

2.ª EDIÇÃO



**ESTUDOS EM LITERATURA E TURISMO:  
CONCEITOS FUNDAMENTAIS**

**SÍLVIA QUINTEIRO | RITA BALEIRO**

**U LISBOA**

UNIVERSIDADE  
DE LISBOA

**FLUL**

**LETRAS  
LISBOA**



# ESTUDOS EM LITERATURA E TURISMO

## CONCEITOS FUNDAMENTAIS



**Estudos em literatura e turismo: Conceitos fundamentais**

Autoras: Sílvia Quinteiro & Rita Baleiro

Capa: Bernardo Quinteiro

Edição: Universidade de Lisboa. Faculdade de Letras. Centro de Estudos Comparatistas  
Faculdade de Letras, Alameda da Universidade, 1600 - 214 Lisboa  
[publicacoes.cec@letras.ulisboa.pt](mailto:publicacoes.cec@letras.ulisboa.pt)

2.<sup>a</sup> edição julho de 2019

ISBN: 978-989-96677-7-8

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UID/ELT/0509/2019



# Índice

iii	<b>Índice de figuras</b>
v	<b>Índice de tabelas</b>
vi	<b>Agradecimentos</b>
vii	<b>Notas biográficas das autoras</b>
1	<b>Introdução</b>
7	<b>PARTE I: Literatura, turismo e literatura de turismo</b>
8	Objetivos
8	Introdução
8	1.1. Conceito de literatura
13	1.2. Conceito de turismo
20	1.3. Conceito de literatura de turismo
28	Síntese
29	Tópicos para discussão
30	<b>PARTE II: Turismo literário: História, produtos e experiências</b>
31	Objetivos
31	Introdução
31	2.1. Definição de turismo literário
35	2.2. História do turismo literário
40	2.3. Produtos e experiências de turismo literário
42	2.4. Turismo literário e sustentabilidade
45	Síntese
46	Tópicos para discussão
47	<b>PARTE III: Espaço, lugares, itinerários e destinos literários</b>
48	Objetivos
48	Introdução
50	3.1. Conceitos de espaço, de lugar e de lugar literário
56	3.1.1. Lugar literário e autenticidade

64	3.1.2. Lugar literário e mercantilização da literatura
70	3.2. Itinerários e destinos literários
72	3.2.1. Itinerários literários
75	3.2.2. Destinos literários
82	Síntese
83	Tópicos para discussão
84	<b>PARTE IV: Protagonistas</b>
85	Objetivos
85	Introdução
85	4.1. Turistas e viajantes
96	4.2. Turistas literários, viajantes literários e peregrinos literários
100	Síntese
101	Tópicos para discussão
102	<b>Considerações finais</b>
103	<b>Referências bibliográficas</b>

## Índice de figuras

28	Figura 1.1. Estátua de James Joyce, Dublin, Irlanda
38	Figura 1.2. Placa que assinala a casa natal de quatro membros da família Brontë, em Bradford, Yorkshire, Inglaterra
56	Figura 3.1. Placa que assinala a casa natal de Leopold Bloom, Dublin, Irlanda
60	Figura 3.2. Mapa do Quarteirão Jorge Amado, Ilhéus, Brasil
60	Figura 3.3. Quarteirão Jorge Amado, Igreja e Vesúvio, Ilhéus, Brasil
60	Figura 3.4. Quarteirão Jorge Amado, Bataclan, Ilhéus, Brasil
61	Figura 3.5. Cozinha da casa-museu João de Deus, Silves, Portugal
61	Figura 3.6. Quarto da casa-museu João de Deus, Silves, Portugal
62	Figura 3.7. Objetos do escritório de Saramago de Lanzarote, na Fundação José Saramago, Lisboa, Portugal
65	Figura 3.8. Casa-museu Guerra Junqueiro, Porto, Portugal
65	Figura 3.9. Casa natal de Shakespeare, em Stratford-upon-Avon, Inglaterra
66	Figura 3.10. Grupo Miguilim, Cordisburgo, Brasil (1)
66	Figura 3.11. Grupo Miguilim, Cordisburgo, Brasil (2)
68	Figura 3.12. Iowa Literary Walk, placa com citação de Kurt Vonnegut, Iowa, EUA
69	Figura 3.13. Casa da S. Joaneira (Augusta Caminha), Leiria, Portugal
69	Figura 3.14. Placa da Rota do Crime do Padre Amaro que assinala a Casa da S. Joaneira, Leiria, Portugal
70	Figura 3.15. Placa que assinala o ponto de paragem 3 do Passeio Literário “Cândido Guerreiro: O poeta de Alte”, Alte, Portugal
76	Figura 3.16. Festival de Hay, 2009, Hay on Wye, País de Gales
77	Figura 3.17. Hotel The Literary Man, Óbidos, Portugal
79	Figura 3.18. Estátua de Molly Malone, Dublin, Irlanda
79	Figura 3.19. Estátua de Oscar Wilde, Dublin, Irlanda
80	Figura 3.20. Placa alusiva a Yates no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda

- 80 Figura 3.21. Placa alusiva a Oscar Wilde no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.22. Placa alusiva a Swift no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.23. Placa alusiva a James Joyce no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.24. Placa alusiva a Clarke no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.25. Placa alusiva a Beckett no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.26. Placa alusiva a Shaw no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 80 Figura 3.27. Placa alusiva a Dillon no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.28. Exterior da livraria Sweny, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.29. Sabonete de limão da livraria Sweny, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.30. Interior da livraria Sweny, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.31. Anúncio de leitura de *Ulisses* em Português na livraria Sweny, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.32. James Joyce Centre, Dublin, Irlanda
- 81 Figura 3.33. Placa que assinala casa de Oscar Wilde no American College, Dublin, Irlanda
- 88 Figura 4.1. Turismofobia, Barcelona (1), Espanha
- 88 Figura 4.2. Turismofobia, Barcelona (2), Espanha
- 88 Figura 4.3. Turismofobia, Barcelona (3), Espanha

## Índice de tabelas

<b>40</b>	Tabela 2.1. Elenco de produtos e experiências literários
<b>54</b>	Tabela 3.1. Tipos e exemplos de lugares literários
<b>94</b>	Tabela 4.1. Traços distintivos do turista e do viajante
<b>96</b>	Tabela 4.2. Tipologias de turista

# Agradecimentos

Os nossos agradecimentos dirigem-se a todos os que solícitamente deram o seu contributo para este livro. Assim, agradecemos à Alexandra Rodrigues Gonçalves pelo parecer no que se refere aos contributos teóricos da área do turismo, à Maria José Marques por ter generosamente realizado uma leitura atenta do texto, à Filipa Piazzentim e à Maria Elisa Almeida pela cedência de fotografias.

*As autoras*

## Notas biográficas das autoras

**Sílvia Quinteiro** é professora coordenadora na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve. É doutorada e mestre em Literatura Comparada pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL) e licenciada em Línguas e Literaturas Modernas pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (UNL). É membro integrado do Centro de Estudos Comparatistas da FLUL, onde coordena o cluster de investigação em literatura e turismo: Lit&Tour e, no âmbito do qual, coordena o projeto Lit @ Coimbra e cocoordena o projeto Rota Literária do Algarve. É também colaboradora do Grupo de Pesquisa Turismo, Espaço e Urbanidades da Universidade Federal do Rio de Janeiro e do Centro de Investigação e Desenvolvimento em Turismo, e membro dos projetos [LITESCAPE.PT](#) — Atlas das paisagens literárias de Portugal continental e Hotéis literários de Portugal. Os seus principais interesses de investigação são a literatura comparada e a relação entre literatura e turismo, áreas nas quais é autora de várias publicações nacionais e internacionais. Orcid 0000-0003-1809-7341

**Rita Baleiro** é doutorada e mestre em Estudos Anglo-Portugueses pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (UNL). É licenciada em Línguas e Literaturas Modernas (Estudos Portugueses e Ingleses), também pela UNL. É professora na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve. É membro integrado do Centro de Estudos Comparatistas da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, onde cocoordena o projeto Rota Literária do Algarve, e colaboradora no Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo. É membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Espaço e Urbanidades da Universidade Federal do Rio de Janeiro e do projeto [LITESCAPE.PT](#) - Atlas das paisagens literárias de Portugal continental. É coeditora da revista *Dos Algarves: A Multidisciplinar e-Journal*, desde 2007. Tem publicações nacionais e internacionais na área dos estudos em literatura e turismo e em escrita académica. Orcid 0000-0002-3188-5150



# Introdução

A investigação em literatura e turismo passa desde logo por distinguir este campo de pesquisa dos estudos em literatura de viagens. Trata-se de uma distinção fundamental, não obstante os diversos pontos de contacto entre estas áreas, começando por aquele que é o mais óbvio: o ato de viajar. Na verdade, tal como ficará claro ao longo destas páginas, nos estudos em literatura e turismo abre-se espaço para a análise de um conjunto mais vasto de textos do que aquele frequentemente agregado sob a designação de literatura de viagens. Para além do mais, ao contrário da literatura de viagens, área científica já com algumas décadas de existência, os trabalhos centrados na relação entre literatura e turismo são recentes e, como tal, é ainda reduzido o número de estudos científicos sobre este tema. De entre os estudos realizados, salientamos os de Richard Butler (1986) “Literature as an influence in shaping the image of tourist destinations” e o de D.C.D. Pocock (1992) “Catherine Cookson country: Tourist expectation and experience”, pioneiros no estudo da relação entre literatura e turismo. Já no início do século XXI, foram publicados: *Literature and tourism* (Mike Robinson & Hans-Christian Andersen, eds., 2002), *The literary tourist: Readers and places in Romantic and Victorian Britain* (Nicola Watson, 2006), “Going on (literary) pilgrimage: Constructing literary trails with particular reference to KwaZulu-Natal” (Lindy Stiebel, 2007) e *Literary tourism and nineteenth-century culture* (Nicola Watson, 2009). Mais recentemente, surgiram *Literatura y turismo* (Luis Argüelles-Meres et al., 2011), *Turismo literario* (Marta Magadán Díaz & Jesús Rivas García, 2011), *El libro como atractor turístico* (Marta Magadán Díaz & Jesús Rivas García, 2013), *Lit&Tour: Ensaios sobre literatura e turismo* (Sílvia Quinteiro & Rita Baleiro, orgs., 2014),

*Researching literary tourism* (Charles Mansfield, 2015), *Literatura e turismo: Turistas, viajantes e lugares literários* (Sílvia Quinteiro, Rita Baleiro & Isabel Dâmaso Santos, eds., 2016) e *Literatura e turismo: Viagens, relatos e itinerários* (Rita Baleiro, Sílvia Quinteiro & Isabel Dâmaso Santos, eds., 2016). É portanto ainda escassa a pesquisa feita neste campo e foi essa consciência, bem como a necessidade de delimitar a área científica da literatura e turismo, clarificando o seu objeto, propondo uma definição dos seus conceitos fundamentais e uma metodologia para o seu estudo, que nos levou a escrever este livro. Temos a convicção de que esta publicação pode ajudar a suprir a lacuna bibliográfica por nós identificada, contribuindo para diversificar e enriquecer o atual campo de investigação em literatura e turismo, ainda que se trate de duas áreas com dois discursos muito distintos. Discursos de facto tão diversos que evidenciam a existência de uma fronteira muito clara entre a literatura e o turismo mas que entendemos poder ser transposta pela promoção da investigação interdisciplinar. Trata-se de um tipo de investigação cujas vantagens são muitas e reveladoras de novos prismas de observação e de análise, que contribuem para enriquecer o conhecimento através da construção de novos objetos de estudo, da colocação de novos problemas, da criação de novos sentidos e da articulação de diferentes metodologias. Ainda que por vezes o ato de ultrapassar a fronteira entre estas duas áreas signifique superar dificuldades e desafios, estes podem ser ultrapassados recorrendo a prismas de análise que possibilitem um diálogo entre as duas áreas, o que passa frequentemente por incorporar novas opções metodológicas naquelas que são as práticas próprias de cada área disciplinar.

Efetivamente, este campo de estudos, sendo realizado na esfera da literatura comparada, apresenta as dificuldades, os desafios, mas também, é certo, as vantagens, que são inerentes a este tipo de investigação. Com efeito, o facto de esta área de investigação promover um estudo no contexto das línguas e das culturas centrado na diversidade de temáticas e prismas aproxima a literatura de outros campos de pesquisa (Hart, 2011: 16). Entendemos, pois, que se as dificuldades podem conspirar para nos limitar, os desafios não só tornam o estudo mais aliciante, como o justificam, até porque a literatura deve ser “estudada nos seus atuais modos de existência e em função de novas problemáticas culturais e sociais, em larga medida geradas pelas mutações do mundo contemporâneo.” (Buescu, Duarte & Gusmão, 2001:

10). Os contributos criativos e de coadjuvação do conhecimento que a interdisciplinaridade promove superam, deste modo, as dificuldades e os desafios que, na maioria das vezes, a confluência de metodologias coloca àqueles investigadores que, como nós, se propõem associar duas áreas de pesquisa tradicionalmente distantes. No entanto, na nossa opinião, é exatamente o contacto entre tradições metodológicas diversas que tem o potencial de concorrer quer para o enriquecimento da análise quer para a novidade do resultado desse processo de estudo. Na verdade, e como dissemos, os obstáculos iniciais (causados pelas recorrentes posições metodológicas afetas a cada área de pesquisa) podem ser ultrapassados quando os investigadores se propõem a, ao invés de anular uma das perspetivas metodológicas a favor da outra, criar pontes que viabilizem um diálogo entre as diferentes vertentes metodológicas, incorporando novas opções metodológicas naquelas que eram as práticas usuais dentro da cada área disciplinar. Como bem nota Jonathan Hart (2011: 16), o trabalho realizado por equipas interdisciplinares pode ser produtivo e muito significativo, pois apresenta contributos inovadores que de outra forma provavelmente não existiriam.

Assim, em termos metodológicos, entendemos que a investigação em literatura e turismo passa necessariamente por uma abordagem na qual se articula o processo hermenêutico, próprio dos estudos literários, que é levado a cabo na confluência subjetiva entre texto e leitor, com as metodologias e métodos mais frequentes dos estudos em turismo (a análise estatística, a aplicação de modelos económicos, as entrevistas, a análise de conteúdo, entre outros) nos quais o grau de pragmatismo é muito maior do que nos estudos literários. Esta articulação das metodologias varia, porém, consoante se trate de um trabalho de cariz mais prático ou mais teórico. Nos primeiros, os de pendor mais prático, é frequente partir-se da análise e da interpretação do texto literário para o espaço físico, inventariando-se elementos literários no espaço e complementando-se a investigação com a análise e interpretação de outros textos literários, com o estudo da biografia do autor, do contexto histórico-cultural e dos elementos arquitetónicos, por exemplo. Este movimento texto-espaço pode também fazer-se na direção inversa, ou seja, pode-se investigar a presença de elementos da geografia (física e humana) nos textos literários e procurar representações literárias desses mesmo elementos. Recorrentemente, nesta linha de

investigação incluem-se, por exemplo, as rotas, itinerários e circuitos construídos com base no estudo de um autor, de uma obra e/ou de uma personagem, bem como os trabalhos que produzem mapas e atlas literários de regiões e/ou países. Estes são trabalhos com um discurso bastante orientado para o mundo real, para as atividades turísticas e, por essa razão, é frequente resultarem do empenho de equipas multidisciplinares.

Nos trabalhos de natureza mais teórica, há um discurso mais concetual e, logo, menos aplicado. Neste contexto, a análise de uma personagem enquanto turista ou viajante ou a análise do espaço enquanto destino turístico exige a análise e interpretação do texto literário a partir de conceitos dos estudos literários, dos estudos em turismo, dos estudos culturais, da sociologia, da geografia e da filosofia.

Posto isto, cabe apontar as competências fundamentais que são necessárias à prática da investigação em literatura e turismo. Considerando, como vimos, a sua inerente multidisciplinaridade, é essencial que os investigadores em literatura e turismo estejam na posse:

- (i) dos conceitos fundamentais da literatura (ex.: narrador; personagem; espaço);
- (ii) dos conceitos fundamentais do turismo (ex.: destino turístico; experiência turística; turista);
- (iii) dos conceitos inerentes à área interdisciplinar da literatura e turismo (ex.: turista literário; lugar literário);
- (iv) das obras literárias e seus autores (ex.: a geografia física associada às obras literárias e aos autores).

Paralelamente, esta investigação implica que se adote uma atitude de disponibilidade e curiosidade para identificar textos literários que partilhem das características da literatura de turismo e para identificar no espaço físico as conexões com o autor e com os textos (ver secção 1.3.).

Neste volume, para além de afirmar a pertinência da área de investigação em literatura e turismo, pretendemos contribuir para a definição dos conceitos fundamentais que permitem a análise da inter-relação entre estas duas áreas científicas, bem como atestar a sua importância para a valorização de um património literário que, associado a determinados espaços e lugares, tem o poder de:

- (i) contribuir para a promoção da atividade turística (viajar para conhecer onde moravam e escreviam Vergílio Ferreira ou Camilo Castelo Branco; ir até ao Mississípi para ver as margens do rio onde Huckleberry Finn vivia as suas fantásticas aventuras ou visitar a Islândia para mais facilmente entender o contexto geográfico do romance *Gente independente*, de Halldor Laxness);
- (ii) fomentar a recuperação e a manutenção do património arquitetónico associado (muitas casas de autores já em ruínas foram reconstruídas após o reconhecimento do seu valor patrimonial, mas também turístico, como sucedeu com a casa natal de Guerra Junqueiro, em Freixo de Espada à Cinta);
- (iii) motivar a reedição de textos de autores incluídos em itinerários literários;
- (iv) estimular o ato de leitura literária, já que a visita a um determinado lugar, de alguma forma associado a um livro, pode despertar o leitor dentro do turista (visitar Stratford-upon-Avon e regressar com vontade de conhecer melhor a obra de Shakespeare ou visitar Praga e ficar com curiosidade para ler os livros de Franz Kafka).

A relação entre literatura e turismo é, sem dúvida, estreita. Antes de mais porque ambos proporcionam momentos de lazer (Mansfield, 2015: 19), mas também porque ambos têm implícitos atos de descoberta e aprendizagem, já que tanto o turismo como a literatura são enriquecedores, tornam-nos mais completos, logo, mais tolerantes, e ambos nos oferecem momentos inesquecíveis. Para além disso, neste momento, a realização deste tipo de estudo justifica-se também pelo facto de ser nítido, como veremos mais adiante, o crescente interesse pelo turismo literário.

Quanto à organização deste livro, optámos por dividi-lo em quatro grandes partes. Na primeira, centramo-nos nos conceitos fundamentais de literatura, turismo e literatura de turismo, na segunda, definimos turismo literário, apresentamos uma breve cronologia da sua história, bem como alguns exemplos de tipos, produtos e experiências de turismo literário. Ainda nesta segunda parte, focamos a questão da sustentabilidade deste nicho de turismo e ilustramos a discussão com alguns exemplos. Na terceira parte, focamos as noções de espaço, lugar, lugar literário e destino literário, abordando a este propósito as questões da autenticidade do lugar literário e da mercantilização da literatura. Por último, a quarta parte é dedicada às personagens que povoam a literatura de turismo: o turista literário, o viajante literário e o peregrino literário, realizando previamente uma reflexão sobre a distinção entre turista e viajante.

Por ter como destinatários os investigadores, mas também professores e estudantes de turismo, cada uma das quatro partes deste volume inicia com uma breve introdução e com a definição dos objetivos que o leitor deve alcançar no final da leitura e termina com um elenco de tópicos para discussão, de modo a promover a reflexão sobre o conteúdo do texto. Para ilustrar a investigação interdisciplinar realizada na interseção dos estudos literários com os estudos sobre turismo, bem como os seus resultados, apresentamos ao longo deste livro excertos de textos literários e exemplos de casos práticos, tanto de análises de textos literários, como de produtos e experiências de turismo literário.

# PARTE I

## Literatura, turismo e literatura de turismo

**Objetivos**

- Refletir sobre o conceito de literatura;
- Assimilar o conceito de turismo;
- Definir o conceito de literatura de turismo;
- Identificar um texto de literatura de turismo.

**Introdução**

Nesta primeira parte do nosso trabalho, ocupamo-nos da apresentação dos conceitos basilares da investigação interdisciplinar em literatura e turismo. A concetualização é uma fase essencial em qualquer pesquisa, pois só um entendimento comum do significado contido numa palavra viabiliza a sua utilização pela comunidade científica e só com base nesta partilha é possível determinar os princípios teóricos dos fenómenos e realidades em análise, estabelecendo fronteiras e esclarecendo princípios. A concetualização é ainda mais premente numa investigação interdisciplinar, uma vez que concorre para situar, delimitar e definir os conceitos adotados junto de investigadores de áreas distintas que, de outro modo, poderiam partir de entendimentos diferentes de uma mesma designação. Assim sendo, parece-nos fundamental começar por esclarecer ao que nos referimos quando, neste nosso livro, falamos em literatura e em turismo. De facto, nesta primeira parte, a sistematização destes conceitos, ainda que sucinta, permite-nos não só criar uma base estável de trabalho (um pressuposto essencial em qualquer trabalho de pesquisa que se deseja coerente) como também oferecer aos leitores contributos teóricos que, acreditamos, facilitarão a compreensão desta forma de investigação.

**1.1. Conceito de literatura**

As fronteiras fluidas do conceito de literatura dificultam a apresentação de uma definição categórica deste conceito. Começemos, portanto, por conhecer a etimologia do termo, acreditando que este

caminho nos poderá ajudar a defini-lo. No mundo ocidental, a palavra literatura surge na segunda metade do século XV e deriva epistemologicamente do termo *littera*, que significa letra do alfabeto ou caráter da escrita. Nesta fase, e até ao século XVIII, usa-se o termo literatura no seu sentido mais amplo, ou seja, para designar a generalidade da produção escrita (filosofia, ciência, história),<sup>1</sup> sendo os vocábulos “poesia”, “eloquência” e “verso” utilizados para referir aquilo que hoje, comumente, se apelida de literatura (Aguar e Silva, [1961] 2011: 3).

É a partir do final do século XVIII, quando se registam vários progressos científicos e tecnológicos, que se sente o imperativo de distinguir os textos científicos e tecnológicos dos textos das “belas letras”. Como tal, sensivelmente, a partir de 1800 (Lopes, 1994: 119; Culler, 1997: 21), a palavra “literatura” aproxima-se do significado que atualmente lhe atribuímos e passa, então, a designar quer a arte da escrita quer o conjunto de textos criativos (*i.e.*, textos não científicos) (Aguar e Silva, [1961] 2011: 11). É também nesta fase da história que o fenómeno da literatura (fenómeno no sentido em que pode ser percebido pelos sentidos e pela consciência) começa a ser entendido como uma fonte de experiências sensoriais (recusando-se a tendência para olhar para a literatura como uma base para a racionalidade com propósitos sociais, políticos e morais), com o objetivo de promover o conhecimento da dimensão humana (Abrams, 1989: 4). Ou seja, se até à entrada no século XIX o conceito de literatura designa uma criação textual que promove, acima de tudo, a reflexão moral sobre os comportamentos do ser humano, a partir desse momento o conceito passa a designar uma experiência estética – vivida pelo leitor – que, ainda assim, contém o elemento humano (Abrams, 1989: 138; Rosenblatt ([1938] 2005: 5-6).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Esta aceção da palavra é ainda hoje utilizada recorrentemente para designar o conjunto da bibliografia/produção escrita sobre um tema ou área científica, daí a expressão “revisão da literatura”.

<sup>2</sup> Apesar desta cisão entre literatura como experiência estética e literatura como promotora da ética, o efeito pedagógico da literatura não é, no entanto, definitivamente colocado de lado, no início do século XIX. Na realidade, mesmo no século XX, muitos acreditam no potencial transformador da literatura, na sua capacidade de melhorar a natureza humana. Referimo-nos, por exemplo, a I. A. Richards que, em 1924, reforçou a ideia de que a arte oferece um contributo importante para a edificação do desejável sistema moral, entendendo a arte como um registo da “apreciação da existência” feito a partir de experiências pessoais de vida. Uma conceção da arte como “base de moralidade” inspirada em Matthew Arnold (“The function of criticism at the present time” (1864), segundo o qual a singularidade das respostas idiossincráticas que o artista consegue construir a partir das suas experiências de vida devem resultar em reflexão atenta e informada e no fortalecimento moral dos indivíduos. Também F. R. Leavis, aluno de I. A. Richards, e o seu grupo (da revista *Scrutiny*), entre aproximadamente 1930 e 1950, empreenderam uma cruzada moral e cultural para levar a literatura ao povo, estabelecendo uma espécie de cartografia literária, *i.e.*, um mapa da literatura sobre o que deveria ser lido nesta perspetiva político-pedagógica.

É com este significado que o conceito de literatura chega ao século XXI, utilizando-se o termo para, por exemplo, designar as produções textuais das diversas épocas históricas ou das diversas regiões, o que resulta em expressões como: “literatura do século XVIII”, “literatura medieval” ou “literatura da América Latina”. Curiosamente, nestas categorias cabem textos que, na altura da sua produção, não foram classificados, nem lidos, como textos literários (referimo-nos, por exemplo, a alguns sermões religiosos e relatos de viagens). Este facto revela, assim, um outro traço distintivo do conceito de literatura: a sua natureza de construção histórico-social, ou seja, é literatura a produção escrita que assim é classificada pelo cânone em vigor numa determinada fase da história da humanidade, o que resulta numa hierarquização do que tem valor ou não tem valor de texto literário (Baleiro, 2011: 87).

No seu sentido mais atual, literatura designa igualmente um tipo específico de discurso que resulta num dos três modos literários: o lírico, o narrativo e o dramático. Mas haverá, de facto, características específicas dos textos literários que os distinguem dos textos ditos não literários? Não será também a literariedade uma marca de alguns dos textos classificados como não literários?

Não é fácil responder a estas questões (sobretudo, não é fácil oferecer respostas definitivas e perentórias), apesar de serem imensos e muito conceituados os investigadores que se têm dedicado a pensá-las. Um dos principais motivos pelos quais esta dificuldade persiste prende-se com o facto de as obras de arte literárias surgirem em todos os formatos possíveis, assemelhando-se por vezes mais aos trabalhos ditos não literários do que aos textos classificados como literatura (Culler, 1997: 20).<sup>3</sup>

Sobre a definição de literatura, Terry Eagleton (1996: 9) afirma que, na realidade, tudo pode ser literatura, já que a literatura enquanto construção estável de valor inalterável e produção textual que se define por um estilo de linguagem específico não existe. Ou seja, não há características específicas nos

---

<sup>3</sup> Jonathan Culler (1997: 20) oferece dois exemplos que ilustram claramente este facto. O primeiro exemplo é o romance *Jane Eyre* (1847), de Charlotte Brontë que, afirma Culler, se assemelha mais a uma autobiografia do que à ideia que temos de texto literário. O segundo exemplo é o poema “My love is like a red, red rose” (1794), de Robert Burns, que se parece mais com uma canção popular do que com um poema. Um outro exemplo mais recente desta dificuldade em identificar e aceitar como textos literários, textos que à partida não se enquadram nos parâmetros do literário, é o da obra de Bob Dylan que em 2016 ganhou o Prémio Nobel da Literatura, lançando mais uma vez a questão do que é um texto literário.

textos que objetivamente os definam como literários. Por isso, o teórico literário Eric Donald Hirsch (1978: 26) nos diz que “só vagamente sabemos o que é a literatura [...]. Definir é assinalar limites, distinguindo o que é literatura daquilo que não é, mas o nosso conhecimento da literatura não possui esses limites definidores [...]” (tradução nossa).

Na mesma linha, Louise M. Rosenblatt ([1978] 1993) não delimita cirurgicamente o conjunto dos textos literários e reitera a ideia de que este tipo de textos não tem uma existência autónoma nem se define por quaisquer traços particulares. Neste prisma, o que existe são textos que, por estímulos e motivações vários (nomeadamente contextuais), nos dispomos a ler como sendo textos literários. Tal, por sua vez, resulta em potenciais realizações de textos literários (transações entre textos escritos e os seus leitores) nascidas numa determinada situação e num determinado contexto. Nesta perspetiva, o texto literário não existe para lá do circuito que se cria entre o leitor e o texto: “O texto literário não existe efectivamente fora duma relação transnarcisista instituída entre um emissor e um receptor[,] o texto não existe à margem dum circuito de comunicação.” (Aguiar e Silva, 1974: 25).

Apesar de sustentarmos a tese de que não existe uma linguagem literária, acreditamos que há elementos e características do texto (como sejam, a ambiguidade e as incoerências, a estrutura formal, a autoria, o carácter ficcional da informação e o diálogo intertextual) que juntamente com uma atitude de leitura particular (Rosenblatt, [1978] 1993: 16) resultam numa experiência de leitura de um texto como literatura. Nesta ótica, o que transforma um texto num texto literário é o produto de uma transação entre o texto e o leitor, na qual o leitor escolhe observar as características de um dado texto como traços de um texto literário. Assim entendido, o conceito de literatura corresponde a uma realização que se manifesta na transação entre leitor e texto, numa determinada circunstância contextual, sendo que o que transforma um qualquer texto num texto literário é o facto de optarmos por ler esse texto entendendo-o como tal.

Não obstante subscrevermos a maioria dos parâmetros desta definição de literatura, a nossa perspetiva é a de reconhecer que nem todos os textos podem ser lidos como literatura, pois nem todos os textos pedem ao leitor uma atitude de leitura estética. Não cremos ser possível ler um livro de receitas,

por exemplo, como se se tratasse de um texto literário. O livro de receitas não tem essa “natureza mais intensa da linguagem literária [que] reside num domínio indefinido” que o professor, crítico e teórico da literatura Manuel Frias Martins apelida de “matéria negra” (2003: 115, *vide também* Martins, 1995).

**U**m domínio que, fundado na especificidade ficcional da representação do homem e da vida, nos remete constantemente para um lado obscuro, indeterminado e não racional da comunicação artística, e que o pensamento literário ocidental, desde a poética do entusiasmo de Platão até à indecibilidade derridiana, sempre reconheceu e consagrou em termos de inefável, indizível, neutro, etc. (Martins, 2003: 115-116)

Tal como referimos no início desta secção, não há uma resposta única para a questão “o que é a literatura?”. Ainda assim, e chegadas a este ponto da reflexão, podemos afirmar que, na nossa opinião, literatura corresponde a um evento linguístico de criação de um universo ficcional regido por regras próprias, que pede um modo de ler e um modo de atenção particulares, e que proporciona ao leitor momentos de reflexão sobre si mesmo, sobre a vida, sobre a alma humana. Na verdade, um texto literário implica necessariamente um leque de possibilidades de sentido (Iser, ([1978] 1980: 126) e complexidade semântica (múltiplas camadas de sentido), tal como explica o protagonista de *Os livros que devoraram o meu pai* (2010), de Afonso Cruz:

[...] **U**m bom livro deve ter mais do que uma pele, deve ser um prédio de vários andares. O rés-do-chão não serve à literatura. Está muito bem para a construção civil, é cómodo para quem não gosta de subir escadas, útil para quem não pode subir escadas, mas para a literatura há que haver andares empilhados uns em cima dos outros. Escadas e escadarias, letras abaixo, letras acima. (Cruz, [2010] 2015: 14-15)

Para além desta multiplicidade de sentidos e de uma sofisticação no modo de trabalhar a palavra, acreditamos que para a classificação de um texto como literatura concorrem adicionalmente fatores exteriores ao texto que são determinantes (Culler, 1997: 27). Referimo-nos, por exemplo, ao contexto da obra (um livro numa livraria, um texto na secção literária de uma revista) e ao facto de o vocábulo “literatura” ser, igualmente um “rótulo institucional” (*idem ibidem*), a tal construção histórico-social, a que nos referimos previamente que, ao atestar o estatuto literário de um evento textual, persuade

instantaneamente o leitor a ler o texto como literário. Em suma, podemos afirmar que o conceito de literatura:

- (i) é um conceito *situado*, na medida em que é determinado pelo conjunto de convenções partilhadas por uma dada comunidade numa determinada época;
- (ii) se refere a um campo pluridimensional de materialização textual que está em permanente mutação, num jogo entre a tradição e a transgressão/a criatividade;
- (iii) se refere àqueles textos que pelas suas características exigem do leitor uma atitude de leitura particular (estética, atenta, crítica, tal como refere Jean-Paul Sartre, [1948] 1993: 31);
- (iv) designa o produto *situado* da transação entre leitor e criação textual;
- (v) coincide com o conjunto de produções textuais socialmente valorizadas e que foram assim classificadas pelo cânone de uma dada comunidade numa determinada época.

É na adoção de uma ou mais destas premissas que podemos chegar a uma definição de literatura; a uma definição, mas não a uma definição final, já que, pela sua natureza contextual, as obras de arte são objetos em constante transmutação, mesmo que a sua matéria – a linguagem, neste caso – permaneça como o “veículo de todas as emoções, sobretudo das mais profundas”, tal como refere Fernando Pessoa (*apud* Lopes, 1990: 85). Ou seja, não obstante a relativa estabilidade da sua matéria-prima, a natureza do conceito de literatura é instável, pois são instáveis as suas fronteiras.

Conscientes de que muito mais haveria para dizer sobre o conceito de literatura, concluímos por agora esta reflexão, avançando para o segundo elemento do binómio que sustenta o nosso estudo: o turismo.

## 1.2. Conceito de turismo

Contrariamente ao que sucede com a literatura, disciplina que encontra os seus fundamentos reunidos na designada teoria da literatura, não existe uma disciplina intitulada teoria do turismo. A esta ausência de um campo teórico bem definido não será seguramente alheio o facto de o turismo ser concetualmente o resultado do entrecruzar dos estudos realizados em múltiplas áreas científicas, como sejam o marketing, a economia, a gestão, a geografia, a antropologia, a sociologia, a psicologia, o direito,

o planeamento e o ordenamento territorial. Deste modo, estando conscientes de que o turismo se define a partir desta multiplicidade de perspetivas e contributos de áreas distintas, é fácil compreendermos que a definição do conceito de turismo não seja uma nem consensual. Não obstante estas dificuldades, nos últimos anos é manifesto o crescente interesse pelo fenómeno do turismo e pela investigação nesta área, o que tem trazido olhares numerosos e heterogéneos sobre o turismo. Tal interesse, se por um lado é enriquecedor, por outro é um fator de dispersão que impede a existência de uma definição única e final. Como bem notam J. Christopher Holloway *et al.*, apresentar uma definição do conceito de turismo é uma tarefa quase impossível ([1983] 2009: 5).

Reconhecemos, portanto, a distância que separa cronologicamente a legitimação da literatura e do turismo enquanto áreas científicas. Apesar de já em 1958, Hans Magnus Enzensberger ter publicado um ensaio intitulado “Uma teoria do turismo”, no qual o autor refere o ato de viajar como tão antigo quanto a história da humanidade, ressaltando, porém, que, até muito recentemente, a viagem tinha sobretudo objetivos práticos e não o propósito de lazer. A verdade é que o turismo é ainda uma área de investigação em fase de afirmação e estabelecimento das suas fronteiras e do seu campo teórico. Admitindo, pois, o desfasamento cronológico e esta diferença nos estádios de evolução científico-académica da literatura e do turismo, salientamos que, a nosso ver, estes factos em nada minorizam o turismo, conceito que atualmente designa:

- (i) um fenómeno humano que pressupõe a deslocação voluntária e temporária de pessoas para locais diferentes dos seus locais habituais de residência, por um período superior a 24 horas e inferior a 1 ano;
- (ii) um sistema complexo de relações entre pessoas (as que visitam e as que são visitadas);
- (iii) uma movimentação entre pontos geográficos instigada pela curiosidade ou pela necessidade de viajar para fora dos locais habituais de residência;
- (iv) uma atividade económica com um enorme impacto na vida de muitas cidades, regiões e países e que emprega cerca de 100 milhões de pessoas em todo o mundo.

De resto, é unânime o reconhecimento do turismo como uma das principais atividades económicas da atualidade, prevendo a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (OMT) que continue a crescer

e que, em 2030, a atividade turística mundial seja duas vezes superior à registada em 2012, ano em que se registou, pela primeira vez, um bilião de turistas. Em Portugal, por exemplo, o impacto económico do turismo é expressivo, e o volume de receitas em 2017 (os últimos dados disponíveis) foi de 15.2 mil milhões de euros, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística (2018: 19).

Retomando a questão da definição do conceito de turismo, é de salientar que, apesar das condicionantes acima indicadas, é possível assinalar um conjunto de afirmações sobre o conceito de turismo que se mantém estável na maioria das definições avançadas até à data. A primeira é a afirmação de que o turismo se refere a um fenómeno complexo já que designa “um compósito de atividades, serviços e indústrias que fornecem experiências de viagem: transporte, alojamento, restauração, animação, [...] e serviços complementares, disponíveis para indivíduos ou grupos que viajam para fora do local de residência (por motivos que não se prendam com o exercício da sua actividade profissional).” (Gonçalves, 2012: 23).

A segunda, e ideia central e comum a todas as definições, é a da viagem, *i.e.*, da deslocação de um ponto para outro, atividade tão antiga quanto a existência da própria humanidade e condicionada à sua evolução, nomeadamente em termos tecnológicos e económicos, como refere Myra Shackley (2006: xi).

De facto, encontramos os primeiros registos da viagem enquanto atividade turística (diversa da viagem mercantil) na Grécia Antiga, quando a partir do século VIII a.C. se começa a viajar, quer para assistir aos Jogos Olímpicos quer para consultar os oráculos, nomeadamente o oráculo de Delfos, na cidade com o mesmo nome. Esta é, no entanto, uma forma de viagem que está distante da viagem turística tal como a entendemos atualmente, uma vez que, como sublinha Maxine Feifer (1985: 8), se realiza dentro do *habitat* dos que a efetuam, não constituindo uma tentativa de fuga ao quotidiano. Com efeito, e ainda de acordo com a mesma historiadora do turismo, o primeiro verdadeiro turista terá sido o geógrafo e historiador grego Heródoto, no século V a.C., tratando-se do primeiro exemplo de alguém que se deslocou apenas para contemplar o que o rodeava, um fenómeno isolado que, diz Feifer, só se repetiria séculos mais tarde (*idem ibidem*).

Efetivamente, a viagem turística conhece um novo ímpeto durante o Império Romano (entre o século I a.C. até ao século V d.C.), quando, tirando proveito da longa Paz Romana (entre os anos 20 a.C e 180 d.C.), das vias em boas condições e bem assinaladas e das estalagens que asseguravam onde pernoitar, a nobreza romana viaja para a beira-mar com o propósito de apreciar a paisagem e para a Grécia ou para o Egito com a finalidade de visitar os templos faraónicos. É de resto neste período que Séneca (4 a.C – 45 d.C.) terá apontado pela primeira vez uma das características distintivas do turismo ao afirmar que os homens viajam em busca de distrações, de algo que lhes permita escapar ao quotidiano (Feifer, 1995: 9).

Séculos mais tarde, há um novo marco temporal importante na evolução do turismo que coincide com o período da Idade Média (entre o século V até ao século XV), quando o número de viagens de motivação religiosa aumenta. De facto, as peregrinações religiosas concretizam-se, nesta época, nas deslocações dos cristãos a Santiago de Compostela, a Jerusalém e a Roma, e dos muçulmanos a Meca, o que leva a que se construam muitas estradas e hospedarias (Barber, 1993: 1). Ainda na Idade Média, o relato do mercador veneziano Marco Polo, que na segunda metade do século XIII viaja pela Ásia Central e pelo Extremo Oriente, desperta a curiosidade de muitos, sendo o seu livro, mais do que um simples registo de viagem, uma descrição do mundo (então, inacessível a quase todos) na qual se mesclam relatos de viagem, lendas, história e informações práticas. Um exemplo de um texto de literatura de viagens, como veremos na secção 1.3.

A partir do século XV, a leitura de relatos semelhantes ao de Marco Polo, bem como as inovações tecnológicas que se registam na esfera da navegação (nomeadamente na construção naval e no desenvolvimento dos instrumentos de orientação) motivam alguns europeus a aventurarem-se para lá do Velho Mundo. No entanto, nesta época, falar em viagem é praticamente sinónimo de falar em descobrimentos e viagens comerciais. Já nos séculos seguintes, a viagem começa lentamente a aproximar-se daquilo que hoje se entende por viagem turística. Referimo-nos ao novo conceito de viagem e de viajante que vemos nascer no século XVI<sup>4</sup> e que irá alcançar o seu auge no final do século XVIII e início

---

<sup>4</sup> Recordemos que é no século XVI (1552) que surge o primeiro guia de estradas, em França, publicado por Charles Estienne: *La guide des chemins de France*.

do século XIX. Falamos do *Grand Tour* e do jovem que empreende essa viagem: um aristocrata britânico que percorre, durante meses ou até anos, as cidades mais emblemáticas da Europa em busca da arte, da cultura e das raízes da civilização ocidental. O objetivo desta viagem é complementar a educação formal, mas também experimentar a “vida mundana de forma a distinguirem-se da mentalidade utilitária da burguesia ascendente, exaltando valores da gratuidade, entre os quais o das viagens sem obrigação” (Romano, 2013: 34).

Nesta fase da história do turismo, a viagem é parte de uma educação prática e constitui também um passo importante na conquista da liberdade destes jovens da nobreza britânica predestinados a ocupar, no regresso das suas viagens, importantes cargos públicos ou mesmo a representar o seu país no estrangeiro (Parks, 1951: 264-290). Este tipo de viagem, que, como referimos, ficou conhecido como *Grand Tour* (expressão cunhada por Richard Lassels, em *Voyage of Italy*, 1670), torna-se cada vez mais frequente (em muito devido ao advento das viagens de comboio), não obstante estar restringido ao universo da aristocracia. Este período fica assim marcado pelo surgimento do comboio e do barco a vapor, que propicia o aumento do número de viagens de turismo, já que vem permitir viajar mais confortavelmente e percorrer maiores distâncias de forma mais célere. Em simultâneo, inovações como a melhoria das vias de comunicação e as transformações sociais promovidas pela Revolução Industrial (aproximadamente entre 1760 e 1860) criam as bases para uma nova etapa da história do turismo. De facto, a mecanização do trabalho, a melhoria das condições económicas da classe média, o melhor acesso à educação, a consagração do direito às férias (um direito dos trabalhadores que nasce no Reino Unido, na segunda metade do século XIX) e em consequência o aumento do tempo livre estimulam quer a procura quer a criação de atividades de lazer. Concomitantemente, surge o turismo de saúde, quando as classes média e alta começam a fazer termas (por exemplo em Bath, em Inglaterra, Baden-Baden, na Alemanha e Entre-os-Rios, em Portugal<sup>5</sup>) e a procurar as cidades à beira-mar (como Scarborough, Margate e Brighton, em Inglaterra e Figueira da Foz, em Portugal).

---

<sup>5</sup> Sobre as termas em Portugal e a confluência da literatura com o turismo, veja-se por exemplo o texto *Banhos de caldas e águas minerais* (1875), de Ramalho Ortigão.

Podemos, pois, constatar que as mudanças sociais, científicas e tecnológicas do século XIX e do século XX (férias pagas, invenção de formas mais baratas e rápidas de viajar, como o comboio, no século XIX, e o avião, no século XX) têm um grande impacto na evolução do turismo. Lembremos também que é em 1841 que Thomas Cook cria a primeira agência de viagens – a Thomas Cook & Sons –, promove a primeira viagem organizada (a Liverpool), em 1845, e concebe o conceito de *voucher* para unidades hoteleiras.

A partir deste momento, a viagem turística regista um aumento consistente e vai ganhando características semelhantes às das que existem atualmente. A invenção do automóvel no período entre as duas grandes guerras é um importante marco na história do turismo, tal como são todos os desenvolvimentos tecnológicos na aviação e a crescente prosperidade económica das populações.

O acesso generalizado à internet, que se regista no final do século XX, marca um momento-chave na evolução do turismo, ao facilitar as vendas diretas de alojamento, transporte e atividades, reduzindo os seus custos e aumentando a informação disponível para aqueles que querem viajar. Já no século XXI, a este fenómeno que veio democratizar o acesso às viagens de turismo associa-se a proliferação das companhias aéreas *low-cost*.

Em suma, nesta breve resenha da evolução do turismo optámos por destacar marcos temporais (Império Romano, Idade Média, séculos XVI e XVII, Revolução Industrial e séculos XX e XXI) que correspondem a momentos da história (ocidental) nos quais a viagem turística ganhou novas e mais dinâmicas dimensões.

A propósito da noção de viagem, é importante ressaltar que, ainda que este conceito seja central à definição de turismo, o turismo não se esgota na viagem e, evidentemente, nem todas as viagens são sinónimas de turismo. Referimo-nos nomeadamente às viagens daqueles que se deslocam para trocar ou vender mercadorias, dos que viajam diária ou semanalmente todos os dias de casa para o trabalho e do trabalho para casa, às viagens dos diplomatas, às dos nómadas, às dos emigrantes e até às viagens às quais os refugiados são compelidos (Medlik, [1993] 2003: vii). Como refere Luís Romano, é a intenção que distingue a viagem turística das outras viagens, daquelas que se realizam “por necessidade, em função de

atividades de Estado, comerciais ou de crenças religiosas.” (2013: 34). De acordo com o mesmo autor, motivações deste género começam a diminuir progressivamente no início do século XIX, quando começa a surgir o serviço turístico: “ir a termas de águas, visitar ruínas da Antiguidade ou da tradição bíblica, empreender excursões por lugares «exóticos» ou inhóspitos vai-se tornando um fim em si mesmo” (Romano, 2014: 19). Ou seja, o “turista coloca, em primeiro lugar, as motivações pessoais [e] a viagem como aventura, distinção social ou lazer torna-se um fim em si mesmo; é [a] sua vontade e curiosidade que o motivarão a percorrer os caminhos.” (Romano, 2013: 34). Efetivamente, a viagem do turista corresponde ao que Claudio Magris define como um vagar pelo mundo, um “descansar da intensidade doméstica, abandonar-se a descansos caseiros prazerosos, deixar-se levar passivamente [...] pelo fluir das coisas” (2005: 21, tradução nossa).

Constatamos, pois, que a viagem turística é aquela que observa as particularidades intrínsecas espelhadas na maioria das definições: a já referida motivação (o lazer, o descanso, a descoberta, a fuga à rotina), mas também a permanência (a noção de que a deslocação tem como finalidade permanecer num lugar diferente do local habitual de residência); a duração dessa permanência (mais do que um dia e menos do que um ano), o alojamento (a acomodação noutra espaço que não o da casa-residência) e todo o conjunto de outras atividades económicas desenvolvidas em torno da viagem, e que se designam como indústria do turismo.

Chegadas a este ponto, confirmamos o desafio de apresentar uma definição unânime do conceito de turismo. Assim, de modo a ultrapassar esta dificuldade, optámos por apresentar a da OMT, por ser a mais frequentemente citada:

**O** turismo é um fenómeno cultural, social e económico que implica o movimento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual por razões pessoais ou profissionais. A estas pessoas dá-se o nome de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas [...]) e o turismo tem a ver com as suas actividades [...].<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Definição proposta pela Organização Mundial de Turismo (OMT) das Nações Unidas (2005/2007). Tal como faz a OMT, há investigadores (vide Davidson, 1994 e 1998; Hankinson, 2005; Hankinson, 2012) que incluem o turismo de negócios na definição canónica de turismo. Todavia, esta inclusão não é consensual (Holloway, 2009, por exemplo, não o inclui), pois apesar de conter (quase) todas as características de uma atividade turística, argumenta-se que a viagem de negócios não se realiza em momentos de lazer e implica uma remuneração financeira.

Nesta definição de turismo, não obstante a referência à vertente económica, é bem visível a perspetiva humanista deste fenómeno que se tornou indústria, mas que é “antes de mais nada, um estado de espírito, uma atitude, um comportamento, uma experiência pessoal e coletiva cheia de significados.” (Ferreira, 2009: 1).

O turismo é, assim, sinónimo da vontade de ir mais longe e de conhecer mais, bem como da necessidade de evasão da rotina – motivações em tudo semelhantes, sublinhamos nós, às que estimulam a leitura de um texto literário. De facto, na nossa perspetiva, os conceitos de turismo e de leitura literária aproximam-se, pois, tal como a experiência turística, também a experiência da leitura contribui para enriquecer o capital cultural do indivíduo. Ambos transportam transitoriamente o indivíduo para fora da sua realidade habitual, criando oportunidades para conhecer e viver outras vidas, noutros espaços. Assim, tanto o turista como o leitor percorrem linhas paralelas entre a realidade e a ficção ou, como notam Marta Magadán Díaz e Jesús Rivas García: “Pode-se dizer que a literatura é uma forma de fazer turismo, uma viagem objetiva pelos sítios reais e uma viagem sugerida pelo olhar especial e o ritmo do escritor. Ler é viajar com a imaginação” (2011: 9, tradução nossa). Com efeito, o turismo, tal como a leitura literária, é uma atividade de lazer na qual se procuram viver bons momentos, momentos aprazíveis, distintos das experiências da vida de trabalho que normalmente temos (Mansfield, 2015: 19).

A propósito da experiência da leitura literária e da sua articulação com o turismo, identificamos, na próxima secção, os textos que estão na base dos estudos em literatura e turismo e que se distinguem dos chamados textos de turismo (“normalmente guias, postais, livros de viagens, brochuras, anúncios”, Crang, 2004: 77, tradução nossa).

### **1.3. Conceito de literatura de turismo**

Como referimos na introdução, é frequente que, num primeiro momento, se associe a investigação em literatura e turismo àquela que se realiza no domínio da literatura de viagens. Uma associação aparentemente óbvia, em larga medida, porque em ambos os casos, a viagem ou o ato de viajar são o

elemento central a partir do qual se exploram temas e imagens. Há, todavia, diferenças entre estas duas aproximações ao texto literário. Assim, se a literatura de viagens corresponde a um género (Hooper & Youngs, 2004: 14) ou subgénero literário (Cristovão, 2002: 35)<sup>7</sup> assente em narrativas cuja característica fundamental é a descrição de uma viagem (real ou imaginária), a literatura de turismo refere-se a um conjunto de textos que, por determinados efeitos intencionais e semânticos (adiante descritos), são permeáveis a uma exegese interdisciplinar nas áreas da literatura e do turismo. No conjunto destes textos encontram-se alguns dos classificados como literatura de viagens. Todavia os textos de literatura de turismo não se limitam à literatura de viagens, ideia que desenvolvemos ao longo desta secção.

Na nossa perspetiva, é importante que a distinção entre literatura de viagens e literatura de turismo seja clara, mas não categórica, uma vez que, como afirma o filósofo Jacques Derrida, “um texto não pertence a algum género. Cada texto participa em um ou vários géneros” ([1980] 1992: 177-179, tradução nossa). Ou seja, não obstante o facto de todos os textos pertencerem, por referência e por confluência de características, a um género, não há nenhuma “lei de pertença” que force um texto a ficar preso a um dado género. Na realidade, as fronteiras que se estabelecem entre géneros são historicamente relativas, sujeitas “à variabilidade temporal e cultural” (Silva, 2005: 584) e, por essa razão, um mesmo texto pode em dado momento ser integrado numa determinada classificação genérica e num outro contexto numa outra classificação (ver nota de rodapé número 7). Estas especificidades circunstanciais do agrupamento de textos em géneros (em função de confluências de características, como dissemos) é particularmente complicada na pós-modernidade, quando a explosão e/ou implosão dos géneros (por “subversão, crise, heterogeneidade, deriva, indeterminação, composição, dissolução, polifonia, escrita transgenérica, miscelânea inclassificável”, Schaeffer, 2001: 12), contribuem para enfraquecer o princípio de diferenciação dos géneros, prevalecendo, em lugar desse, o critério da originalidade sobre o das regularidades (Murat, 2001: 22).

---

<sup>7</sup> Como se sabe, é frequente a discussão em torno da classificação da literatura de viagens como género ou subgénero literário. Tendo em conta que este não é de modo algum o objeto do nosso estudo, escusamo-nos a desenvolver esta questão e limitamo-nos, por isso, a apresentar o nome de autores que propõem uma e outra classificação.

Esta fluidez de géneros é particularmente evidente no final do século XIX e coincide com a crise do romance, quando um grande número de escritores europeus rejeita o romance realista-naturalista, dando preferência ao romance-ensaio. Nesta fase, o enredo e a diegese perdem protagonismo como elementos centrais do romance e o essencial é representar a complexidade psicológica das personagens ou até a *mimesis* do fluxo de consciência (*stream of consciousness*), como sucede em *Finnegans wake*, de James Joyce (1939). Outros exemplos de obras classificadas como romance-ensaio no início do século XX e hoje em dia classificadas como romances são: *A montanha mágica*, de Thomas Mann (1924); *A metamorfose*, de Kafka (1915); *O processo*, de Kafka (1925); *Um homem sem qualidades*, de Musil (1930-43) e *Ulisses*, de James Joyce (1921). Adicionalmente, a ausência de uma definição única de literatura e a presença de uma pluralidade de eventos literários, cujas características estão em permanente transformação, como já vimos no texto de Jean-Marie Schaeffer, dificultam a tarefa de “estabelecer uma taxonomia de géneros que os tome como «entidades mutuamente exclusivas», ou que se assuma como única, atendendo à variedade de critérios e dos regimes de vigência da literariedade” (Silva, 2005: 582).

Por estes motivos, no que respeita aos géneros e subgéneros textuais, reconhecemos a ausência de fronteiras que aprisionam os textos num ou noutra género/subgénero – uma posição resultante de uma visão menos formalista, e mais histórica e comunicativa da problemática dos géneros –, partindo da crença de que o género de um texto não é definido pela existência de constelações comuns de características textuais, mas sim pela interação entre textos, ou seja, por diferença e contraste (Cohen, 1986: 207), bem como pelo contexto histórico da sua receção. Como tal, e na sequência do que afirmámos anteriormente, os textos estudados na esfera da investigação em literatura e turismo não se esgotam nos textos de literatura de viagens, mas tal não significa que alguns deles não pertençam a este (sub)género literário. Afinal de contas, o próprio (sub)género literatura de viagens é híbrido, contendo tipologias textuais diversificadas como a prosa diarística, os ensaios ou a poesia, sucedendo o mesmo com os textos que podem ser agrupados sob a designação de literatura de turismo.

Não obstante a distinção entre literatura de viagens e literatura de turismo, há, pelo menos, um ponto de convergência: em ambos os casos, a literatura é a matéria-prima, uma vez que esta é a expressão

artística que melhor permite deixar marcas visíveis das “peripécias indefinidas do viajar”, como refere Claudio Magris ([1986] 2010: 18).

Existem, no entanto, traços peculiares da literatura de turismo que permitem distingui-la, por contraste, da literatura de viagens e de outros (sub)gêneros. Referimo-nos ao facto de os textos de literatura de turismo apresentarem referências explícitas a práticas turísticas e de encerrarem representações do espaço que adquirem o valor de atrações turísticas, quando percecionadas desse ângulo (Hendrix, 2014: 19-29). Assim, a literatura de turismo designa, entre outros, os textos literários que têm o condão de motivar leitores a transformar-se em “turistas de facto” e a realizar viagens para além daquelas que os livros lhes proporcionam, de modo a sentirem-se mais próximos dos livros, dos autores e/ou das personagens. Ou seja, estes textos conseguem promover o turismo literário: um nicho do turismo cultural que tem a especificidade de implicar a deslocação a lugares, de algum modo, relacionados com a literatura. Após examinarmos vários destes textos, encontrámos ainda outros textos que, em nosso entender, também podem ser classificados como literatura de turismo, essencialmente na medida em que são passíveis de ser analisados na perspetiva dos estudos em literatura e turismo. Falamos de textos com potencial para desencadear um debate sobre o turismo e as práticas turísticas, sobretudo porque a diegese promove uma análise e interpretação a partir desse ângulo.

Com efeito, entendemos que a literatura de turismo designa o conjunto dos textos que, por determinados efeitos, são permeáveis a uma análise e interpretação interdisciplinar nas áreas da literatura e do turismo. Logo, entendemos que a designação literatura de turismo não só se aplica aos textos literários cuja autoria ou representações literárias atribuem valor turístico a um dado local, como refere Hendrix, mas também àqueles que promovem a reflexão sobre o turismo e as atividades turísticas e retratam práticas de turismo.

Não obstante o que afirmámos sobre a questão dos géneros, importa, ainda assim, referir que pensamos ser essencial reconhecer a existência da literatura de turismo como um subgénero literário virtual, ou seja, como um conjunto de textos que encerram em si mesmos potencialidades que permitem uma dada receção dos textos a partir do prisma dos estudos em literatura e turismo. Ao contrário da

maioria dos (sub)géneros literários, há um grau de heterogeneidade no conjunto de textos agrupados sob a designação de literatura de turismo, pois na verdade eles pertencem a outros géneros ou subgéneros (como por exemplo, o romance, o conto, as memórias, o diário, a epopeia, a autobiografia, a novela e a poesia). Este facto faz com que a literatura de turismo enquanto género ou subgénero exista apenas neste plano virtual e potencial, pois depende, em absoluto, da receção e da exegese que dela é feita. Em suma, a literatura de turismo refere-se a textos que:

- (i) têm a capacidade de acrescentar valor turístico a um lugar e, por esse motivo, promovem uma prática turística (referindo ou sugerindo lugares e motivando por essa via uma viagem ou a construção de um itinerário turístico);
- (ii) promovem a reflexão sobre o turismo e a atividade turística, em geral, bem como sobre os atores nela envolvidos (turistas e viajantes) e nela implicados, por vezes, involuntariamente (os habitantes locais dos destinos turísticos);
- (iii) retratam práticas de turismo, em geral, e de turismo literário, em particular.

Estas três características podem surgir isoladamente, mas também pode suceder que um único texto literário contenha dois ou mesmo três destes traços distintivos.

Note-se que a designação aqui utilizada, e pioneiramente sugerida por Harald Hendrix (2014: 22) como *tourist literature*, foi por nós traduzida como literatura de turismo e que o fizemos em detrimento da alternativa que seria “literatura turística” por entendermos que essa poderia remeter erroneamente para os textos mais comumente utilizados pelos turistas, *i.e.*, guias de viagens, brochuras informativas, entre outros.

Não podemos, contudo, excluir da investigação em literatura e turismo todos os guias de viagem. É verdade que a generalidade dos atuais guias corresponde a um modelo que, no século XIX “foi transformado num padrão vulgarizado entre as editoras e apreendido pelos viajantes, ou potenciais viajantes, que reconheceram a utilidade destes livros guia na preparação ou no apoio a viagens realizadas.” (Martins, 2011: 2). Ou seja, são textos que listam, de forma mais ou menos exaustiva, monumentos, atrações turísticas, oferta de alojamento e restauração e transportes, acrescidos de um suporte de imagem e de mapas da cidade, região ou país a que se referem. Sublinhe-se que atualmente

alguns destes guias são acompanhados de excertos retirados de textos literários (como *Sintra: Guia do Concelho*; vide Ribeiro, 2007) o que não obstante ser revelador de uma consciência do valor que resulta de adicionar a literatura ao guia comum, não faz deste um texto literário, nem um texto de literatura de turismo. Todavia, há guias de viagem que, mais do que informar e guiar o turista, pretendem sobretudo construir uma imagem positiva e apelativa do local que descrevem e promovem, não entrando, por isso, pelos pormenores mais funcionais de uma estada num determinado espaço, como são as indicações de possibilidades de alojamento e restauração, entre outras. Falamos de textos que se afastam da estrutura-padrão dos guias de viagem, ainda que reunidos sob esta designação. Textos de autores canónicos como *Lisboa: O que o turista deve ver* (1925), de Fernando Pessoa, como o *Guia de Ouro Preto* (1938), de Manuel Bandeira ou como *Banhos de caldas e águas minerais* (1875) e *As praias de Portugal: O guia do banhista e do viajante* (1876), de Ramalho Ortigão. Estas produções textuais vão para além da tradicional listagem de atrações e monumentos (tão específica dos guias de viagens) e, no contexto da análise realizada nos estudos em literatura e turismo, oferecem retratos fiéis das épocas a que se referem, tanto ao nível da história social, política e económica como ao nível do turismo, da sua história, da evolução das atividades disponíveis e até mesmo dos próprios conceitos de visitante e património, por exemplo.

De modo a clarificar o que entendemos por literatura de turismo, apresentamos em seguida alguns textos literários com características muito diversas entre si, que consideramos caberem nesta classificação. Vamos indicá-los em função da tipologia e da ordem que definimos acima.

Assim, como exemplo de textos que promovem uma viagem ou a criação de um itinerário, apontamos o já referido guia de Fernando Pessoa: *Lisboa: O que o turista deve ver* (1925). De um modo geral, a leitura dos guias e roteiros de viagem é “monocórdica e insípida” (Leal, 1999: 194), pois na sua maioria são textos de “literatura utilitária e pedagógica que visa dar àqueles a quem se dirige [...] uma série de indicações sobre as viagens a empreender e sobre os espaços a visitar” (Matos & Santos, 2004), sem qualquer valor estático, como referimos. Já o guia de Pessoa, não obstante o elevado pendor informativo, tem um ritmo dinâmico que modela a paisagem patrimonial de Lisboa de acordo com a visão do seu autor: é Lisboa tal como Pessoa a vê e como quer que os turistas a vejam. O autor, que nesta obra se apresenta como

narrador e cicerone, seleciona fragmentos da paisagem, da história, da arte e da cultura da capital portuguesa, através de cuja representação cristaliza uma memória da cidade, a sua memória e a do seu tempo. Os fragmentos selecionados geram lugares literários (conceito que definimos na secção 3.1.) e contribuem para a formação da imagem de Lisboa enquanto destino turístico e, particularmente, enquanto destino de turismo literário e cidade literária (Lopes, Baleiro & Quinteiro, 2016: 103-118). A este exemplo associamos um seu contemporâneo com características semelhantes, também ele um grande autor, neste caso da literatura brasileira, o *Guia de Ouro Preto* (1938), de Manuel Bandeira (vide Lopes, Baleiro & Quinteiro, 2017: 93-102).

Outros exemplos deste tipo de textos são *Danúbio*, de Claudio Magris (1986), um romance que assinala e viabiliza a construção de um conjunto de lugares literários, gerando um mapa literário da Europa Central (Baleiro & Quinteiro, 2014: 31-44), e *Viagem ao Algarve* (2014) do escritor espanhol Diego Mesa. Dois textos que incentivam o leitor a realizar os percursos dos narradores/autores, sendo que, no caso do texto de Mesa, o caminho percorrido e sugerido é já ele próprio consequência da leitura que o autor fez de *Viagem a Portugal* (1981), de José Saramago.

Uma obra paradigmática do segundo tipo de textos de literatura de turismo, ou seja, dos textos que estimulam uma reflexão sobre a atividade turística, é um pequeno e intenso texto de Jamaica Kincaid, intitulado *A small place* (1988), no qual se reflete sobre o fenómeno turístico, principal atividade económica de Antígua (Baleiro & Quinteiro, 2018). Neste texto, a autora apresenta ao turista – pois é a ele que o narrador se dirige – a sua verdade sobre Antígua, a perspetiva de alguém natural desta ilha, que é simultaneamente pátria de um povo e uma mescla de destino turístico, de ex-colónia e de território neocolonialista (McLeod, 2008: 77). Paralelamente, a escritora destrói as imagens de paraíso que o turista transporta consigo – o cliché de destino turístico tropical – e oferece-lhe uma lição furiosa sobre história colonial e corrupção local. Simultaneamente confronta-o com a realidade nua e crua da pobreza dos antíguanos (Melas, 2007: 161) e explica o impacto das relações complexas entre colonizador e colonizado, entre os ocidentais e os não-ocidentais e, também, entre brancos e negros. Na verdade, Kincaid cria uma narrativa que “literal e simbolicamente” dá voz e direito de resposta àqueles que foram colonizados

durante praticamente trezentos e cinquenta anos (Osagie & Buzinde, 2011: 213). Neste texto, a autora constrói um retrato de Antígua a partir de um narrador – um guia turístico – que revela como de facto é aquela ilha, como são e como vivem os seus habitantes e qual é o real impacto do turismo na vida dos residentes, conduzindo neste sentido o olhar do narratário, branco e ocidental. Trata-se de um texto que pretende alterar a habitual perspetiva do turista europeu e/ou norte-americano sobre Antígua, forçando-o a ver que aquilo que para ele é pitoresco e típico, na verdade, é apenas pobreza e precariedade.

Exemplar do terceiro tipo de textos de literatura de turismo, daqueles que retratam práticas de turismo (literário), é o romance *Dublinesca*, do espanhol Enrique Vila-Matas (2010). Neste livro, o protagonista, Samuel Riba, um editor catalão aposentado, atormentado pelo seu envelhecimento, pelo desaparecimento dos bons escritores, dos leitores “dedicados” (Vila-Matas, 2010: 217) e dos editores da grande literatura, entretanto substituídos por “seres idiotas e mal preparados” (*idem*: 243), empreende uma viagem a Dublin. Desloca-se a esta cidade para “sentir” e “viver” *Ulisses*, de James Joyce (Figura 1.1.), e para celebrar o funeral do “mundo derrubado da edição literária, mas também [do] mundo dos verdadeiros escritores e dos leitores com talento” (*idem*: 97-98), “um *requiem* pela galáxia Gutenberg, por essa galáxia hoje de fogo pálido e da qual o romance de Joyce foi um dos seus grandes momentos siderais” (*idem*: 97). Efetivamente, *Dublinesca* é um texto de literatura de turismo porque, para além de tematizar a viagem e ter o potencial de mapear um conjunto de lugares literários, retrata uma viagem/peregrinação literária (conceitos descritos na secção 4.2). Trata-se efetivamente de uma viagem realizada em direção a um dos mais emblemáticos destinos literários do mundo<sup>8</sup> e é lá que o protagonista e turista/peregrino literário decide realizar o funeral da literatura, no dia 16 de junho, fazendo-o coincidir

---

<sup>8</sup> Dublin foi classificada pela UNESCO como “Cidade Património Mundial da Literatura”, em 2010.

com o dia em que decorre a ação de *Ulisses* e que é também o dia em que, em homenagem a esta obra, se comemora o *Bloomsday*, em Dublin (Quinteiro & Baleiro, 2014: 9-27).

Para terminar, e de entre os diversos exemplos que poderíamos apresentar e que surgem noutras secções deste livro, salientamos a possibilidade de se congregarem textos, de um ou mais autores que,

**Figura 1.1.** Estátua de James Joyce, Dublin, Irlanda



associados entre si, ou mesmo isolados, podem ser lidos enquanto literatura de turismo. É o caso de um conjunto de textos de Teresa Rita Lopes, Manuel Teixeira Gomes, Raul Brandão, Yvette Centeno e Emiliano da Costa, que seleccionámos e agrupámos pelo facto de todos fazerem referência às casas típicas algarvias e, por este motivo, poderem conduzir estruturar o guião de um itinerário literário, por exemplo.

### Síntese

Nesta primeira parte, delimitámos o *corpus* dos estudos em literatura e turismo e apresentámos, ainda que de forma necessariamente breve, os dois conceitos-base do nosso estudo: literatura e turismo. Ambos de difícil, mas necessária definição: a literatura pelas suas fronteiras fluidas e contextualmente determinadas; o turismo pela dimensão multidisciplinar do fenómeno e porque ainda não conseguiu a afirmação enquanto corpo de conhecimento científico autónomo.

Articulámos aqui literatura e turismo conscientes de que quando dois campos de pesquisa, *i.e.*, duas disciplinas, se interseccionam, promovendo, inclusivamente, uma nova área de investigação, é frequente que a reação inicial seja de suspeição, tendo em conta que, como é sabido, a Academia tem uma forte e

longa tradição de separação disciplinar. De facto, e tal como afirma o sociólogo Pierre Bourdieu (2004: 92), as disciplinas são espaços com estruturas e fronteiras bem definidas e correspondem a campos relativamente estáveis e delimitados. Consequentemente, esta forma de organização do conhecimento pode, num primeiro momento, contrariar a aproximação entre disciplinas. Porém, é o mesmo Bourdieu a garantir que a interseção disciplinar pode ser “útil” como plataforma de criação de ideias (2004: 93) e é deste modo que olhamos para a investigação em literatura e turismo. Para além disso, defendemos que aprender a conhecer significa também ser capaz de estabelecer pontes entre diferentes saberes (Coll et al., 2000: 150) e que a interseção entre literatura e turismo traz exatamente novas possibilidades de se interpretar o texto literário.

Acreditamos, portanto, que, no final da leitura desta primeira parte do nosso trabalho, o leitor estará esclarecido quanto aos fundamentos dos conceitos de literatura e de turismo e à forma como se podem articular. Para além disso, chegado a este ponto, o leitor também conseguirá reconhecer a diferença entre literatura de viagens e literatura de turismo. Ademais, estará também consciente de que sob a designação de literatura de turismo cabem aqueles textos literários que têm a capacidade de promover nos seus leitores uma reflexão sobre a prática turística, sobre o ato de viajar e os sujeitos que empreendem viagens, bem como aqueles textos que conseguem acrescentar valor turístico a lugares e, até mesmo, suscitar a realização de práticas turísticas. Estas últimas, quando concretizadas, transformam-se em experiências de turismo literário: um nicho de turismo que apresentamos na próxima parte deste nosso estudo.

### **Tópicos para discussão**

- Como se pode definir um texto literário?
- Comente a seguinte frase: ao considerarmos o fenómeno turístico como o resultado das acções de diferentes grupos de agentes produtores estamos a entendê-lo como um sistema complexo, aberto, dinâmico e em constante movimento, o que torna o trabalho de quem o estuda bastante árduo e sempre incompleto.
- Que textos podem ser classificados como literatura de turismo?
- Como se distingue a literatura de viagens da literatura de turismo?

## **PARTE II**

### **Turismo literário: A história, os produtos e as experiências**

## Objetivos

- Definir turismo literário;
- Identificar momentos-chave da história do turismo literário;
- Identificar produtos e experiências de turismo literário;
- Identificar traços de sustentabilidade na prática do turismo literário.

## Introdução

Como vimos na primeira parte, a natureza multidimensional do conceito de turismo torna difícil a sua definição. No entanto, apesar dessa dificuldade, é ponto assente que o conceito de turismo incorpora um elemento dinâmico – a deslocação física para fora do local habitual de residência – e um elemento estático, a estada. No caso da definição do conceito de turismo literário, persiste a ideia de deslocação para fora do espaço não habitual de residência, acrescentando porém a dimensão literária que o diferencia dentro do turismo cultural.

Posto isto, nesta segunda parte, contextualizamos e apresentamos o conceito de turismo literário, explicamos a sua genealogia e identificamos as múltiplas formas que a prática de turismo literário pode assumir. Por último, esclarecemos como o desenvolvimento do turismo literário pode ser um instrumento adjuvante da sustentabilidade.

### 2.1. Definição de turismo literário

Para definir turismo literário, importa situar o conceito no contexto mais amplo do turismo. Assim, partimos do trabalho da investigadora Anne Hoppen (2011: 12-13) que, contextualizando-o na esfera do turismo cultural e de património, propõe, como a generalidade dos autores, uma associação entre turismo

literário e turismo cultural, identificando o primeiro como uma forma subsidiária do segundo (ver também Magadán Díaz & Rivas García, 2011: 22).

Vejamos, portanto, o conceito de turismo cultural tal como é entendido por um dos mais reconhecidos investigadores desta área, Greg Richards. Este autor sublinha, desde logo, a dificuldade em definir este conceito, quer porque envolve dois conceitos complexos – cultura e turismo – quer porque o turismo cultural não tem uma definição estável e definitiva (1996: 21 e 2001: 6). Um dos fundamentos que preside à definição proposta por Richards (2001: 7) é a recusa da ideia de que o turismo cultural se traduz apenas na visita a museus e monumentos – uma visão tradicional (e ultrapassada, acrescentamos nós) deste tipo de turismo. Tal como refere este investigador, o turismo cultural implica experimentar o modo de vida dos locais que se visitam e recolher novos conhecimentos e informações (Richards, 2001: 7), pelo que define o conceito de turismo cultural como: “O movimento de pessoas em direção a atrações culturais distantes do seu local de residência habitual, com a intenção de reunir nova informação e experiências para satisfazer as suas necessidades culturais” (Richards, 1996: 24, tradução nossa). Assim entendido, o turismo cultural implica não só o consumo de produtos culturais do passado, mas também os fenómenos e artefactos culturais do presente e o modo de vida de um povo ou de uma região (Richards, 2000: 188). Em suma, o turismo cultural pode ser entendido como a mescla de turismo de património (*heritage tourism*) e turismo das artes (*art tourism*) (*idem ibidem*). Alargando, portanto, a noção de turismo cultural ao turismo das artes, em *Cultural tourism in Europe*, o mesmo investigador inclui a referência ao literário (museus literários, paisagens literárias, semanas da literatura) na esfera do turismo cultural<sup>9</sup>.

Na mesma linha, Mike Robinson e Hans-Christian Andersen (2002: xiii-xiv) entendem o turismo literário como um nicho do turismo cultural. No entanto, para além de apresentarem o turismo literário como um nicho do turismo cultural, estes autores consideram, à semelhança de Hoppen, que pertence também à esfera do turismo criativo, essencialmente, porque se trata de um nicho que se funda numa arte criativa: a literatura. Em nosso entender, o turismo literário não se pode considerar *a priori* uma forma

---

<sup>9</sup> Para um estudo mais aprofundado sobre o turismo cultural, veja-se *Turismo cultural. Uma visão antropológica* (2009), de Xerardo Pereiro Pérez.

de turismo criativo, uma vez que, contrariamente ao que propõem estes investigadores, entendemos o turismo criativo como sinónimo de turismo experiencial (Richards & Raymond, 2000: 16-20; Prentice, 2001: 5-26), ou seja, como aquele que inclui o envolvimento ativo do turista em atividades realizadas durante a experiência turística. No caso do turismo literário, por exemplo, implicaria a participação em *workshops* de escrita, em encenações ou em sessões de declamação, por exemplo.

Segundo Robinson e Andersen (2002: xiii-xiv), o turismo literário é um nicho do turismo cultural, quer na sua dimensão estética quer na sua dimensão antropológica. Estética, porque o turismo literário se funda numa arte criativa, como dissemos; antropológica, porque os turistas se identificam, descobrem e criam significados a partir do contacto com as pessoas que habitam os lugares visitados e os seus valores culturais e com as pessoas que se tornaram parte das mitologias culturais dos lugares.

Para além da associação entre turismo literário e turismo cultural, há autores como Shelagh J. Squire (1996: 116) e David Herbert (2001: 312-333) que situam o turismo literário no campo do turismo patrimonial. Um nicho que, de acordo com o *National Trust for Historic Preservation* (2011), é similar ao turismo cultural, sendo que, frequentemente, as características de um e de outro se sobrepõem. Um dos poucos traços distintivos do turismo patrimonial é o facto de, por comparação com o turismo cultural, este se centrar fundamentalmente no espaço e nos lugares (Hoppen, 2011: 12), apesar de no turismo patrimonial também se prestar uma atenção muito especial à arquitetura, às gentes, aos artefactos, às tradições e às histórias locais, tal como acontece no turismo cultural. Verifica-se, pois, que existe um número considerável de sobreposições entre o turismo cultural e o turismo patrimonial, o que também é válido para o turismo literário, uma vez que este designa uma modalidade de turismo na qual convivem não só atributos do turismo cultural (a atração pelos escritores e personagens que se tornaram mitos culturais de determinadas sociedades, por exemplo), mas também características do turismo patrimonial. Isto sucede porque os conceitos de espaço e de lugar desempenham um papel particularmente importante no turismo literário e porque há lugares literários que são património e outros que, não o sendo à partida, se transformam em tal por via da associação ao literário, como explicaremos na Parte III.

Posto isto, e de acordo com estes autores, o turismo literário insere-se quer no contexto do turismo cultural quer no do turismo de património. Neste volume, para simplificar esta rede complexa de associações, definimos o turismo literário como um nicho do turismo cultural que tem a especificidade de implicar a deslocação a lugares relacionados com a literatura. Uma forma de turismo que, nas últimas três décadas, tem merecido o crescente interesse por parte do meio académico, o que resulta não só na pluralidade de sugestões relativas ao seu posicionamento dentro da grande área do turismo, como vimos, mas também numa pluralidade de propostas de definição. Entre as mais relevantes encontramos a do professor-investigador Richard Butler, que define o turismo literário como “uma forma de turismo, na qual a principal motivação para visitar determinados locais está relacionada com o interesse pela literatura. Tal pode incluir a visita a casas antigas ou atuais de autores (vivos e mortos), a locais reais e míticos da literatura, e a locais associados a personagens e eventos literários.” (2000: 360, tradução nossa). Todavia, é de notar que Butler não especifica se o turismo literário é, no seu entender, um nicho do turismo cultural ou do turismo patrimonial. O mesmo sucede com a definição sucinta apresentada por Squire para turismo literário: “uma forma de turismo associada aos lugares celebrados pelas suas representações literárias e/ou pelas conexões com figuras literárias.” (1996: 119, tradução nossa).

Salientamos igualmente uma definição que, de certo modo, complementa a de Butler: referimo-nos à de Graham Busby e Julia Klug (2001: 316-332), para quem o turismo literário é um fenómeno que acontece quando os autores, os seus textos ou até as suas personagens se tornam tão populares que há quem se desloque propositadamente aos locais associados a esses autores, às personagens ou cenários dos seus textos (*vide* Hendrix, 2007: 15-30). Entendemos, todavia, que esta é uma definição demasiado redutora pois, contrariamente ao que afirmam Busby e Klug, o turismo literário não se limita à deslocação em busca de autores ou personagens que se tornaram particularmente populares. Na verdade, boa parte das propostas de produtos ou experiências de turismo literário podem ter como foco autores menos conhecidos, menos divulgados, mas cuja qualidade e cujas conexões a um determinado lugar justificam a criação dessas propostas e têm capacidade para atrair visitantes que não procuram apenas o que é

popular e/ou canónico, mas que estão também dispostos a descobrir novos autores, novos textos e novos lugares literários.

Acrescentemos, também, a estas definições a referência ao facto de o turismo literário ser uma prática que se regista quando numa deslocação se verifica uma inversão da primazia da viagem sobre o texto, ou seja, quando a literatura é o pano de fundo da viagem (Brinkmann, 2006: 1). Por outras palavras, falamos de turismo literário quando é o texto que dá origem à viagem e não a viagem que dá origem a um texto no qual, por exemplo, se descrevem as paisagens e as suas etapas e episódios, como sucede com a chamada literatura do *Grand Tour*, época na qual a viagem era o motivo e a literatura era a motivação (Towner, 2002: 232).

Na verdade, independentemente da definição de turismo literário que possamos utilizar, a literatura surge sempre como o fator que impulsiona a viagem, como se fosse um “guia para roteiros turísticos, na medida em que oferece um mapeamento de espaços e bens simbólicos, trazidos à cena através de patrimônios (material e imaterial) que configuram o perfil identitário de um lugar a ser visitado.” (Simões, 2004). O turismo literário é uma nova forma de turismo cultural que entrelaça a ficção no mundo real (Magadán Díaz & Rivas García, 2012: 177); fundando-se, portanto, nesta interseção entre a realidade (espaço físico, biografia do autor), a ficção e, acrescentamos, a imaginação do leitor. Como tal, a visita aos locais onde se dá esse encontro permite aos leitores interagirem com os autores e/ou personagens que admiram, ver ou tocar os seus objetos, a mobília onde escreviam ou a cama onde dormiam (Busby & Klug, 2001: 316-332). Ao viajar de facto, e não apenas nas páginas dos livros, o leitor faz-se turista, viajante ou peregrino, e torna concretos os lugares que até então eram apenas uma representação literária ou uma imagem gerada pela literatura na sua imaginação.

Em suma, na sequência da definição de Squire acima apresentada (1996: 119), podemos afirmar que a expressão turismo literário designa um nicho do turismo cultural associado aos lugares que ficaram celebrizados pelas descrições literárias ou pelas suas ligações às personagens dos textos literários, mas também, seguindo a visão mais abrangente da professora de literatura inglesa Nicola Watson (2009: 2),

podemos referi-lo como a prática de visitar lugares associados a escritores e aos seus textos (*vide* Quinteiro & Baleiro, 2017a: 137).

Definido o conceito de turismo literário, a próxima secção é dedicada à genealogia desta forma de turismo.

## 2.2. História do turismo literário

Em *Going places: The ways of the tourist from Imperial Rome to the present day* (1985), uma obra que é já um clássico no que se refere à história do turismo, Feifer descreve uma prática dos turistas romanos que visitam Tróia, que podemos identificar como própria do turismo literário:

❶ turista tinha de ir numa visita guiada para apreciar Tróia, uma vez que havia pouco para ver. Guias instruídos reproduziam o capítulo e o verso da *Ilíada* para os turistas, enquanto estes visitavam as praias gregas do desembarque, a caverna de Paris, a figueira junto aos portões, os túmulos de Ájax e Aquiles, o lugar para onde Zeus levou Ganímedes, a pedra a que Cassandra estava amarrada [...]. (Feifer, 1985: 21, tradução nossa.)

Neste caso, a citação literária associa o observado a uma memória que o romano culto tem desse espaço e que lhe foi transmitida pela obra de Homero, preenche o espaço vazio deixado pela distância temporal e pela ausência das personagens associadas às marcas físicas que reconhece no espaço geográfico. No entanto, e ainda que alguns investigadores, tais como Feifer (1985), Robinson e Andersen (2002: xiv) e Smith ([1989] 1977: 1), considerem que a prática do turismo recua ao Império Romano, segundo a maioria (Herbert, 2001; Hoppen, 2011; Mansfield, 2015), o turismo literário, na Europa, tem a sua génese na Idade Média, quando devotos religiosos empreendem viagens a York (Londres) e a Paris para assistir aos *mistérios* (*i.e.*, representações de histórias e episódios da vida de Cristo descritos na Bíblia). Já no século XV, muitos são aqueles que inspirados pelos *Canterbury tales*,<sup>10</sup> de Chaucer (1342/3-1400), empreendem uma peregrinação de Southwark, em Londres, até à catedral de Canterbury, no Condado de Kent (sudoeste da Inglaterra), com o objetivo de visitar o túmulo de São Thomas Becket (Westover, 2008: 65).

<sup>10</sup> O livro *Canterbury tales* é um conjunto de vinte e quatro textos, vinte e dois em verso e dois em prosa, da autoria de Geoffrey Chaucer.

Estes exemplos são naturalmente formas primordiais de turismo literário e baseiam-se em narrativas não necessariamente literárias, mas sim em narrativas religiosas ou em relatos de viagem e, por esse motivo, são tão diferentes das atuais práticas de turismo literário (descritas na secção 2.3.).

Ainda no século XV, há referências à prática de turismo literário relacionada com as visitas às casas dos autores como, por exemplo, as motivadas pela admiração pela obra literária de Francesco Petrarca (Hendrix, 2007: 15-30), poeta da Renascença italiana, cujos sonetos inspiraram centenas de composições líricas. Na opinião de Hendrix (2014: 26-27), a novidade deste tipo de prática deve-se ao facto de os leitores passarem a interpretar os textos literários como reflexo da vida real, fazendo sobressair o carácter autobiográfico e a natureza referencial das composições literárias, o que aumenta o interesse dos leitores pela vida e contexto geográfico dos autores, mesmo quando os textos produzidos são claramente ficcionais.

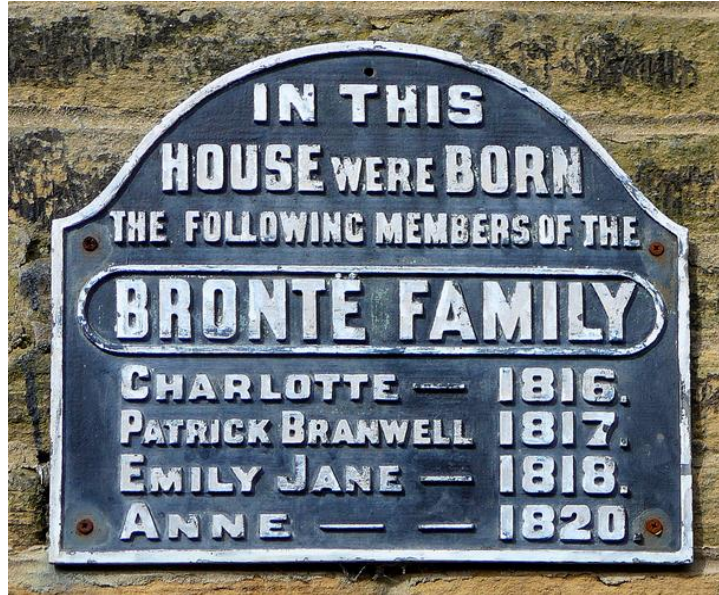
Durante os séculos XVII, XVIII e XIX, regista-se um crescente aumento do interesse pelas biografias dos escritores e a literatura é frequentemente o motivo da viagem (Watson, 2006: 201). A literatura, e a arte em geral, como sucede durante o *Grand Tour*, como já tivemos oportunidade de mencionar. Efetivamente, ainda que haja registos de práticas de turismo literário anteriores ao *Grand Tour*, como as que se realizam no século XV para visitar a casa e a sepultura de Petrarca, o *Grand Tour* assinala, sem dúvida, o início da viagem com motivação literária.

Nesta fase da história do turismo literário, a viagem é entendida quer como uma forma de aprendizagem quer como uma peregrinação em direção ao génio do autor. Na verdade, na base destas formas iniciais de turismo literário há uma prevalência do culto do autor, uma adoração da celebridade literária que impele e motiva o turista a invadir os lugares do autor. Em suma, verifica-se um desejo de partilhar o que o autor sentiu e, inclusivamente, de se aproximar fisicamente dele através da visita à sepultura na qual jaz. Neste contexto, a prática de turismo literário é uma forma de prestar homenagem ao autor. É por este motivo que, desde o século XIX, cidades ou regiões começam a ser sinónimas de alguns autores, como por exemplo, a Stratford-upon-Avon de William Shakespeare; a Yorkshire das irmãs Brontë (Figura 1.2.); a Northumberland de Catherine Cookson; a Wessex de Thomas Hardy; a Londres de

Charles Dickens e a Edimburgo de Robert Louis Stevenson. Há um exemplo paradigmático: o do Lake District associado a William Wordsworth, já que desde 1841 existe um guia de viagens para esta região, no qual os lugares do autor e os descritos nos seus poemas assumem um papel central (Yoshikawa, 2014: 1).

Se, até ao início do século XX, o turismo literário se traduz numa peregrinação de devoção pela figura do autor, nas décadas seguintes, tal como no século XXI, os locais referidos nos textos literários são também eles motivo para a realização da viagem. O turista deixa de se centrar exclusivamente no autor e passa a procurar as personagens e os cenários dos textos literários.

**Figura 1.2.** Placa que assinala a casa natal de quatro membros da família Brontë, em Bradford, Yorkshire, Inglaterra



Fonte: <http://openplaques.org/plaques/12964>

Apesar de não haver dados estatísticos concretos que nos permitam quantificar o crescimento do turismo literário nos últimos anos, a verdade é que há sinais evidentes de uma expansão progressiva, como sejam o crescente interesse dos investigadores por este nicho, a edição e publicação em cada vez maior número de guias literários,<sup>11</sup> o aumento do número de páginas da Internet com informações sobre este tema<sup>12</sup> e de lojas *online* e *souvenirs* literários,<sup>13</sup> o progressivo interesse dos meios de comunicação, e a crescente prática do turismo literário induzido pelo cinema (*film-induced literary tourism*, Busby & Klug,

<sup>11</sup> Por exemplo: o *Literary Britain and Ireland: A guide to the places that inspired poets, playwrights and novelists* (Struthers & Coe, 2005), o *The Oxford guide to literary Britain and Ireland* (Hahn & Robins, 2008), os *Sur les pas des écrivains* (Éditions Alexandrines, 2012-2013), *Orange County: A literary field guide* (Alvarez & Tonkovich, 2017), *Bretagne: Eine literarische Einladung* (Bender, 2017), *A literary guide to KwaZulu-Natal* (McNulty & Stiebel, 2017).

<sup>12</sup> Por exemplo: [literaryplaces.com](http://literaryplaces.com); [literarytraveler.com](http://literarytraveler.com); [literarytourist.com](http://literarytourist.com). Estas páginas oferecem informações de toda a ordem para os turistas literários: mapas literários virtuais, livrarias especializadas e eventos literários em diversos pontos do globo.

<sup>13</sup> Por exemplo: [the.literary.gift.company.com](http://the.literary.gift.company.com); [writersgifts.com](http://writersgifts.com); [bookishengland.co.uk](http://bookishengland.co.uk).

2001: 316-332; Connell, 2012: 6-7),<sup>14</sup> já para não falar, afirmamos nós, do progressivo número de parques literários,<sup>15</sup> da proliferação de festivais literários e do cada vez maior número de agências de viagens especializadas em turismo literário.<sup>16</sup>

Em suma, a evolução do turismo literário tem sido determinada pelas motivações de quem o pratica: a procura do autor, a procura do texto literário e a procura de reconhecimento de um dado estatuto intelectual e cultural. Para além disso, e como bem nota Mansfield (2015: 78-79), há casos nos quais os próprios autores intervêm fazendo das suas casas lugares abertos a visitantes, e ainda outros nos quais são as autoridades locais que desempenham uma função determinante na criação e divulgação dos lugares e espaços literários. Pensamos, todavia que na criação de produtos turístico-literários há uma terceira dimensão a considerar que passa, não pela adequação da oferta à procura, mas, como refere Martino Alba, por criar uma oferta que gera ela própria uma procura anteriormente inexistente:

[...] Criar uma procura concreta leva-nos a afirmar a utilidade de promover a criação de novos produtos com base nos grandes autores literários, procurando ao mesmo tempo a criatividade na implementação de produtos que poderiam ser enriquecidos com a dramatização de textos, a recriação de passagens concretas desses textos e, inclusivamente, a utilização lúdica de novas tecnologias para, através de hologramas, imaginar conversas com os autores cujas pistas seguimos para a implementação de novos produtos turísticos. (Martino Alba, 2017: 60, tradução nossa)

Vejamos, então, na próxima secção algumas das principais manifestações de turismo literário, na forma dos seus produtos e experiências mais significativos.

---

<sup>14</sup> Exemplos deste nicho de turismo são as *Lord of the Rings Tours* (Nova Zelândia), as *Dracula Tours* (Roménia), as *Da Vinci Code Tours* (Itália e França), as *Game of Thrones Tours* (Irlanda e Croácia), as *Hunger Games Tours* (EUA) ou a *Warner Bros Studio Tour* dedicada a *Harry Potter* (Inglaterra).

<sup>15</sup> Por exemplo, e para enumerar apenas alguns parques literários menos conhecidos, mas que demonstram bem a sua diversidade e dispersão geográfica: o *King Arthur's Round Table - Literary Park* (Hopkinsville, Kentucky, EUA); os parques literários *Stefano d'Arrigo Giovanni Verga*, *Elio Vittorini*, *Nino Savarese*, *Leonardo Sciascia*, *Luigi Pirandello* e *Tomasi di* (Sicília, Itália); o *Parque literário de Homero* (Latina, Itália), o *Parque da BD – Turma da Mônica / Maurício de Sousa* (Amadora, Portugal) e o *Parque Literário Kyongni* (Wonju, Coreia do Sul).

<sup>16</sup> Por exemplo, em Portugal, a Agência Nomad, a Pinto Lopes Viagens e a Lusanova Tours.

### 2.3. Produtos e experiências de turismo literário

A interseção entre literatura e turismo na sua dimensão tangível traduz-se na criação e sinalização de lugares literários (como veremos na Parte III) e, assente sobre esta base, na criação de produtos e experiências turísticas muito diversificados. Esta diversidade deve-se a vários fatores, de entre eles destacam-se o público a que se destinam e o próprio género literário a partir do qual são concebidos:

**Mesmo** a investigação mais superficial do turismo literário aponta para o facto de certos géneros serem predominantes na relação turismo-literatura. A ficção para crianças, por exemplo, metamorfoseada em parques temáticos, e o género policial, que deu origem a uma infinidade de produtos destinados a estadas breves, vagamente baseados em *thrillers* de Agatha Christie, Conan Doyle e P. D. James. Estes permitem aos turistas ‘resolver’ crimes em situações de *role-play*, geralmente dentro do ambiente evocativo e agradável de um hotel rural. (Robinson, 2002: 42, tradução nossa)

Na opinião de Robinson, que subscrevemos, o género do texto literário pode determinar o tipo de produtos e experiências propostas aos turistas literários. Com efeito, ainda que um dado tipo de texto corresponda quase inevitavelmente uma tipologia de propostas, a verdade é que o limite para a sua criação e diversidade reside na imaginação de quem as produz e na sua capacidade de estabelecer conexões entre o literário e o espaço físico a ele associado. Logo, qualquer lista de produtos e experiências literários terá de ficar sempre aberta à inclusão de novos itens, à medida que estes vão surgindo. Como tal, nesta secção, e na senda de Busby (2004: 5), Busby e Klug (2001: 321) e Mansfield (2015: 44-46), atualizamos o elenco das práticas associadas ao turismo literário conscientes, porém, de que esta será sempre uma lista em aberto (Tabela 2.1.).

**Tabela 2.1.** Elenco de produtos e experiências literários

Típos de produtos e experiências literários	Descrição
As viagens com a finalidade de visitar os lugares dos autores	Viagens às casas onde os autores nasceram, viveram ou morreram, aos espaços onde escreveram, às escolas onde estudaram, aos cafés, restaurantes e hotéis que frequentavam, às igrejas onde foram batizados, casaram ou decorreram as suas cerimónias fúnebres, às suas sepulturas e estátuas erigidas em sua homenagem.
As visitas com a finalidade de conhecer os lugares das obras	Visitas aos cenários onde se desenrola a ação, às estátuas das personagens, aos lugares onde as obras foram escritas ou lugares onde foram encenadas.

**Tabela 2.1.** Elenco de produtos e experiências literários (continuação)

A realização de passeios literários	Passeios desenhados com base na vida e obra de um ou vários autores, que podem ser realizados com a orientação de um guia ou autonomamente, a partir de documentação disponibilizada em papel ou <i>online</i> e, eventualmente, complementado por sinalética nos pontos de paragem.
As viagens para participar em festivais literários	Viagens que têm como intuito participar em ou assistir a atividades do festival, como, por exemplo, jantares, passeios e tertúlias.
As visitas a bibliotecas	Visitas cuja motivação é a beleza da biblioteca ou o desejo de ver de perto um manuscrito, um texto histórico ou, mesmo, uma primeira edição. <sup>17</sup>
As visitas a livrarias	Visitas motivadas quer pelo edifício propriamente dito ou sua associação à literatura. <sup>18</sup>
As visitas a parques literários	Visitas a parques criados com base em textos literários e/ou nos seus autores. A maioria destas viagens realiza-se em direção a parques ligados à literatura para crianças, ainda que sejam cada vez mais comuns os parques destinados a adultos.
As visitas a cidades literárias	Visitas às cidades literárias da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) e outras que, por terem uma forte associação à literatura, podem ser objeto desta classificação.
As estadas em hotéis literários	Estadas em hotéis que de alguma forma estão relacionados com a literatura, com um autor, uma obra ou uma personagem.
As estadas em hotéis-biblioteca	Estadas em hotéis associados à literatura por via dos numerosos livros que colocam à disposição dos seus hóspedes. Estes espaços pretendem ser lugares privilegiados de leitura e são lugares propícios a um retiro literário.
A participação em concursos	Participação em concursos que têm como objeto a literatura, como é o caso dos <i>peddypapers</i> literários, dos <i>literary quizzes</i> e de jogos de detetives inspirados em narrativas policiais.
A participação em jantares literários	Participação em jantares evocativos de um autor, obra ou personagem. Estes jantares podem incluir os pratos referidos numa obra, a utilização de vestuário da época, encenações, leituras de excertos, tertúlias.
A participação em tertúlias e sessões de leitura	Participação em atividades de leitura e debate em torno de um autor ou obra que se podem realizar com ou sem participação ativa do turista.
As encenações dramáticas de textos literários	Encenações de excertos de obras que podem decorrer em espaços descritos nos textos das obras ou noutros nos quais se constroem cenários alusivos aos descritos nas obras. As encenações podem realizar-se com ou sem a participação do turista.

<sup>17</sup> Mantemos aqui a salvaguarda feita por Mansfield (2015: 31) quando explicita que se a visita tiver como propósito o estudo de uma obra não é um caso de turismo literário, mas sim uma prática profissional.

<sup>18</sup> Assim, se em Nova Iorque encontramos visitas guiadas que passam por um conjunto de pequenas livrarias tradicionais, em Portugal temos o exemplo da Livraria Lello, no Porto, que conjuga a beleza do edifício com o facto de estar associada a *Harry Potter* (a sua famosa escadaria terá inspirado J. K. Rowling na descrição que faz do colégio de Hogwarts). A Lello recebe atualmente um número de visitantes de tal modo elevado que sentiu a necessidade de o controlar através de um bilhete de entrada pago, dedutível numa compra.

Atualmente não podemos ignorar o facto de muitas destas práticas serem influenciadas pelo cinema, pela adaptação cinematográfica ou televisiva de um texto literário, contudo, nesses casos devemos falar em *film-induced literary tourism* (Busby & Klug, 2001: 316-332) e não em turismo literário (vide nota 14). Estas motivações são, no entanto, muito difíceis de destringir e há vários casos, como o de *Harry Potter*, em que dificilmente se poderá alguma vez concluir em que medida se trata de turismo literário ou de turismo literário motivado pelo cinema.

#### 2.4. Turismo literário e sustentabilidade

Contrariamente ao turismo literário induzido pelo cinema (“Film-Induced Literary Tourism”, Hoppen, 2011: 32), que cada vez mais atrai multidões e arrasta consigo os problemas do turismo de massas (veja-se o caso emblemático de Dubrovnik e do fenómeno desencadeado nesta cidade pela série *Game of thrones*), o turismo literário por si só apresenta características próprias de uma forma sustentável de turismo. Isto porque não tem impacto negativo sobre os lugares e comunidades visitados, pois é compatível com as necessidades e as práticas dessas mesmas comunidades, contribuindo para o alívio das zonas turísticas mais sobrecarregadas, ao conduzir parte desses turistas para áreas que, regra geral, são menos visitadas e não beneficiam dos efeitos diretos do turismo. Para além disso, a sustentabilidade do turismo literário revela-se na promoção da educação, na preservação dos costumes, das artes, ofícios locais e património edificado e, à semelhança do que acontece com outros tipos de turismo de nicho, na promoção da empregabilidade ao longo de todo o ano, podendo “melhorar significativamente os custos infligidos pelas demandas de turismo sazonal” (Farmaki, Altinay & Yaşarata, 2016: 37, tradução nossa).

Como afirmam Harrison e Sharpley (2017: 6), “[o] capitalismo e o turismo internacional continuarão provavelmente no futuro próximo [e] praticamente todas as formas de turismo ‘alternativo’ permanecerão ligadas e dependentes do turismo de massas, e nenhuma delas irá substituí-lo.” (tradução nossa). Parece-nos mesmo razoável afirmar que é inevitável que o turismo de massas seja e vá continuar a ser a norma, já que práticas como o turismo literário não têm dimensão suficiente para sustentar a indústria do turismo. Com efeito, ainda que alguns autores defendam a ideia de que houve um declínio do

turismo de massas (MacLeod, Hayes & Slater, 2009: 156), subscrevemos a ideia mais consensual de que na última década emergiu um novo tipo de turista, diferente do de massas, mas que não o substituiu. Na verdade, os turistas têm vindo a transformar-se cada vez mais em consumidores sofisticados que procuram experiências mais autênticas, colocando a ênfase numa experiência relacional com a comunidade local e procurando experimentar os produtos locais, ou seja, procurando aquilo que Richards (2017: 173-174) designa como a “atmosfera” local. Referimo-nos a turistas conscientes da importância das suas escolhas e atitudes e para os quais as questões éticas são importantes, condicionando o seu comportamento enquanto consumidores. Como bem nota Weeden (2002: 142), trata-se de um consumidor (neste caso de turista) para o qual a ética e os produtos éticos podem ser uma oportunidade de diferenciação quando não reconhecem grande diferença entre produtos de marcas concorrentes. Efetivamente, os produtos éticos (em que incluímos os produtos e experiências turístico-literários) são frequentemente associados ao facto de os turistas acreditarem que a sua presença num local se traduz em resultados que promovem a sustentabilidade do destino (Wright, 2016: 121).

Os produtos e experiências criados na esfera do turismo literário constituem, regra geral, exemplos de produtos turísticos e de experiências de turismo éticos, uma vez que, para além dos aspetos já referidos, promovem o uso sustentável do meio ambiente e envolvem as comunidades locais, podendo os habitantes do lugar visitado assumir inclusivamente a função de “provedores de experiências turísticas” e fazer a interpretação “[d]os lugares em que vivem para o turista” (Richards, 2017: 173).

Embora, em “Sharing the new localities of tourism” (2017), Richards não se refira especificamente ao turismo literário, as suas premissas são especialmente adequadas a este nicho, isto porque, neste artigo, Richards examina a questão da economia colaborativa (ou compartilhada) no setor do turismo, um modelo baseado em redes horizontais e participação da comunidade, como é claramente o caso da maioria das práticas associadas ao turismo literário. Com efeito, o turismo literário cria oportunidades para diversificar a economia local e proporcionar rendimentos equitativos e outros benefícios económicos, que atendem à definição de turismo de economia colaborativa, mas também à do turismo de base comunitária: uma “ferramenta efetiva para o desenvolvimento económico e social, particularmente nas

áreas rurais e subdesenvolvidas onde as opções para o desenvolvimento económico alternativo são limitadas por fatores geográficos e económicos” (Tuan-Anh, Weaver & Lawton, 2016: 161-162, tradução nossa).

A criação de experiências de turismo literário é necessariamente estruturada por especialistas ou organizações especializadas e deve contar com as identidades oficiais para a recuperação de edifícios, colocação de sinalética e divulgação. É ainda fundamental que exista interação e comunicação entre as diversas partes interessadas, nomeadamente com entidades externas como investidores e empreendedores privados e entidades públicas. No entanto, a manutenção e o sucesso das experiências de turismo literário dependem muito do envolvimento da comunidade (cidadãos, instituições de ensino e associações culturais locais) e de esta ser capaz de assumir o papel de agente principal deste processo. De facto, a comunidade local pode e deve beneficiar diretamente da presença de turistas, por exemplo, guiando os passeios, promovendo oficinas sobre atividades e produtos locais, criando microempresas para produzir e comercializar lembranças literárias, e articulando estas novas ofertas com outros tipos de turismo cultural (patrimonial e gastronómico, por exemplo) e outras formas de turismo (como o ecoturismo, o turismo de natureza e o turismo agro rural).

No que concerne à sustentabilidade do turismo literário, sublinhamos ainda que a maioria dos produtos e experiências desenvolvidos neste contexto propiciam a interação turista/anfitrião, potenciando o seu encontro e, logo, contribuindo para dissolver as fronteiras que costumam separar turistas e habitantes locais. Para além disso, as experiências e produtos de turismo literário (*vide* Tabela 2.1.) contêm um forte potencial educativo para a comunidade local, “para aumentar os rendimentos e a educação, preservando simultaneamente a cultura tradicional e protegendo o meio ambiente natural” (Tuan-Anh *et al.*, 2016: 177, tradução nossa). Tal fomenta também a afirmação da identidade do povo-anfitrião (ver a este propósito o exemplo da aldeia de Alte na secção 3.1.2.) ao mesmo tempo que promove o seu bem-estar económico. A literatura emerge então como uma oportunidade de diferenciação dos destinos, pois confere-lhes uma marca territorial.

## Síntese

Podemos afirmar que a prática de turismo literário tem, pelo menos, 400 anos, fazendo-a coincidir com os primórdios do *Grand Tour* (nos finais do século XVI), uma vez que este complemento à educação dos jovens aristocratas passa, entre outros, pela visita às casas e às sepulturas dos autores canónicos. Todavia, e não obstante a longevidade desta prática, a linha de investigação multidisciplinar em literatura e turismo é, como vimos, muito recente. Só a partir dos anos oitenta do século XX, com Richard Butler (1986), surgiram os primeiros estudos académicos sobre este nicho do turismo cultural, no qual se alia a literatura à atividade turística. Na verdade, é só no século XXI que se regista um aumento do interesse dos investigadores pela interseção entre turismo e literatura. Este crescimento é uma clara consequência da recente constatação do potencial económico do turismo literário (Robinson, 2002: 65). Não obstante, vertentes de estudo mais conceituais, mais centradas na reflexão sobre a relação entre literatura, turismo, sociedade e indivíduo, ainda surpreendem pela novidade.

Considerando que, no século XXI, há um número significativo de turistas que procuram o conhecimento, o enriquecimento pessoal e uma oportunidade para participar em experiências exclusivas do destino de férias (Goytia Prat & Aspiunza, 2012: 22), é expectável e compreensível o crescimento do turismo literário, pois é um nicho do turismo cultural que, nas suas diversas manifestações e possibilidades, vem, de forma sustentável, dar resposta a estas demandas. Assim sendo, e porque não há estatísticas que nos permitam avançar com dados quantitativos, procurámos aqui identificar um conjunto de iniciativas, cujo crescimento pode ser interpretado como sinónimo do aumento do interesse pelo turismo literário. Referimo-nos à proliferação de guias, parques e festivais literários, bem como de *websites*, lojas *online* e agências de viagens especializadas. Apresentámos ainda, nesta parte do livro, uma lista de produtos e experiências de turismo literário, conscientes de que, como é próprio da esfera do turismo cultural, em (quase) todos eles pode haver um grau de envolvimento do turista revelador da vontade de participar ativamente e, no fundo, de cocriar a sua prática turística.

### **Tópicos para discussão**

- Como justifica a contextualização do turismo literário na esfera do turismo cultural?
- Na análise da genealogia do turismo literário, como avalia a força do poder simbólico da literatura?
- Na evolução do turismo literário houve uma transferência do interesse dos turistas que os levou a ter tanta curiosidade pelo livro como pelo autor ou pelo contrário houve apenas uma diversificação das práticas dos turistas literários?
- O que pode justificar o aumento do interesse pelo turismo literário?
- Consegue imaginar outros produtos e experiências de turismo literário?
- Do elenco de produtos e experiências, quais têm o maior potencial de crescimento e porquê?
- Porque é que podemos afirmar que o turismo literário é uma forma sustentável de turismo?

## **PARTE III**

### Espaço, lugares, itinerários e destinos literários

## Objetivos

- Definir o conceito de espaço;
- Definir o conceito de lugar;
- Distinguir espaço de lugar;
- Reconhecer um lugar literário;
- Definir o conceito de itinerário literário;
- Identificar as características de um destino literário.

## Introdução

**D**edicamos esta terceira parte à categoria “espaço”: uma das categorias da narrativa que maior relevância assume nos estudos em literatura e turismo. Efetivamente, neste campo de estudos, o espaço é um elemento vital, pois “integra [...] os componentes físicos que servem de cenário ao desenrolar da **ação** [...] e à movimentação das **personagens** [...]”: os cenários geográficos, interiores, decorações, objetos, etc.” (Reis & Lopes, 1987: 129, negrito do autor). É no espaço, ou melhor, nos limites de um dado espaço físico, que no caso do texto ficcional pode ser um espaço físico imaginário, que tanto as figuras da literatura (personagens e autores) como as do turismo (turistas, visitantes, viajantes, peregrinos) se movimentam, agem e interagem em permanente relação com os lugares e objetos que lá existem.

A centralidade da categoria “espaço” é particularmente evidente no contexto específico do turismo, pois a atividade turística é, em absoluto, uma prática espacial, na qual as movimentações do sujeito no espaço físico são cruciais. Aliás, e como referimos na primeira parte deste volume, o turismo implica por definição uma deslocação do indivíduo para fora do espaço habitual de residência, ou seja, à prática turística está sempre inerente a movimentação do sujeito no espaço.

Na confluência entre literatura e turismo, a forma como um espaço é descrito num texto literário, bem como as personagens e as ações a ele associadas, têm a capacidade de gerar uma nova imagem desse

espaço. Daí o espaço estar sempre em construção, não ser estático, já que a “inscrição da literatura no espaço e/ou a representação dos lugares nos textos literários” (Collot, 2012: 18) em cruzamento com a receção pelo leitor dessas construções literárias promovem a criação de novas imagens do espaço físico. Neste prisma, os pontos assinaláveis no espaço físico, a partir da sua referência em textos literários ou de uma qualquer conexão ao literário (nomeadamente por associação ao autor),<sup>19</sup> permitem desenhar novos mapas sobre o mapa físico original; mapas literários que derivam desse ato artístico de inscrever histórias num espaço físico concreto, e dentro de cujas fronteiras se assinalam lugares e traçam rotas, circuitos, passeios e itinerários literários. A cartografia literária de um autor é, assim, o mapa que guia o olhar, a imaginação e os passos do leitor (que, como esclarece Tally Jr. (2013: 79), não é um receptáculo passivo), em direção aos lugares e destinos literários.

Na verdade, como bem nota Robert Tally Jr. (2013: 4), especialista nas relações entre espaço, narrativa e representação, desenhar um mapa é sempre sinónimo de contar uma história, do mesmo modo que contar uma história é desenhar um mapa. Este ponto de vista justifica-se na medida em que o mapa (bem como a rota, o circuito, o passeio e o itinerário) é um instrumento de comunicação e uma ferramenta de leitura do espaço, pelo que a sua conceção, tal como a construção ou ato de contar uma história, parte necessariamente de um olhar que seleciona, *i.e.*, de um olhar subjetivo que define a perspetiva, o enquadramento, o que assinalar e o que ignorar dentro do limite físico desta sua narrativa.

É também de seleção, de subjetividade e de construção que falamos quando nos referimos a um conceito da literatura que é vital para a sua articulação com o turismo: o conceito de paisagem.

---

<sup>19</sup> Esta associação é uma das mais importantes vertentes da investigação em “geografia literária” (Collot, 2012: 22). Um dos mais reconhecidos trabalhos desenvolvidos nesta esfera, e que é destacado no artigo de Michel Collot (2012), é o dos “mapas biográficos” de André Ferré, nos quais se apresenta o resultado do recenseamento dos lugares nos quais um escritor viveu e da comparação com aqueles lugares representados nos seus textos literários (Ferré, 1939). Estes trabalhos testemunham a vontade de integrar a dimensão espacial nos estudos literários, fazendo-o em três vertentes distintas: o da geografia da literatura (na qual se analisa o contexto espacial em que as obras são produzidas, situando-se no plano geográfico, histórico, social e cultural); o da geocrítica (que estuda as representações do espaço na própria constituição do texto, prendendo-se sobretudo ao plano do imaginário e da temática); o da geopoética (que estuda as relações entre o espaço, as formas e os géneros literários, resultando, potencialmente, numa poética, *i.e.* numa teoria da criação literária (Collot, 2012: 20). Nos estudos em literatura e turismo não se estuda, porém, a geografia literária, pois, na relação com o espaço físico, não se ambiciona construir ou desenhar atlas literários, mas sim, analisar como o espaço ganha um novo sentido quando o associamos a um qualquer marcador literário, *i.e.*, texto, autor, personagem.

Salientamos, desde logo, que esta categoria literária surge em consequência do crescente interesse do sujeito pela paisagem que se regista a partir do final do século XVIII e ao longo do século XIX, e que influencia decisivamente o rumo tomado pela criação artística, nomeadamente no domínio da literatura, mas também o desejo do sujeito de se deslocar aos pontos geográficos a que associa as paisagens representadas literariamente. É, na verdade, neste período, que corresponde (compreensivelmente) ao auge do *Grand Tour*, que se verifica uma mudança no gosto do público, um novo apreço por uma representação menos centrada nos atos do sujeito e mais focado na descrição, nomeadamente de paisagens (reais ou imaginárias) que têm potencial para se transformarem em mapas orientadores das viagens daqueles que procuram no mundo real o encontro com a imagem veiculada pelas paisagens descritas.

Passamos então à apresentação dos conceitos de espaço e de lugar para, a partir destes, definirmos o conceito de lugar literário – uma das noções centrais nos estudos em literatura e turismo, uma vez que o lugar literário é a unidade a partir da qual se constroem todos os tipos de percursos literários, bem como se definem os destinos literários. Ainda nesta terceira parte, discutimos as questões da autenticidade do lugar literário e da mercantilização da literatura na sua relação com o fenómeno do turismo literário.

### **3.1. Conceitos de espaço, de lugar e de lugar literário**

Na interseção entre literatura e turismo, o espaço é o elemento tangível ao qual o leitor-turista procura aceder quando deseja um encontro com as personagens, a obra ou, até mesmo, com o autor. Nessa busca, o leitor-turista define um itinerário construído por um elenco de lugares a visitar em função do que lhe sugeriu o texto, lugares cujo significado emana da sua conexão ao literário, como referimos.

Este processo de ressignificação dos lugares, que é simultaneamente um processo de ressignificação do espaço, não é estanque; pelo contrário, está em permanente atualização, já que constantemente surgem novas obras, autores e leituras, que motivam uma outra perceção e representação do espaço e, por conseguinte, a criação de novos lugares. O carácter mutável deste processo gerado pela revisitação e ressignificação dos espaços mapeados é particularmente nítido na experiência turístico-literária, na qual

novos lugares estão continuamente a ser nomeados e “produzidos”, para usamos o termo de Lefebvre ([1974] 1991: 42).

Neste prisma, o lugar é um “lugar antropológico” (Augé, [1992] 2000: 26-42), pois é aquele que tem significado para os indivíduos: para os que o habitam e, também, para os que o visitam (Merriman, 2011: 27). É também assim que vemos o lugar literário, como sendo o ponto no mapa físico cujo significado emerge do conhecimento que o indivíduo tem do texto literário e da biografia dos autores. Um conhecimento que funciona como protocolo de leitura do espaço e como estímulo para a identificação ou, até mesmo, criação de lugares literários. De facto, sendo o espaço puro uma mera abstração, é neste caso a familiaridade com o universo literário que viabiliza a concretização desse espaço, delimitando fronteiras, atribuindo-lhe significado e, por essa via, (re)organizando-o em função do(s) lugar(es) literário(s).

Para melhor definir o conceito de lugar literário, devemos estabelecer a distinção entre as noções de “espaço” e “lugar”, dois termos próximos e complementares, mas cujas diferenças é fundamental assinalar. Sucintamente, e tal como já de alguma forma antecipámos nos parágrafos anteriores, o conceito de lugar designa uma fração do espaço que é isolada, produzida e nomeada (no contexto de um processo de ressignificação que tanto pode ser individual como coletivo). Ou seja, caso não se delimitem fronteiras que isolem, constituam e viabilizem o lugar, conferindo-lhe um significado que permita distingui-lo do restante espaço, o lugar nunca tomará forma e continuará a ser apenas espaço.

E o que está então na base desse ato de isolar um dado fragmento do espaço? Na opinião do geógrafo humanista Yi-Fu Tuan ([1977] 2001), o espaço transforma-se em lugar depois de se tornar familiar para o indivíduo ou indivíduos, ou seja, o lugar é o espaço vivido da experiência, é o espaço subjetivo, emotivo e afetivo. É o lugar da memória, tal como nos diz o investigador Michel Collot, citando Proust em *Du côté de chez Swann, À la recherche du temps perdu*, pois é nele que estão “as jazidas profundas do (nosso) solo mental” (1987: 182, tradução nossa). Portanto, na base do ato de isolar uma porção do espaço, existe sempre uma experiência humana (manifesta na afetividade e na familiaridade) que determina o isolamento de um segmento de espaço em particular, como explica Tim Cresswell:

**U**m anúncio de uma grande loja de móveis no meu jornal de domingo dizia «Transformar o espaço em lugar». Este anúncio não pode ter por base uma compreensão aprofundada do desenvolvimento do conceito de lugar e, no entanto, remete para um dos temas centrais da investigação sobre o lugar. O anúncio sugere que podemos querer transformar os quartos que comprámos ou alugámos recentemente e fazer com que eles signifiquem algo para nós, ao organizar os móveis dentro deles – tornando-os literal e experiencialmente confortáveis. É improvável que os geógrafos humanistas concordem que a mera compra de mobiliário viabilize uma tal transformação, mas irão reconhecer a intenção. O espaço é um conceito mais abstrato do que o de lugar. Quando falamos de espaço tendemos a pensar no espaço exterior ou nos espaços da geometria. Os espaços têm áreas e volumes. Os lugares têm espaço entre eles. (2015: 15, tradução nossa)

Partindo do exemplo de um anúncio numa loja de mobiliário que promete transformar o espaço em lugar, este geógrafo explica a ideia do lugar como a da fração de espaço que é apropriada pelo sujeito, que este faz sua, como sucede quando, ao mobilar o espaço que é a casa vazia, a transforma num lar, um lugar que é só seu.

No caso dos lugares literários, o que está na base da sua criação e da sua identidade é, como referimos, o conhecimento do texto literário e do seu autor. Consequentemente, a escrita, a autoria e o conhecimento da referência literária são as fronteiras que delimitam e determinam os lugares literários, na medida em que é uma menção a um lugar no tecido textual, ou no percurso biográfico do autor, que ao ser “arrastada” (Rojek, 1997: 52-74) para a paisagem física permite a criação de um lugar literário. A esta referência que o leitor “arrasta” para o espaço geográfico, Dieter Müller (2001), professor de geografia social e económica, chama “marcador”.

A título de exemplo do processo de construção de um lugar literário, da forma como o marcador literário ressignifica um lugar, transcrevemos uma passagem de Marc Augé ([1977] 1998: 11) na qual o autor refere como, em criança, a leitura das obras da Condessa de Ségur gerou nele todo um novo significado dos castelos da Normandia, transmutando-os num lugar literário idealizado como destino de umas férias de sonho:

#### **As férias**

Este título da Biblioteca Rosa e da Condessa de Ségur desperta em mim uma nostalgia dupla e artificial. A nostalgia dos castelos normandos que eu imaginava quando aos sete ou oito

anos lia a condessa; aquele era o cenário ideal para as férias de sonho. ([1977] 1998: 11, tradução nossa)

Este jogo da idealização do espaço, esta nostalgia de um lugar aonde nunca se foi fisicamente, motivada pelo conhecimento do literário, pela experiência do lugar que Augé tem enquanto leitor, é também central no processo da transformação do lugar literário numa experiência turística, como veremos adiante.

Em suma, podemos dizer que o lugar literário é uma fração de espaço na qual o turista-leitor reconhece o marcador literário. Esse reconhecimento altera a percepção do espaço (Westphal, 2007) e gera uma nova representação desse mesmo espaço, com novos significados, como temos vindo a afirmar. Verifica-se, portanto, uma sobreposição do espaço/mapa-literário sobre o mapa físico (viabilizada pela sinalização de lugares literários), sendo que é sobre este novo mapa que o leitor-turista se desloca, procurando encontrar as personagens do livro que leu e admira, o cenário de uma narrativa que lhe agradou, o cenário que terá inspirado o autor a escrever o livro ou, tão-somente, encontrar o autor. Na interseção entre turismo e literatura, os lugares literários são, como dissemos no início desta secção, os únicos elementos concretos a que o turista-leitor pode aceder, visitar e incluir no itinerário da viagem, e, por esse motivo, são, por excelência, os pontos de encontro dos leitores-turistas com os autores, as obras e as personagens.

Os lugares literários caracterizam-se pela multiplicidade de formas que podem assumir, sendo que, em nosso entender, podemos distinguir três grandes categorias de lugares literários: a primeira inclui os que foram representados nas obras (Fawcett & Cormack, 2001: 687) – que lhes serviram de cenário ou constituíram fonte de inspiração; a segunda, e a mais popular, associa-se claramente à figura do autor. Assim, se, na primeira categoria, o turista literário (conceito que retomaremos na secção 4.2.), motivado pelo desejo de encontrar na paisagem real aquilo que leu nas páginas de um livro, procura o produto da imaginação na realidade do mundo físico, na segunda categoria, procura, acima de tudo, um encontro com o autor. Na tabela 3.1. apresentamos a nossa proposta de tipologia dos lugares literários com alguns exemplos de cada um deles.

**Tabela 3.1.** Tipos e exemplos de lugares literários

<b>Tipo de lugar literário</b>	<b>Exemplos</b>
Casas dos autores / casas-museu de autores	A casa de Cora Coralina, em Goiás Velho (Brasil); a casa-museu Lope de Vega, em Madrid (Espanha); a casa de Fernando Pessoa, em Lisboa (Portugal); a casa de Charles Dickens, em Londres (Inglaterra) e a casa de Victor Hugo, em Paris (França).
Fundações de autores	A Fundação José Saramago, em Lisboa (Portugal); a Fundação Camilo José Cela, em Padrón (Espanha); a Fundação Eça de Queiroz, em Tormes (Portugal) e a Fundação Jorge Amado, em Salvador (Brasil).
Sepulturas de autores	A sepultura de Cervantes, na Igreja de S. Ildefonso, Mosteiro das Trinitárias Descalças, em Madrid (Espanha); a sepultura de Camões, no Mosteiro dos Jerónimos, em Lisboa (Portugal); a sepultura de Eça de Queiroz, em Santa Cruz do Douro, Baião (Portugal) e a sepultura de Oscar Wilde, no cemitério Père Lachaise, em Paris (França).
Locais de trabalho dos autores	A cave da Casa de Medrano, em Argamasilla de Alba (Espanha), onde Cervantes esteve encarcerado e se diz ter escrito parte de <i>D. Quixote</i> ; o escritório de Pablo Neruda, na sua casa de Isla Negra (Chile); a casa de Eça de Queiroz, situada no n.º 32 da rue Charles Lafitte, em Paris (França), onde viveu num período que se diz de fecunda produção literária e o escritório de Goethe, na sua casa, em Weimar (Alemanha).
Locais frequentados por escritores	O Gran Hotel La Perla, em Pamplona (Espanha), onde Ernest Hemingway se hospedava; o Café les Deux Magots, em Paris (França), frequentado por autores como Jean-Paul Sartre e Simone de Beauvoir; o café Old Havana frequentado por Eça de Queiroz, em Havana (Cuba) e o café Martinho da Arcada, em Lisboa (Portugal), frequentado por Fernando Pessoa.
Locais de inspiração	O cemitério del Poblenou, em Barcelona (Espanha), um dos locais que terá inspirado Hans Christian Andersen a escrever <i>Spanish travels</i> ; Top Withens, a quinta em Haworth (Inglaterra), que se diz ter inspirado a que é representada em <i>Wuthering heights</i> , de Emily Brontë e a casa da Torre da Lagariça, em Resende (Portugal), que inspirou Eça de Queiroz em <i>A ilustre casa de Ramires</i> .
Cenários de livros	Cartagena das Índias (Colômbia), cenário de <i>Cem anos de solidão</i> de Gabriel García Márquez; Dublin (Irlanda) cenário de <i>Dublínscas</i> de Enrique Vila-Matas; Leiria (Portugal), cenário de <i>O crime do padre Amaro</i> , de Eça de Queiroz e o Rio de Janeiro (Brasil), cenário de <i>Dom Casmurro</i> , de Machado de Assis.
Referências na paisagem a personagens	A placa que assinala o local de nascimento da personagem Leopold Bloom de <i>Ulysses</i> , de James Joyce, Dublin (Irlanda); a estátua da personagem do romance <i>A Regenta</i> , de Clarín, em Oviedo (Espanha); o <i>graffiti</i> de Padre Amaro e Amélia, na Rua Eça de Queiroz, em Leiria (Portugal) e a estátua alusiva à Pequena Sereia, de Hans-Christian Andersen, em Copenhaga (Dinamarca).
Referências na paisagem a escritores	O monumento dedicado a Miguel de Cervantes, em Madrid, (Espanha); a placa que assinala o lugar onde Camões terá falecido, na Calçada de Santana, em Lisboa (Portugal); a estátua de Eça de Queiroz, na Póvoa de Varzim (Portugal); a estátua de Oscar Wilde, em Dublin (Irlanda) e a estátua de Carlos Drummond de Andrade, no Rio de Janeiro (Brasil).

**Tabela 3.1.** Tipos e exemplos de lugares literários (continuação)

Tipo de lugar literário	Exemplos
Bairros literários	O Barrio de las Letras, em Madrid (Espanha); o Boston Literary District, em Boston (EUA) e o Iowa Literary Walk, em Iowa (EUA).
Parques literários	O parque temático Mundo de Astrid Lindgren, em Vimmerby (Suécia), onde é recriado o imaginário dos livros da autora, nomeadamente da popular personagem Pipi das Meias Altas, a aldeia de Popeye, em Mellieha (Malta) e o Quarteirão Jorge Amado, em Ilhéus (Brasil).
Bibliotecas de interesse turístico-literário	A Biblioteca Nacional de Espanha, em Madrid, onde se encontra depositada a primeira edição de Impresiones y paisajes, de Federico García Lorca; a Biblioteca Joanina, em Coimbra (Portugal), onde se encontra uma primeira edição d’Os Lusíadas, de Luís de Camões e a Gladstone’s Library, em Hawarden (País de Gales), onde é possível pernoitar.
Livrarias de interesse turístico-literário	A Livraria Lello, no Porto (Portugal); a Livraria Bardon, em Madrid (Espanha); a Livraria El Ateneo, em Buenos Aires (Argentina); o Café-livraria El Péndulo, na Cidade do México (México), bem como todas as livrarias que são objeto do chamado <i>bookstore tourism</i> (visita a pequenas livrarias independentes).
Museus literários	O Malacca Literature Museum, em Malaca (Malásia); a Casa Museo de la Literatura, em Lima (Perú); o Dublin Writers Museum, em Dublin (Irlanda); o Koshinokuni Museum of Literature, em Toyama (Japão); o Literatuurmuseum, em Hagen (Holanda); o Museu Literário Petöfi, em Budapeste (Hungria) e o Odessa State Literature Museum, em Odessa (Ucrânia).

Há ainda um terceiro tipo de lugar literário: aquele que é produzido a partir da associação do texto literário a um elemento do espaço físico, por exemplo, lugares resultantes da associação de uma referência aos moinhos abandonados no Algarve feita num poema de José Galvão Balsa (1986) aos moinhos localizados na aldeia do Ameixial, na Serra do Caldeirão, ou da associação entre as estevas referidas no poema de Teresa Rita Lopes “A flor da esteva” (2009: 20), e aquelas que podemos encontrar nos arredores da referida aldeia. Falamos, portanto, de lugares literários que nascem quando se associa determinado elemento do espaço físico à sua representação literária ou vice-versa.

Podemos, pois, concluir que os lugares literários ganham significado na fusão do plano ficcional com o plano geográfico concreto, sendo percebidos e construídos naqueles fragmentos de território onde essa interseção é mais nítida. Este rompimento das fronteiras entre dois universos, à partida distantes, tem inclusivamente o efeito de alterar a aura ficcional da obra literária, já que o turista-leitor pode ver e sentir o autor, as personagens e os cenários dos enredos dos livros. Trata-se de uma experiência que dá origem a novas interpretações quer do espaço encenado, em particular, quer do texto literário, em geral, pois se é verdade que a leitura de um texto tem a capacidade de ressignificar um lugar e de gerar lugares

novos, é também verdade que a visita a esses lugares tem a capacidade de atuar na mente do leitor-turista e na leitura que faz do texto, alterando-a e completando-a. Referimo-nos, portanto, a um processo recíproco.

Pelas conexões que estabelece entre real e imaginário, pela emotividade que lhes está associada e as paixões únicas que podem despertar, os lugares literários são facilmente convertidos em produtos turísticos. Um fenómeno que, como já referimos, ganha cada vez mais entusiastas, mas que nos conduz, porém, a uma incontornável reflexão sobre duas grandes questões – a da autenticidade e a da mercantilização da obra de arte literária – às quais dedicamos as próximas secções.

### 3.1.1. Lugar literário e autenticidade

A apropriação da cultura pelo setor do turismo resulta, frequentemente, na encenação dos lugares que, independentemente de acontecer em maior ou menor grau, levanta a questão da autenticidade (um conceito complexo e pouco consensual, Belhassen, Caton & Steward, 2008: 669 e Erik Cohen & Scott Cohen, 2012: 1295-1314).

No caso dos lugares literários, a amplitude da sua diversidade é grande, comportando desde aqueles lugares sinalizados por um marcador literário no espaço físico (sendo os mais comuns as placas evocativas

**Figura 3.1.** Placa que assinala a casa natal de Leopold Bloom, Dublin, Irlanda.



do lugar de nascimento ou morte de um autor), às casas de autores nas quais a autenticidade se traduz na presença de objetos pessoais (objetos originais que comportam uma aura de autenticidade, Walter Benjamin, [1935] 2001: 48-71), até àqueles lugares que são construídos ou assinalados sobre o espaço físico a partir da sua referência no texto ficcional. Neste último tipo de lugares, cabe o que assinala a casa natal de Leopold Bloom – a personagem central de *Ulisses*,

de James Joyce, em Dublin (Figura 3.1.) – e aquele outro, nas cataratas de Reichenbach (Suíça), onde se assinala a derrota de Moriarty por Sherlock Holmes (personagens criadas por Arthur Conan Doyle) ou, mesmo, a casa de Sherlock Holmes, em Londres, no número 221B da Baker Street. Neste último exemplo, e numa estratégia de reforço da (ilusão de) autenticidade, houve mesmo o cuidado de expor objetos com marcas notórias da passagem do tempo e da sua utilização pelo detetive. O sucesso deste tipo de lugar literário reside, assim, na simulação de objetos biográficos “autênticos” associados a um sujeito inteiramente ficcional e, nestas situações, o modo como se apresentam os objetos é bastante mais importante do que a sua autenticidade (Morris, 2017: 21).

Esses três exemplos recordam o conceito de *willing suspension of disbelief*<sup>20</sup> de Samuel Taylor Coleridge. Um conceito do início do século XIX (1817) que se refere à noção de que o irreal deve ser apresentado de maneira a que possa ser considerado real. No entanto, hoje em dia, e no contexto da indústria do turismo, o ónus não está somente no lado do produtor, mas sim no do consumidor e isto significa que o produtor encena o imaginário de maneira a que este fique mais “real” mas o consumidor escolhe de bom grado entrar temporariamente na ilusão e suspender a descrença a favor da experiência.

Estes três exemplos remetem também para um outro conceito mais atual: o de hiper-realidade definido pelo sociólogo francês Jean Baudrillard ([1970] 1997). Um conceito que designa a sobreposição de vários modelos da realidade sobre o “verdadeiro”, de tal modo que o sujeito deixa de ter a capacidade de distinguir a fantasia da realidade, e passa a relacionar-se com o imaginado – i.e., o hiper-real – como se da realidade se tratasse.

De forma a melhor ilustrar este conceito, relembremos um texto de Jorge Luís Borges, intitulado “Do rigor na ciência” ([1960] 1998: 171), no qual o mundo é reduzido à sua representação, ou seja, a um mapa, de tal modo coincidente com o seu referente que, por algum tempo, os habitantes do Reino optam por viver em cima da representação e não no plano do “real”:

...Naquele Império, a Arte da Cartografia alcançou tal Perfeição que o mapa de uma única Província ocupava toda uma Cidade, e o mapa do império, toda uma Província. Com o tempo,

---

<sup>20</sup> Coleridge, 1817, capítulo XIV da *Biographia Literaria*.

esses Mapas Desmesurados não foram satisfatórios e os Colégios de Cartógrafos levantaram um Mapa do Império, que tinha o tamanho do Império e coincidia pontualmente com ele. Menos Afeitas ao Estudo da Cartografia, as Gerações Seguintes entenderam que esse dilatado Mapa era Inútil e não sem Impiedade o entregaram às Inclemências do Sol e dos Invernos. Nos desertos do Oeste perduram despedaçadas Ruínas do Mapa, habitadas por Animais e por Mendigos; em todo o País não há outra relíquia das Disciplinas Geográficas. (Suárez Miranda, *Viajes de varones prudentes*, libro quarto, cap. XLV, Lérida, 1658).

A submissão do plano do concreto ao plano da representação é voluntária (e temporária), tal como pode ser o ato de não distinguir entre o verdadeiro/autêntico e o artificial/construído no contexto da experiência turística, nomeadamente na pós-modernidade, quando parece ser ténue a diferença entre o verdadeiro e o falso, o objeto e a sua representação (Urry, 1990: 85). Um exemplo bem evidente da aceitação voluntária da representação em detrimento da procura do original é o da visita turística à Caverna de Chauvet, no sul da França, onde os turistas só acedem a uma réplica que “«de tão exata» [os] vai «deslumbrar» e «despertar emoções»”, tal como afirma Jean Clottes, o historiador francês (*apud* Canelas, 2015).

Outro exemplo ilustrativo desta predisposição para aceitar a representação e para lhe atribuir um valor de “real” é o sucesso da exposição itinerante de uma réplica do túmulo de Tutankamon realizada fora do seu contexto original (*i.e.* longe do Egito e das pirâmides) e em espaços muito diversos e inesperados sem qualquer ligação ao universo dos faraós, nem ao universo da arte (em Lisboa, por exemplo, foi exposta num pavilhão multiúso). Ainda outro exemplo semelhante é o da exposição do Exército de Terracota, os guerreiros de Xien: as 150 réplicas das estátuas que foram encontradas, em 1974, no mausoléu do primeiro imperador da China, Shi-Huang.

De facto, é cada vez mais recorrente o consumo de signos e representações, o que, por seu turno, tem o efeito de tornar o signo mais “real” do que o referente, ou seja, percebe-se como mais realista o símbolo do que a realidade para a qual remete. Como forma de ilustrar esta tendência, Baudrillard utiliza a metáfora do mapa e do território, segundo a qual há uma substituição do real por outro real ([1970] 1997: 9).

A propósito da predisposição do turista para entrar neste jogo da aceitação da hiper-realidade como objeto e espaço da experiência turística, Mike Crang evoca um exemplo que sucede no Lake District, em Inglaterra. Assim, diz-nos o geógrafo, nesta região, conhecida pelas suas diversas ligações à literatura e múltiplos lugares literários, há uma placa afixada numa casa na qual, parodiando o recorrente jogo de artifícios da indústria do turismo, se lê a seguinte inscrição: “esta casa não tem nada a ver com Wordsworth” (2004: 77, tradução nossa). Crang parodia desta forma o facto de o valor turístico(-literário) dos lugares literários assinalados no Lake District nem sempre derivar das suas qualidades intrínsecas, mas sim do significado que lhes é atribuído quando se estabelecem conexões com a literatura, muitas vezes, para fins turísticos. Para o efeito, Crang convoca Barbara Kirshenblatt-Gimblett (2011: 211) que afirma haver uma paisagem-fantasma de associações subjacente àquela que vemos, na qual a produção de lugares está dependente de um plano virtual, de tal modo que, cada vez mais, viajamos para destinos reais para experimentar lugares virtuais.

Um exemplo paradigmático de um lugar literário que encerra em si mesmo características de uma “paisagem-fantasma” construída com traços próprios da hiper-realidade é o do parque literário *Quarteirão Jorge Amado* (em Ilhéus, no Brasil). Tal como nos últimos exemplos que referimos, também na base da criação deste parque há textos literários – *Gabriela, Cravo e Canela*, *São Jorge dos Ilhéus* e *Terras do Sem Fim*. Neste caso, textos que contêm representações de edificações que existem de facto num dado espaço físico. Havendo os referentes arquitetónicos (o Vesúvio, o Bataclan, os casarões dos coronéis e a Igreja), o parque *Quarteirão Jorge Amado* é o recorte do centro histórico da cidade de Ilhéus (um dos municípios do estado da Baía), que simula um espaço novo para efeitos turísticos, constituindo assim um mapa literário na escala de 1:1 dos três romances amadianos (Figuras 3.2., 3.3. e 3.4.). Trata-se efetivamente de um mapa que os visitantes percorrem, optando, tal como as personagens de Borges no conto “Do rigor na ciência”, por observar e viver aquele espaço (real) como sendo o espaço das personagens ficcionais. Ou seja, o ato de produção deste parque tem como intenção criar um espaço que leve os turistas a acreditar que aqueles lugares são os das personagens.



Efeitos como este são frequentemente criados pela indústria do turismo, pois mesmo o turista pós-moderno, cuja ambição de autenticidade está conscientemente colocada em segundo plano, como referimos, deseja ainda assim viver práticas turísticas nas quais a dimensão de autenticidade seja evidente (e o grau de encenação seja aparentemente menor), tal como nos diz Dean MacCannell ([1976] 1989: 104). Nesse caso, e no contexto específico do turismo literário, os turistas optam por realizar uma visita às sepulturas e às casas dos autores, onde os objetos pertencentes ao autor concorrem para a construção dessa maior sensação de autenticidade e como que validam o lugar literário, pois são uma extensão do autor.

**Figura 3.5.** Cozinha da casa-museu João de Deus, Silves, Portugal



Fonte: <http://simecqcultura.blogspot.pt>

**Figura 3.6.** Quarto da casa-museu João de Deus, Silves, Portugal



Fonte: <http://simecqcultura.blogspot.pt>

No entanto, em muitas destas casas apenas se reproduzem ambientes que se imagina serem semelhantes aos reais. Referimo-nos às casas-memória, como a de João de Deus, em S. Bartolomeu de Messines (Portugal), onde se expõem objetos da época que, não tendo pertencido ao poeta e pedagogo, assemelham-se aos que terão existido na casa quando o autor lá viveu (Figuras 3.5. e 3.6.). Estas casas são uma espécie de facsimile benéfico, um compósito construído, num dado momento, baseado em interpretações de livros de memórias, de história, biografias, artigos de jornal, crítica literária e fotografias. Por esse motivo, estas casas são um modo de preservar antiguidades que, de outro modo, poderiam perder-se (Emery, 2012: 212). É também, por esta razão, que Harald Hendrix refere que o valor destas casas vai para lá do seu “valor documental”, já que são um “meio de expressão e de recordação” (Hendrix, 2012: 1).

Estas opções ilustram a ausência da “aura”, *i.e.*, da substância do objeto/obra no espaço e no tempo – a que se refere Walter Benjamin ([1935] 2001: 48-71) –, no entanto permitem que os visitantes observem elementos físicos que lhes possibilitam contextualizar o autor e os seus textos no espaço e no tempo e, concomitantemente, facilitam o acesso ao autor.

Posto isto, nesta era pós-moderna, caracterizada como vimos pela presença do “simulacro” (Baudrillard, [1981] 1983: 4), do jogo, da indefinição entre os planos real e ficcional, consideramos que no contexto da indústria turística, nomeadamente no que refere ao turismo literário, fará mais sentido falar em gradações de autenticidade do que propriamente em autenticidade. Isto, porque as propostas

apresentadas ao turista literário vão, como referimos, do contacto direto com os lugares e objetos reais do autor, ou até mesmo com a figura do autor (nomeadamente nos festivais literários), até à visita a lugares encenados em maior ou menor grau. A título de exemplo,

**Figura 3.7.** Objetos do escritório de Saramago de Lanzarote, na Fundação José Saramago, em Lisboa, Portugal



Fonte: <https://viagemlazerrecultura.wordpress.com/2017/08/>

apresentamos o escritório de José Saramago, na Fundação com o seu nome, em Lisboa, onde o turista tem contacto com os objetos reais que pertenceram ao escritor (livros, secretária, máquina de escrever, entre outros) e pode experimentar uma forte aura de autenticidade (Figura 3.7.). No entanto, todos esses objetos (autênticos) estão fora do seu contexto original (*i.e.* a casa de Saramago em Lanzarote). Constatamos assim que, nos lugares literários, e como referimos previamente, mais do que autenticidade (uma impossibilidade em si mesma, como pensamos que fica claro), o visitante encontra nestas gradações

do autêntico e neste jogo de réplicas e encenações, um caminho para uma maior aproximação ao autor ou às personagens e cenários das obras.

Neste sentido, o simulacro que é própria ficção narrativa constitui-se propulsor do turista literário e contribui para moldar os lugares e o modo como o turista os vai sentir e interpretar. A literatura, enquanto alicerce de uma experiência turística adquire, pois, uma dimensão física e transforma-se num mediador tangível entre o mundo físico e o universo da imaginação (Hendrix, 2014: 21).

Com efeito, ainda que no final da década de 80 do século XX haja autores (como é o caso de Dean MacCannell, [1976] 1989: 104), que alegam que os turistas persistem sobretudo na procura de experiências autênticas, a verdade é que no final desse século já são muitos os turistas que procuram a inautenticidade e o simulacro e, para esses, o “real” é sempre uma recriação da realidade (Ritzer & Liska, [1997] 2003: 107). Constatamos, pois, que estes turistas da pós-modernidade, os “pós-turistas” (Feifer, 1985: 259-268), carregam sobretudo a expectativa de simulacro, pois aprenderam a apreciar “o falso, o jogo da simulação e o imaginário virtual” (Franklin, 2003: 9, tradução nossa). Uma atitude que reflete as formas culturais pós-modernas, a que se refere John Urry ([1990] 2002: 84-85), ou seja, aquelas que são consumidas como uma forma de entretenimento e não num estado de contemplação como tradicionalmente se consome a cultura.

Tendo, portanto, a capacidade de retirar prazer do inautêntico, os pós-turistas deixam-se embalar pelo conjunto de jogos ou textos produzidos pelo discurso da indústria turística. Neste contexto (que é o atual), o inautêntico marca de tal forma presença que George Ritzer e Allan Liska ([1997] 2003: 107), atestando as convicções de Urry ([1990] 2002: 12), acrescentam que os turistas da pós-modernidade perante uma “experiência autêntica” não a conseguiriam reconhecer enquanto tal. De facto, como regista Mike Crang (2006: 54-55), na dinâmica da experiência turística, o discurso (turístico) é responsável pela criação dos lugares de interesse a visitar, atribuindo-lhes o significado que pretende que os turistas retirem de determinada paisagem, de determinado lugar e, acrescentamos, de qualquer objeto, pois dirige-lhes o olhar para o que pretende e como pretende que seja visto.

A manipulação por parte da indústria turística e a vontade de a aceitar, por parte dos seus consumidores, são simultaneamente consequência e causa da atual dessacralização da arte, de uma menor reverência perante o objeto artístico e o seu autor. Uma dessacralização resultante, em grande medida, da progressiva comercialização da cultura e, no caso concreto do turismo literário, da literatura, questão a que dedicaremos a próxima secção.

### **3.1.2. Lugar literário e mercantilização da literatura**

Associar literatura e turismo, associar os atos de ler e de viajar por prazer, será consensualmente aceite como salutar. No entanto, no sentido em que aqui analisamos esta relação, ou seja, no sentido do uso da literatura e dos marcadores literários como recursos turísticos, pensamos que a afirmação categórica da benevolência desta prática merece alguma reflexão.

De facto, quando considerada apenas da perspetiva da atividade turística, a articulação entre literatura e turismo apresenta desde logo um conjunto de aspetos positivos, como sejam:

- (i) a divulgação do autor e da sua obra junto de novos públicos;
- (ii) o retorno económico com poucos ou nenhuns aspetos negativos;
- (iii) o potencial incentivo à recuperação e manutenção do património edificado e literário;
- (iv) a capacidade de valorizar e dinamizar os espaços e lugares associados à literatura;
- (v) o contributo para a promoção da educação dos habitantes locais e dos visitantes;
- (vi) o envolvimento da comunidade (no prisma do turismo de base comunitária e por via do voluntariado).

Apresentamos agora alguns exemplos elucidativos de lugares literários que beneficiaram da sua ressignificação enquanto tal e da prática do turismo literário a que deram origem. No que se refere, por exemplo, à preservação de património arquitetónico, salientamos os casos mais evidentes e frequentes: os das casas de autores, nomeadamente aquelas transformadas em museus, como a Casa de Tormes, de Eça de Queiroz, a Casa-Museu Guerra Junqueiro (Figura 3.8.), no Porto, a Casa de Camilo Castelo Branco,

em S. Miguel de Seide, a casa de Jorge Amado e Zélia Gattai, em Salvador, Brasil, o apartamento de Truman Capote, em Brooklyn (EUA) e a casa de William Shakespeare (Figura 3.9.), em Stratford-upon-Avon, Inglaterra.<sup>21</sup> Destacamos esta última, pois o seu financiamento depende integralmente das receitas de bilheteira e dos apoios da comunidade (donativos e trabalho voluntário). Trata-se, na verdade, de uma situação exemplar do envolvimento dos habitantes locais, pois são estes que realizam todo o trabalho necessário à manutenção da casa e ao seu funcionamento enquanto atração turística. A inscrição dos voluntários faz-se diretamente [no portal da fundação](#),

**Figura 3.8.** Casa-museu Guerra Junqueiro, Porto, Portugal



**Fonte:** <http://www.patrimoniocultural.gov.pt>

**Figura 3.9.** Casa natal de William Shakespeare, Stratford-upon-Avon, Inglaterra



**Fonte:** <https://visitbirmingham.com>

no qual encontram informação sobre as vantagens desta experiência: o enriquecimento do currículo, os momentos bem passados, a satisfação de contribuir para a comunidade, o aumento da autoconfiança, a oportunidade de se manter ativo e integrado, a possibilidade de conhecer novas pessoas e de expandir o

<sup>21</sup> Por contraste, temos as casas de autores que, não tendo sido valorizadas enquanto lugares de turismo literário, foram deixadas ao abandono. Foi o que sucedeu com as casas de Machado de Assis, no Rio de Janeiro (Rua Cosme Velho, 18, Laranjeiras) e de Almeida Garrett, em Lisboa (Rua Saraiva de Carvalho, n.º 66-68, Campo de Ourique), que acabaram por ser demolidas.

círculo social, bem como de beneficiar de descontos em várias lojas da cidade. A fundação apela assim à colaboração da população em tarefas como jardinar, receber e acompanhar visitantes, dinamizar oficinas para crianças, costurar (vestuário de época) e participar nos trabalhos de conservação do edifício, entre outras. É evidente que estas atividades não pressupõem todas o mesmo grau de conhecimento de William Shakespeare, da sua obra e da sua época, porém, a disponibilidade para as realizar gratuitamente revela um grau semelhante de consciência do valor do seu património e da necessidade de colaborar na sua preservação. Deste modo, não só está garantida a existência de um recurso turístico de importância vital para esta cidade, como se garante a preservação do património tangível e intangível.

Encontramos um exemplo muito semelhante em Cordisburgo, no Brasil. Desta feita, o esforço da comunidade não passa pela conservação do património arquitetónico, assegurada por vias oficiais, mas pela difusão do conhecimento e da obra do escritor João Guimarães Rosa. Com este intuito, formou-se o Grupo Miguilim (ou os Miguilins), nome que deriva do protagonista da obra *Manuelzão e Miguilim*. Este grupo foi criado em 1996 por um familiar do autor e é constituído por cerca de trinta jovens, entre os treze e os vinte anos, que durante dois anos são ensaiados para narrar fragmentos literários das obras do escritor (Figuras 3.10. e 3.11.). Fundado com o objetivo de promover a socialização das crianças e jovens da cidade de Cordisburgo, o Grupo Contadores de Estórias Miguilim é hoje um importantíssimo contributo para a divulgação e preservação da oralidade e da obra roseana (Lopes, 2008: 57-59). Os Miguilins mantêm vivos os textos que declamam junto daqueles que com eles ensaiam, na família, por exemplo, e junto dos

**Figura 3.10.** Grupo Miguilim, Cordisburgo, Brasil (1)



Fonte: Ronaldo Alves

**Figura 3.11.** Grupo Miguilim, Cordisburgo, Brasil (2)



Fonte: Ronaldo Alves

que os ouvem, como é o caso dos visitantes da cidade e do Museu, contribuindo desta forma também para o desenvolvimento do turismo literário na cidade de Cordisburgo.

Vimos, portanto, alguns efeitos inequivocamente positivos da associação da literatura ao turismo e que mostram como o proveito da indústria do turismo literário é partilhado com as populações e em benefício do património. No entanto, a prática do turismo literário, como de qualquer outra forma de turismo, é parte de uma indústria e tem, portanto, necessariamente, um lado comercial que, neste nicho, se manifesta na mercantilização do lugar literário e da própria literatura.

Acontece, porém, que aos fiéis admiradores da arte literária e leitores dedicados dos textos literários poderá custar admitir esta utilização comercial da literatura, não obstante a consciência de que neste processo a literatura sai valorizada. É, pois, sobre esta utilização da literatura que refletimos em seguida, partindo de duas questões:

- (i) Não estaremos a desvirtuar o texto literário quando o fragmentamos, isolamos e descontextualizamos excertos para os lermos ou para os inscrevemos num dado lugar?
- (ii) Não será a criação de um produto de turismo literário precedida de um juízo de valor que é menos relativo à qualidade literária do texto e do autor do que ao seu potencial comercial?

Com efeito, a exploração comercial da arte em geral é um dado adquirido: os objetos artísticos são o produto do mercado da arte e, como tal, têm um valor de transação, compram-se, vendem-se e expõem-se em museus. Ora, o livro não é exceção, sendo que o desaparecimento do mecenato, a partir do século XVIII, leva ao surgimento da figura do editor, cujo interesse, sendo económico, determina a transformação da literatura num produto transacionável como qualquer outro. O editor surge como uma espécie de entidade empregadora e o escritor como seu funcionário, responsável pela produção de um bem que se pretende comercializável e rentável (Hauser, 1982: 700).

Quando transportamos a literatura para o contexto da economia do turismo, a mercantilização desta forma de arte não pressupõe a transação do objeto livro, ainda que a possa impulsionar. Enquanto recurso turístico, a literatura é objeto de um aproveitamento que visa criar um conjunto de produtos rentáveis. Temos assim o recurso literário como base da criação de parques temáticos, de itinerários literários, de

festivais literários e de outros produtos que revelam como, tal como bem notam Robinson e Andersen (2002: 15), o turismo literário se funda não só na comercialização do imaginário, mas também na das próprias figuras dos criadores desse imaginário. Ou seja, quando transformamos o texto literário num produto de turismo literário já não falamos apenas da transação do livro, mas também, se não mesmo fundamentalmente, na comercialização da sua essência, da imaginação.<sup>22</sup>

**Figura 3.12.** Iowa Literary Walk, placa com citação de Kurt Vonnegut, Iowa, EUA



**Fonte:** Ken Mohnern

Compor um produto para o turismo literário, implica, como vimos, decompor a obra e utilizar, ou, se quisermos, manipular excertos em função do valor que vão acrescentar ao espaço ou lugar físico por eles sinalizado e delimitado. Recordemos, a título de ilustração do que dizemos, o Barrio de las Letras, em Madrid, e o Iowa Literary Walk, em Iowa (Figura 3.12), onde encontramos excertos de textos literários transcritos no pavimento das ruas. Outro exemplo é o itinerário *do Crime do Padre Amaro*, em Leiria, baseado no texto de Eça de Queiroz, ao longo do qual os visitantes podem ler excertos da obra que assinalam os lugares do enredo, transformando-os assim em lugares literários, como por exemplo, a casa

<sup>22</sup> Sobre a mercantilização da cultura ao serviço do turismo cultural, cf. Davydd J. Greenwood [1977] (1989). *Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization*. In Valene L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (pp.129-139). Filadélfia: University of Pennsylvania Press.

da S. Joaneira (personagem da obra), no n.º 13, da Travessa da Tipografia, onde residiu Eça, mas que no romance é registada como Rua da Misericórdia (Figuras 3.13. e 3.14.).

**Figura 3.13.** Casa da S. Joaneira (Augusta Caminha), Leiria, Portugal



**Figura 3.14.** Placa da Rota do Crime do Padre Amaro que assinala a Casa da S. Joaneira, Leiria, Portugal



Este processo implica necessariamente descontextualizar passagens do texto de Eça e é a razoabilidade deste procedimento que pensamos poder suscitar alguma relutância e algum desconforto. Em nosso entender, o facto de a apresentação do excerto da obra, para além de atribuir um valor económico ao lugar literário (o que por si só nada tem de negativo), lhe trazer também um novo significado e contribuir para a divulgação do autor e da sua escrita, faz com que o balanço seja claramente positivo, até porque pode inclusivamente transformar um simples visitante num leitor que parte para a leitura motivado pela visita. Na verdade, mesmo autores como Eça de Queiroz e obras tão conhecidas como *O Crime do Padre Amaro* podem sempre ganhar novos leitores, o que é um impacto positivo e expectável do turismo literário. De salientar ainda que a construção de percursos literários pode implicar a tradução de textos de autores menos conhecidos, o que transporta o texto e o seu autor a novos

públicos, como sucede com o caso do Passeio Literário “Cândido Guerreiro: O poeta de Alte” que, visando chegar a um público internacional, disponibiliza [alguns poemas do autor traduzidos](#) pela primeira vez para francês e inglês (Baleiro & Quinteiro, 2017: 48-71), aos quais o turista pode aceder através de uma brochura impressa ou do QR Code existente nas placas que assinalam cada um pontos de paragem, como podemos ver na Figura 3.15..

**Figura 3.15.** Placa que assinala o ponto de paragem 3 do Passeio Literário “Cândido Guerreiro: O poeta de Alte”, Alte, Portugal



Quanto a saber se a criação de um produto de turismo literário deve partir de uma seleção (de autor ou texto) em função de um juízo de valor relativo ao seu atrativo comercial ou à sua qualidade literária, é uma questão que nos remete para a sempre difícil e naturalmente discutível determinação do que é a boa literatura e do que é um bom autor. A verdade é que, na preparação de produtos e experiências de turismo literário, esta questão não é premente, pois sendo o objetivo frequentemente económico, as entidades promotoras – câmaras municipais, entidades públicas, fundações de autores, agentes turísticos e as próprias editoras – tendem a escolher os autores canónicos e os *best-sellers*, uma vez que há uma maior

garantia de atrair visitantes. No entanto, há também que olhar para o turismo literário como uma oportunidade para revelar e/ou recordar autores menos conhecidos.

Em jeito de conclusão, mesmo que a descontextualização e fragmentação do texto literário corrompa o carácter uno da obra, a verdade é que, independentemente, dos distintos graus de qualidade dos produtos e experiências de turismo literário, este nicho de turismo tem, na maioria das vezes, um efeito positivo, pois a apresentação e interpretação dos lugares literários tem o potencial de aumentar o conhecimento do visitante no que respeita à arte da criação literária e, neste prisma, a literatura ganha muito mais do que perde (Robinson & Andersen, 2002: 15).

De facto, para além do potencial incremento da bagagem de conhecimento do literário, o contacto com a obra literária (mesmo que seja apenas com excertos da obra) tem em si o potencial de convidar o leitor a projetar-se nas situações e personagens e, ao habitar um Outro, a aumentar a consciência sobre a sua própria identidade e a dos outros, propiciando, em última instância, a comunicação intercultural entre visitantes e visitados, e facilitando a compreensão e a imersão, ainda que temporária, na cultura do Outro.

Desta forma, os produtos e experiências de turismo literário apresentam-se igualmente como um contrapeso de um mundo globalizado e de uma indústria turística, por vezes, muito estandardizada e menos autêntica.

Pela relevância que assumem no contexto do turismo literário, a próxima secção é dedicada aos itinerários literários: apresentamos a sua definição, alguns exemplos e esclarecemos a sua relação com o conceito de destino literário.

### **3.2. Itinerários e destinos literários**

Tal como vimos ao longo destas páginas, no contexto do turismo literário, os textos literários tomam a forma de guias turísticos, criando e assinalando lugares a visitar e a conhecer, desenhando mapas a partir dos quais o turista/leitor pode orientar-se e realizar diversos tipos de percursos (mesmo que não tenha sido essa a intenção do autor).

Nas próximas duas secções vamos analisar e descrever esses percursos desenhados a partir da leitura de uma obra literária, do conhecimento de um autor ou de ambos, bem como definir o conceito de destino literário.

### 3.2.1. Itinerários literários

Robert Tally Jr. (2013: 46) refere que um mapa pode também constituir-se em palavras, pois um mapa não é apenas uma figura geométrica semelhante a uma grelha ou um arquivo visual. Com efeito, no que respeita à cartografia literária, há duas dimensões simultâneas: a figurativa (do significado do texto) e a referencial (da representação do espaço real), sendo que o escritor implicado em tal projeto não precisa de cartografar conscientemente para que a partir das suas palavras seja possível construir um mapa e/ou percursos. Às vezes, o próprio ato de contar uma história é também um processo de produção de um mapa (Tally Jr., 2013: 46). Ora, estes mapas de palavras, quando colocados sobre o mapa físico, permitem assim delinear itinerários, nos quais os lugares literários (por vezes, construídos, amplificados e, até mesmo, criados e encenados para atrair os turistas) assumem um papel central.

Porém, a construção de um itinerário literário implica mais do que uma mera listagem de lugares literários numerados. Há outros elementos que podem e devem ser integrados nestes itinerários, como sejam as referências a outras expressões de património e herança cultural e a indicação da possibilidade de se realizarem atividades de lazer e recreação, por exemplo. Na verdade, sendo “uma peça-chave do processo de roteirização” (Figueira, 2013: 83), o itinerário, nomeadamente o literário, é criado a partir de um processo que passa pela “inventariação dos recursos com aptidão turística, [pela] inclusão de outros recursos passíveis, circunstancialmente ou em definitivo, de integrar no turismo, e suscita a invenção de atrativos criados para o efeito (eventos, por exemplo), considerados como pertinentes à definição de produtos turísticos característicos de um destino.” (Figueira, 2013: 20). Há, portanto, para além da inventariação, uma criação de conexões que, resultando de um processo de seleção, integração e omissão (inerente a qualquer representação do espaço), dão forma ao produto final. Assim, o mapa – que é sempre um mecanismo de construção de sentido e um instrumento de leitura do espaço – orienta o visitante na

realização do itinerário literário, na medida em que incorpora um conjunto de informações, enriquece o sentido dos lugares literários, mais ou menos dispersos no espaço, e, conseqüentemente valoriza a experiência do turista. De salientar que é esta rede de elementos que compõe o itinerário literário que o distingue de um outro tipo de mapas literários nos quais se registam, tão exaustivamente quanto possível, as paisagens literárias de um determinado mapa físico, como sucede nos casos do *Ein literarischer Atlas Europas*, coordenado por Barbara Piatti, e do *Atlas das Paisagens Literárias de Portugal Continental*, coordenado por Daniel Alves e Natália Constâncio.

Na literatura do turismo são vários os autores que definem os conceitos de itinerário, de rota e de circuito (Gomez Prieto & González-Quijano, 1991 ; Figueira, 2013), todavia não existe uma definição última que os permita distinguir clara e definitivamente. Tal sucede, pois itinerário, rota e circuito coincidem na medida em que todos eles são “elementos estruturantes dos percursos oferecidos num destino turístico” (Figueira, 2013: 25) e instrumentos ao serviço da valorização e desenvolvimento dos territórios (*idem*: 20).

Neste volume, utilizamos o vocábulo *itinerário* com o significado de descrição de um caminho e respetivo conjunto de locais de interesse a visitar. Apresentamos ainda um conjunto de propostas que identificamos como itinerários literários apesar de, por vezes, serem promovidas turisticamente com designações distintas.

Numa análise breve dos anúncios de itinerários literários disponíveis na internet, sobressai de imediato o facto de terem dimensões muito distintas, variando entre a *curta duração* (não carecendo de alojamento e podendo ser realizados em poucas horas) e a *duração normal* (uma a duas semanas); entre um percurso *linear* (ponto de saída diverso do ponto de chegada) e um formato *nodal* ou *circular* (um mesmo ponto de saída e entrada); entre o cariz *local*, *regional* ou *nacional* e, conseqüentemente, variando também no que refere à forma de deslocação que pode ser pedestre, rodoviária, ferroviária, marítima, fluvial ou, até mesmo, aérea (*idem*: 89-91).

Entre os itinerários que abrangem um espaço físico e temporal mais amplo, situam-se as propostas pensadas ao nível do território nacional, centrando-se, regra geral, em múltiplos autores e que, tendo a duração de vários dias, são enriquecidas com experiências artísticas, gastronómicas e de natureza. Como

exemplos deste género de itinerário, indicamos *Literary tour of Ireland*; *Literary Iceland: From ancient epic to modern novel*; *In search of literary France: A book lover's tour of Paris*; *Canada: A literary tour* e *Poised between proud tradition and global modernity* (Portugal).

Numa escala menor, mas seguindo um modelo semelhante, encontramos os itinerários regionais, como *Kwazulu-literary route* (Kwazulu-Natal, África do Sul); *Os caminhos de Jorge Amado* (Baía, Brasil) e *Lake District literary trail* (Lake District, Inglaterra).

Os itinerários literários mais comuns são, porém, aqueles que decorrem dentro dos limites de uma cidade ou de um bairro, que normalmente têm como foco um único autor e, regra geral, uma única obra, não tendo uma duração superior a um dia. Alguns exemplos são: *Passeio Literário Cândido Guerreiro: O poeta de Alte* (Portugal); *Da Vinci Code Paris: Walking group tour* (França); *Camilo Castelo Branco: Um escritor na cidade* (Portugal); *Alcalá de Cervantes* (Espanha); *Robert Louis Stevenson Itinerary* (Escócia) e o *Tour noturno becos românticos e pecaminosos* (Brasil).

Para além da grandeza e da duração dos itinerários, há ainda que distingui-los do ponto de vista da forma como chegam ao público. Dependendo do promotor, o itinerário pode ser um produto a que o turista acede gratuitamente ou não. No caso dos promotores privados, os itinerários implicam, pelo menos, o recurso a um guia turístico. Já quando é promovido por entidades públicas, o itinerário literário é, regra geral, uma forma de valorizar um espaço e o seu património e de atrair visitantes. Nestes casos, o intuito da criação do itinerário não é a sua comercialização (a venda do passeio guiado), mas sim a captação de visitantes e o eventual prolongamento da sua estada no espaço de realização do passeio. Nestas circunstâncias, pode haver um guia *in situ*, cujos serviços são disponibilizados gratuitamente pela entidade promotora ou pode apenas oferecer-se uma brochura que permite a visita autónoma. Esta é uma das modalidades mais comuns, nomeadamente como oferta de instituições locais ou de casas de autores, mas também de outras entidades ligadas à literatura e até por apaixonados pela literatura e pelo turismo literário que desenvolvem itinerários e os disponibilizam gratuitamente em *blogs*. Esta solução foi a escolhida pela Casa Fernando Pessoa, por exemplo, que disponibiliza na sua página na internet um [Roteiro Pessoaano](#), em Lisboa, pela Câmara Municipal de Loulé que oferece na página do museu municipal a

brochura do [Passeio literário Cândido Guerreiro: O poeta de Alte](#) e pela Câmara Municipal de Lisboa (e parceiros), quando propõe o [Passeio Literário da Graça](#). Nos mesmos moldes, encontramos a *Rota dos Escritores em Leiria* (Portugal), da responsabilidade da autarquia, o [Passeio Literário no Centro de São Paulo](#) (Brasil), criado pelo Instituto Mobilidade Verde e pela Bicioteca de São Paulo e a [Rota de al-Mutamid](#), gerida pela El legado andalusí Fundación Pública Andaluza .

Hoje em dia, o recurso aos meios informáticos permite inclusivamente que estes itinerários sejam comunicados através de aplicações informáticas que os turistas descarregam para os seus telemóveis (como sucede no caso das *Literary routes*, na Holanda) ou da colocação de sinalética com QR Codes,<sup>23</sup> como referimos atrás a propósito do *Passeio literário Cândido Guerreiro: O poeta de Alte*. De resto, o recurso às novas tecnologias viabiliza ainda a realização de itinerários literários sem sair de casa, mesmo que numa versão naturalmente limitada. Nestes casos, para se ser um turista literário virtual basta percorrer as páginas da internet nas quais se oferecem imagens e informação sobre as casas dos autores, por exemplo, ou visualizar um dos inúmeros vídeos disponibilizados no Youtube dedicados à relação entre as cidades e os seus autores e obras, como [Will Self's Kafka Journey: A Prague Walking Tour](#) ou o programa [Lugares con genio](#), de Fernando Savater.

A existência de itinerários literários e de uma panóplia de outras atividades, direta ou indiretamente ligadas à literatura, concentrados num espaço, está na origem dos chamados destinos literários, tópico a que dedicaremos a secção seguinte.

### 3.2.2. Destinos literários

Para definirmos o conceito de destino literário, partimos necessariamente do conceito de destino turístico, expressão usada para referir espaços estruturados com a finalidade de atrair visitantes e/ou turistas com a intenção de consumir um produto turístico neles oferecido. Independentemente da dimensão do destino, o que o determina é o facto de motivar a deslocação do visitante e de possuir

---

<sup>23</sup> A propósito da utilização dos QR Codes na promoção da interação com a literatura em espaços urbanos, veja-se o capítulo “Exhibiting poetry in public places using a network of scattered QR Codes”, de Theodoros Papatheodorou e Ioannis Dimitriadis (2013).

recursos turísticos, atividades recreativas e de animação, acessibilidade, hospitalidade, instalações, equipamentos e serviços que visam responder às necessidades e procura dos que o visitam.

O conceito de destino turístico encerra duas dimensões: (i) a tangível, uma vez que corresponde a um espaço e aos elementos físicos que o compõem, e (ii) a intangível, na medida em que é também uma entidade sociocultural a que correspondem um contexto histórico, uma memória, tradições e modos de vida (Di Méo, 2007).

A subsistência e o crescimento de um destino turístico depende da instituição de uma organização central que articule a ação dos múltiplos atores públicos e privados, crie uma imagem de marca para o destino e defina uma estratégia de marketing comum. Na verdade, a criação de uma imagem de marca do destino é fundamental, pois aquilo que é vendido aos turistas é muito mais do que aquilo que de facto existe nesse destino. Falamos de uma construção mental sobre o destino gerada pela narrativa dos intervenientes no processo. Nas palavras de Luís Mota Figueira, “A imagem do destino é percecionada e «construída» pelo lado da Procura, desde que o turista acede às primeiras informações e detalhes.” (2013: 22-23, maiúscula no original).

Como afirmam Robinson e Andersen (2002: 14), atualmente os espaços com associação à literatura já não são projetados (apenas) para uma minoria e há cada vez mais turistas que consomem direta ou indiretamente este produto (não obstante, o turismo literário continuar a ser um turismo de nicho). Um exemplo claro de um espaço que foi produzido com a intenção de se transformar num destino de turismo literário é Hay on Wye. Esta pequena aldeia galesa foi repensada e ressignificada através da abertura de

**Figura 3.16.** Festival de Hay, 2009, Hay on Wye, País de Gales



**Fonte:** Giles Morgans

várias livrarias (sobretudo alfarrabistas) e da realização de um festival literário (desde 1988) que, em cada edição anual, atrai cerca de 80.000 visitantes (Figura 3.16.).

Todavia, enquanto destino literário, Hay on Wye atrai anualmente mais de um milhão de visitantes, o que certamente não aconteceria se não tivesse sido estabelecida esta conexão à literatura. Hay on Wye constitui, além do mais, um bom exemplo de como o turismo literário, ainda que frequentemente associado ao espaço urbano, se pode desenvolver num espaço rural e, assim, contribuir para o seu desenvolvimento. Um caso muito semelhante ao de Hay on Wye é o de Óbidos, em Portugal. Recentemente, esta pequena vila portuguesa reinventou-se sob a designação de Óbidos Vila Literária e recriou a sua imagem através da abertura de livrarias, do maior hotel literário do mundo (*The Literary Man*, Figura 3.17.), e da criação de um festival literário – o FOLIO – que é atualmente o maior festival literário português. Para além disso, Óbidos integra a rede de Cidades Criativas da Literatura da UNESCO desde 2015, o que contribui para o reconhecimento desta associação.

**Figura 3.17.** Hotel The Literary Man, Óbidos, Portugal



**Fonte:** <http://obidosvilaliteraria.com/literary-man-hotel/>

Hay on Wye e Óbidos são dois destinos literários que se afirmaram enquanto tal a partir da definição de uma estratégia comum e de um trabalho coordenado dos seus responsáveis. Une-os, portanto, o facto de não partirem de uma herança literária, de serem resultado de uma construção absoluta (num processo que os assemelha aos parques temáticos que referimos na secção 3.1.1.), quando, de um modo geral, os destinos literários se fundam na memória, nos espaços-memória, atraindo os turistas pelas recordações que evocam. Com efeito, sendo a própria literatura um registo privilegiado da memória, arrastá-la para o espaço físico acrescenta histórias à História, memórias à Memória, e intensifica o potencial do destino.

Ainda a propósito da aldeia de Hay on Wye e da vila de Óbidos, sublinhar que se trata de duas situações que demonstram o potencial do turismo literário para contrariar a tendência de um turismo cultural construído “«à sombra» dos grandes ícones culturais.” (Figueira, 2013: 39), centrado nos monumentos mais famosos e num retorno económico relevante e imediato, amplificando os desequilíbrios que já se verificam. Ainda de acordo com Figueira (*idem ibidem*) é necessário que surjam “dinâmicas regionais tradicionais sendo aconselhável que a criação de novas rotas bem estruturadas responda às necessidades de desenvolvimento de base territorial”, como entendemos poder suceder através do turismo literário e da criação de novos destinos literários.

Não podemos, porém, falar em destinos literários sem referir o que é, a nosso ver, o caso mais paradigmático, e aquela que pode ser considerada uma verdadeira “cidade da memória” (Augé, [1977] 1998: 112) da literatura: Dublin. Partindo da afirmação de Tally Jr. (2013: 4) de que desenhar um mapa é contar uma história, e vice-versa, desenhar o mapa literário da cidade natal de James Joyce, Samuel Beckett, W. B. Yeats, Oscar Wilde, George Bernard Shaw, Brendan Behan, Jonathan Swift e Sean O’ Casey é, sem dúvida, mais do que assinalar os lugares literários deste destino ou contar a história literária de Dublin, é contar a história recente de Dublin à luz da literatura, já que a cidade e a dimensão criativa da literatura se interligam indissociavelmente.

Nesta cidade, há ainda a particularidade de nela ter nascido um escritor – James Joyce – que, pela sua relação afetiva com aquele espaço, construiu um romance – *Ulysses* – que retrata em pormenor Dublin,

revelando-se este texto como um mapa narrativo desta cidade, de tal modo que, diz Joyce, se um dia a cidade desaparecesse da face da terra, seria possível reconstruí-la a partir do seu texto (Budgen, 1972: 69).

Não obstante a impossibilidade desta ambição de Joyce, uma vez que como refere Barbara Piatti (2008: 22-23 *apud* Tally Jr., 2013: 52) os espaços ficcionados não coincidem com o geoespaço (pois há sempre uma omissão, uma reinterpretação), a presença de Joyce e das suas personagens, bem como a de Oscar Wilde ou de Bernard Shaw, sente-se em muitos cantos da cidade. São, de facto, inúmeras as placas comemorativas, nas ruas e nos jardins, a assinalar a casa, o local do nascimento ou da morte dos autores, as estátuas que os representam e as suas fotografias. Uma visita a Dublin é sem dúvida um estímulo intenso para a imaginação dos turistas literários que a todo o momento sentem estar a mergulhar nos lugares (com todas as suas cores e os seus sons) que em tempos foram os lugares de alguns dos mais criativos escritores da história da literatura ocidental.

Haverá, porventura, outras cidades com um património literário tão rico como Dublin, no entanto,

**Figura 3.18.** Estátua de Molly Malone, Dublin, Irlanda



**Figura 3.19.** Estátua de Oscar Wilde, Dublin, Irlanda

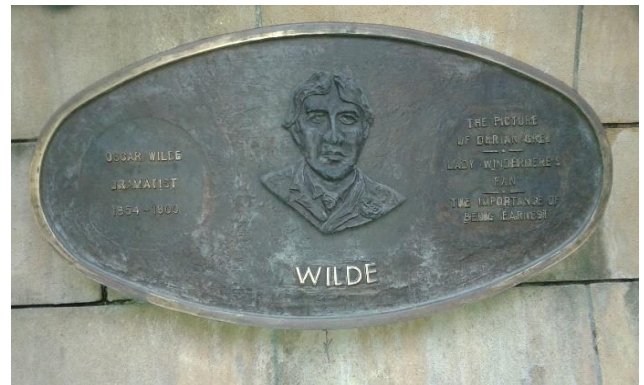


não existe em nenhuma delas uma produção do espaço que as transforme num destino de turismo literário com a dimensão que Dublin assume neste nicho e no qual o número de lugares literários assinalados seja tão significativo (Figuras 3.18. a 3.33.).

**Figura 3.20.** Placa alusiva a Yeats no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.21.** Placa alusiva a Oscar Wilde no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.22.** Placa alusiva a Swift no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.23.** Placa alusiva a James Joyce no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



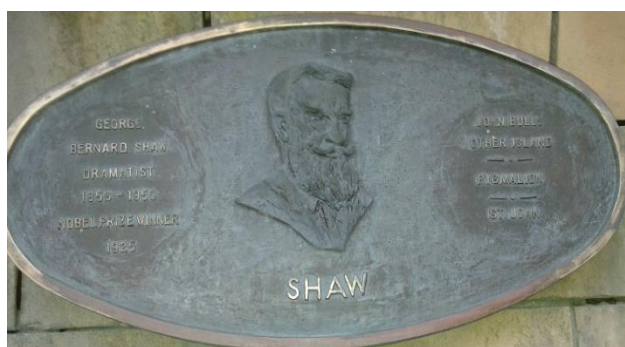
**Figura 3.24.** Placa alusiva a Clarke no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.25.** Placa alusiva a Beckett no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.26.** Placa alusiva a Shaw no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



**Figura 3.27.** Placa alusiva a Dillon no St. Patrick's Park: Literary parade, Dublin, Irlanda



Figura 3.28. Exterior da livraria Sweny, Dublin, Irlanda



Figura 3.29. Sabonete de limão da livraria Sweny, Dublin, Irlanda



Figura 3.30. Interior da livraria Sweny, Dublin, Irlanda

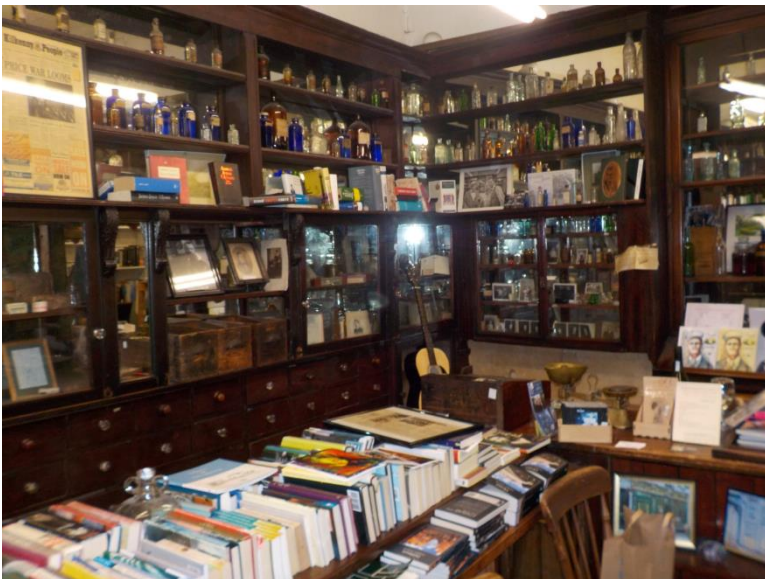


Figura 3.31. Anúncio de leitura de *Ulisses* em Português na livraria Sweny, Dublin, Irlanda

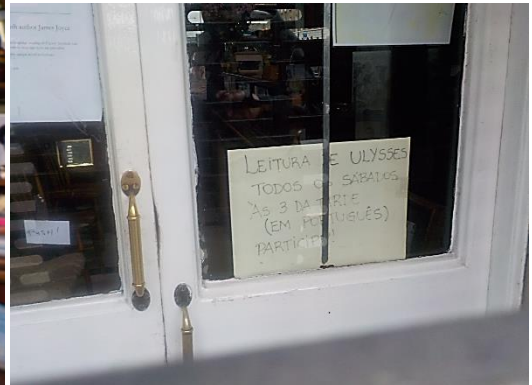


Figura 3.32. James Joyce Centre, Dublin, Irlanda



Figura 3.33. Placa que assinala casa de Oscar Wilde no American College, Dublin, Irlanda



Constituem, entre muitos outros, exemplos de destinos literários, pela dimensão dos autores e/ou das obras a eles associados: a Lisboa de Pessoa, Saramago e Eça; o Porto de Júlio Dinis; a Amazónia de Ferreira de Castro; a Antígua de Jamaica Kincaid; a Patagónia de Bruce Chatwin; a Praga de Kafka; a Ilha do Príncipe Eduardo de L. M. Montgomery; a Espanha de Jan Morris; a La Mancha de Cervantes; o Outback Australiano de Colleen McCullough e a [Colômbia do Realismo Mágico](#).

## Síntese

A distinção entre os conceitos de espaço e de lugar afigura-se fundamental no contexto dos estudos em literatura e turismo, uma vez que está na base da definição do conceito central de lugar literário. Um conceito a partir do qual se constroem outros pilares deste tipo de investigação e se criam produtos e experiências de turismo literário, como sejam as noções de itinerário e de destino literário. Assim, e assumindo que podemos definir o lugar como uma fração de espaço delimitada por fronteiras estabelecidas por um sujeito ou grupos de sujeitos em função do significado que lhe reconhece, o lugar literário define-se como aquele lugar no qual se reconhece a presença de um significado literário. Em suma, o lugar literário é uma porção do espaço que é vivida por um sujeito com a mediação da literatura (do seu texto e/ou do seu autor). O literário surge neste contexto como um elemento que ressignifica os lugares e consequentemente lhes acrescenta valor turístico.

Quando o visitante literário se desloca ao lugar ou aos lugares literários, atribui outras dimensões à unidimensionalidade da página de papel e esta possibilidade constitui (em muito) o poder de atração do lugar literário e do destino literário.

Para ficarmos a conhecer um pouco melhor estes visitantes (reais e literários), que empreendem viagens para poderem finalmente dar espessura àquilo que apenas conheciam nas páginas do texto literário, na última parte deste nosso livro focamo-nos nas figuras associadas ao turismo literário e nas personagens dos textos da literatura de turismo.

### **Tópicos para discussão**

- O que é um lugar e como se distingue do espaço?
- Quais as características do lugar turístico-literário?
- Como se concretiza a construção de um destino literário?
- Comente a seguinte afirmação: a preservação do património cultural é um dos principais benefícios do turismo literário.
- Que outros benefícios poderão advir da implementação deste nicho de turismo?

## Parte IV

### Figuras e protagonistas

### Objetivos

- Enumerar os traços distintivos do turista e do viajante;
- Explicar a dimensão estereotipada do turista;
- Definir turista, viajante e peregrino no contexto do turismo literário;
- Ilustrar cada uma das figuras apresentadas com exemplos de personagens literárias.

### Introdução

Quando analisamos as figuras (tanto as de facto como as ficcionais) que habitam e percorrem o espaço em busca de lugares literários, encontramos um universo povoado por turistas, viajantes, peregrinos, turistas literários, viajantes literários e peregrinos literários. Cada um deles assume papéis distintos, quer no contexto do turismo, em geral, quer no do turismo literário, em particular. Todavia, nem sempre é claro aquilo que os distingue, nem quais os critérios subjacentes à opção por uma designação em detrimento de outra. É, pois, numa tentativa de esclarecer a natureza de cada uma destas figuras (e destes protagonistas, diríamos nós, já que muitos o são verdadeiramente no plano do texto literário), que avançamos com uma reflexão sobre os fatores que as diferenciam e concorrem para a sua definição.

Assim, pela predominância que assumem no contexto da literatura e turismo e por serem conceitos que referem objetos próximos, começamos pela distinção entre turista e viajante. Com efeito, estes dois conceitos tendem a surgir referidos como sinónimos, como sucede, de resto, com as noções básicas na sua origem, a de viagem (em geral) e a da viagem turística, que atrás distinguimos também. Dedicamos o ponto seguinte a estas figuras, ilustrando cada uma delas com exemplos do plano do real e do plano da literatura.

#### 4.1. Turista e viajante

Por serem múltiplos os pontos de contacto entre turistas e viajantes, estes vocábulos podem, num primeiro momento, ser utilizados como sinónimos, já que:

- (i) ambos se movem entre diferentes pontos geográficos;
- (ii) ambos se deslocam para fora do espaço habitual de residência;
- (iii) ambos viajam tendo o lazer como motivação;
- (iv) em ambos a viagem é transitória (ao contrário da dos migrantes, exilados e refugiados, como tivemos já oportunidade de referir) e, conseqüentemente;
- (v) o estatuto de ambos define-se como temporário, já que, para turistas e viajantes, o regresso a casa e ao que é familiar é fundamental.

De resto, como afirma o sociólogo Chris Rojek ([1997] 2000: 70), esse regresso é o pré-requisito para que a experiência turística seja considerada aprazível. Uma ideia presente em *Mémoires d'un touriste* ([1834] 1854: 89), de Stendhal, obra na qual surge a afirmação “O que amo na viagem é o espanto do retorno” (tradução nossa).

Não obstante estes pontos de contacto entre turistas e viajantes, são as diferenças que sobressaem quando se pensa no significado de ambos. Neste exercício de evocação dos contrastes, a primeira e mais evidente distinção é a de que o turista, ao contrário do viajante, não goza normalmente de boa reputação, facto que acreditamos dever-se à associação imediata do turista ao estereótipo do turista de massas. Stephen L. J. Smith (2004: 26) recorda que esta designação (que aparece pela primeira vez, em 1780, num anúncio, em Inglaterra) teve uma conotação negativa desde o início, por ter sido conotada com as classes operárias inglesas que, no século XIX, começaram a realizar pequenas viagens de lazer. Já o termo “viajante” era associado às classes mais altas.

No entanto, se recuarmos no tempo, vemos que no início do século XVIII, quando o vocábulo surge dicionarizado pela primeira vez no *Oxford English Dictionary*<sup>24</sup>, o termo é sinónimo de viajante (Urbain,

---

<sup>24</sup> “Tourist is the one who makes a tour or tours. One who does this for recreation; one who travels for pleasure or culture, visiting a number of places for their objects of interest, scenery, or the like” (rep. em Fuster, 1971)

[1991] 2002: 41). De facto, na opinião de Bruno Lecoquierre (2010: 3), a conotação menos elogiosa da palavra turista reporta ao final do século XIX, tornando-se ainda mais negativa a partir do fim da Primeira Guerra Mundial, quando o ato de viajar se torna mais acessível e, logo, mais generalizado, potenciando o desenvolvimento da prática turística e o surgimento de uma indústria do turismo que torna a viagem potencialmente disponível para todos e não apenas para uma elite, como acontecera até então. Todavia, já em 1926, em *Auf Reisen*, o escritor austríaco Stephan Zweig (1881-1942) dá conta do desprestígio associado ao ato de fazer turismo (e, por consequência, ao turista), referindo-o como banalizado, ao alcance de qualquer um, como uma prática que deixou de implicar uma preparação prévia. Stephan Zweig associa, então, a despromoção do turista quer à crescente percentagem de indivíduos que viaja com escassas ambições de enriquecimento cultural quer ao incremento da massificação do ato de viajar, transformações que provocaram a mutação dos “viajantes” (*voyageurs*) em apenas “pessoas que viajam” (*voyagés*). Na mesma linha de Zweig, o escritor Henry James (1843-1916) descreve o turista como um ser “vulgar, vulgar, vulgar” (rep. em Pearce & Moscardo 1986: 21), não obstante ele mesmo ter sido tantas vezes turista na Europa, como sublinha o investigador Justin D. Edwards (1998: 66).

Para esta desvalorização do turista terão concorrido igualmente a percepção do aumento das consequências negativas da atividade turística sobre o ambiente, sobre as localidades e as suas gentes (Lanquar & Lanquar, 1985: 71), o entendimento do turismo como uma nova forma de imperialismo e o consequente desequilíbrio da relação entre turistas e habitantes locais (Nash, [1977] 1989: 37-52). Ou seja, de um modo geral, regista-se uma tendência para se confundir o turismo e os seus impactos menos favoráveis com as pessoas que fazem turismo, e é neste contexto que o retrato do turista sai afetado por esta mácula de prejuízo e de dano. Um fenómeno que se vai agravando à medida que aumenta o número de turistas. Esta situação chega ao ponto de as populações locais esquecerem os benefícios do turismo e reagirem de forma extremamente negativa à presença destes turistas, como ilustram as Figuras 4.1., 4.2. e 4.3., publicadas num trabalho do jornal *El País* (2017, 29 maio). Estas fotos poderiam no entanto ter sido retiradas de inúmeras outras publicações que têm dado conta da multiplicação deste fenómeno

designado por *overtourism*, sobretudo nos destinos turísticos mais sobrecarregados, tais como Veneza ou Dubrovnik.

**Figura 4.1.** Turismofobia, Barcelona (1), Espanha



**Fonte:** Blanchar & Pellicer (2017, 29 maio). Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria. *El País*.

**Figura 4.2.** Turismofobia, Barcelona (2), Espanha



**Fonte:** Blanchar & Pellicer (2017, 29 maio). Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria. *El País*.

**Figura 4.3.** Turismofobia, Barcelona (3), Espanha



**Fonte:** Blanchar & Pellicer (2017, 29 maio). Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria. *El País*.

Vemos pois, como neste prisma, o turista é entendido como um ser superficial, fútil e desrespeitador, alguém que se “contenta com as experiências evidentemente inautênticas” promovidas pela indústria do turismo (MacCannell, [1976] 1989: 94, tradução nossa), que se limita a seguir a multidão; um sujeito apressado, frívolo e oco que não detém o olhar para observar e apreender, deslocando-se na ânsia de acumular o maior número possível de visitas a monumentos e lugares, como alguém que prefere “os

monumentos aos seres humanos” (Todorov, 1989: 378). Assim entendido, o turista não empreende qualquer esforço para se adaptar a novas linguagens, ritmos e realidades, apresentando-se apenas como um “viajante amador”, pois possui uma formação cultural débil e, em consequência, “banaliza o mundo” (Urbain, [1991] 2002: 81), procurando somente a dimensão do prazer da viagem e recusando qualquer dimensão de aprendizagem do Outro e de autodescoberta (Urry, [1990] 2002: 2, 82). Por todas estas razões, os turistas são frequentemente percebidos negativamente e alvo de caricaturas que os ridicularizam e diminuem, motivo pelo qual (quase) ninguém se autoidentifica como turista (Urbain, [1991] 2002: 16), apesar de, como nota Feifer (1985: 219), já todos termos sido turistas.

Teóricos do turismo, como Erik Cohen (1974, 1979a, 1979b), Auliana Poon (1993) e Stanley C. Plog (2001), reconheceram estas diferenças e construíram taxonomias dos indivíduos que viajam, quer ao nível micro quer macro. Sucede, porém, que a complexidade do ser humano e a volatilidade das suas ambições conduz ao fracasso da maioria destas taxonomias, pois estas não têm como contemplar o caráter potencialmente transitório de cada um desses tipos de turistas (Crang, 2005: 39). Na verdade, e como é sabido, numa mesma viagem um indivíduo pode assumir diversos papéis: hedonista, turista, turista cultural, viajante, frequentador de bares e discotecas, *gourmand*, entre outros, tudo num curto espaço temporal.

Em suma, sem prejuízo da convicção de que todos nós podemos assumir intermitentemente o papel de turista e de viajante e de que esta dicotomia é mais pertinente na análise literária, enumeramos de seguida os quatro traços distintivos mais frequentes entre estas duas figuras. O primeiro prende-se com a natureza da sua procura, com o modo como atingem a felicidade e com a velocidade com que “consomem” os destinos para os quais viajam. Assim, por um lado, temos o viajante, alguém que se prepara previamente e que percorre distâncias em busca da origem, dos elementos que permitem fazer a ligação entre o passado, o presente e o futuro e viabilizam o verdadeiro conhecimento do espaço visitado, procurando o desconhecido (mesmo que seja desconhecido apenas para ele próprio, evidentemente), estando aberto a percursos e horários não planeados e procurando a imersão na cultura do anfitrião. Por outro lado, numa posição diametralmente oposta, temos o turista, aquele que

empreende uma busca frívola e momentânea, evitando, a todo o custo, qualquer esforço, dificuldade ou trabalho que perturbem o seu desejo de não fazer nada. É alguém que procura a segurança que lhe oferece um pacote de viagem previamente preparado e testado: transporte e alojamento confortáveis, alimentação de qualidade, itinerários seguros e visitas guiadas (de preferência, na sua língua).

O segundo traço distintivo relaciona-se com o modo como ambos olham a realidade visitada: se o viajante é aquele que viaja com os olhos e os sentidos bem abertos (Magris, 2005: 19), alguém que, de regresso a casa, estuda os cadernos de apontamentos, “blocos, desdobráveis e catálogos” (Magris, [1986] 2010: 18), o turista é uma espécie de viajante míope (Urbain, [1991] 2002: 112), pois apenas vê os sinais mais amplos, *i.e.*, os monumentos e as atrações que outros definiram que ele deve ver, ou melhor, vai ver as imagens (os signos e sinais) que outros definiram para ele (MacCannell, [1976] 1989: 41). A este propósito Jonathan Culler, em *Semiotics of tourism* (1981: 128-129), refere que o viajante procura experienciar o autêntico e o turista o simulacro, a “encenação do autêntico” (*vide* secção 3.1.1.). Neste ângulo de análise, as contingências da evolução da indústria do turismo condenaram o viajante à extinção e transformaram-nos a todos em turistas, pois já só é possível consumir o inautêntico, ver o que já foi visto, narrado, trilhado e descoberto por outros. Por isso, Luís Romano apelida estes turistas de “narrador[es] às avessas”, pois de facto não têm “nenhuma sabedoria a transmitir” (2013: 44).

A terceira distinção entre viajante e turista prende-se com o tipo de viagem realizada: o turista efetua uma viagem circular e clássica e o viajante uma viagem potencialmente retilínea, um seguir sempre em frente, tal como nos diz o autor de *Infinito viajar*, ao opor a viagem tradicionalmente circular de Ulisses à viagem de Robert Musil, que se faz em direção ao infinito, como uma seta que rasga o ar (Magris, 2005: 5-6). Assim sendo, se o turista regressa apressadamente a casa, o viajante movimenta-se lentamente, saindo de um local para outro e pertencendo a nenhum (Bowles, 1949: 10).

Por último, o quarto traço distintivo está interligado com o primeiro e diz respeito à dicotomia lazer/esforço. Efetivamente, se o conceito de turista está associado a uma deslocação que ocorre em períodos de lazer e descanso, o conceito de viajante, pelo contrário, implica as noções de exploração, de descoberta, de esforço e de trabalho. Tal como nos diz o conhecido escritor de literatura de viagens Paul

Theroux “Viajar não é ir de férias, e muitas vezes é o oposto do descanso.” ([1979] 2012: 36). O contraste entre os binómios esforço/viagem/atitude ativa e prazer/turismo/atitude passiva é recorrentemente identificado por diversos autores.

Na verdade, tal como sublinha Zygmunt Bauman (1996: 29-30), o mundo que o turista habita é estruturado por critérios estéticos, ou seja, os turistas têm a capacidade de apreciar o desconhecido, mas apenas o que nele é bonito, nunca aquilo que nele tem potencial para os afetar negativa ou profundamente, ou seja, a imersão na cultura do Outro é desejada, mas apenas em função da vontade de experimentar o belo (natural ou construído).

No mesmo sentido, e a título de mais um exemplo, transcrevemos uma passagem da crónica “Roma, turistas e viajantes”, de Cecília Meireles, na qual é transmitida essa mesma ideia do turista como alguém apenas interessado no lado luminoso do mundo e da vida e que por esse motivo é:

[...] Uma criatura feliz, que parte por este mundo com a sua máquina fotográfica a tiracolo, o guia no bolso, um sucinto vocabulário entre os dentes: seu destino é caminhar pela superfície das coisas, como do mundo, com a curiosidade suficiente para passar de um ponto a outro, olhando o que lhe apontam, comprando o que lhe agrada, expedindo muitos postais, tudo com uma agradável fluidez, sem apego nem compromisso, uma vez que já sabe, por experiência, que há sempre uma paisagem por detrás da outra, e o dia seguinte lhe dará tantas surpresas quanto a véspera. ([1953] 1998-99: 101)

O turista é descrito por Cecília Meireles como um indivíduo superficial, alheado, hedonista, que pouco, ou nada, se interessa pela realidade (mais sombria) dos países que visita. É a este tipo de turista que também a escritora de Antigua, Jamaica Kincaid, se dirige em *A Small Place* (1988): um turista que coincide com o estereótipo pejorativo do turista ocidental branco que, nas suas férias anuais, viaja para destinos exóticos como a ilha Antígua, com a motivação de quebrar a rotina da sua vida pessoal e profissional, procurando, sobretudo, o lazer e o divertimento (Jayapalan, 2001: 24). Este turista permanece voluntariamente alheado da cultura local e dos habitantes, mantendo-se centrado na sua própria cultura e visão do mundo e não procura aproximar-se da cultura do Outro (Young, 2005: 12). É o turista que Cohen (1972: 167) define como “um turista de massas organizado” e que se caracteriza por procurar nos destinos a familiaridade e o conforto da sua casa, de um algum modo uma réplica daquilo

que tem como seguro: o pequeno-almoço a que está habituado, os bares que reproduzem ambientes do seu país e os espaços frequentados por turistas da sua nacionalidade, onde se fala a sua língua.

A este propósito lembramos o escritor norte-americano Bill Bryson (1998 [1991]: 248) que sublinha esta natureza bizarra da atividade turística, pois, diz ele, voamos para uma terra estranha, ansiosamente desejando abandonar a nossa casa, para, imediatamente a seguir, gastarmos enormes quantidades de dinheiro e de tempo, num esforço, quase inútil, para reconquistar o conforto que deixámos para trás e que não teríamos perdido caso não tivéssemos chegado a sair de casa. Esta crítica é veiculada também pelo narrador/guia turístico de *A Small Place* quando menciona o facto de os ingleses transformarem todos os lugares por onde passam em pequenas Inglaterra, agindo sempre como neo-colonizadores (Kincaid, 1988: 24). Efetivamente, no final do século XX e início do século XXI, são cada vez mais os turistas que procuram apenas aquilo que é padronizado, familiar, seguro e confortável, rejeitando incertezas e riscos, fenómeno a que George Ritzer e Allan Liska ([1997] 2003: 97, 99-100) se referem como um processo de “McDonaldização” do turismo.

A propósito da representação do turista em *A small place*, temos também a imagem do turista como aquele que, uma vez por ano, tem oportunidade de ostentar a sua superioridade económica numa terra de pobres, sentindo-se orgulhoso da sua capacidade para transformar a banalidade da rotina diária em momentos de prazer (Kincaid, 1988: 18-19), ignorando ostensiva e conscientemente, as dificuldades com que vive o povo que o acolhe. Na verdade, como regista Mike Crang, em *Cultural geography* (2005: 34-49), há, no ato de viajar, um certo grau de transgressão, no sentido em que quem viaja se liberta das amarras e constrangimentos da vida diária. Há uma procura de novas experiências e um assumir de atitudes por vezes contrárias às de todos os dias, que podem atingir uma dimensão excessiva e até desrespeitosa aos olhos dos habitantes do destino turístico. De facto, assim é, já que a deslocação do indivíduo para um espaço onde é desconhecido e não tem responsabilidades favorece a transgressão dos princípios que se professam quando se está “em casa”. Trata-se da “síndrome do turista” à qual se refere Bauman (2003: 207).

Em *A small place*, o narrador de Jamaica Kincaid não só representa este tipo de turista, como se insurge contra ele. Por esse motivo, lança-lhe um grito de revolta, recordando que o egoísmo e a inconsciência de turistas como ele, juntamente com a motivação e ambição financeiras das agências turísticas e da classe política, promovem a humilhação de um povo que, para sobreviver, perpetua dimensões de uma relação que recorda facilmente aquela que existia entre o senhor e o seu criado.

A representação do turista no texto de Kincaid reflete, assim, um ser desprezível, egoísta e pouco ético, que viaja sobretudo para se sentir bem consigo mesmo, não partilhando a pretensão de encontrar o Outro e de conhecer a cultura e a identidade do destino visitado. É alguém, que mais do que ver, retira prazer do facto de ser visto, de sentir sobre si o olhar desse Outro que, sendo mais desfavorecido economicamente, e estando temporariamente ao seu serviço, lhe permite sentir-se superior, tanto ao Outro, como a si próprio, ao eu banal que deixou no momento em que fez o *check in* (Kincaid, 1988: 18-19).

No fundo, para este turista viajar é a tentação da irresponsabilidade, pois quem viaja não quer ser implicado na realidade que temporariamente atravessa (Magris, 2005: 20-21). Este carácter transitório da condição de turista é também sublinhado nas páginas finais do livro de Jamaica Kincaid, nas quais é transmitida a ideia de que a partir do momento que a viagem termina, terminam também as condições de turista e de anfitrião.

Não obstante a natureza falaciosa destas distinções entre turistas e viajantes, uma vez que, como vimos, o carácter complexo e volátil do ser humano constitui um obstáculo a uma distinção definitiva, reconhecemos que pode ser útil sinalizar estas diferenças, pois ajudam na interpretação e na identificação das personagens da literatura de turismo.

Assim, em jeito de conclusão, criámos a tabela 4.1., na qual elencamos as diferenças que mais recorrentemente são referidas como diferenciadoras de turistas e viajantes e que assentam, fundamentalmente, em três eixos: atitude, motivação e tipo de viagem:

**Tabela 4.1.** Traços distintivos do turista e do viajante

Turista	Viajante
O turista mantém-se afastado da cultura local, pois não tem curiosidade para a conhecer.	O viajante busca conhecimento sobre o lugar visitado.
O turista procura a segurança que lhe oferece uma viagem previamente preparada: transporte e alojamento confortáveis, alimentação de qualidade, itinerários seguros e visitas guiadas (de preferência na sua língua).	O viajante procura o desconhecido e está disponível para percursos e horários não planeados.
O turista aprecia a democratização da viagem.	O viajante entende o turismo como uma forma odiosa de banalizar o mundo (Urbain, [1991] 2002: 88).
O turista quer acima de tudo descansar e divertir-se.	O viajante está disponível para aprender, para se pôr à prova e assumir as consequências de enfrentar o imprevisto.
O turista faz uma viagem circular, clássica, conservadora.	O viajante faz uma viagem retilínea, seguindo sempre em frente (Magris, 2005: 5-6).
O turista quer visitar tudo o que está no guia de viagem que trouxe de casa.	O viajante só deseja visitar o que não está nos habituais guias de viagem.
O turista viaja em grupo.	O viajante viaja normalmente só ou com apenas mais uma pessoa.
O turista é banal, não é memorável e por isso não fica para a história.	O viajante é uma figura mitificada e muitos transformaram-se em figuras históricas: Heródoto e Marco Polo são apenas dois, entre muitos, exemplos.
O turista gosta de viajar de avião, pois desse modo a chegada ao destino é mais rápida, assim como regresso a casa.	O viajante prefere viajar por mar e por terra, pois quer apreciar o percurso.

Nas palavras do prémio Nobel português da literatura, José Saramago, “o viajante não é turista, é viajante. Há uma grande diferença” ([1981] 2006: 287), e mesmo que a linha que separa estes dois conceitos seja, por vezes, ténue e que a simplicidade da distinção feita por Saramago possa ser redutora, a verdade é que estabelecer esta oposição, definindo os conceitos por contraste, permite-nos identificar um e outro mais claramente, como dissemos.

Um exemplo de texto literário no qual a figura do narrador assume simultaneamente a posição de turista e de viajante é o texto *Portugal*, de Miguel Torga (1950). Assim, se este narrador *viaja* e é *viajante* enquanto percorre o país, quando chega à região mais a sul de Portugal continental – o Algarve – afirma

fazer *turismo* e ser *turista*. A estas duas identidades correspondem, portanto, atitudes diversas: se até chegar ao Algarve o narrador/viajante procura conhecer Portugal, as terras e as gentes, afirmando mesmo sentir o apelo de ser solidário com quem sofre e com quem trabalha (*idem*: 131), a partir do momento que passa a serra do Caldeirão e entra no Algarve transforma-se em narrador/turista e diz que “é como se [lhe] tirassem uma carga dos ombros. [Sente-se] livre, aliviado e contente, [ele] que [é] a tristeza em pessoa.” (*idem ibidem*).

Recuperando a definição de viajante avançada por Cecília Meireles, podemos dizer que, antes de chegar ao Algarve, o viajante de Torga foi uma “criatura menos feliz, de movimentos mais vagarosos, todo enredado em afetos, querendo morar em cada coisa, descer à origem de tudo [...]” ([1953] 1998-99: 101). Trata-se da noção de viajante como aquele que procura experienciar o autêntico (“descer à origem de tudo”), contrariamente ao turista que se contenta com a “encenação do autêntico”, com o simulacro, com percorrer caminhos previamente trilhados por outros e com a repetição de imagens e de narrativas (Culler, 1981: 127-140).

Ser turista é, portanto, um estado necessariamente provisório e inseparável do espaço em que se é turista, como de resto fica bem evidente no “roteiro literário de viagem” (Mateus, 2009: 233) de Torga, no qual é a geografia física (a paisagem) do Algarve a definir a condição de turista do narrador: “O Algarve para mim é sempre um dia de férias na pátria.” (1950: 131). No caso particular do Algarve, a associação direta entre espaço e lazer pode advir do pré-conceito de que os algarvios estão sempre em férias e da noção de que, à exceção destes “moiros encantados” (*idem ibidem*), todos os outros portugueses trabalham arduamente. Em consequência, o Algarve surge aqui retratado como um lugar onde se vive sem esforço, fruindo da sorte de se viver “da graça que só a raros sítios do mundo a natureza concedeu”, “onde tudo é fácil, belo e primaveril” (Torga, [1950] 1986: 132).

Na verdade, o que realmente agrada a este narrador/turista de *Portugal* é o facto de sentir que se encontra num lugar onde (pelo menos a seu ver) “a política não entrou”, por onde “as guerras não passaram”, onde “a literatura não pontifica”, um território no qual o “esquecimento arquiva a desgraça” (*idem*: 134). Um lugar que é e não é Portugal, um limbo dentro do qual o narrador nunca se considera

“obrigado a nenhum civismo, a nenhuma congeminação telúrica nem humana” (*idem*: 131). Uma ausência de obrigações que o escritor norte-americano Don DeLillo reafirma quando refere convictamente que “ser turista é fugir da responsabilidade” ([1982] 2003: 48) e que o narrador de Miguel Torga assume quando diz que “no Algarve um poeta tem a sensação de que se pode viver do ar, sem ninguém ter necessidade de pensar sequer no dia de amanhã.” (Torga, [1950] 1986: 132), (Baleiro & Quinteiro, 2016: 13-26).

Terminamos assim esta secção, na qual procurámos delimitar as fronteiras mais evidentes entre os conceitos de turista e de viajante, plenamente conscientes de que esta divisão (categórica) é frequentemente artificial, pois um só indivíduo pode assumir alternadamente uma postura de turista e de viajante. No entanto, e tal como referimos, esta distinção é útil (e necessária) quando há que identificar as figuras que assinalamos nos estudos em literatura de turismo.

#### 4.2. Turista literário, viajante literário e peregrino literário

Na década de 1990, perante a necessidade de distinguir aqueles que viajam daqueles que não o fazem, a OMT define como turistas, os “visitantes temporários que ficam fora do local habitual de residência por um período superior a 24 horas e inferior a um ano, por motivações de lazer, negócios ou outras” (tradução nossa). A partir desta definição surgem outras, menos abrangentes, referentes a categorias específicas de turistas, como, por exemplo as que sumariamente apresentamos na tabela 4.2.

**Tabela 4.2.** Tipologias de turista

<b>Típos de turista</b>	<b>Caracterização</b>
<b>Turista internacional</b>	Alguém que viaja para um país diferente do seu país de residência habitual.
<b>Turista doméstico</b>	Qualquer pessoa que sendo residente num país viaja para um local no mesmo país por um período não superior a um ano.
<b>Excursionista doméstico</b>	Semelhante ao turista doméstico, mas cuja visita dura menos de 24 horas.
<b>Excursionista internacional</b>	Um visitante residente num país que se desloca para um país diferente daquele em que tem a sua residência habitual, semelhante ao turista internacional, mas por um período inferior a 24 horas.

**Fonte:** Adaptado a partir do glossário da OMT.

As definições propostas pela OMT entendem o turista do ponto de vista técnico, focando a duração mínima e máxima, a deslocação para fora do local de residência habitual e os propósitos mais genéricos da viagem, não contemplando as especificidades da articulação da literatura com o turismo que estão subjacentes à leitura que fazemos do turista literário, do viajante literário e do peregrino literário.

O turista literário é alguém que se move entre diferentes pontos geográficos com a motivação de visitar lugares literários. É, tal como o viajante e o peregrino literários, que descrevemos adiante, alguém permeável à influência da literatura (Robinson & Andersen, 2002: 304). Todavia, distingue-se do viajante e do peregrino pelo facto de ser menos conhecedor da literatura e dos autores, e de assumir uma atitude mais passiva. Na verdade, o turista literário não procura novos lugares para decifrar, não procura novos caminhos e experiências inéditas, é um consumidor e, como tal, procura no destino escolhido os produtos literários previamente preparados que são colocados à sua disposição, como sejam os itinerários literários com guia, os festivais literários e as visitas guiadas a casas de autores. O turista literário pode inclusive sê-lo ocasionalmente, ser alguém que escolhendo um destino com outras motivações, em determinado momento da sua viagem opta por uma atividade de turismo literário. Será, neste caso, aquilo que Verena Biesalski refere como o “turista-também-literário” (2011: 60, tradução nossa).

O viajante literário é alguém que, estando na posse de um conjunto vasto de conhecimentos literários e da geografia física (mas também conhecimentos filosóficos, históricos, políticos, arquitetónicos, entre outros), tem a capacidade de planear e estruturar a sua viagem em função do texto e/ou do autor-objeto-da-sua-admiração, de decifrar aquilo que vê, aquilo que visita em função do seu conhecimento especializado do literário. Um exemplo desta classe de viajantes é o protagonista de *Danúbio*, de Claudio Magris (1986) que, munido de uma bagagem cultural e de uma capacidade intelectual invulgarmente ricas, guia o leitor pelos caminhos e paisagens da Europa do rio Danúbio, proporcionando-lhe simultaneamente uma recuperação intencional da memória, ao fazer incursões na história, filosofia, arte e literatura. No livro de Magris, todas estas digressões concorrem para a definição do conceito complexo e amplamente estudado de *Mitteleuropa*. Em suma, o viajante literário é um viajante culto, apreciador e conhecedor da

literatura, alguém versado nos clássicos, disposto a percorrer longas distâncias para estar nos lugares onde literatura e geografia física se encontram. É alguém cujo capital cultural lhe permite apreciar e compreender estes lugares ligados aos escritores e às suas obras.

O peregrino literário é, por definição, uma variação da figura do viajante literário, e tal como este último é profundamente conhecedor das obras e dos autores. David Herbert descreve-o como um “estudioso dedicado” (Herbert, 2001: 312-313), que procura no destino da sua viagem uma aproximação aos lugares do autor e aos lugares dos textos do autor, quase que numa experiência de comunhão e de proximidade com o “sagrado” (Roberston & Radford, 2009: 206). O peregrino literário tem origens no *Grand Tour* e, como referimos, é movido por uma profunda admiração por um “autor-Deus” (Barthes, 1977: 146), pois está disposto a percorrer voluntariamente longas distâncias com o principal objetivo de experimentar, em primeira mão, uma comunhão com o autor que admira, de ver o que ele viu, sentir o que ele sentiu, estar onde viveu, onde escreveu, onde morreu, onde foi sepultado, sentar-se onde o autor se sentou, observar e tocar os seus objetos. Esta proximidade sugerida pelos lugares e pelos objetos do autor vem ajudar o leitor-admirador a superar a distância temporal irremediável entre diferentes ordens de realidade: a do leitor e a do autor (Westover, 2008: 67). O facto de na maioria das vezes se tratar de autores que já morreram, os peregrinos-literários procuram nos lugares dos autores a proximidade que lhes é possível (*idem ibidem*). Por essa razão, esses lugares são frequentemente experienciados como santuários e os objetos como relíquias.

Apropriamo-nos aqui da expressão de Roland Barthes – “autor-Deus” – para sublinhar o carácter devocional da viagem do peregrino literário para quem o autor é, sem dúvida, o elemento inspirador da viagem, pois é com ele que procura um encontro imaginário, num desejo de ser associado ao seu génio e de, por essa via, poder elevar-se ao nível intelectual e cultural do escritor alvo da sua admiração (Dávidházi, 1998: 63).

Na literatura são diversos os textos nos quais encontramos esta figura. Um exemplo paradigmático é o do protagonista de *Dublínescas*, de Enrique Vila-Matas. Com efeito, Samuel Riba, um editor catalão atormentado pelo desaparecimento dos bons escritores, dos leitores “dedicados” (Vila-Matas, 2010: 217)

e dos editores da grande literatura, desloca-se a Dublin para “sentir” e “viver” o autor e a obra da sua devoção: James Joyce e o seu *Ulysses*. A viagem a Dublin tem também o objetivo de aí celebrar o funeral da literatura “da edição literária [...] dos verdadeiros escritores e dos leitores com talento” (*idem*: 97-98). Trata-se da celebração de “um *requiem* pela galáxia Gutenberg, por essa galáxia hoje de fogo pálido e da qual o romance de Joyce foi um dos seus grandes momentos siderais” (*idem*: 97).

O peregrino literário Samuel Riba é alguém que, tal como Paulo, do poema “A incapacidade de ser verdadeiro”, de Carlos Drummond de Andrade, tem uma mente profundamente poética (por vezes incompreensível para os outros) e uma capacidade de se deixar levar pela imaginação que lhe permitem imergir num universo que é só seu:

**P**aulo tinha fama de mentiroso. Um dia chegou em casa dizendo que vira no campo dois dragões da independência cuspidos fogo e lendo fotonovelas.

A mãe botou-o de castigo, mas na semana seguinte ele veio contando que caíra no pátio da escola um pedaço de lua, todo cheio de buraquinhos, feito queijo, e ele provou e tinha gosto de queijo.

Desta vez Paulo não só ficou sem sobremesa, como foi proibido de jogar futebol durante quinze dias. Quando o menino voltou falando que todas as borboletas da terra passaram pela chácara de Siá Elpídia e queriam formar um tapete voador para transportá-lo ao sétimo céu, a mãe decidiu levá-lo ao médico.

Após o exame, o Dr. Epaminondas abanou a cabeça:

— Não há nada a fazer, Dona Coló. Esse menino é mesmo um caso de poesia.

(Carlos Drummond de Andrade, 2003: 44)

A diferença mais nítida entre turista literário, viajante literário e peregrino literário é que os dois primeiros têm à partida uma ligação menos sentimental e mais racional com os lugares literários. Ou seja, tal como o peregrino literário, o turista e o viajante literários são (em maior ou menor grau) informados, viajam com a ambição de procurar, identificar e confirmar esses conhecimentos anteriores que, em última instância, contribuem para a própria construção do lugar literário, tendo em conta que permitem descodificá-lo e apreciá-lo. No entanto, ao contrário do peregrino literário, o turista e o viajante literários colocam na viagem uma maior ênfase na ampliação do seu capital simbólico, conscientes de que o consumo da literatura é em si mesmo um diferenciador de classes (Baudrillard, [1970] 1997: 59). Podemos afirmar que todas estas figuras estão interessadas em ampliar o seu capital cultural, mas sucede que no caso do turista e do viajante literários há uma consciência mais evidente de como se pode capitalizar o

valor deste interesse pelo literário, pois reconhecem que, de entre todos os produtos à disposição, as obras de arte legitimamente reconhecidas são as que mais positivamente distinguem os indivíduos (Bourdieu, 1984: 103). O peregrino literário, pelo contrário, é motivado pela paixão, pela ilusão de pertencer ao universo do autor/obra/personagem e de se poder envolver e interagir nesse plano. A mente poética do peregrino literário permite-lhe ver e tocar o autor, as personagens e o desenrolar das narrativas no espaço que percorre. Temos assim que o “olhar” (vide Urry, [1990] 2002) através do qual o turista, o viajante e o peregrino literários veem e experienciam a paisagem material e simbólica é diverso. Este é um dos traços que os diferencia e corresponde necessariamente a atitudes e práticas igualmente distintas, parecendo mesmo existir uma gradação na intensidade desse olhar, que tem na base o turista literário e culmina no peregrino literário.

## Síntese

Em jeito de conclusão, podemos relembrar que o turista goza frequentemente de uma reputação negativa profundamente associada às consequências perniciosas do turismo de massas, ao passo que o viajante beneficia de uma aura mistificada de comportamento ético, pois é alguém que resiste à velocidade e à segurança da vida moderna para se aventurar na descoberta, na observação atenta e no conhecimento de si e do mundo, respeitando o anfitrião e o seu espaço. Neste prisma, a distinção entre turista e viajante é nítida e o primeiro sai claramente em desvantagem, uma vez que não beneficia dessa dimensão de autoconhecimento da viagem, da possibilidade de confrontar a realidade heterogénea de organização do mundo e de desprendimento do controlo e segurança para viver a descoberta da incerteza (Lecoquierre, 2010: 5-7).

O pós-modernismo veio, no entanto, contestar esta unidimensionalidade da representação do turista, ao reconhecer diferentes motivações e diversas manifestações que se afastam dos valores absolutos e redutores anteriormente atribuídos ao turista e, por contraste, ao viajante. Assim, as concetualizações do turismo pós-moderno afastam-se da tendência da leitura homogeneizante das

teorias iniciais de turismo, destacando a multiplicidade e a simultaneidade de motivações, experiências e contextos (*vide* Feifer, 1985: 259-271), contrariamente às teorias modernistas apologistas de que diferentes tipos de pessoas praticavam diferentes tipos de atividades turísticas (por exemplo, Cohen, 1979). Ou seja, as teorias modernistas aproximam-se mais do contexto da ficção literária, no qual as representações (por vezes caricaturais) do turista e do viajante persistem em ser apresentadas como categoricamente opostas e incompatíveis, do que com a realidade, domínio no qual prevalecem a diversidade de motivações e a sua coexistência num mesmo sujeito em momentos distintos.

#### **Tópicos para discussão**

- Apresente as razões que preponderantemente determinam a distinção (estereotipada) entre turista e viajante;
- Explique em que medida o turismo literário contribui para contrariar essa visão;
- Defina turista, viajante e peregrino no contexto do turismo literário.

# Considerações finais

Os estudos em literatura e turismo apresentam-se hoje como uma área de investigação recente, em fase de delimitação das suas fronteiras, de construção do seu corpo teórico e de definição de uma metodologia própria. É, portanto, uma área na qual há ainda muito por realizar e foi nesse contexto que surgiu este livro. Com *Estudos em literatura e turismo: Conceitos fundamentais* procurámos oferecer um primeiro impulso para a definição da literatura e turismo enquanto área científica autónoma. Partindo do quadro concetual de cada uma das duas áreas que aqui se entrecruzam, propusemos uma definição dos conceitos próprios dos estudos em literatura e turismo. Com esse propósito, procurámos determinar a esfera deste campo de investigação, nomeadamente através da descrição do seu *corpus*, e sugerimos uma metodologia própria, adequada às particularidades de uma área cujos resultados da investigação se manifestam tanto em produção teórica como prática.

Pretendemos que este livro seja um instrumento de fácil utilização quer em contexto de sala de aula quer em situação de estudo autónomo. Em ambos os casos, ambicionamos que o nosso texto seja uma fonte de informação e também um ponto de partida para a reflexão sobre cada um dos tópicos abordados. Assumindo que este livro assenta na definição e apresentação de conceitos fundamentais, pretendemos estimular os nossos leitores a dar continuidade à investigação interdisciplinar em literatura e turismo.

Uma vez que este tipo de investigação é ainda um espaço em aberto e também porque o turismo e a literatura são dois fenómenos em constante mutação e atualização, há seguramente muita reflexão teórica por realizar, múltiplas formas de intersecionar estas duas áreas ainda por explorar e diversos produtos e experiências por imaginar.

## Referências bibliográficas

- Abrams, Meyer Howard (1989). *Doing things with texts: Essays in criticism and critical theory*. Nova Iorque e Londres: W.W. Norton & Company.
- Aguiar e Silva, Vítor M. (1974). O texto literário e os códigos. *Colóquio Letras*, 21, 23-33.
- Aguiar e Silva, Vítor M. [1961] (2011). *Teoria da literatura* (8.ª edição). Coimbra: Almedina.
- Andrade, Carlos Drummond (2003). A incapacidade de ser verdadeiro. In Carlos Drummond de Andrade et al. (Eds.), *Deixa que eu conto* (p. 44). São Paulo: Ática.
- [Arias, Argüelles-Meres L. ; Herrero Montoto, Manuel; Magadán Díaz, Marta; Murias Ibias, Armando; Rivas García, Jesús & Valle Cobreros; Antonio](#) (2011). *Literatura y turismo*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Arnold, Matthew [1864] (1954). The function of criticism at the present time. In G.K. Chesterton (Ed.), *Matthew Arnold's essays – Literary and critical* (pp. 1-25). Londres: J.M. Dent & Sons.
- [Augé, Marc](#) [1977] (1998). *El viaje imposible: El turismo y sus imágenes*. Tradução de Alberto Luis Bixio. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Augé, Marc [1992] (2000). *Los no lugares: Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Tradução de Margarita Mizraji. Barcelona: Editorial Gedisa.
- [Baleiro, Rita](#) (2011). *A literacia da leitura literária na universidade* (tese de doutoramento não publicada). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- [Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2014). Da cartografia do Danúbio à construção de um itinerário turístico: Uma leitura de *Danúbio* de Claudio Magris. In Sílvia Quinteiro & Rita Baleiro (Orgs.), *Lit&Tour: Ensaíos sobre literatura e turismo* (pp. 31-44). Lisboa: Edições Húmus.
- [Baleiro, Rita, Quinteiro, Sílvia & Santos, Isabel Dâmaso](#) (Eds.) (2016). *Literatura e turismo: Viagens, relatos e itinerários*. Faro: Universidade do Algarve.
- [Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2016). O turista Miguel Torga: Um retrato do Algarve nos anos 50. In Sílvia Quinteiro, Rita Baleiro & Isabel Santos (Eds.), *Literatura e turismo: Viagens, relatos e itinerários* (pp.13-26). Faro: Universidade do Algarve.
- [Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2017). *Construção de um passeio literário: Cândido Guerreiro e a aldeia de Alte*. Loulé: Câmara Municipal de Loulé.

- [Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2018) *A small place*, by Jamaica Kincaid: Envisioning literary tourism in Antigua. *Journal of Tourism and Cultural Change*. Published online. DOI: 10.1080/14766825.2018.1529772
- Balsa, José Galvão (1986). *Rotas do sol e do mar: Poemas do Algarve*. Silves: Câmara Municipal de Silves.
- Barber, Richard (1993). *Pilgrimages*. Londres: The Boydell Press.
- [Barthes, Roland](#) (1977). *Image, Music, Text*. Seleção de tradução de Stephen Heath. Londres: Fontana Press.
- Bandeira, Manuel [1938] (1967). *Guia de Ouro Preto*. Rio de Janeiro: Editora Tecnoprint.
- Baudelaire, Charles [1863] (1964). *The painter of modern life and other essays*. Edição e tradução de Charles Mayne. Londres: Phaidon Press.
- [Baudrillard, Jean](#) [1981] (1983). *Simulations*. Tradução de Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. Nova Iorque: Semiotext(e).
- Baudrillard, Jean [1970] (1997). *The consumer society: Myths and structures*. Tradução de George Ritzer. Londres: Sage Publications.
- [Bauman, Zygmunt](#) (1996). From pilgrim to tourist - or a short history of identity. In Stuart Hall & Paul du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 18-36). Londres: Sage.
- [Bauman, Zygmunt](#) (2003). The tourist syndrome. An interview with Zygmunt Bauman by Adrian Franklin. *Tourist Studies*, 3(2), 205-217. doi: 10.1177/. 1468797603041632.
- [Belhassen, Yaniv, Caton, Kellee & Steward, William P.](#) (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 668–689. doi: 10.1016/j.annals.2008.03.007.
- Benjamin, Walter [1935] (2001). The work of art in the age of mechanical reproduction. In Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner (Eds.), *Media and cultural studies: Keywords* (pp. 48-71). Oxford: Blackwell.
- [Biesalski, Verena](#) (2011). Literaturtourismus am Beispiel von Husum und Theodor Storm. In T. Reeh and G. Ströhlein (Eds.), *Orte, Wege, Visionen. Aktuelle Ansätze der Tourismusgeographie, ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus* (pp. 51-66). Vol. 6, Göttingen: Universitätsdrucke Göttingen.
- [Blanchar, Clara & Pellicer, Luís](#) (2017, 29 maio). Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria. *El País*. Disponível em [http://economia.elpais.com/economia/2017/05/27/actualidad/1495908161\\_850351.html](http://economia.elpais.com/economia/2017/05/27/actualidad/1495908161_850351.html)
- Borges, Jorge Luís [1960] (1998). Do rigor na ciência. In *O fazedor* (p.171). Tradução de Josely Vianna Baptista. São Paulo: Editora Globo.
- [Bourdieu, Pierre](#) (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Tradução de Richard Nice. Londres: Routledge & Kegan.

- [Bourdieu, Pierre](#) (2004). *Science of science and reflexivity*. Tradução de Richard Nice. Chicago: Chicago University Press.
- Bowles, Paul (1949). *The sheltering sky*. Nova Iorque: New Direction.
- [Brinkmann, Ulrich](#) (2006). *The background of tourism: Configurations of place in Henry James* (tese de doutoramento não publicada). Freie Universität Berlin, Berlin.
- [Budgen, Frank](#) (1972). *James Joyce and the making of 'Ulysses', and other writings*. Londres: Oxford University Press.
- Buescu, Helena, Duarte, João Ferreira & Gusmão, Manuel (2001). Introdução. In Helena Buescu, João Duarte Ferreira & Manuel Gusmão (Orgs.), *Floresta Encantada: novos caminhos da literatura comparada* (pp. 9-14) Lisboa: Publicações D. Quixote
- Busby, Graham (2004). Representations of Cornwall in fiction: The influence on tourism. In Mike Robinson & David Picard (Eds.), *Conference proceedings tourism and literature: Travel, imagination and myth*. 22–26 July. Harrogate. Sheffield: Centre for Tourism and Cultural Change. CD-ROM.
- [Busby, Graham & Klug, Julia](#) (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316–332.
- Butler, Richard (1986). Literature as an influence in shaping the image of tourist destinations. In John S. Marsh (Ed.), *Canadian studies of parks, recreation and tourism in foreign lands* (pp. 111-132). Peterborough, Canada: Trent University.
- [Butler, Richard](#) (2000). Literary tourism. In Jafar Jafari (Ed.), *Encyclopedia of Tourism* (p.360). Londres: Routledge.
- [Canelas, Lucinda](#) (2015, 11 abril). Chauvet: A caverna das maravilhas já tem uma réplica. *Jornal Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2015/04/11/culturaipsilon/noticia/chauvet-a-caverna-das-maravilhas-ja-tem-uma-replica-1692096>
- [Cohen, Erik](#) (1974). Who is a tourist? A conceptual clarification. *Social Research*, 39(1), 164-182. doi: 10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x
- [Cohen, Erik](#) (1979a). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13, 179-201. doi: 10.1177/003803857901300203
- [Cohen, Erik](#) (1979b). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35. doi: 10.1016/0160-7383(79)90092-6
- [Cohen, Erik & Cohen, Scott. A.](#) (2012). Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314. doi: 10.1016/j.annals.2012.03.004.
- [Cohen, Ralph](#) (1986). History and genre. *New Literary History*, 17 (2): 203-218.
- [Coll, Agustí Nicolao; Nicolescu, Basarab; Rosenberg, Martin, E.; Random, Michel; Galvani, Pascal e Paul, Patrick](#) (2000). Educação e transdisciplinaridade. Tradução de Judith Vero, Américo Sommerman, Maria Mercês Rocha Leite e Lucia Pereira de Souza. São Paulo: Conselho editorial da UNESCO no Brasil.

- [Collot, Michel](#) (2012). Rumo a uma geografia literária. *Gragoatá*, 33, 17-31. Tradução de Ida Alves. (Este artigo foi originalmente publicado em francês em [Le partage des disciplines](#), LHT, Dossier, publicado em 16/3/2011).
- [Connell, Joanne](#) (2012). Film tourism: Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1-24. doi: 10.1016/j.tourman.2012.02.008
- [Crang, Mike](#) (2004). Cultural geographies of tourism. In Alan A. Lew, C. Michael Hall, Allan M. Williams (Eds.), *A companion to tourism* (pp.74-84). Oxford: Blackwell Publishing.
- [Crang, Mike](#) (2005). Travel/Tourism. In David Atkinson, Peter Jackson, David Sibley & Neil Washbourne (Eds.), *Cultural geography: A critical dictionary of key ideas* (pp.34-49). Londres: I.B.Tauris.
- [Crang, Mike](#) (2006). Circulation and emplacement: The hollowed out performance of tourism. Claudio Minca & Tim Oakes (Eds.), *Travels in paradox: Remapping tourism* (pp. 47-64). Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- [Crang, Mike](#) (2011). Tourist: Moving places, becoming tourist, becoming ethnographer. In Peter Merriman & Tim Cresswell (Eds.), *Geographies of mobilities: Practices, spaces, subjects* (pp. 205-224). Surrey: Ashgate Publishing Company.
- [Cresswell, Tim](#) (2015). *Place: An introduction*. Malden: Blackwell Publishing.
- [Cristóvão, Fernando](#) (Org.) (2002). *Condicionantes culturais da literatura de viagens: Estudos e bibliografias* (Vol. I). Coimbra: Almedina.
- Cruz, Afonso [2010] (2015). *Os livros que devoraram o meu pai. A estranha e mágica história de Vivaldo Bonfim*. Lisboa: Caminho.
- Culler, Jonathan (1981). Semiotics of tourism. *American Journal of Semiotics*, 1 (1-2), 127-140. doi: 10.5840/ajs198111/25
- [Culler, Jonathan](#) (1997). *Literary theory: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- [Dávidházi, Peter](#) (1998). *The romantic cult of Shakespeare: Literary reception in anthropological perspective*. Londres: Macmillan Press.
- [Davidson, Rob](#) (1994). *Business travel*. Londres: Pitman Publishing Limited.
- [Davidson, Rob](#) (1998). *Travel and tourism in Europe*. Londres: Addison Wesley Longman.
- Delillo, Don [1982] (2003). *Os nomes*. Tradução de Maria Manuela Ribeiro. Coleção Mil Folhas, n.º 84. Lisboa: Jornal Público.
- [Derrida, Jacques](#) [1980] (1992). The law of genre. In Derek Attridge (Ed.), *Acts of literature* (pp. 221-252). Nova Iorque: Routledge.
- Di Méo, Guy (2007). Processus de patrimonialisation et construction des territoires. Comunicação apresentada na Conferência Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes: Connaître pour valoris

Eagleton, Terry (1996). *Literary theory: An introduction* (2.ª edição). Oxford, Massachusetts: Blackwell.

[Edwards, Justin D.](#) (1998). Henry James's "alien" New York: Gender and race in the American Scene. *American Studies International*, 36(1), 66-80.

[Emery, Elizabeth](#) (2012). *Photojournalism and the origins of the French writer house museum (1881-1914): Privacy, publicity, and personality*. London & New York : Routledge.

Enzensberger, Hans Magnus [1958] (1985). Uma teoria do turismo. In Hans Magnus Enzensberger, *Com raiva e paciência* (pp. 205-225). Tradução de Lya Luft. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

[Estienne, Charles](#) ([1552] 2012). *La guide des chemins de France*. Paris: Hachette Livre.

[Farmaki, Anna; Altinay, Levent & Yaşarata, MUhammet](#) (2016). Rhetoric versus the realities of sustainable tourism: The case of Cyprus. In P. Modica & M. Uysal (Eds.), *Sustainable island tourism: Competitiveness, and quality-of-life* (pp.35-50). Boston: CABI.

[Fawcett, Clare & Cormack, Patricia](#) (2001). Guarding authenticity at literary tourism sites. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 686-704. doi: 10.1016/S0160-7383(00)00062-1

[Feifer, Maxine](#) (1985). *Going places: The ways of the tourist from imperial Rome to the present day*. Nova Iorque: MacMillan.

[Ferré, André](#) (1939). *La géographie de Marcel Proust*. Paris: Editions Sagittaire.

[Ferreira, Raquel Marques Carriço](#) (2009). *Interacionismo e as percepções de compra da experiência turística*. In Biblioteca Online de Ciências de Comunicação disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/>.

[Figueira, Luís Mota](#) (2013). *Manual para elaboração de roteiros de turismo cultural*. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.

Fonseca, Rubem (1994). A arte de andar nas ruas do Rio de Janeiro. In Boris Schnaiderman (Org.), *Contos reunidos* (pp. 593-627). São Paulo: Companhia das Letras.

[Franklin, Adrian](#) (2003). *Tourism: An introduction*. Londres: Sage Publications.

Fuster, José Fernandez (1971). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Editora Nacional.

[Gomez Prieto, J Julia. & González-Quijano, Covadonga](#) (1991). *Rutas e itinerarios turísticos en España*. Madrid: Editorial Síntesis.

[Gonçalves, Alexandra](#) (2012). *A cultura material, a musealização e o turismo: A valorização da experiência turística nos museus nacionais* (tese de doutoramento não publicada). Universidade de Évora, Évora.

[Goytia Prat, Ana & Aspiunza, Alvaro de la Rica](#) (2012). Personal experience tourism: A postmodern understanding. In Richard Sharpley & Philip R. Stone (Eds.), *Contemporary tourist experience* (pp. 11-24). Nova Iorque: Routledge.

- [Greenwood, Davydd J.](#) [1977] (1989). Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In Valene. L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (pp.129-139). Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- [Hankinson, Graham](#) (2005). Destination brand images: A business tourism perspective. *Journal of Services Marketing*, 19(1), 24-32. doi: 10.1108/08876040510579361
- [Harrison, D. & Sharpley, R.](#) (2017). Introduction. In D. Harrison & R. Sharpley (Eds.), *Mass tourism in a small world* (pp. 1-14). Nova Iorque: CABI.
- [Hart, Jonathan](#) (2011). *Literature, theory, history*. Nova Iorque: Palgrave MacMillan.
- Hauser, Arnold (1982). *História social da literatura e da arte*. Tradução de Walter H. Geenen. São Paulo: Mestre Jou.
- [Hendrix, Harald](#) (2007). The early-modern invention of literary tourism: Petrarch's houses in France and Italy. In H. Hendrix (Ed.), *Writer's houses and the making of memory* (pp. 15-30). Nova Iorque: Routledge.
- [Hendrix, Harald](#) (2012). *Writers' houses and the making of memory*. London: Routledge.
- [Hendrix, Harald](#) (2014). Literature and tourism: Explorations, reflections and challenges. In Sílvia Quinteiro & Rita Baleiro (Orgs.), *Lit&tour: Ensaios sobre literatura e turismo* (pp.19-30). Vila Nova de Famalicão: Húmus.
- [Herbert, David](#) (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312-333. doi: 10.1016/S0160-7383(00)00048-7.
- [Hirsch, Eric Donald, Jr.](#) (1978). What isn't literature? In Paul Hernadi (Ed.), *What is literature?* (pp. 24-34). Bloomington: Indiana University Press.
- [Holloway, J. Christopher; Humphreys, Claire & Davidson, Rob](#) [1983] (2009). *The business of tourism*. Essex: Prentice Hall/Financial Times.
- [Hooper, Glenn & Youngs, Tim](#) (Eds.) (2004). *Perspectives on travel writing*. Surrey: Ashgate Publishing.
- [Hoppen, Anne](#) (2011). *A Study of visitors' motivations at Daphne du Maurier Festival of arts and literature* (dissertação de mestrado não publicada). Bournemouth University, Bournemouth.
- [INE](#) (2018). *Estatísticas do turismo 2017*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- [Iser, Wolfgang](#) [1978] (1980). *The act of reading: A theory of aesthetic response* (2.ª edição). Baltimore: John Hopkins University Press.
- [Kincaid, Jamaica](#) (1988). *A small place*. Nova Iorque: Farrar, Straus and Giroux.
- Lanquar, Robert & Lanquar Monique (1985). *Sociologie du tourisme et des voyages*. Paris: Presses Universitaires de France.
- [Leal, Maria Luísa](#) (1999). «Viagem a Portugal»: Os passos do viajante. *Colóquio Letras*, 151/152, 191-204.
- [Lecoquierre, Bruno](#) (2010). L'usage du voyage en géographie. *Géographie et cultures*, 75, 139-157.

Lefebvre, Henri [1974] (1991). *The production of space*. Tradução de Donald Nicholson-Smith. Cambridge, Massachusetts: Basil Blackwell.

[Lopes, Danielle Alves, Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2016). *Lisboa: O que o turista deve ver*, de Fernando Pessoa: O contexto e as imagens. In Sílvia Quinteiro, Rita Baleiro & Isabel Dâmaso Santos (Eds.), *Literatura e turismo: Turistas, viajantes e lugares literários* (pp.103-118). Faro: Universidade do Algarve.

[Lopes, Danielle Alves, Baleiro, Rita & Quinteiro, Sílvia](#) (2017). Os guias de viagens de Fernando Pessoa e de Manuel Bandeira: Uma leitura comparada. *Acta Scientiarum: Language and Culture*, 39(1), 93-102. doi: 10.4025/actascilangcult.v39i1.31383

[Lopes, Teresa Rita](#) (1990). *Pessoa por conhecer: Textos para um novo mapa*. Lisboa: Estampa.

Lopes, Teresa Rita (2009). *O sul dos meus sonhos*. Olhão: Gente Singular.

[Lopes, Gilmara Célia Lana Rodarte](#) (2008). Práticas de leitura e educação científica: Um olhar sobre os “Contadores de Estórias Miguilim” (unpublished Masters dissertation), Universidade Federal de Minas Gerais, Brazil.

Lopes, Silvina Rodrigues (1994). *A legitimação em literatura*. Lisboa: Edições Cosmos.

MacCannel, Dean [1976] (1999). *Tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.

[MacLeod, Nicola; Hayes, Deborah & Slater Alix](#) (2009). Reading the landscape: The development of a typology of literary trails that incorporate an experiential design perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, 154–172. doi: org/10.1080/19368620802590183

Magadán, Díaz, Marta & Rivas García, Jesus (2011). *Turismo literario*. Oviedo: Septem Ediciones.

[Magadán Díaz, Marta & Rivas García, Jesus](#) (2012). *Estructura, economía y política turística*. Oviedo: Septem Ediciones.

Magris, Claudio [1986] (2010). *Danúbio*. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Quetzal.

Magris, Claudio (2005). *El infinito viajar*. Tradução de Pilar García Colmenarejo. Barcelona: Anagrama.

[Mansfield, Charles](#) (2015). *Researching literary tourism*. Plymouth, TKT: Shadows Books & Media.

[Martino Alba, P.](#) (2017). La literatura como recurso cultural para la creación de nuevos productos turísticos. *metodos*. *Revista de Ciencias Sociales*, 5(1): 48-61. doi: 10.17502/m.rcs.v5i1.147

[Martins, Luís](#) (2011). Os guias de viagem, a cartografia e os fundamentos do turismo. Comunicação apresentada no IV Simpósio Luso-Brasileiro de Cartografia Histórica, Faculdade de Letras do Porto, Porto.

Martins, Manuel Frias (2003). *Em teoria (a literatura): In theory (literature)*. Porto: Ambar.

- [Mateus, Isabel Maria Fidalgo](#) (2009). Viajar com Miguel Torga em Portugal. *Veredas*, 11, 233-250.
- [Matos, Ana Cardoso & Santos, Maria Luísa F. N.](#) (2004). Os guias de turismo e a emergência do turismo contemporâneo em Portugal (dos finais do século XIX às primeiras décadas do século XX). *Geo Crítica Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales*, 167ss.
- [Mcleod, Corinna](#) (2008). Constructing a nation: Jamaica Kincaid's *A Small Place*. *Small Axe*, 25, 77-92. doi: 10.2979/SAX.2008.-.25.77
- Medlik, Slavoj [1993] (2003). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. Oxford, Massachusetts: Butterworth-Heineman.
- [Meireles, Cecília](#) [1953] (1998-99). *Cecília Meireles: Crônicas de viagem*. Vol. 2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- [Melas, Natalie](#) (2007). *All the difference in the world: Postcoloniality and the ends of comparison*. Stanford, California: Stanford University Press.
- [Merriman, Peter](#) (2011). Marc Augé. In Phil Hubbard & Rob Kitchin (Eds.), *Key thinkers on place and space* (pp. 26-33). Londres: Sage.
- [Morris, Caroline](#) (2017). *Secular relics: Narrative objects and material biography in the museums of Darwin*, Elgar & Holmes (unpublished PhD Thesis), University of the West of England, England.
- [Müller, Dieter K.](#) (2001). Literally unplanned literary tourism in two municipalities in rural Sweden. In *New directions in managing rural tourism and leisure: Local impacts, global trends. International Conference New directions in managing rural tourism and leisure: Local impacts, global trend*.
- [Murat, Michel](#) (2001). Comment les genres font de la résistance: Quelques réflexions, suivies de remarque sur la configuration générique du Surréalisme. In Marc Dambre & Monique Gosselin-Noat (Orgs.), *L'éclatement des genres au XXe siècle* (pp.303-339). Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- Nash, Dennison [1977] (1989). Tourism as a form of imperialism. In Valene L. Smith (Ed.), *Hosts and guests. The anthropology of tourism* (pp.37-52) (2.ª edição). Oxford: Blackwell.
- [OMT \(Organização Mundial de Turismo\)](#) (2005/2007). *Understanding tourism: Basic glossary*. [Documento de consulta].
- Ortigão, Ramalho [1875] (2008). *Banhos de caldas e águas minerais*. Porto: Livraria Universal.
- Ortigão, Ramalho [1876] (2014). *As praias de Portugal: O guia do banhista e do viajante*. Lisboa: Quetzal.
- [Osagie, Iyunolu & Buzinde, Christine N.](#) (2011). Culture and postcolonial resistance: Antigua in Kincaid's *A Small Place*. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 210-230. doi: 10.1016/j.annals.2010.08.004
- [Papatheodorou, Theodoros & Ioannis, Dimitriadis](#) (2013). Exhibiting poetry in public places using a network of scattered QR Codes. In Georgio Di Michelis, Francesco Tisato, Andreia Bene & Diego Bernini (Orgs.), *Arts and technology third international conference, ArtsIT 2013, Revised Selected Papers* (pp.9-16). Milão: Springer.

Parks, George B. (1951). Travel as education. In Richard Foster Jones (Ed.), *The seventeenth century: Studies in the history of English thought and literature from Bacon to Pope* (pp.264-290). Londres: Oxford University Press.

[Pearce, Philip & Moscardo, Gianna](#) (1986). The concept of authenticity in tourist experiences. *Australian and New Zealand Journal of Sociology*, 22, 121-132. doi: 10.1177/144078338602200107

[Pereiro Préz, Xerardo](#) (2009). Turismo Cultural. Uma visão antropológica. El Sauzal (Tenerife): Asociación Canaria de Antropología. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Pessoa, Fernando [1925] (2014). *Lisboa: O que o turista deve ver*. Lisboa: Livros Horizonte.

[Plog, Stanley C.](#) (2001). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24. doi: 10.1177/001088047401400409

[Pocock, Douglas C. D.](#) (1992). Catherine Cookson country: Tourist expectation and experience. *Geography*, 77, 236-243.

[Poon, Auliana](#) (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CABI Publishing.

[Prentice, Richard](#) (2001). Experiential cultural tourism: Museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity. *Museum Management and Curatorship*, 19(1), 5-26. doi: 10.1080/09647770100201901

[Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita](#) (Orgs.) (2014). *Lit&tour: Ensaios sobre literatura e turismo*. Vila Nova de Famalicão: Húmus.

[Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita](#) (2014). Uma personagem à procura da literatura: A ficção literária e a prática turística. *Dos Algarves. A Multidisciplinary e-journal, Special Issue Languages, Literature and Tourism*, 24, 9-27.

[Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita](#) (2015). A casa popular algarvia na literatura: Contributo para o desenvolvimento do turismo arquitectónico na região. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 153-166.

[Quinteiro, Sílvia, Baleiro, Rita & Santos, Isabel Dâmaso](#) (Eds.) (2016). *Literatura e turismo: Turistas, viajantes e lugares literários*. Faro: Universidade do Algarve.

[Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita](#) (2017). “If you go to Antigua as a tourist, this is what you will see”: Encenação e prática turística, em *A Small Place* de Jamaica Kincaid. In Maria Alexandre Lousada & Vítor Ambrósio (Eds.), *Literatura, viagens e turismo cultural no Brasil, em França e em Portugal* (pp. 364-376). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa.

Quinteiro, S. & Baleiro, R. (2017a). Turismo literario. In J. A. Fraiz Brea (Dir.) , *Tendencias actuales del turismo en el mundo* (pp. 137-144). Madrid: Editorial Síntesis.

Reis, Carlos & Lopes, Ana Cristina M. (1987). Espaço. In Carlos Reis & Ana Cristina M. Lopes, *Dicionário de narratologia* (p.129). Coimbra: Livraria Almedina.

Ribeiro, Céu (Coord.) (2007). *Sintra: Guia do concelho*. Lisboa: Texto Editores.

[Richards, Greg](#) (Ed.) (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford: CABI Publishing.

[Richards, Greg](#) (2000). Cultural tourism: Challenges for management and marketing. In William C. Gartner & David W. Lime (Eds.), *Trends in outdoor recreation, leisure and tourism* (pp. 187-196). Wallingford: CABI Publishing.

[Richards, Greg](#) (Ed.) (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI Publishing

[Richards, Greg](#) (2017). Sharing the new localities of tourism. In D. Dredge & S. Gyimóthy (Eds.), *Collaborative economy and tourism: Perspectives, politics, policies and prospects* (pp. 169-184). Nova Iorque: Springer.

[Richards, Greg & Raymond, Crispin](#) (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16- 20.

[Ritzer, George & Liska, Allan](#) [1997] (2003). McDisneyization and post-tourism: Complementary perspectives on contemporary tourism. In Chris Rojek & John Urry (Eds.), *Touring cultures: Transformations of travel and theory* (pp.96-109). Nova Iorque e Londres: Routledge.

[Robinson, Mike](#) (2002). Between and beyond the pages: Literature-tourism relationships. In Mike Robinson & Hans-Christian Andersen (Eds.), *Literature and tourism: Reading and writing tourism texts* (pp. 39-79). Londres: Continuum.

[Robinson, Mike & Andersen, Hans-Christian](#) (2002). *Literature and tourism: Reading and writing tourism texts*. Londres: Continuum.

[Rojek, Chris](#) [1997] (2000). Indexing, dragging and the social construction of tourist sights. In Chris Rojek & John Urry (Eds.), *Touring cultures: Transformations of travel and theory* (pp.52-74). Nova Iorque e Londres: Routledge.

[Romano, Luís Antônio Contatori](#) (2013). Viagens e viajantes: Uma literatura de viagens contemporânea. *Estação Literária, 10b*, 33-48.

Romano, Luís Antônio Contatori (2014). *A poeta-viajante: Uma teoria poética da viagem contemporânea nas crônicas de Cecília Meireles*. São Paulo: Intermeios, Fapesprim.

Rosenblatt, Louise M. [1938] (2005). *Literature as exploration* (3.<sup>a</sup> edição). Nova Iorque: The Modern Language Association.

Rosenblatt, Louise M. [1978] (1993). *The reader, the text, the poem: The transactional theory of the literary work* (2.<sup>a</sup> edição). Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.

Saramago, José [1981] (2006). *Viagem a Portugal*. Lisboa: Editorial Caminho.

Sartre, Jean-Paul [1948] (1993). *What is literature?* Tradução de Bernard Frechtman. Londres e Nova Iorque: Routledge.

- [Schaeffer, Jean-Marie](#) (2001). Les genres littéraires d'hier à aujourd'hui. In Marc Dambre & Monique Gosselin-Noat (Orgs.), *L'éclatement des genres au XXe Siècle* (pp.11-20). Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- [Shackley, Mira](#) (2006). Preface. In Mira Shackley, *Atlas of travel and tourism development* (pp.xi-xii). Oxford, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- [Silva, Celina](#) (2005). Género e diferenciação genérica: De uma ontologia dos objetos a uma pragmática do uso. *Revista da Faculdade de Letras, Línguas e Literaturas*, 24(2), 581-590.
- [Simões, Maria de L. N.](#) (2004). Literatura, cultura e turismo: Consumo e cidadania. *Revista Espaço Acadêmico*, 37.
- Smith, Valene L. (Ed.) [1977] (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- [Squire, Shelagh J.](#) (1996). Literary tourism and sustainable tourism: Promoting 'Anne of Green Gables' in Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(3), 119-134. doi: 10.1080/09669589608667263
- Stendhal [1834] (1854). *Mémoires d'un touriste*. Paris: Michel Lévy Frères.
- [Stiebel, Lindy](#) (2007). Going on (literary) pilgrimage: constructing literary trails with particular reference to KwaZulu-Natal. *Scrutiny*, 12(1), 93-106.
- [Swarbrooke, John & Horner, Susan](#) (2012). *Business travel and tourism*. Oxford, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- [Tally Jr., Robert](#) (2013). *Spatiality*. Nova Iorque: Routledge.
- [Theroux, Paul](#) [1979] (2012). *The Old Patagonian Express: By train through the Americas*. Nova Iorque: Houghton Mifflin Company.
- Todorov, Tzvetan (1989). *Nous et les autres (la réflexion française sur la diversité humaine)*. Paris: Le Seuil.
- Torga, Miguel [1950] (1986). *Portugal*. Coimbra: Gráfica de Coimbra.
- [Towner, John](#) (2002). Literature, tourism and the Grand Tour. In Mike Robinson & Hans-Christian Andersen (Eds.), *Literature and tourism: Reading and writing tourism texts* (pp. 226-238). Londres: Continuum.
- [Tuan-Anh, Le; Weaver, David & Lawton, Laura](#) (2016). Community-based tourism and development in the periphery/semi-periphery interface: A case study from Vietnam. In Stephen F. McCool & Keith Bosak (Eds), *Reframing sustainable tourism* (pp. 161-182). Nova Iorque: Springer.
- Tuan, Yi-Fu [1977] (2001). *Space and place: The perspective of experience* (8.ª edição). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Urbain, Jean-Didier [1991] (2002). *L'idiote du voyage: Histoires de touristes*. Paris: Éditions Payot & Rivages.
- Urry, John [1990] (2002). *The tourist gaze* (2.ª edição). Londres: Sage Publications.

Vila-Matas, Enrique (2010). *Dublinesca*. Tradução de Jorge Fallorca. Lisboa: Teorema.

[Watson, Nicola J.](#) (2006). *The literary tourist: Readers and places in Romantic and Victorian Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

[Watson, Nicola J.](#) (Ed.) (2009). *Literary tourism and nineteenth-century culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

[Watson, Nicola J.](#) (2009). Introduction. In Nicola J. Watson (Ed.), *Literary tourism and nineteenth-century culture* (pp. 1-12). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

[Weeden, Clare](#) (2002). Ethical tourism: An opportunity for competitive advantage. *Journal of vacation marketing*, 8(2), 141-153. doi: 10.1177/135676670200800204

Westover, Paul A. (2008). *Traveling to meet the dead 1750-1860: A study of literary tourism and necromanticism* (tese de doutoramento não publicada). Indiana University, Bloomington e Indianapolis.

[Westphal, Bertrand](#) (2007). *Geocriticism: Real and fictional spaces*. Tradução de Robert Tally Jr. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.

[Wright, Allan](#) (2016). Developing a sustainable Caribbean tourism product. In Patrizia Modica & Muzzafer Uysal (Eds.), *Sustainable island tourism: Competitiveness, and quality-of-life* (pp.119-134). Boston: CABI.

[Yoshikawa, Saeko](#) (2014). *William Wordsworth and the invention of tourism, 1820–1900*. Burlington: Ashgate.

[Zweig, Stefan](#) [1926] (1987). *Auf Reisen. Feuilletons und Berichte*. In Knut Beck (Ed.), Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.

Estudos em literatura e Turismo: conceitos fundamentais é um livro de definição de conceitos destinado a investigadores, docentes e estudantes das áreas do turismo e da literatura comparada, com o qual pretendemos, sobretudo, estabelecer um ponto de partida para a investigação em literatura e turismo. Não se trata, portanto de um repositório de formulações definitivas, mas da criação de uma base comum, discutível, complementável, em desenvolvimento. Com efeito, ao apresentarmos propostas de definição dos conceitos basilares para o desenvolvimento da investigação nesta área, visámos adicionalmente lançar a discussão e promover a reflexão, dando assim o nosso contributo para um crescimento sólido dos Estudos em Literatura e Turismo.

**U LISBOA**

UNIVERSIDADE  
DE LISBOA



**LETRAS  
LISBOA**



**UALg**

UNIVERSIDADE DO ALGARVE



Centro de Estudos  
Comparatistas

**FCT**

Fundação para a Ciência e a Tecnologia  
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR