me sea posible.

Al conocer e informarme sobre los casos de diferentes países y lo que ofrecen, me ha sorprendido mucho la gran cantidad de recursos con los que cuenta el Reino Unido, algo que desconocía completamente, y me parece muy adecuada la manera en la que promueven este tipo de turismo. Aunque en ocasiones esté un poco teatralizado, siempre conserva la autenticidad y no lo transforma en lo que no es para conseguir más visitas o beneficio económico. Sin duda, Reino Unido constituye un ejemplo a seguir en España, tradicionalmente volcada en la explotación de recursos turísticos de sol y playa, pero igualmente dotada de un importante patrimonio literario todavía por explotar en el sector turístico.

12 BIBLIOGRAFÍA

- Beigi H, Hossein Ramesht M, Azani M, (2014) “Literary tourism and place identity of the central plateau of Iran.”, *Journal of Biodiversity and Environmental Sciences*, vol. 5, N. 6, pp 399-406. Disponible online [https://www.academia.edu/11468316/Literary tourism and place identity of the central plateau of Iran](https://www.academia.edu/11468316/Literary_tourism_and_place_identity_of_the_central_plateau_of_Iran)
- Busby, G, Shetlife E (2013) “Literary Tourism in context: Byron and Newstead Abbey” , *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, vol. 4, Issue 3, pp. 5-45.
- Byram, M (1989) *Cultural studies in foreign language education*, Clevedon, Multilingual Matters.
- Byram, M, Neuner G (2003) *Intercultural Competence*, Strasbourg, Council of Europe.
- Fernandez, A. (2006) *Turismo y Patrimonio Cultural*, Jaén, Universidad de Jaén.
- Ferrari G, Montero Lorenzo JM, Mondéjar Jiménez J, Vargas Vargas M (2013) *Investigaciones, métodos y análisis del turismo*, Oviedo, Septem Ediciones.
- Gentile R, Brown L, (2015) “A life as a work of art: Literary tourists’ motivations and experiences at il vittoriale degli italiani.”, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, vol. 6, Issue 2, pp. 25-47. Disponible online http://www.ejthr.com/ficheiros/2015/Volume6/EJTHR_Vol6_2_Art2.pdf
- Hendrix, H (2009) From Early Modern to Romantic Literary Tourism. A Diachronical Perspective, pp 14-22, en Atkin P, (2009) *Literary Tourism and Nineteenth-Century Culture*, UK, Palgrave Macmillan.
- Hoppen, A, Brown, L, Fyall, A (2014) “Literary Tourism: Opportunities and Challenges for the Marketing and Branding of Destinations” Ed. Elsevier Bournemouth University (UK), University of Central Florida (USA), *Journal of Destination Marketing & Management*, vol. 3, Issue 1, pp. 37-47.
- Jia, H, (2009) “The construction of literary tourism site” (Case Study), Department of Tourism, School of Humanity, Southeast University, P.R.China, vol. 57, Núm. 1, pp. 69-83.
- Magadán Díaz M, Rivas García J, (2012) *El libro como atractor turístico*, Oviedo, Septem Ediciones.
- Magadán Díaz, M, Rivas García J, (2015) *Turismo y tendencias*, Oviedo, Septem Ediciones.
- McGucking, M. (2015) “Literary Tourism and Yeats’ Legacy-What can we learn from Shakespeare’s birthplace?”, 11th Annual Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference (THRIC 2015), 11-12 June, Letterkenny, Irlanda.
- Orduña, G, Urpí, C (2010) “Turismo Cultural como experiencia educativa de ocio”, *Polis, Revista Latinoamericana*, vol. 9, Núm. 26, pp. 85-108.
- Ritchie, F (2014) *Women and Shakespeare in the Eighteenth Century*, New York, Cambridge University Press.

- Robinson, M, Christian Andersen, H (2002) *Literature and Tourism*, London, Thomson Learning.
- Smith M, MacLeod N, Hart Robertson M (2010) *Key Concepts in Tourist Studies*, London, SAGE publications.
- Smith, Y (2012). *Literary Tourism as a developing genre: South Africa's potential*, (tesis no publicada). University of Pretoria, Pretoria.
- Tetley, S (1998). *Visitor attitudes to Authenticity at a Literary Tourism Destination*, (tesis doctoral no publicada). Sheffield Hallam University, Sheffield.

WEBGRAFÍA

- <http://www.un.org/es/globalissues/culture/> consultado el 15-2-2016
- www.stratford-upon-avon.co.uk consultado el 17-3-2016
- www.janeausten.co.uk consultado el 17-3-2016
- www.visitbath.co.uk consultado el 18-3-2016
- www.britishtours.com/charles-dickens-tours consultado el 18-3-2016
- www.haworth-village.org.uk consultado el 18-3-2016
- www.bronte.org.uk consultado el 20-3-2016
- www.stratfordliteraryfestival.co.uk consultado el 21-3-2016