



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**TURISMO LITERARIO: LOS TEMAS PRINCIPALES EN LA
BIBLIOGRAFÍA ARBITRADA EN INGLÉS**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN TURISMO
PRESENTA:

DIEGO ISRAEL TERÁN SOSA

DIRECTOR:

Dr. en T. Juan Carlos Monterrubio Cordero

REVISORES:

L. en T. Javier Pérez Díaz

M. en C.E. Marla Nadxielii Arévalo Moreno

Texcoco, México, Noviembre 2013

Índice.

Portada	
Documento de Liberación	1
Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Índice	4
Índice de Tablas	6
Introducción	7
Capítulo 1	11
Turismo	12
Perspectiva Industrial	14
Perspectiva Técnica	15
Perspectiva Conceptual	17
Motivaciones en los Viajes	20
Turismo de Interés Especial	26
Turismo de Nichos	26
Turismo de Interés Especial	28
Capítulo 2	33
Literatura	34
¿Qué es literatura?	34
El Lector	37
Capítulo 3	44
Turismo Literario	45
Introducción	45
Turismo literario y su concepción	47
Interés académico y especializado en el turismo literario	49
Capítulo Metodología	52
Metodología	53
Revisión sistemática	55
SciVerse Scopus	58
ScienceDirect	58
DOAJ	59
Google Scholar (Servidor de Reino Unido).	59
Redalyc	60
Dialnet	61
Latindex	62
Palabras clave	63

Capítulo Hallazgos	67
Hallazgos	68
Sitios literarios	70
Turista Literario (Peregrino Literario).	78
Experiencia	83
Autenticidad	86
Motivaciones	88
Conclusiones	91
Fuentes Consultadas	94

Índice de Tablas.

Tabla 1 – Sitios Literarios	74
Tabla 2 – Tipologías de Sitios Literarios	76
Tabla 3 – Dimensiones de un Sitio Literario	76
Tabla 4 – Categorías de un Sitio Literario	76
Tabla 5 – Categorías de un Sitio Literario	77
Tabla 6 – Interpretaciones de un Sitio Literario	77
Tabla 7 – Tipos de Recorridos Literarios	78
Tabla 8 – Tipologías de Peregrino Literario y Turista Literario	83
Tabla 9 – Tipologías de la Autenticidad	88
Tabla 10 – Tipologías de la Autenticidad	88
Tabla 11 – Motivaciones para el Turista Literario	89

Introducción.

El turismo literario asociado a lugares, eventos, fechas y hasta construcciones sociales que van de la mano con escritores, se ha abierto paso a la investigación por aquellos estudiosos del tema que buscan darle un enfoque académico. La persistente convicción de tales investigadores por documentar, estudiar, analizar, identificar y definir este tema no sólo se queda entre las líneas que llegan a ser publicadas en libros, revistas especializadas o hasta expuestas en congresos que responden a su propagación de conocimiento. Más bien, lo que se busca con su realización es forjar ese sustento académico/científico que facilitará una serie de procesos utilizados en el desarrollo del turismo literario para que este pueda ser entendido no sólo por las comunidades académicas que estudian turismo o literatura, sino por todo aquel que realice un viaje en la búsqueda de algo más profundo para su vida.

Para aquellos que disfrutan de la lectura, desconociendo que esas mismas letras lo podrían llevar en persona al mundo que vio nacer en su imaginación y hasta a aquel que no tenía la menor idea de que algo así pudiera existir, el turismo literario es una realidad bastante tangible como cualquier boleto de avión o como pasar los dedos por un par de líneas escritas en un libro.

Si bien, los trabajos de investigación realizados sobre los temas principales del turismo literario han permitido que este sea identificado como una forma de turismo de interés especial (*Special Interest Tourism -SIT-*) y han logrado que gane espacio en la comunidad académica como objeto de estudio, no existe un trabajo escrito que analice y defina al turismo literario por sí solo, pues como se menciona al inicio de este párrafo, son sus temas los que han sido identificados, estudiados, analizados y definidos de manera individual, sin que exista una investigación que establezca y puntualice qué es el turismo literario, sus temas específicos de estudio y el estado en el que estos se encuentran como objeto de estudio.

Sin embargo, y aun cuando es arriesgado decir que tal estudio no existe, el sustento para puntualizar tal afirmación es el centro de la presente investigación, ya que aunque muchos de los autores estudiados, analizados y hasta citados en este trabajo llegan a exponer qué es el turismo literario, lo hacen desde el vértice de su tema de estudio, siendo estos el turista o peregrino literario, el sitio literario que se visita, la autenticidad del sitio literario, la experiencia y la motivación.

Por lo anterior, la presente investigación no habla del turismo literario como un fenómeno ya identificado bajo la mira de un microscopio, trata de un análisis inicial que busca precisamente identificar cuáles son esos elementos y de qué manera estos forman ese “todo” que llevará el nombre de turismo literario. De esta manera es pertinente señalar que el objetivo de este trabajo de investigación es analizar los principales temas abordados en la bibliografía arbitrada en inglés sobre turismo literario, porque para poder establecer el conocimiento que sustente lo que este es, antes se deben analizar y definir todas las partes, que al menos hasta ahora, ya han sido identificadas.

Para llegar a ello y antes de poder hablar concretamente sobre qué es un sitio literario, quién lo visita, si es un turista literario o peregrino literario (si existe alguna diferencia entre tales tipologías), qué lo motiva a hacerlo y qué experiencia se lleva ya sea que lo considere auténtico o no. Y para poder llegar al entendimiento de lo que es el turismo literario, es necesario establecer de primera mano qué es el turismo y qué es la literatura. Por ello en este trabajo se realiza una breve revisión sobre ambos temas de manera particular, para finalmente darle sentido a ese cimiento que será la base para entender el turismo literario.

Por un lado, se puntualiza el estudio del turismo desde las tres perspectivas que lo componen (la industrial, la técnica y la conceptual), asimismo se exponen las

motivaciones que concretan la idea de un viaje en la mente del posible turista, hasta llegar a una explicación de lo que es el turismo de interés especial; tema que ayuda como parte introductoria al enfoque con el que se mira al turismo literario. Por otro lado, se aborda a la literatura con un par de definiciones que sirvan de enfoque académico para esta investigación, pero que a la vez permiten apreciar ese lado idílico y onírico tan característico de las letras que están más allá de una formalidad académica/científica. Estos dos temas, relevantes dentro de su respectiva área, con la posibilidad de tener un enfoque académico o hasta de realización personal en ambos casos, es el par de engranes que hacen posible la intención de esta investigación, pues sin uno ni el otro, no existiría el turismo literario.

Para alcanzar el objetivo propuesto, la estructura de esta investigación es planteada como se detalla a continuación; en el primer capítulo se presenta una breve revisión de lo que es el turismo desde distintas perspectivas y cómo al final estas convergen para finalmente motivar un desplazamiento, que para los fines de este trabajo es identificado más en una búsqueda interior que en un desplazamiento geográfico; el segundo capítulo aborda directamente la literatura desde un punto de vista científico, pero que a la vez permite entender el lado estético de las letras que difiere de la seriedad que en otro tipo de textos es necesaria; para el tercer capítulo ambos engranes, como se les llamó con antelación, convergen y trabajan para dar forma al turismo literario, desarrollando el tema a través de ejemplos y conceptos de los autores consultados para despejar esa interrogante que alentó el proceso de esta investigación.

El siguiente capítulo, el de metodología, sustenta académicamente con una minuciosa descripción la serie de pasos y procesos seguidos que dieron orden y coherencia a la investigación; y finalmente en el capítulo de hallazgos se desglosan a detalle los ya identificados temas principales del turismo literario, no hablando sólo de ellos como

un subtema, sino como pilares fundamentales del proceso que abarca el turismo literario desde un micro-panorama.

En resumen, la presente investigación es una base no para hablar de turismo literario como si se conocieran y dominaran los conceptos, sino para establecer el conocimiento de tales tipologías, nombres, lugares y simbolismos que permitirán entender qué es el turismo literario, con base en lo que se ha escrito del tema.

Capítulo 1

Turismo.

El estudio del turismo ha sido una adición relativamente reciente a las investigaciones académicas. En los sesenta la investigación comenzó a acelerarse con un crecimiento de publicaciones sobre turismo; durante los setenta y principios de los ochenta, una considerable cantidad de textos y monografías sobre turismo abastecieron la literatura de investigación (Hall & Page, 2006). Los términos utilizados para describir el movimiento de personas en busca de placer, “turismo” y “turista” fueron acuñados al inicio del siglo diecinueve (Smith, 1989:17; en Echtner & Jamal, 1997). Sin embargo, es hasta después de la primera mitad del siglo XX que las primeras definiciones en torno al turismo comienzan a surgir. De esta forma, en 1979, Leiper propone que:

...[el turismo es] el sistema que involucra un viaje y la estancia temporal de personas que se encuentran lejos de su lugar habitual de residencia por una o más noches, sin contar los viajes cuyo propósito primario es ganar una remuneración [...] (Leiper, 1979:403-404; en Hall & Page, 2010).

A principios de los ochenta, Mathieson & Wall (1982:1; en Mason, 2009) indican que el turismo comprende:

El desplazamiento temporal de personas a destinos fuera de su lugar de trabajo y residencia habitual, así como las actividades que desarrollan durante su estancia en esos destinos e instalaciones creadas para satisfacer sus necesidades.

En 1991, la Organización Mundial del Turismo creó esta definición (en Hall, Williams y Lew, 2008):

Son las actividades de una persona que viaja fuera de su lugar de residencia habitual por un periodo específico de tiempo y cuyo propósito de viaje no se relaciona con el ejercicio de una actividad que le remunere en el lugar que visita.

Años más tarde, en el 2006, la misma organización replanteo al turismo de la siguiente manera:

El turismo comprende las actividades de personas que viajan y se quedan en lugares que están fuera de su lugar de residencia habitual por no más de un año, en busca de ocio, negocios y otros propósitos.

Cabe mencionar que no fue hasta los setenta que el turismo se convirtió en un foco de estudios para investigadores de diversas disciplinas; mientras que los mercadólogos examinaban la promoción y el comportamiento del turista, geógrafos y ecologistas estudiaban capacidad de carga, y sociólogos y antropólogos intentaban descifrar la naturaleza de los peregrinajes turísticos, su rol y sus rituales (Graburn & Jafari 1991:4; en Echtner & Jamal, 1997).

Es por ello que uno de los problemas asociados al estudio del turismo parte de la dificultad de definir el campo de investigación y alcance con respecto a otras áreas de análisis (Hall & Page, 2006). Como Jovicic menciona "... la observación de elementos individuales e independientes de un todo, tiene como resultado una errónea definición del turismo mientras que este sea estudiado como un fenómeno meramente económico, geográfico, o sociológico" (Jovicic, 1988:3; en Echtner & Jamal, 1997).

Otros estudiosos están de acuerdo con Jovicic y sugieren que el estudio del turismo seguirá sufriendo una falta de profundidad mientras que su investigación esté fragmentada en varias disciplinas; y esta mencionada interdisciplinariedad sólo crea barreras que atrasan el desarrollo de un entendimiento más holístico del turismo (Echtner & Jamal, 1997). Entonces será sólo a través de la integración de varias ramas de la investigación turística, que teorías generales, modelos y conceptos podrán ser desarrollados (Rogozinski, 1985; en Echtner & Jamal, 1997).

Con base en lo anterior, el turismo como campo de estudio no ha sido definido a manera que sea aceptado por todos los académicos y/o disciplinas. Por ello es relevante dejar claro que aunque ha surgido una gran cantidad de definiciones, hasta la fecha no existe una que satisfaga a todos sus estudiosos. Han surgido muchas definiciones que tratan de definir al turismo, identificarlo, describirlo y estudiarlo bajo ciertos criterios, pero no se ha llegado a una conceptualización que abarque toda la dimensión de su complejidad; sin embargo, hay que enfatizar que su estudio durante las últimas cinco décadas ha permitido identificar tres perspectivas de suma importancia, la industrial, la técnica y la conceptual (Monterrubio, 2011).

Perspectiva industrial.

La perspectiva industrial define al turismo bajo criterios de producción y esto evidencia un gran énfasis en el aspecto económico. Un ejemplo de ello son algunos datos recopilados por la Organización Mundial del Turismo, quién estimó que para el año 2000 se registraron 698.3 millones de viajes internacionales, lo que representa un aumento del 7.4% con respecto al quinquenio anterior. En el 2000, los ingresos del turismo internacional ascendieron a 476 billones de dólares, incremento del 4.5% con respecto al año anterior. En el mismo año los viajes y la industria del turismo constituyeron un 11% del producto interno bruto a nivel global. Esto quiere decir que el turismo fue el pilar de 200 millones de empleos a lo largo del mundo, representando el 8% del total de los empleos -es decir 1 de cada 12.4 empleos-.

Asimismo se ha estimado que para el 2011 la economía que derramen los viajes y el turismo constituirá el 11% del producto interno bruto a nivel global y respaldará 260 millones 417 mil empleos a nivel mundial, cifra que representará el 9% del total de empleos -es decir 1 de cada 11.2 empleos- (Hall & Page, 2006).

Para mostrar una definición del turismo como industria, Goeldner & Ritchie (2009:6) dicen:

El turismo es la totalidad de la industria mundial de los viajes, hoteles, transporte, y otros componentes que, incluyendo la promoción, atiende las necesidades y deseos de los viajeros; es por ello que el turismo es considerado la industria más grande del mundo.

Sin embargo, Leiper (2008; en Hall & Page, 2010) dice que aquellos que argumentan que el turismo es considerado una industria gigantesca no tienen un fuerte fundamento teórico; además argumenta que para cualquiera que desee más que un conocimiento superficial del turismo, la simple expresión *industria turística* es engañosa como término general. Por lo tanto, una conceptualización adecuada del turismo requiere ir más allá de lo económico. Más evidente, hay una necesidad de apreciar las relaciones entre ocio, recreación y turismo con respecto a otras prácticas sociales y comportamientos (Hall, Williams & Lew, 2008).

Perspectiva técnica.

Las definiciones técnicas del turismo buscan definir y delimitar cuantitativamente indicadores que permitan la medición de estos y con ello identificar el estado del turismo a partir de un elemento: el turista. Una definición de *turista* es la que propone la Organización Mundial del Turismo (www.unwto.org, 2011):

Persona que viaja y permanece en sitios que no pertenecen a su entorno habitual en un tiempo que no sobrepasa un año, esto en búsqueda de ocio, negocios y otros propósitos que no se relacionan con el ejercicio de una actividad que le remunere en el sitio visitado.

Dentro de esta perspectiva se han identificado tres elementos constantes en sus definiciones. El primero se basa en el propósito del viaje, el segundo en la temporalidad, el tercero consiste en una serie de condiciones que determinan si el turista puede ser considerado como tal (Page & Connell, 2006); aunado a estos, un cuarto que consiste en la distancia recorrida, es identificado por Theobald (2005).

En este contexto, la Organización Mundial del Turismo (2011; en Monterrubio, 2011) propone la siguiente definición de turismo:

Consiste en las actividades de una persona que viaja fuera de su entorno habitual por menos de un periodo específico y cuyo propósito de viaje es cualquier otro que desarrollar una actividad que le remunere en el lugar visitado.

Lo anterior muestra que el turismo ha sido definido técnicamente en relación con la duración del tiempo lejos de casa; otras definiciones incorporan un *espacio* o *distancia* (Hall & Page, 2006) en función de encontrarse en un *espacio* que no es el entorno habitual de residencia o una *distancia* considerable con respecto al entorno habitual de residencia.

Perspectiva conceptual.

El turismo requiere ser definido considerando todos y cada uno de los elementos, así como las relaciones que surgen entre estos y que conforman la complejidad del mismo (Monterrubio, 2011). Si dichos elementos no son estudiados como un todo, persistirán argumentos con respecto a sus definiciones, a su alcance y a su estructura; y tales desacuerdos rechazarán los intentos de describir y definir al turismo dentro de varios límites disciplinarios (Echtner & Jamal, 1997).

Uno de los continuos problemas causados por la falta de una clara definición de turismo es que los estudios turísticos son a menudo polos opuestos que no cuentan con una orientación metodológica bien definida (Fennell, 1999; en Mason, 2009). De hecho algunos estudiosos del turismo al notar la falta de conceptos y una estructura integrada de la investigación turística han estado indispuestos a aprobar al turismo como una disciplina (ver Echtner & Jamal, 1997). Sin embargo, insisten en la necesidad de una mayor investigación multidisciplinaria para así superar las dificultades conceptuales y metodológicas. No obstante, Dann, Nash y Pearce creen que aunque el turismo requiera de metodologías y conceptos únicos, “seguirá siendo en gran parte debatible” (1988:2; en Echtner & Jamal, 1997). Con base en lo anterior, la comunidad académica reconoce la necesidad de una “definición integradora” (Monterrubio, 2011:66).

Jafari recomienda que los estudiosos se esfuercen en desarrollar una “plataforma de conocimientos” basada en estudios multidisciplinarios; dicha plataforma colocaría la investigación turística en un contexto más amplio y fomentaría el desarrollo de definiciones universalmente aplicables, así como modelos y teorías holísticas (Jafari, 1990:38; en Echtner & Jamal, 1997).

Entonces una adecuada conceptualización del turismo requiere aproximaciones que vayan más allá de lo económico, la distancia y la temporalidad; esta conceptualización necesita estudiar también las relaciones de ocio y recreación, así como ciertas prácticas turísticas y el comportamiento que emana de ellas (Hall, Williams & Lew, 2008).

Una definición de turismo muy cercana a lo que persigue el párrafo anterior sería la propuesta por De la Torre (1980:19) como se lee a continuación:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Aunque el campo de estudio del turismo no ha alcanzado una definición aceptada por los académicos, definiciones como la anterior, buscan abordar el estudio del turismo desde una de las muchas áreas de interés que este tiene. Así, si no se cuenta con una conceptualización que aborde el *todo* de sus conocimientos, al menos ha sido definido desde cada punto específico que el mismo aborda.

En conclusión y para efectos del objetivo principal de este trabajo de investigación, es pertinente ceñirse a la última definición presentada, ya que incorpora ocio y recreación a la temática del turismo, siendo que estos conceptos van de la mano con la literatura en gran parte. Así, desde un punto de vista conceptual que va más allá de lo

industrial y técnico, la satisfacción que brinda la lectura es permisible y justificable para la realización de un viaje turístico con base en la literatura.

Motivaciones en los viajes.

El deseo y la realización de sumergirse en un viaje, obedece a ciertos deseos y expectativas. En la actualidad estos se han vuelto cada vez más específicos, por lo que resulta difícil categorizarlos. Antiguamente, la gente viajaba por razones que eran más fáciles de identificar; algunas de estas eran la búsqueda de comida, agua, refugio, expansión económica así como territorial o por religión. Actualmente los turistas viajan por placer, pero también existen numerosos factores que se agregan a esto (Wall & Mathieson, 2006). Esta serie de deseos y expectativas han sido englobados bajo el término de *motivaciones* y se han convertido en un objeto de estudio para investigadores en el campo del turismo y de los viajes; entre estos se puede citar a Crompton -1979-, Fodness -1994-, Iso-Ahola -1982-, Gee *et al.* -1984-, French *et al.* -1995-, Dann -1981-, Galloway -1998, Veal -1997- y Wahab -1975- (citados en Pearce, 2005), por mencionar algunos. Estos estudiosos convergen en la importancia fundamental de investigar las motivaciones. En 1987 Jafari notó que hasta la fecha no había surgido conocimiento teórico sobre el tema, sin embargo, a pesar de la atención que se le ha puesto desde entonces, los múltiples esfuerzos de investigación realizados no han sugerido una línea de trabajo como tal (Pearce, 2005).

Wahab (1975; en Pearce, 2005) considera que las motivaciones de un viaje son un área fundamental dentro de la investigación turística. Numerosos estudiosos del campo han visto a la motivación como una fuerza detrás de toda acción de viaje. Sin embargo, las motivaciones han sido disimuladas ya que reflejan deseos y necesidades privados de cada individuo (Pearce, 2005). Moscardo *et al.* (1996; en Pearce, 2005) proponen que la motivación podría estar relacionada con determinadas actividades y de esta forma con la elección del destino de viaje.

La motivación puede ser categorizada en dos dimensiones (Wall & Mathieson, 2006 & Mason 2009):

Factores de empuje (push factors) que provocan el querer salir de casa, tales como el deseo de escapar de la vida diaria, el entorno de trabajo así como la contaminación y el tráfico de las ciudades, por mencionar algunos.

Factores de arrastre (pull factors) en los que se basa a dónde y cómo se viaja, qué comportamiento se tiene en el área visitada, si se va a jugar o a ver espectáculos deportivos, por hacer mención de algunos ejemplos.

Los factores de empuje también pueden ser percibidos como *factores negativos* en el contexto en que se encuentra el turista potencial; de esta forma los factores de arrastre son vistos como *factores positivos* que ofrece el destino, ya sea potencial o real (Mason, 2009). No obstante, hay que tener en cuenta que el significado de cada factor en particular (*empuje o arrastre* respectivamente), varía de acuerdo al contexto del viaje. De esta manera, la clasificación de dichos factores de motivación está relacionada con un modelo psicológico del turismo desarrollado por Iso-Ahola (Mason, 2009). Dicha clasificación encuentra *motivos de búsqueda y motivos de escape* (Pearce, 1993; en Pearce, 2005). Además de que la investigación de motivaciones como intento de comprender el comportamiento del turista es un área muy importante de la investigación turística (Mason, 2009).

Lo anterior marca que el comportamiento del turista puede ser influenciado por factores de cultura, influencias sociales y educación, entre otros, pero como Crompton y McKay (1997, en Mason, 2009) indican, la motivación es el comienzo para el proceso que conduce a distintos tipos de comportamiento. En este sentido, las motivaciones pueden ser consideradas como factores internos que inicialmente incitan a una persona a tener un determinado comportamiento.

A manera de entender el porqué del comportamiento del turista, numerosas teorías sociológicas han sido presentadas en la literatura de turismo en un intento de explicar la motivación. Cohen (2004; en Mason, 2009) desarrolló una teoría para investigar cómo es que varios tipos de turistas interactúan con las comunidades locales. Este acercamiento influenció a Plog, quién utilizó los conceptos *alocéntrico* y *psicocéntrico*; el comportamiento *alocéntrico* corresponde a las personas que buscan salir del núcleo familiar en su viaje; y el *psicocéntrico* se aplica a personas que no buscan grandes aventuras (Mason, 2009).

Sin embargo, Pearce (2005), utilizando el concepto de una *escala de viaje (travel career ladder)* durante su investigación de motivación para el turismo, sugiere que las motivaciones son variantes y dinámicas. Asimismo, Pearce reconoce que fue influenciado por el trabajo del psicólogo Maslow, quién creó la jerarquía de necesidades. Maslow denominó estas necesidades de manera ascendente en fisiológicas, de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autorrealización. De este modo, Pearce se basó en la jerarquía de necesidades de Maslow para proponer las siguientes categorías: *relajación, emoción, interacción social, reconocimiento y desarrollo, y realización.*

En un intento por enlistar las motivaciones más frecuentes de los turistas, Ryan (2003) se basó en el trabajo de Cohen -1974-, Crompton -1979- y Mathieson & Wall -1982- y presentó lo siguiente:

1.- Escape:

Esencialmente es un deseo de alejarse del entorno mundano que siempre se percibe.

2.- Relajación.

Parcialmente relacionado con el deseo de escape, persigue una búsqueda de descanso/recuperación.

3.- Juego.

Este es un deseo por volver a participar en actividades relacionadas con la niñez; se busca una regresión.

4.- Fortalecimiento de lazos familiares.

En una situación de pareja, es una búsqueda para renovar la relación. También puede ser visto desde el punto de vista familiar, donde se busca reforzar lazos con los seres queridos.

5.- Prestigio.

Está basado en el lugar al que se ha elegido viajar; tomando en cuenta que existen centros vacacionales muy costosos.

6.- Interacción social.

Consiste en la búsqueda de personas con gustos afines; así la práctica de algún deporte o actividad en común, permite compartir la experiencia.

7.- Oportunidad sexual.

Muy similar a la anterior, la búsqueda de oportunidad sexual se basa en dejar de lado el *comportamiento* que se tiene en el lugar de residencia habitual, centrándose específicamente en la búsqueda de *pasar un buen rato*.

8.- Oportunidad de educación.

Es la búsqueda de conocer nuevos paisajes, aprender de otros lugares del mundo y hablar con personas que tienen diferentes culturas y puntos de vista.

9.- Autorrealización.

Es una búsqueda de sí mismo; el viaje permite un redescubrimiento de la persona y una fuerza interna que no sabía que estaba ahí.

10.- Cumplimiento de deseos.

Consiste en hacer realidad sueños; la visita a parques temáticos permite que el turista se camine por lugares que sólo había imaginado.

11.- Ir de compras.

Es la más común de las actividades turísticas, no obstante, también puede ser el motivante de un viaje, especialmente se trata de un viaje internacional.

La lista anterior puede ser relacionada con los conceptos de factor de empuje y arrastre; por ejemplo, *escape* es claramente un factor de empuje y *prestigio* es un factor de arrastre.

Por su parte, Chadwick (1987; en Mason, 2009) presenta una categorización más simple:

- 1.- Placer: ocio, cultura, literatura, actividades deportivas, visitar amigos y familiares (VFR por sus siglas en Inglés).
- 2.- Profesional: reuniones, negocios, etc.
- 3.- Otros propósitos: estudio, salud, etc.

Según lo visto en párrafos anteriores, las motivaciones pueden tener diferentes niveles de importancia basados en criterios como edad, género, nivel cultural y económico, entre otros (Ryan, 2003). No obstante, como Mansfeld notó, aún se necesita desarrollo en las áreas teóricas y metodológicas de la investigación correspondiente a motivaciones (1992; en Wall & Mathieson, 2006). Y en este esquema, las motivaciones de viaje se convierten en un tema de principal interés para aquellos que desarrollan y comercializan con el turismo. De igual forma, Mansfeld sugiere mejorar la investigación en motivación ya que beneficiaría al estudio del comportamiento de viaje y elección de viaje (1992; en Wall & Mathieson, 2006).

Turismo de Interés Especial.

Turismo de nichos.

El concepto *nicho* en la literatura de investigación turística hace referencia a una serie de prácticas mayormente diferenciadas de aquellas que se ofertan a la demanda general. Entonces el *turismo de nichos* se encarga de ofrecer experiencias más significativas basadas en los deseos y necesidades más específicos de un individuo o grupo en particular (Novelli, 2008).

Contrario a lo mencionado en el párrafo anterior, el *turismo de masas* se refiere a la producción, estructuración y organización del turismo basado en un proceso industrial, lo que quiere decir que se empaqueta un producto homogéneo y estandarizado y es vendido por igual a un precio fijo a una clientela masiva. Esta *masificación* (*massness*) y complejidad envuelta con la producción del turismo contemporáneo puede ser contrastada con las experiencias íntimas e individuales que actualmente están siendo consumidas. Cabe mencionar que el turismo de masas continúa dominando y caracterizando los patrones de las corrientes turísticas; no obstante, los turistas están tan interesados en visitar los lugares así como descubrir, experimentar, participar y aprender de una manera más íntima la vida diaria del destino visitado; esto puede referirse a que el lugar, los productos y servicios se convierten a manera de cubrir los deseos y necesidades en un segmento de mercado más específico (Novelli, 2008).

Entonces la premisa de un nicho de mercado obedece a que el mercado no debe ser visto como un todo simple y homogéneo que atiende necesidades generales, sino como una serie de productos en particular que cubren necesidades con características y cualidades específicas de los individuos.

Caber mencionar que no hay una serie de reglas formales que definan qué es turismo de nichos y qué no lo es. Por otra parte, existe una cantidad considerable de variantes para esta definición; una de ellas consiste en que el turismo de nichos está enfocado en pequeños y precisos mercados; por ejemplo, el concepto *turismo cultural* es citado frecuentemente como una forma de turismo de nichos, y *turistas culturales* a aquellos que conforman dicho segmento. Con respecto a lo anterior, es importante resaltar que las motivaciones y deseos por experimentar cultura pueden tener muchas formas y expresiones como lo son el arte, la música, el folklore, la gastronomía y la literatura, por hacer mención de algunos. Lo anterior muestra que la categoría de *cultura* como cualquier otra puede ser segmentada con mayor precisión. Una muestra de esto es que los “turistas [culturales]” van al teatro, asisten a conciertos, festivales y eventos, visitan galerías y sitios literarios, mientras que los “turistas de la cultura popular” visitan sitios históricos, museos, van de compras, asisten a eventos deportivos y conciertos de música pop, entre otros (Novelli, 2008:5).

Por lo anterior, desarrolladores y ofertadores de sitios y productos turísticos están dispuestos a enfocarse en actividades particulares; de esta forma habrá algo que ofertar a turistas culturales, turistas del arte y turistas literarios, por mencionar a algunos de todos los que conforman ese segmento.

Las connotaciones de un turismo más a la medida e individualizado van de la mano con características y operaciones de menor escala, implicando con esto mayor selectividad y sensibilidad por parte de los turistas. Tales características proveen una mejor planeación y un desarrollo de políticas socialmente y ambientalmente más responsables. Por lo anterior, organizaciones como la OMT y el WTTC (World Travel and Tourism Council) consideran que el consumo de turismo de nichos es más benéfico para las comunidades receptoras en comparación al turismo de masas. En adición a lo anterior, el turismo de nichos también cuenta con el mecanismo de atraer turistas con mayor poder adquisitivo, cuestión que les hace pertenecer a una elite

contraria a los turistas que hacen uso de los servicios del turismo de masas (Hall, Williams & Lew, 2008).

Turismo de interés especial.

Los patrones de consumo de turismo han crecido y se han diversificado, así los turistas están dispuestos a pagar a expertos para encontrarse con experiencias óptimas dentro del limitado tiempo de su viaje. Opaschowski (2001; en Trauer, 2006) sugiere que los turistas están en busca de un estímulo emocional, esto quiere decir que buscan comprar sentimientos y no productos; los turistas buscan experimentar personalmente cualidades inmateriales, quieren ambiente, estética y una atmósfera, buscando una experiencia llena de variedad en intimidades, intensidades y complejidades.

Lo anterior ha sido nombrado por estudiosos como Douglas & Derret (2001), Varley & Crowther (1998) y Dreyer (1995), entre otros, como *turismo de interés especial - special interest tourism-* (SIT); de acuerdo con Read (Hall & Weiler, 1992:5; en Trauer, 2006) el fenómeno llamado SIT emergió como una fuerza mayor en 1980 y sugiere viajes no comerciales, sin embargo, el desarrollo de los *intereses especiales* fue originalmente examinado en el contexto de la recreación a mediados de los setenta, donde Little -1976- y Bryan -1977,1979,2000- (citados en Trauer, 2006) lo definen como:

La canalización selectiva de intereses y habilidades dentro de un área específica, donde los participantes invierten mucho tiempo en actividades en las que tienen alto nivel de conocimiento, así como experiencia y habilidades muy desarrolladas dentro del área de interés.

Inicialmente las organizaciones basadas en turismo de interés especial (*SIT organizations*) fueron percibidas como empresas enfocadas en grupos de turistas interesados en turismo de aventura, ecoturismo, turismo deportivo y turismo cultural, ofreciendo lo difícil de encontrar y/o especializado del mercado, para aquellos turistas también llamados participantes de ocio serio -*serious leisure participants*- (Weiler & Hall, 1992; Stebbins, 1982; en Trauer, 2006).

Entonces el SIT debería ser visto como parte de un sistema interdisciplinario que comprende todo un entorno (ya sea local o global); el sistema puede ser representativo de intereses políticos, económicos, ecológicos, tecnológicos, socioeconómicos y socioculturales. Por su parte, la oferta turística está hecha de destinos, viajes, operadores, transporte, alojamiento, instalaciones e infraestructura. Por otro lado, la demanda consiste en la situación financiera de quien realiza el viaje, el acceso necesario al equipamiento para realizar una actividad, las emociones del sujeto, las necesidades que quiere satisfacer y los motivos que lo llevaron a ello (Dreyer, 1995; en Trauer, 2006).

Eventualmente, se vuelve posible *re-empaquetar* un entorno compuesto de actividades ya conocidas con un toque nuevo que satisfaga necesidades específicas. Por lo tanto, varios autores identifican el deseo de las personas por calidad y escape de la pluralización como motivaciones para la realización del viaje (Giddens, 1999; Habermas, 1987; Horne, 1994; Rojek & Urry, 1997; en Trauer, 2006). En cierta forma, los folletos, las revistas, libros, películas y programas de televisión, son el medio por el cual el turista potencial crea imágenes en su mente que lo hacen desear viajar para cubrir esos deseos y necesidades que nacen de las imágenes que vio en una pantalla o leyó en un libro o revista. Así el turista llega al lugar de destino con imágenes preconcebidas y esto le asigna un rol distinto al que vive en su vida diaria (Ryan, 2003).

Hall & Weiler (1992:5; en Trauer, 2006) proponen que el turismo de interés especial ocurre cuando la motivación del turista y su decisión de viaje son basadas pensando en una serie de actividades, destinos y características particulares. Aunado a esto, McIntyre (1989, 1990; McIntyre & Pigram, 1992; en Trauer, 2006) menciona tres componentes del individuo enfocado en el turismo de interés especial; el *comportamiento* que se basa en experiencias previas, familiarización y confianza; el *cognitivo* que se basa en conocimientos y habilidades; y el *afectivo* que se basa en el disfrute, la auto-expresión y auto-afirmación, sin embargo, existen variables dependiendo de cada actividad o contexto.

En 1997, Brotherton & Himmetoglu (en Trauer, 2006) proponen cuatro clasificaciones de turista en el contexto del turismo de interés especial, las cuales se muestran a continuación:

Novato o Aficionado (*Novice/Dabbler*): se encuentra en una zona de exploración; es inexperto y no está familiarizado con las experiencias de aventura.

Coleccionista (*Collector*): se encuentra en una zona de riesgo; elige regularmente turismo, productos y experiencias de aventura, pero no se enfoca en ningún sub segmento particular del turismo de interés especial.

Especialista en SIT - Zona de Confort (*SIT Specialist - Comfort Zone*): se encuentra en una zona de confort; está altamente involucrado con la aventura en su tiempo libre. Persigue dicha actividad en su entorno habitual sólo como pasatiempo y lo busca asiduamente durante sus vacaciones.

Especialista en SIT - Zona de Alto Desafío (*SIT Specialist – High Challenge Zone*): se encuentra en una zona de alto desafío; la actividad especial de su interés es parte de su vida diaria así como del tiempo de sus vacaciones.

No obstante, cabe mencionar que también existen factores de riesgo en los que el turista involucrado con el turismo de interés especial puede verse afectado de manera física o emocional. La siguiente lista propuesta por Sönmez & Graefe (1998; en Trauer, 2006) muestra algunos de los mencionados percances:

Riesgo físico: peligro de lesiones o accidentes.

Riesgo de salud: enfermarse (SARS).

Riesgo técnico: cualquier percance con la transportación o alojamiento.

Riesgo de inestabilidad política: involucrarse en disturbios políticos.

Riesgo terrorista: víctima de ataque terrorista.

Riesgo psicológico: la experiencia no podría ser lo que se espera.

Riesgo social: la elección del viaje podría afectar a otros.

Riesgo de satisfacción: podría no haber satisfacción en el viaje.

Riesgo financiero: no existe la relación calidad/precio.

Riesgo de tiempo: pérdida de tiempo.

Ante lo discutido en párrafos anteriores, es evidente que los turistas se vuelven cada vez más sofisticados en medida de cubrir y/o satisfacer sus necesidades y preferencias, y por su parte los expertos buscan cubrirlas, ya que entre los negocios que atañen al turismo, satisfacer todo deseo, necesidad, preferencia y expectativa

puede ser visto como un elemento de estrategia competitiva (Pearce, 2005). Más relevante aún, cualesquiera que sean los mecanismos detrás del turismo de nichos y el turismo de interés especial, estos proveen una conexión entre los sueños, deseos, imaginación y experiencia con los turistas (Novelli, 2008).

En este contexto, es muy recurrente relacionar los sueños y los deseos con cuestiones fantásticas; aspecto que va de la mano con la literatura. Es entonces que en estos sueños y deseos del sujeto nace una búsqueda por alcanzar aquello que los satisfaga; un sujeto consciente de la diferencia entre realidad y fantasía recurre a lo más cercano posible para cubrirlos. Identificando entonces que estos tienen su origen en películas, revistas y libros, crean en el sujeto una sensación de querer ser parte de lo que ha visto y/o leído, por lo que investigadores y/o desarrolladores del turismo se han enfocado en estudiar, planear y ofrecer sitios con las características que el sujeto está buscando. Muestra de lo anterior es la gran oferta de productos, servicios, atractivos y experiencias concretamente relacionadas con la literatura que son cubiertas a base de actividades diversas (especialmente temáticas en este contexto), recorridos guiados o auto-guiados, visitas a parques temáticos, museos, casas y/o tumbas de escritores, entre otros, siendo estos parte del denominado turismo literario.

Capítulo 2

Literatura.

¿Qué es literatura?

Entender qué es exactamente literatura siempre ha sido un reto; algunas veces se ha buscado establecer que la literatura está conformada sólo por aquellos trabajos que cuentan con derechos de autor. No obstante, no se ha acordado entre los críticos, profesores de literatura o cualquiera que tenga una postura ante esto qué es literatura. A pesar de ello, en las discusiones al respecto se ha optado por alcanzar una definición basada en características particulares y sin dejar de lado lo que cada lector decide llamar literatura (Meyer, 1997). Es importante mencionar que el lenguaje que se utiliza en la literatura es deliberadamente explotado por su expresividad y es utilizado en términos de imaginación, por lo que no indica, denota o describe cosas para un fin práctico (Kritsonis, 2011).

Meyer (1997) menciona dos enfoques para definir a la literatura, el enfoque de criterios (*the criterial approach*) y el enfoque de prototipos (*the prototype approach*). El enfoque de criterios consiste en una lista de verificación de criterios con los que se debe cumplir. Meyer ejemplifica esto utilizando un pájaro; dice que un pájaro es definido como un animal con plumas, alas y que pone huevos. Si un animal cumple con todas estas características es un pájaro, sino, no es un pájaro. Algunos ejemplos de definiciones de literatura que se ajustan a este criterio son los siguientes.

Hirsch (1978:34; en Meyer, 1997) dice:

[...] La literatura incluye cualquier texto digno de ser enseñado a estudiantes por profesores de literatura, mientras que estos textos no sean enseñados a estudiantes en otros departamentos de una escuela o universidad.

Por su parte, McFadden (1978:56; en Meyer, 1997) propone lo siguiente:

[...] literatura es un canon que consiste en los trabajos del lenguaje por los que cualquier comunidad se define en el curso de la historia. Incluye trabajos artísticos primariamente y en segundo lugar a aquellos que cuentan con cualidades estéticas [...]

En los ejemplos anteriores, está claro que si no se trata de un texto que sólo pueda ser enseñado por profesores de literatura (según Hirsch) o que tenga que ver con la historia de una comunidad (en el caso de McFadden), no se trata de literatura. No obstante, es prudente aclarar que dichas afirmaciones no deben ser tomadas tan seriamente pues la naturaleza del enfoque de criterios es bastante excluyente y determinante, cuestión que reduciría el espectro de lo que puede o no considerarse literatura.

Por otro lado, el enfoque de prototipos se ve reflejado en un prototipo establecido al cual se quiere que guarde semejanzas con otros ejemplos similares. Wittgenstein (1953:31-32; en Meyer, 1997) dice:

No puedo pensar en una mejor expresión que caracterice estas similitudes que las “semejanzas entre familiares”; algunas de estas semejanzas entre miembros de una familia son: complexión, características, color de ojos, manera de caminar, temperamento, etc. [...] Y puedo decir: que son [prototipos] que forman una familia.

Basado en una serie de características similares a las del enfoque de prototipos, Meyer (1997) propone un listado de características exclusivas con las que cumple un trabajo literario (literatura); cabe mencionar que Meyer (1997) hace énfasis en que su propuesta no está basada en el enfoque de criterios, por lo que no se excluirá ningún trabajo literario si no cumple con una o varias de las enlistadas características. El listado para un trabajo literario según Meyer (1997) se presenta a continuación:

- ◆ Son textos escritos.
- ◆ Cuentan con un notable uso del lenguaje, incluyendo características como metáforas, frases bien empleadas, sintaxis elegante, rima y aliteración, entre otras.
- ◆ Están dentro de un género literario (poesía, ficción o drama).
- ◆ Son leídos de manera estética.
- ◆ El autor los creó para que sean leídos de manera estética.
- ◆ Contienen muchas ligeras implicaciones (cuestiones que quedan deliberadamente abiertas a la interpretación).

Para Meyer (1997) la característica básica es que un trabajo literario es un texto verbal; esta característica por sí sola permitiría que todo texto sea considerado literatura: podrían serlo las cajas de cereal, anuncios, listas de compras, etc. Es entonces que la segunda característica en el listado se vuelve importante para delimitar y diferenciar un texto cualquiera de un texto literario; siendo el cuidado en el uso del lenguaje lo que establece el significado de la palabra literatura. Sin embargo, aun con el correcto uso del lenguaje escrito ciertas composiciones y artículos de

investigación no cumplen con la tercera característica, es decir, no son poemas, ficción ni drama.

Cabe mencionar que Meyer (1997) no restringe la clasificación de literatura a los tres géneros mencionados, más bien sugiere que dichos géneros son los mejores ejemplos para ejemplificar la palabra *literatura*. Ante los párrafos anteriores es importante esclarecer que la categorización de Meyer (1997) en cuanto a los géneros literarios es poco convincente pues excluye otros géneros como lo son el terror, la aventura épica y la fábula, por mencionar algunos, siendo estos tan relevantes como los que él refiere en su investigación, ya que cuentan con la mayoría de características que según él, definen a la literatura. No obstante, Hogan (1997) coincide en decir que la poesía, ficción y drama en sus formas más generales son los mejores ejemplos que tiene la literatura Europea como estilo de literatura universal.

Con respecto a la exclusión de investigaciones y trabajos académicos es prudente aclarar que dicho descarte atiende a razones de género, por lo que no hay ninguna relación con el correcto uso de la escritura; mientras que la finalidad de un investigador a través de sus pesquisas recopiladas en un texto es comprobar, corroborar o demostrar algo que sirva de manera práctica, la literatura no busca establecer un acervo práctico ni académico.

El lector.

La literatura representa motivos y preocupaciones humanas, y es escrita y leída por que satisface necesidades humanas (Carroll, 1999). Rosenblatt (1960) considera que la literatura permite compartir lo más íntimo de vidas distantes en tiempo y espacio, así como compartir visiones de qué significa la vida humana y en qué se puede convertir. Para Jauss y Benzinger (1970) un trabajo literario no es un objeto que permanece por sí mismo y el cual ofrece la misma forma a cada lector en distintos

periodos; no es un monumento que revela su esencia atemporal, es más como una orquesta que toca nuevas notas según cada lector y al cual ofrece significado según el tiempo y experiencia del mismo. De igual forma, los mismos autores también dicen que un trabajo literario:

Despierta recuerdos de lo familiar, revuelve emociones particulares en el lector y con su “comienzo” despierta expectativas para la “mitad y el final”, las cuales pueden continuar intactas, cambiadas, reorientadas o hasta cumplidas irónicamente en el curso de la lectura [...]

En literatura los temas más frecuentes e importantes son aquellos que conciernen a la identidad individual, romance sexual y la familia. La supervivencia es la base de las historias de aventura, y así las historias que no están estrictamente orientadas a la supervivencia están orientadas a juegos de relaciones; algunos de estos son la preocupación de padres por sus hijos y relaciones de familia por lo general (Carroll, 1999). Quizás cada tradición (y ciertamente cada tradición literaria) relata cuentos de conflicto entre dos áreas, amor y poder político, e incluye tragedias y comedias en cada género (Hogan, 1997). Según estas observaciones se puede proponer una generalización de aventuras, triunfos personales y romance dentro de los temas de la literatura (Carroll, 1999).

Entonces los textos literarios reflejan un entendimiento psicológico de la naturaleza humana y se puede decir que las representaciones literarias muestran la manera en que el sujeto percibe diferencias e integra percepciones. Así, las metáforas son diversas pero tienen significado y fuerza sólo en el grado en que cada una refleja la estructura de los motivos y preocupaciones humanas. Dichos motivos y preocupaciones no son mediados por patrones conceptuales o sistemas metafóricos, son mediados directamente por sentimientos o cosas que afectan al individuo, como

deseos y miedos o placer y dolor; así, las metáforas tienen valor imaginativo en literatura y son capaces de relacionar y evocar la cualidad subjetiva de la experiencia; los sentimientos por otro lado son el tono en la literatura y el tono es la base para la estructura del género (Carroll, 1999).

No obstante, hay un consenso sobre ciertas emociones principales (*core emotions*), particularmente las seis emociones identificadas por Ekman (1994; en Carroll, 1999); dichas emociones son *alegría, tristeza, miedo, ira, asco y sorpresa*. Estas emociones son componentes esenciales en el tono y estructura de un género literario; la tristeza es la base de elegías y tragedias; la felicidad es la base de las comedias; la sorpresa es esencial para el suspenso; y la ira y asco corresponden a la sátira. Según lo antedicho, la estructura principal de una trama en representaciones literarias establece motivos humanos y emociones básicas; esto va desde historias del crecimiento de un infante hasta su edad adulta; la búsqueda de aventuras; la historia de amor; la saga por venganza; y/o un drama de celos (Carroll, 1999).

Sin embargo, la literatura no debe ser identificada sólo por su relación con las emociones experimentadas, también hay que considerar la forma en que el lector interactúa con las palabras, siendo una de estas maneras la lectura estética. Louise Rosenblatt (1978:23-25; en Meyer, 1997) propone el siguiente concepto de lectura estética:

El lector interpreta actividades muy diferentes durante la lectura estética y la lectura no-estética. El contraste deriva ante todo en el centro de atención del lector durante el evento-de-lectura.

En una lectura-no-estética (*nonaesthetic reading*), la atención del lector se centra en lo que le queda como residuo *después* de leer – la información adquirida, la solución lógica a un problema, las acciones que hay que llevar a cabo...

En una lectura estética (*aesthetic reading*), en contraste, la preocupación principal del lector es lo que sucede *durante* el evento de lectura [...] *En una lectura estética, la atención del lector está centrada directamente en lo que se le está haciendo vivir durante su relación con ese texto en particular.*

Lo anterior sugiere que el lector realiza una lectura estética cuando no se trata de un texto del que necesite recordar información, una fecha o un hecho. El hallazgo está entonces en experimentar una sensación de intimidad con el autor y para que el lector pueda llevarse asociaciones, sentimientos, actitudes e ideas de las palabras y sus referencias (Rosenblatt, 1978:25; en Meyer, 1997).

Para Hogan (1997):

La experiencia estética toma lugar... por virtud, por decirlo así, de apretar la palabra poética. Las personas estéticamente sensibles, de hecho, leen y saborean muchas veces el mismo poema. En contradicción a fines prácticos de percepción, que, al ser completada la tarea, no tiene mayor uso y debe ser abandonado, un poema, de hecho, no pierde su valor después de ser comprendido (Abhinavagupta; véase Hogan, 1997:242).

Entonces los trabajos literarios deben ser disfrutados por sí solos y no por ningún fin extrínseco, ya que el lenguaje empleado es una fuente de deleite estético que no pretende ser práctico ni teórico (Kritsonis, 2011).

Rosenblatt (1960) hace énfasis en la experiencia que vive el lector al leer el poema o la novela, argumentando que el lector se involucra íntimamente con lo que recrea al mismo tiempo que lee. Así mismo, la autora argumenta que las palabras de un poeta permanecen sólo como líneas negras en una página hasta que son vueltas a la vida por el lector en el contexto de sus propias palabras (Rosenblatt, 1960).

Lo anterior muestra que el autor comunica al lector; el lector ha sido enseñado a entender la literatura como un rollo de fotografía que espera ser revelado. Otra metáfora con la que Rosenblatt (1960) hace alusión a la relación autor/lector es un teclado, diciendo que las teclas son las propias experiencias de vida y literarias de quien lee; dichas cuestiones están directamente conectadas con las actuales preocupaciones, ansiedades y aspiraciones del lector. Bajo el estímulo correcto el lector entra en comunicación con el autor, ya que guiado por el texto encuentra en sí mismo la relación de lo que lee con lo que está viviendo en esa etapa de su vida (Rosenblatt, 1960).

Cabe mencionar que un trabajo literario no está destinado a ofrecer una serie de proposiciones literarias, más bien busca estimular la imaginación del lector ya que está compuesto principalmente por ficción; entendiendo por ficción a la serie de eventos que toman lugar en los sitios descritos en obras literarias, las historias de vida de los personajes, las decisiones de estos, así como la resolución de la trama de una manera muy general. Por lo tanto, es relevante destacar la importancia del término *imaginación*, que no necesariamente implica una serie de imágenes mentales, sino que busca crear nuevas formas de experiencia que no pueden ser representadas en la

ordinaria actualidad (Kritsonis, 2011). Entonces, la literatura es satisfactoria en el sentido en que provee de un orden psicológico; dicho orden representa particularidades de tiempo y espacio, contextos culturales, circunstancias individuales y de carácter personal. Es por ello que a través de la literatura se reconozcan e identifiquen estructuras elementales de las preocupaciones e intereses del individuo (Carroll, 1999).

Asimismo la literatura ofrece diferentes experiencias según la edad y el contexto personal del sujeto que lea; lo anterior se basa en el entendimiento que tiene el lector al entrar en contacto con la literatura y mezclarlo con su vida. Rosenblatt (1960) ejemplifica esto presentando estudiantes de preparatoria que leen La Odisea, el Libro de Job o Romeo y Julieta, argumentando que en el punto de vida en que se encuentran ese tipo de literatura ofrece significado y una experiencia disfrutable; lo anterior obedece a que se involucran personalmente y pueden asimilar el argumento con relación al desarrollo de sus emociones. Entonces cada emoción desarrollada durante la lectura ofrece una experiencia. Por supuesto, la literatura inicia como recreación literaria, después se convierte en una reflexión personal y por último ofrece la experiencia. Entender entonces el significado de cada palabra por sí sola no necesariamente permite un entendimiento total de la historia que se trata de contar; la sensibilidad literaria y la madurez literaria no se pueden separar del ritmo y crecimiento individual de cada persona (Rosenblatt, 1960).

Lo anterior demuestra que la historia de vida de un trabajo literario es impensable sin la participación de su audiencia (Jauss & Benzinger, 1970). Por ello la relación entre literatura y lector tiene tanto implicaciones estéticas así como históricas; la implicación estética es vista en el hecho de cómo el lector percibe lo que está leyendo en comparación con otras lecturas que ya ha realizado; mientras que la implicación histórica está en la apreciación del lector que continua siendo enriquecida a través de posteriores recepciones.

Esta historicidad de la literatura así como su carácter comunicativo presupone una relación de trabajo en forma de diálogo; esto puede ser entendido como una relación de mensajes tales como pregunta y respuesta y/o problema y solución. Pero la relevancia histórica de la literatura no está basada en una organización de trabajos literarios establecidos *post factum*, sino en la pasada experiencia del lector en cuanto a datos literarios (Jauss & Benzinger, 1970).

En contraste con un suceso político, un suceso literario no tiene resultados duraderos que generaciones futuras no puedan evitar; puede tener un efecto sólo si las generaciones futuras responden ante este o lo redescubren. Esto puede verse reflejado en los lectores que toman un texto del pasado o buscan autores a quienes quieren imitar, superar o refutar (Jauss & Benzinger, 1970).

Finalmente, es puntual decir que la experiencia de la lectura puede liberar al sujeto de prejuicios y predicamentos de su vida, forzándolo a una percepción distinta de las cosas (Jauss & Benzinger, 1970).

En conclusión, la información de este capítulo es parte de la base que sustenta la importancia del turismo literario como un puente entre el lector y ese mundo que parece inalcanzable, pero que gracias al desarrollo de instalaciones con tendencia a la literatura (sitios literarios) es tan accesible como cualquier viaje.

Capítulo 3

Turismo Literario.

Introducción.

La literatura como motivador de desplazamientos se ha manifestado en varias partes del mundo. En Inglaterra, el actual fenómeno de Harry Potter es un claro ejemplo de ello. A partir del éxito de los filmes basados en la serie de libros que dan vida a los personajes y escenarios creados por J.K. Rowling, en Londres se creó La Ruta de Harry Potter, recorrido de tres horas que lleva a los visitantes de manera individual o en grupos a conocer las locaciones donde se rodaron los dos capítulos finales de la saga. Este se realiza en un autobús de lujo que incluye un guía que explicará la importancia de lugares como la estación de trenes Kings Cross y otros escenarios relevantes en la aventura de Harry Potter (www.britmovietours.com, Junio 2011).

Otro ejemplo es El Globe Theatre of Shakespeare, ubicado en Londres; recinto que fue cuna de clásicos de Shakespeare como El Rey Lear, Hamlet, Oteló, Macbeth y Julio César, por mencionar algunos. Lo anterior se convierte en un motivo que atrae a miles de visitantes que quieren ver las obras del dramaturgo en el escenario original que las vio nacer (www.shakespearesglobe.com, Junio 2011). Otro ejemplo concreto en Londres es The Da Vinci Code London Tour, recorrido que sigue los pasos de Robert Langdon (personaje del libro) por sitios como Trafalgar Square, Leicester Square, Fleet Street, el Big Ben y The National Gallery, entre otros (www.davincicodelondontour.co.uk, Junio 2011).

The World of Beatrix Potter, ubicado en Lake District es otro ejemplo al ser un parque infantil temático donde se puede interactuar con personajes como Peter Rabbit, Tom Kitten, Benjamin Bunny, Mrs. Tiggy-Winkle, entre otros; el recorrido del parque dura entre cuarenta y cinco minutos y una hora (www.hop-skip-jump.com, Agosto 2012). Bowness-on-Windermere (Inglaterra) es reconocido por los lectores de Arthur Ransome (1884-1967) y su serie de libros infantiles Swallows and Amazons

(www.arthur-ransome.org, Agosto 2012). Wind in the Willows Attraction en Peak Village, Derbyshire es un parque recreativo basado en la obra del escritor Kenneth Grahame (www.peakdistrictview.com, Agosto 2012).

También existe una tienda de objetos coleccionables de Alicia en el País de las Maravillas en Llandudno (Gales), el Alice in Wonderland Centre, donde los lectores de Lewis Carroll, pueden adquirir objetos de colección inspirados en la novela (www.wonderland.co.uk, Agosto 2012). En el pueblo de Fowey (Inglaterra), se lleva a cabo el Daphne du Maurier Festival desde 1997; la escritora británica du Maurier escribió novelas como Rebeca, Mi prima Raquel y algunas de las adaptaciones al cine, basadas en sus cuentos, son Jamaica Inn y Los Pájaros (dirigida por Alfred Hitchcock). Similar al anterior festival, se encuentra Agatha Christie's Riviera, celebrado cada Septiembre en la Riviera Inglesa, donde amantes de la literatura de la llamada Reyna del Crimen (Queen of Crime), visten disfraces de época, asisten a reuniones de té, al teatro, a glamorosas cenas en trenes y viajan en antiguos autobuses, todo basado en la obra de la escritora.

Lo anterior es una clara muestra del potencial literario con que cuenta el llamado viejo continente; sin embargo, la idea de atraer turistas en búsqueda de una relación entre sitios y novelas es amplia. En Estados Unidos, The Dark Tower de Stephen King, ha provocado que sus lectores quieran conocer la intersección de la 2 av. y la E 46 st. en Nueva York, para poder apreciar un letrero que dice "Roland Deschain was here" - supuestamente escrito por el personaje del libro en uno de sus viajes a "nuestro mundo"- (www.darktowercompendium.com, Junio 2011). En Cavendish, Canadá, la escritora Lucy Maud Montgomery (1874-1942), mejor conocida por su obra Anne of Green Gables, publicó alrededor de 530 historias cortas, 500 poemas y 20 novelas, volviéndose un ícono local desde 1920; la casa donde la escritora vivió por más de 37 años se convirtió en un museo donde se habla tanto de su etapa de fama, como de sus intentos fallidos por publicar sus obras (Fawcett & Cormack, 2001).

Asimismo, existen lugares con un gran potencial literario que desafortunadamente no han logrado colocarse en la vista del turista. México es uno de estos lugares, con una cultura tan vasta en cuanto a literatura se refiere; sin embargo, no se le ha dado promoción a la literatura como objeto de un desplazamiento turístico. Un ejemplo del potencial que la literatura tiene en México como motivador de desplazamiento turístico, es el Museo del Estanquillo, recinto que acogió las cenizas del escritor mexicano Carlos Monsiváis y cuya muestra principal se compone por más de 400 piezas donadas por el mismo autor; algunas de estas son litografías, revistas, caricaturas, postales y fotografías, por mencionar algunas. (www.sic.conaculta.gob.mx/, Junio 2011). Otra importante muestra de la literatura mexicana como potencial motivador de desplazamientos es Comala; visitar el pueblo en busca de Pedro Páramo es un recurso de turismo literario que el escritor mexicano Juan Rulfo deja tras su obra (www.clubcultura.com, Junio 2011). Además de los ejemplos anteriores, cabe mencionar la importancia de escritos prehispánicos; entre los que destacan los poemas de Netzahualcóyotl (www.biografiasyvidas.com, Junio 2011), cuestión que puede considerarse un motivo para que una gran cantidad de personas interesadas en la cultura prehispánica, realicen un viaje en busca del turismo literario en México.

Turismo literario y su concepción.

El turismo literario ha sido descrito como la fascinación por lugares asociados con escritores, trayendo consigo la contemplación de los sitios de su niñez, para así poder admirar aquello que inspiró poemas o libros (Eagle & Carnell, 1977; en Herbert, 2001). Según Watson (2006), es la práctica de visitar lugares asociados con libros en particular, con la intención de saborear el texto, el lugar y sus interrelaciones. Por otra parte, el turismo literario permite que el espectador camine sobre los pasos del escritor y pueda ver con sus propios ojos, el lugar donde este se formó y comenzó a escribir (Marsh, 1993; en Herbert, 2001). Para Jia (2009), el turismo literario está enfocado en escenarios y puntos geográficos que están conectados con autores y sus

creaciones literarias. Por su parte, Crang (2003) dice que el turismo literario es una práctica por la cual novelas clave son colocadas en el mapa, y así transforman escenarios reales en míticos. Entonces el turismo literario permite que los viajeros se internen en la vida de su autor favorito y así puedan olvidarse de su existencia “mundana y de todos los días” (Curtis, 2008: 8).

Entender entonces “el carisma del turismo literario” es crucial, pues este se vuelve una atadura íntima con el trabajo del autor (Robinson, 1977; en Cabello, 2007:12); así los turistas pueden imaginarse como parte de los temas, los personajes y las conexiones presentadas en los trabajos literarios, pues quizás quieran reproducir las mismas experiencias, tener la misma personalidad descrita en la obra o simplemente seguir los senderos de vida de los escritores que admiran (Robinson y Andersen, 2004; en Cabello, 2007).

Basado en los anteriores párrafos, se puede entender al turismo literario como el conjunto de relaciones y sucesos generados a partir de los escritores y sus lectores que motiva desplazamientos con la finalidad de conocer más acerca de uno o varios autores, incluyendo los lugares que marcaron su vida, algunas anécdotas que sólo se cuentan de manera local; visitar sus casas y vivir la experiencia que el lector considere como un acercamiento al escritor que admira.

No obstante, Reid (1997; en Busby & Hambly, 2000) sugiere que hay dos tipos de turismo literario; el primero que consiste en visitar un lugar de algo que se ha leído, y el segundo, consiste en vivir un lugar conocido en ausencia del mismo. De manera similar y basado en el trabajo de Reid, Butler (1986; en Busby & Hambly, 2000) sugiere que hay cuatro tipos de turismo literario; el primero consiste en rendir homenaje a una locación específica; el segundo es aquel que se enfoca en los lugares de importancia dentro de la obra (refiriéndose esto a lugares reales descritos en la

obra con un toque de ficción); el tercero se basa en la relación de áreas específicas unidas a escritores (sitios literarios como casas-museos, parques temáticos, locaciones relacionadas directamente al escritor, etc.); y la cuarta es aquella en la que el trabajo del escritor es tan popular, que el sitio se ha vuelto un destino turístico por sí mismo. Aunado a lo anterior, Busby & Klug (2001; en Busby & O'Neill, 2006), agregan una quinta tipología llamada Travel Writing, la cual consiste en la reinterpretación de alguien que ha visitado el lugar y comunica su experiencia a audiencias mayores. El turismo literario también puede ser visto como un íntimo vistazo a la historia de la literatura (Westover, 2007). Basándose en las peregrinaciones religiosas, referidas como los primeros viajes, McKelvy (2007; en Westover, 2007) dice que si el turismo literario fuera adoptado como un hábito religioso, la literatura entonces tendría un propósito religioso. Bigelow (1824; en Westover, 2007) tiene la teoría de que la literatura, especialmente la ficción histórica, enriquece la experiencia de un lugar. Santesso (2004; en Westover, 2007) observa que el turismo literario es relevante no tanto por la obra del escritor, sino por su vida en sí.

Interés académico y especializado en el turismo literario.

En la actualidad ha surgido un amplio interés en el estudio del turismo literario; sin embargo, el turismo literario no es un nuevo fenómeno, pues la promoción de destinos turísticos basados en la literatura se ha incrementado a lo largo de las últimas dos décadas (Busby & Hambly, 2000; en Jia, 2009). Cabe mencionar que la gran mayoría de investigaciones en torno a este tema se encuentran en lengua inglesa.

La bibliografía que abarca esto va desde libros hasta artículos académicos. Un ejemplo concreto de los libros es *The literary tourist: Readers and Places in Romantic and Victorian Britain* por Nicola J. Watson (2006). En esta obra Watson aborda una serie de lugares que se han convertido en puntos de desarrollo turístico con base en el concepto de turismo literario. La autora muestra interés asociado con los escritores,

sus obras, los lugares donde nacieron, crecieron y se desarrollaron, hasta el lugar de su muerte, pasando por los escenarios que les inspiraron, entre otros. Otro ejemplo de este tipo de obras relacionadas con escritores es *Jane Austen and Co.: Remarking the Past in Contemporary Culture* por Suzanne R. Pucci y James Thompson (Editorial *State University of New York Press* 2003). La temática de esta obra está enfocada especialmente en la novelista británica Jane Austen, así como la manera en la que el desarrollo de sitios literarios de la actualidad se apoya en hacer referencia de sus obras; los autores involucrados tratan temas como desarrollo de un sitio literario basado en los trabajos de Austen, la autenticidad de los mismos, así como la compleja relación que existe entre la fantasía de sus obras y la realidad mostrada en un punto geográfico real.

El estudio del turismo literario también se ha hecho presente en artículos de carácter académico publicados en revistas científicas. Particularmente se han concentrado en Journals, tales como *Annals of Tourism Research*; *International Journal of Cultural Studies* y *TOURISM*, entre otros. La importancia de estas publicaciones no sólo recae en concentrar y establecer conocimientos de interés académico, sino en generar un mayor espectro de estudios con originalidad, calidad y credibilidad científica.

Otra muestra de la relevancia que el turismo literario ha adquirido en el mundo académico con el tiempo, son los congresos, cumbres y/o conferencias a nivel internacional. Como ejemplo concreto se tiene *Literary Tourism and the Nineteenth-Century Culture*; conferencia internacional de un día, organizada por la Doctora Nicola J. Watson y celebrada el Viernes 8 de Junio de 2007 en la Universidad de Londres. Algunas de las ponencias presentadas fueron: “Bringing Down the House: Restoring Shakespeare’s Birthplace” por Julia Thomas de la Universidad Cardiff; “Going on Literary Pilgrimage: Developing Literary Trails in South Africa” por Lindy Stiebel de la Universidad de KwaZulu-Natal; y “Building and Displaying the Nineteenth-Century Author’s House: Literary Architecture and Architectural Literature” por Erin Hazard,

entre otras. Dichas ponencias trataron aspectos relevantes dentro del campo del estudio del turismo literario, como la creación de rutas literarias, preservación de casas-museo de escritores y autenticidad de los sitios literarios, por mencionar algunos.

El interés en el turismo literario se ha reflejado también en guías de sitios relacionados con la literatura, entre ellos se pueden citar Bloom's Literary Places de Dublín, Londres, Nueva York, Paris, Roma y San Petersburgo. Estas guías hablan sobre la historia de los escritores, abordando datos específicos de la época en que estos se desarrollaron, los lugares que frecuentaban, la situación social que se vivía en el tiempo y lugar mencionado, así como otros detalles que hacen referencia al escritor.

Los ejemplos anteriores son sólo una muestra del mundo de conocimientos que se ha generado en torno al turismo literario. Con base en una revisión bibliográfica inicial, se pueden enumerar ciertos tópicos que con mayor frecuencia se han discutido en torno al turismo literario; entre ellos se encuentra la motivación, autenticidad, sitios literarios y experiencia, sin que estos compongan la totalidad de las temáticas abordadas dentro del turismo literario como objeto de estudio, y sin conocer el estado en que se encuentran.

Este capítulo sirvió para identificar y analizar cada uno de los llamados temas principales del turismo literario, por lo que su utilidad para el objetivo de esta investigación es de principal importancia en el desarrollo de la misma.

Capítulo de Metodología

Metodología.

El presente capítulo dentro de este trabajo de investigación busca explicar el orden de los pasos seguidos para llegar a los objetivos del mismo, dando muestra de que hubo una secuencia de métodos científicos en el momento de la recopilación del material consultado; durante su lectura, análisis, vaciado de ideas e identificación de los temas principales del turismo literario. Lo anterior para poder llegar al objetivo de esta investigación, el cual consiste en:

- ◆ Analizar el estado de los principales temas abordados en la bibliografía arbitrada en Inglés sobre turismo literario;

Como parte de esto, los objetivos específicos son:

- ◆ Identificar los temas principales abordados en torno al turismo literario.
- ◆ Identificar conceptos básicos en relación con el turismo literario.
- ◆ Identificar oportunidades de investigación dentro del turismo literario.

Para lograr estos objetivos se hizo uso de la revisión bibliográfica como técnica principal del estudio. Esta revisión fue de bibliografía arbitrada en inglés sobre turismo literario; esto obedece a la importancia que tiene la literatura arbitrada, basada en su credibilidad y confiabilidad científica. Es importante mencionar que el arbitraje en los trabajos académicos cuenta con dos funciones: por un lado sirve como filtro, asegurándose de que la investigación es propiamente verificada antes de su publicación; y por el otro mejora la calidad de la investigación, pasando por una rigurosa revisión por expertos que ayudan a resaltar los puntos clave y corregir

errores inadvertidos. Es decir, el arbitraje de un trabajo de investigación busca criterios como:

- ◆ Originalidad: que sea un tema novedoso o en su defecto, que muestre perspectivas que no se habían abordado previamente;
- ◆ Estructura: tomando en cuenta criterios importantes como lo son la metodología, resultados y conclusión, entre otros;
- ◆ Investigaciones Previas: este apartado revisa si las referencias a investigaciones previas son correctas o si se omitió algún trabajo importante en el campo de estudio; y
- ◆ Problemas Éticos: siendo estos plagio, fraude u otros aspectos éticos. Lo anterior demuestra la seriedad de los trabajos, así como su credibilidad científica (www.elsevier.com, julio de 2011).

Aunque la bibliografía arbitrada ha sido mayormente abordada desde perspectivas anglosajonas, cabe mencionar que en la búsqueda preliminar se encontró escasa información sobre el tema en literatura en español. Algunos de los sitios web en español que hacen algún tipo de referencia sobre el tema son:

- ◆ www.todoparaviajar.com en su entrada:
“Turismo literario: ¿qué ciudades visitar?” [Enero, 2012].
- ◆ www.enlamaleta.es en su artículo:
“Turismo Literario: En busca de la sabiduría poética y narrativa”
[Enero, 2012].
- ◆ www.elmundo.es en su apartado especial:
“Destinos literarios” [Enero, 2012].
- ◆ www.librosenred.com/ en su apartado *Reflexiones, crónicas, memorias*:
“Turismo literario” [Enero, 2012].
- ◆ www.boletin-turistico.com en su diccionario de términos turísticos, con la
definición: “TURISMO LITERARIO” [Enero, 2012].

No obstante, es preciso aclarar que los mencionados sitios web no contribuyen con conocimiento académico, más bien sólo se encargan de hacer menciones generales de autores de literatura universal y los sitios literarios relacionados con estos, por lo que la información que ofrecen no es considerada para efectos de este trabajo como parte de un acervo científico ni académico. Por lo tanto, el criterio de búsqueda permaneció acoplado sólo a investigaciones anglosajonas.

Revisión sistemática.

La revisión sistemática (*Systematic Review*) ha sido altamente utilizada en los campos de Medicina, Psicología y Política; su uso en estos campos es para asegurar que tratamientos, intervenciones e iniciativas están basados en la mejor evidencia. De este

modo, dentro de la revisión sistemática Weed (2006) propone dos acciones que se muestran a continuación:

- ◆ Buscar todas las copias impresas (o físicas) de los *journals* en el área de interés.
- ◆ Reunir todos los artículos del área de interés, publicados en tales *journals* en cierto periodo.

A los pasos mencionados hay que hacer ciertas modificaciones que se apeguen más a la investigación en curso, ya que los recursos con los que se cuenta y los resultados que se persiguen no son los mismos. Para llegar al fin de esta investigación se realizó una búsqueda extensa y detallada sobre el turismo literario, pero debido a la restricción en el acceso de algunos materiales -pues muchos de ellos son de cuota-, se extrajeron sólo aquellos que estaban de una u otra forma disponibles.

- ◆ Se buscó la mayor cantidad de ejemplares (físicos o digitales) de artículos (*journals*) en el área de turismo literario.
- ◆ Se reunieron todos los artículos (*journals*) posibles del área de turismo literario de tales *journals* sin importar su fecha de publicación; esto permitió reunir la mayoría de los trabajos que se hicieron en un inicio y que hoy podrían considerarse clásicos, así como artículos más recientes para comprobar la evolución y estado actual del tema investigado.

Se puede observar entonces que los pasos seguidos para los fines de esta investigación siguen de manera parcial los aplicados por Weed (2006); en este caso, tal estructura obedece a una recopilación de artículos, libros y/o memorias de congresos relacionados con el tema investigado. Por lo tanto, como paso inicial se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos en línea para la presente investigación. Algunas de éstas son:

- ◆ Scopus.
- ◆ ScienceDirect.
- ◆ DOAJ.
- ◆ Redalyc.
- ◆ Dialnet.
- ◆ Latindex.
- ◆ Google Scholar (utilizando exclusivamente el servidor de Reino Unido).

El objetivo que persiguió este proceso sistemático fue identificar y enlistar la mayor cantidad posible de investigaciones arbitradas para así poder compilar los temas principales que diversos autores se han encargado de estudiar. No obstante, es relevante esclarecer los criterios por los que dichas bases de datos fueron elegidas y utilizadas o descartadas durante el proceso de recopilación de datos, para valorar el carácter sistemático de este estudio así como describir los hallazgos encontrados durante la ya mencionada recopilación.

SciVerse Scopus.

Scopus es una base de datos anglosajona de artículos de investigación; esta abarca publicaciones en serie como *journals* (ya sea en formato impreso o electrónico), *trade journals*, series de libros y material de conferencias que tengan ISSN o ISBN (*International Standard Serial Number*). Cuenta con un acervo de 46 millones de archivos; casi 19,500 títulos de 5,000 editores a nivel mundial; e incluye alrededor de 4.6 millones de documentos de conferencias, entre otros. Lo antedicho demuestra que Scopus es una base de datos en línea que cuenta con la suficiente variedad de artículos de investigación y confiabilidad científica ya que como la misma web lo dice, es “La base de datos más grande de *abstracts* y menciones de literatura arbitrada” (www.scopus.com/home.url; Enero, 2012). Sin embargo, Scopus no será incluida al listado de bases de datos consultadas; esto obedece a que el acceso está restringido sólo a usuarios e instituciones registradas.

ScienceDirect.

ScienceDirect es una base de datos anglosajona que cuenta con artículos completos de más de 2,500 *journals* y capítulos de más de 11,000 libros. Actualmente cuenta con 9.5 millones de artículos y capítulos de libros y se estima que cada año hay 0.5 millones de adiciones. Una de las cualidades que ayudó a ScienceDirect a ser considerada como una de las bases de datos confiables dentro del mundo académico es haber digitalizado contenidos de publicaciones impresas que datan del año 1823, cuestión que permite consultar a los clásicos que forjaron las bases del conocimiento que hoy se tiene. En adición, cabe resaltar que desde 2003, muchos autores que envían sus trabajos a ScienceDirect han anexado documentos de audio, imagen y video permitiendo una sencilla comprensión de sus trabajos (www.sciencedirect.com; Enero, 2012).

La base de datos en línea ScienceDirect ha sido una de las principales fuentes de búsqueda para la investigación en curso; hay que resaltar que ha sido la más consultada desde que se comenzó con la investigación por su facilidad de acceso y sus sencillos menús de búsqueda.

DOAJ.

DOAJ son las siglas en inglés de una base de datos llamada *Directory of Open Access Journals*. Esta alberga 7401 *journals* y 737, 865 artículos de acceso gratuito; es importante mencionar que la cualidad de *open access* determina en sobremanera la cantidad de información a la que se puede tener acceso, resultando esto en un número menor al de las bases de datos ya mencionadas. A pesar de esto no pierde valor frente a las demás bases de datos, sino todo lo contrario, resulta en una búsqueda que prácticamente garantice una mayor recopilación de información relevante para la investigación en curso (www.doaj.org/; Enero, 2012).

Google Scholar (Servidor Reino Unido).

Es importante mencionar que Google Scholar desde su servidor de Reino Unido fue de gran utilidad para la investigación por su cualidad de *open access*; a esto hay que esclarecer algunas cuestiones como ¿Por qué utilizar Google Scholar? ¿Por qué buscar específicamente en el servidor de Reino Unido? y ¿Qué permite confiar en este buscador cuando ya se ha hablado de bases de datos especializadas en investigación científica? Las respuestas a dichas cuestiones han ayudado a recopilar una basta cantidad de información; Google por sí solo, funge como buscador de todo tipo de información que se encuentre en la red. Google con su aplicación Scholar permite realizar una búsqueda más definida bajo un criterio académico, otorgando enlaces a páginas web que cuentan con información que está, en su mayoría, meramente relacionada con investigaciones y hallazgos científicos.

Ahora, es preciso explicar que el uso de Google Scholar desde su servidor en Reino Unido se ajusta a la búsqueda ya descrita de literatura arbitrada en lengua anglosajona, puesto que en búsquedas iniciales en Google Académico en el servidor de México se ha podido observar que los resultados arrojados no son tan consistentes y abundantes como lo son en Google Scholar de Reino Unido (scholar.google.co.uk/schhp?hl=es&tab=ws; Enero, 2012).

Es importante aclarar también que lo antedicho deja abierta la posibilidad de encontrar lo que se está buscando o dar con cualquier tipo de información que no necesariamente se ajuste a la búsqueda ni sea de ayuda para la investigación; por ello, la utilidad del buscador pasa a ser más una herramienta de apoyo, puesto que a través de una búsqueda de palabras clave o hasta los mismos títulos de fuentes consultadas en las bases de datos, ha vertido una serie de resultados que han conducido en su mayoría a artículos, memorias de congresos, tesis, libros y capítulos completos sobre el tema investigado.

Redalyc.

Redalyc es una base de datos en español que cuenta con 758 Revistas científicas; 17,538 números y 217,740 artículos completos. Es importante mencionar que aunque también indexa investigaciones en inglés, dicha base de datos no arrojó ningún documento que haga referencia a turismo literario; esto fue confirmado tras ingresar las palabras clave (ver Palabras Clave) y revisar las primeras 10 hojas de resultados, las cuales no arrojaron ningún documento que tuviera relevancia para la investigación (<http://redalyc.uaemex.mx/>; Enero, 2012).

Dialnet.

Dialnet es otra base de datos en español que alberga 7,547 revistas; 3,249,050 documentos; asimismo cuenta con la colaboración de 56 bibliotecas universitarias; 4 bibliotecas públicas y 10 bibliotecas especializadas (<http://dialnet.unirioja.es/>; Enero, 2012).

Repitiendo los pasos de búsqueda aplicados en el portal de Redalyc, los resultados tras las palabras clave en español sólo arrojaron un artículo titulado:

- ◆ “Turismo Literario” en Biblioasturias: revista de las bibliotecas públicas del principado de Asturias, 2010, N° 17, pp. 15-19.

Sin embargo, no se puede tener acceso total ni parcial al ya mencionado.

En la búsqueda con las mismas palabras pero en inglés, se encontraron sólo 2 artículos:

- ◆ “Managing Culture in Ireland: Literary Tourism and James Joyce as a case study” por Jarazo Alvarez, Rubén. En *New perspectives on James Joyce*, 2010, pp. 233-242.

- ◆ “Literary tourism, 'littérature-monde' and the ethics of conversation in Ernest Pépin's 'L'envers du décor’” por Murray-Román Jeannine. En International journal of francophone studies, Vol. 12, N°. 2-3, 2009, pp. 289-304.

De la misma manera en que no se pudo tener acceso al artículo en español, los dos anteriores tampoco permiten acceso ni siquiera a un *abstract*. Lo anterior es muestra suficiente de que Dialnet también queda descartada como herramienta de apoyo para la investigación en curso.

Latindex.

Latindex es una base de datos en español editada en países de América Latina, el Caribe, España y Portugal; cuenta con un directorio de 20,150 revistas científicas, un catálogo de 5,482 revistas y 4,213 enlaces a revistas electrónicas; de estas últimas algunas son electrónicas y otras en formato impreso. Latindex funge como un buscador de revistas de investigación científica por lo que su relevancia para la investigación es relativamente mínima; no tiene tanta importancia como las otras bases de datos ya mencionadas puesto que no ofrece documentos científicos como tal, en cambio sólo aporta los datos específicos de tales revistas. Por lo tanto, Latindex quedó descartada para propósitos de la investigación (www.latindex.unam.mx/; Enero, 2012).

Palabras clave.

Establecidos los criterios de qué puede ser una herramienta de apoyo en el proceso de recopilación de datos y qué no lo es, cabe precisar cómo se llegó a la búsqueda de palabras clave con las que se comenzó la recopilación de documentos.

La primer búsqueda se basó sólo en encontrar cualquier coincidencia con el término “literary tourism”; esto arrojó una tesis bajo la autoría de Curtis (2008), en la que se identificaron tras su lectura, una serie de conceptos que parecían ser relevantes tanto para la autora como para comprender la estructura de lo que es el turismo literario. Tales conceptos y a los cuales se fueron agregando más a lo largo de la investigación son:

- ◆ Literary Tourism
- ◆ Literary Tourist
- ◆ Literary Site
- ◆ Literature and Tourism
- ◆ Literary Tourism Site
- ◆ Literary Trails
- ◆ Literary Travels
- ◆ Literary Pilgrimages
- ◆ Literary Place
- ◆ Poetic Tourism
- ◆ Tourism and Literature
- ◆ Literary Tours
- ◆ Literary Destinations
- ◆ Literary Heritage
- ◆ Literary Landmarks
- ◆ Literary Landscapes

Las anteriores palabras clave permitieron un avance en la recolección de documentos relevantes para la investigación.

Tras la recopilación de artículos (*journals*), capítulos de libros, memorias de congreso (*conference proceedings*) y tesis, se procedió a dar lectura a cada documento obtenido a través de la recopilación de material basada en las palabras clave mencionadas en párrafos anteriores.

En la primer lectura (de cada documento) hubo subrayado de ideas generales que parecían tener importancia para la investigación en curso; de dichas “ideas generales” surgió particular interés en temas que se repetían en contantes ocasiones, tales como: “Turismo Literario, Sitio Literario, Turista Literario, Experiencia y Autenticidad”, por mencionar algunos. No obstante, tras una segunda lectura (de los mismos) se llegó a una mejor comprensión ya que en un inicio se trató de crear un panorama sobre el Turismo Literario desde cero; entonces, para la segunda lectura, los temas estudiados por un autor, así como las ideas que este proyectaba en su investigación ya podían relacionarse con las de otro autor, dando así un orden y coherencia a temas que tenían relación directa unos con otros.

Una vez que el cúmulo de conocimientos tuvo cierto orden, se continuó con el diseño de fichas que ayudaron a identificar de manera individual qué autor investigó sobre qué tema, en qué año había sido su publicación, qué publicación había sido esta, entre otros datos que cumplieron con el objetivo de la investigación en curso.

A continuación se muestra la plantilla de una ficha en blanco y una llena como ejemplo.

Plantilla en blanco.

Turismo Literario: Los Temas Principales en la Bibliografía Arbitrada en Inglés.	
Autor	
Año	
Journal / Libro / Memoria de Congreso / Tesis	
Título del Artículo / Capítulo / Ponencia / Tesis	
Temas	
Descripción	
Comentario	

Ejemplo de una Ficha llena.

Turismo Literario: Los Temas Principales en la Bibliografía Arbitrada en Inglés.	
Autor	Curtis, Amanda.
Año	2008
Journal / Libro / Memoria de Congreso / Tesis	Literature and Tourism. An Honors Thesis. Ball State University. Muncie, Indiana.
Título del Artículo / Capítulo / Ponencia / Tesis	Literature and Tourism.
Temas	Sitios Literarios / Experiencia / Autenticidad
Descripción	Curtis aborda al turismo literario enfocandose directamente en los sitios literarios, así como la importancia que estos tienen para los lectores debido al contacto con la obra del autor. Entonces la experiencia del visitante tiende a ser tan rica en emociones basandose en qué tan familiarizado esté con la obra o datos personales del autor; como muestra de ello, Curtis utiliza un instrumento en 6 lugares (Charles Dicken's Museum, Jane Austen's House Museum, The Jane Austen Center, William Shakespeare's Home, The Globe Theatre y Sherlock Holmes Museum) para definir qué tanto conocimiento había sobre el escritor y su obra, previamente a la visita. Según los hallazgos, existe una relación entre la experiencia vivida y el conocimiento que se tenía del autor y/o su obra antes de visitar el sitio literario.
Comentario	Curtis aborda lo más básico en cuanto a Sitios Literarios: los autores, el desarrollo del sitio basado en la obra, la experiencia que se pretende proyectar al lector y la creación del mismo sitio, entre otros. Esto convierte su tesis en un documento sencillo de entender; los sitios en los que basa su investigación están relacionados a Escritores populares de la era moderna, lo que permite una fácil comprensión del texto.

La creación y uso de las fichas ayudó a llegar a los hallazgos de la investigación en curso; esto quiere decir que se pudo clasificar la información por temas, crear relación entre un autor y otro, así como comparar y fortalecer la información que cada uno publicó. En resumen, las plantillas son una herramienta de consulta de forma rápida y sencilla sobre los temas principales del Turismo Literario (material sobre el que se basó esta investigación).

Capítulo de Hallazgos

Hallazgos.

Tras el análisis de la literatura arbitrada en inglés sobre turismo literario, se ha logrado determinar que el tema se encuentra en un estado de constante cambio y análisis que permitirá ampliar oportunidades de investigación y crecimiento para el mismo. Muestra de lo anterior es que las investigaciones de varios autores como Herbert (2001), Curtis (2008), Jia (2009), Earl (2008), Watson (2006) y Crang (2003), entre otros, señalan al turismo literario como un fenómeno que crece día a día, por lo que se puede decir de manera concreta que la oferta de una experiencia literaria con base en el turismo no está determinada por factores ya identificados ni sigue un proceso en particular, pues el turismo literario crece y se desarrolla de la forma en que el visitante lo desea; dentro de la cual cabe considerar el conocimiento que el turista literario tiene del escritor y su obra. No se puede esperar que haya las mismas expectativas ni sugerencias de quien ha leído todos los libros publicados por determinado escritor, que de quien sólo ha leído uno o unos cuantos; así como no se puede esperar generar una experiencia exclusiva para todos los turistas literarios pues cada persona es única. En ese sentido también hay que considerar que factores inherentes al turista como estado de ánimo, edad, nivel de educación, entre otros y factores externos, como dónde está ubicado el sitio literario, cómo es la interpretación de los actores del sitio literario, la escenografía y hasta el clima, pueden determinar la experiencia que se vive.

Entonces esta serie de concepciones de naturaleza inidentificable por su individualidad sobre cada escritor, sitio y experiencia son lo que coloca al turismo literario en un punto difícil de identificar como objeto de estudio. No obstante, es también esta característica de procesos de frecuente cambio, innovación, reinterpretación, reinención y búsqueda la que permite el crecimiento de su estudio así como nuevos horizontes para su investigación.

Dentro del estudio del turismo literario fueron señalados los temas principales que lo componen tras la recopilación, lectura y análisis de más de 30 investigaciones procedentes de tesis, artículos (*papers*), capítulos de libros y memorias de congreso (*conference proceedings*). Así, fueron identificados los siguientes temas como principales: Sitios Literarios, Turista Literario, Autenticidad, Experiencia y Motivaciones; encontrando la relevancia de dichos temas tras ser acreditados por ser de los más estudiados por autoridades académicas e investigadores de renombre dentro de su área, así como su frecuente cita dentro de otras investigaciones que buscan generar nuevo conocimiento académico.

Journals como “*Annals of Tourism Research*”, “*Acta Turistica*”, “*TOURISM*”, e “*International Journal of Cultural Studies*”, entre otros, son publicaciones especializadas en investigación académica donde se pueden encontrar estudios sobre turismo literario; autores como David Herbert (2001), cuyo artículo “*Literary Places, Tourism and The Heritage Experience*” cuenta con al menos 155 citas realizadas por publicaciones sobre turismo literario (en el buscador de Google Scholar a la fecha del 11/03/2013; sin mencionar citas de sus otras publicaciones); por otro lado el libro “*The Literary Tourist – Readers and Places in Romantic and Victorian Britain*” de Nicola J. Watson (2006) cuenta con más de 400 citas de otras investigaciones que le permiten dar forma a su publicación. Por su parte, la investigadora Lindy Stiebel cuenta con más de 25 artículos publicados en *journals*, 2 memorias de congreso (*conference proceedings*), 10 capítulos en libros, 5 libros publicados, 4 revisiones de libros, ha participado como comentarista y/o ponente en 11 conferencias a nivel local y 10 en conferencias en el extranjero y ha asistido a 24 seminarios como ponente y/o asistente, todo lo anterior con base en turismo literario. Por datos como los anteriores los autores consultados durante esta investigación se encuentran entre los más citados de su área de análisis e investigación.

Es pertinente señalar que lo antedicho es tan sólo una muestra de que existe un vasto acervo de investigación científicamente comprobable y respaldada por instituciones e investigadores de renombre en torno al turismo literario, pero también demuestra que el turismo literario puede ofrecer más a los turistas literarios y puede crecer en términos de investigación académica.

Entonces los temas identificados como principales por la valía de las razones ya señaladas, serán abordados en las subsecuentes líneas, donde se detallará en concreto qué autores han abordado su estudio, en qué lugares y qué oportunidades de investigación quedan abiertas para dicho campo de estudio.

Sitios literarios.

Los sitios donde existe una relación entre escritores y obras literarias llegan a ser definidos como sitios literarios, entendiendo por sitio literario al lugar que hace referencia al escritor, su vida y obras; sus efectos personales aún conservados; una casa-museo temática; el paisaje que le inspiró a crear personajes ficticios, lugares imaginarios y/o circunstancias; y hasta un parque temático ambientado en la época descrita con interpretaciones alusivas a las situaciones de la obra (Curtis, 2008). Los sitios literarios están relacionados con hechos -datos biográficos y lugares reales asociados al autor, o lugares y personas reales asociadas a sucesos ficticios y personajes- y ficción -trama, sucesos y personajes- (Jia, 2009). Según Crang (2003), la visita a un sitio literario es acerca de interpretar la lectura, visitar el lugar y darle una forma real a los paisajes imaginados. Aunado a esto, los sitios literarios también cuentan con una cualidad excepcional: la relación entre sitios y personajes ficticios con sitios y personas reales; los sitios literarios tienen base en un significado proveniente de mundos imaginarios, pero una emoción real para quien los contempla (Herbert, 2001).

Herbert (2001) dice que los sitios literarios no son un accidente histórico ya que no son el vestigio de algún suceso histórico al que se le pueda visitar posteriormente, sin embargo, algunos de estos sí podrían ser considerados como tal; un claro ejemplo de estos podrían ser las casas-museo de escritores, las lapidas de estos y los lugares de relevancia en la vida del escritor (como la taberna a donde solía asistir, el páramo donde solía meditar y escribir). Por otro lado, los sitios literarios que no están asentados en el lugar específico que tiene relación directa con el escritor, como parques temáticos con recorridos literarios o festivales locales que resaltan la vida de su escritor local, sí pueden ser considerados una construcción social, ya que son planeados, desarrollados y ejecutados con el fin de recrear un sitio y un ambiente que no pertenece a ese lugar. La creación de un sitio literario consiste en dar forma a un lugar que se ha imaginado, tomando la interpretación de la novela para colocarlo en un escenario real; así, aunque el sitio literario busca mostrarse con evidencia física en el escenario que se presenta, también es forjado por una serie de elementos invisibles que se detonan en el interior del turista literario al estar ahí.

La imagen que se pretende proyectar en los sitios literarios es desarrollada desde distintas perspectivas. Pudiendo ser el hecho de mostrar la casa donde vivió el escritor, conservada con decoraciones, muebles y objetos de la época a la que pertenece como si estuviera protegida del paso del tiempo; algún tipo de información extraoficial sobre la vida personal de escritor; o bien puede ser un sitio literario que más allá de enfatizar aspectos personales del escritor, se basa por completo en una de sus obras en particular. Estas pueden ser la más conocida comercialmente o la menos popular pero considerada como una reliquia de culto por sus lectores. Sin embargo, la imagen que realmente percibe el turista literario es la que crea a base de lo que él desea, dependiendo esto de factores como su estado de ánimo, qué tanto sabe del escritor (sobre su vida), qué tantas obras del escritor ha leído, cuál es su personaje favorito, cuál es su libro favorito, etc. Un ejemplo es que si el sitio literario está basado específicamente en alguna obra en particular del escritor que no es del agrado del turista literario, la experiencia no será tan grata ni satisfactoria como si estuviese en

un sitio literario basado en su obra predilecta. Y es importante establecer que el éxito que tenga o pueda tener el sitio literario no va necesariamente de la mano con la popularidad del escritor ni su obra.

Aun si el sitio literario estuviera basado en las obras más reconocidas y populares del escritor, el turista literario busca autenticidad en la presentación y representaciones del sitio con respecto a la obra, por lo que su planeación, desarrollo y ejecución no deben ser tomados a la ligera.

Cabe mencionar que lo más importante para el lector al estar en un sitio literario es recrear sus pasajes favoritos de la novela, caminar sobre los pasos del escritor y conocer los lugares que lo inspiraron. También es relevante señalar que el visitante no es un actor pasivo y la principal experiencia que busca es participar y sentirse parte del lugar y la situación, como si estuviera en la piel del personaje principal de la novela, pues estas simulaciones sirven como escape de su vida diaria y mundana. Por otro lado, la contraparte de lo anterior es que también hay lectores que no quieren que su novela favorita pierda seriedad ni se convierta en un objeto trivializado por la comercialización y mercadotecnia.

Los sitios literarios han sido estudiados por numerosos autores, pero algunos de los más citados son Herbert (1996 y 2001), Fawcett y Cormack (2001), Stiebel (2004; 2007) y Busby (2000; 2004; 2006; 2009) –ver Tabla 1–. Aun cuando sus investigaciones fueron realizadas en distintas locaciones y buscaban diferentes fines académicos, como el análisis de las motivaciones que habían llevado ahí al turista literario o datos estadísticos que permitieran conocer qué sitio literario era más visitado, todos tenían al menos uno de los siguiente elementos en común: el sitio literario contenía aspectos biográficos del escritor, estaba establecido en el lugar real

de la vida, nacimiento y/o muerte del escritor y contaba con escenarios reales o ficticios y/o actores que representan algún pasaje de la obra.

Cabe mencionar que los sitios literarios son la representación física y tangible más cercana de la imagen que nace en la mente del lector durante la lectura y previo al conocimiento de que un lugar así existe en realidad. Entonces el sitio literario es toda una experiencia por sí mismo donde las interpretaciones y escenarios cobran vida porque es el principio que nació con cada línea que el lector avanzaba, imaginando, soñando y deseando ser parte de la historia y es finalmente en el sitio literario donde puede sentirse dentro de la obra, pues es fuera de su imaginación pero no alejado de lo que nació en ella.

A continuación se presenta una tabla que indica a los autores que han estudiado los sitios literarios, así como el sitio, la publicación y año en que emiten su investigación.

Tabla 1 – Sitios Literarios (fuente: autores citados en esta investigación).

Sitios Literarios			
Año	Autor	Journal / Libro / Memoria de Congreso / Tesis	Sitio Literario
2001	Fawcett, Claire y Cormack, Patricia.	Annals of Tourism Research, Vol. 28, N° 3, pp. 686-704.	<i>Lucy Maud Montgomery's Cavendish Home, Green Gables House, Prince Edward Island National Park, Anne of Green Gables Museum,</i> en Canadá.
2001	Herbert, David.	Annals of Tourism Research, Vol. 28, N° 2, pp. 312-333.	<i>Jane Austen's Chawton,</i> en Inglaterra. <i>Dylan Thomas Laugharne,</i> en Gales.
2003	Crang, Mike.	Jane Austen and Co. : Remaking the past in contemporary culture. Ney York: State University of New York Press, pp. 111-132.	<i>Literary Hampshire,</i> en Chawton. <i>The Brontë Country,</i> en Haworth. <i>The Lorna Doone, Country</i> en North Devon.
2006	Müller, Dieter K.	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 6, N° 3, pp. 214-228.	<i>Märbacka minnesgård Rottneros o Ekeby,</i> en Sunne, Suiza. <i>The Astrid Lindgrens värld,</i> <i>The Astrid Lindgrens garden,</i> en Vimmerby.
2007	Stiebel, Lindy.	Scrutiny2, Vol. 12 N° 1, pp. 93-106.	<i>The Richard Rive's District,</i> en Cape Town. <i>The Sophiatown Soweto,</i> en Johannesburgo.
2008	Bhandari, Kaylan.	TOURISM Vol. 56, N° 3, pp. 283-293	<i>The Robert Burns Centre,</i> en Dumfries. <i>The Burns National Heritage Park,</i> <i>The Burns Cottage and Museum,</i> <i>The Burns Monument and Gardens,</i> <i>Kirk Alloway,</i> <i>Auld Brig o'Doon,</i> <i>The Tam o'Shanter Experience,</i> en Ayr, Escocia.

Continuación de la Tabla 1 – Sitios Literarios.

Sitios Literarios			
Año	Autor	Journal / Libro / Memoria de Congreso / Tesis	Sitio Literario
2008	Curtis, Amanda.	Literature and Tourism. An Honors Thesis. Ball State University. Muncie, Indiana.	<i>Charles Dickens Museum</i> , en Londres. <i>Jane Austen's House Museum</i> , en Chawton. <i>Jane Austen Centre</i> , en Bath. <i>William Shakespeare's Home</i> , en Stratford-upon Avon. <i>The Globe Theatre</i> , en Londres. <i>The Sherlock Holmes Museum</i> , en Londres.
2009	Jia, Hongyan.	TOURISM, Vol. 57, N° 1, pp. 69-83.	<i>Wang Zengqi Water Region Folk-custom Theme Park</i> , en Jiesshou, China.
2009	MacLeod, Nicola Hayes, Deborah y Slater, Alix.	Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 18, N° 2, pp. 154-172.	<i>Shakespeare's burial place</i> , en la Iglesia de la Santa Trinidad en Stratford. <i>Robert Burns' birthplace</i> , en Alloway, Escocia. <i>The Dickens World</i> , en Chatham, Kent. <i>The World of Beatrix Potter</i> , en Windermere.
2009	Stetz, Margaret D.	Literary Tourism And Nineteenth-Century Culture. Palgrave Macmillan. pp. 119-127.	<i>The Residence of Mr. Rudyard Kipling</i> , en Vermont. <i>Mr Hall Caine's Late Residence</i> , en Keswick. <i>Mr. J. M. Barrie's Residence</i> , en Kirriemuir.

Es pertinente señalar que dentro del análisis realizado para esta investigación, se identificaron tipologías (ver Tabla 2), dimensiones (Tabla 3), categorías (ver Tablas 4 y 5) e interpretaciones de un sitio literario (ver Tabla 6), así como tipos de recorridos

literarios (ver Tabla 7), por distintos autores, por lo que también serán mostrados a continuación en una serie de tablas que los clasifica como se muestran.

Tabla 2 – Tipologías de Sitios Literarios (basado en Herbert, 2003; en Bhandari, 2008).

1ra.	El sitio literario toma la forma de un pequeño museo o colección basada en una casa ocupada por un escritor, cuyos efectos personales aún se conservan y son relacionados directamente al mismo.
2da.	Surge únicamente del mundo imaginario, creado por el escritor.
3ra.	Atañe a aquellos sitios literarios que tienen nombres como “Catherine Cookson Country”, “Bronte Country”, etc., pues son estas etiquetas las que se utilizan como parte promocional de la mercadotecnia para incorporar esta conexión literaria con un logo que sirva como sello de distinción.
4ta.	Es aquella asociada a un festival o celebración literaria con una amplia promoción a escritores y sus novelas.

Tabla 3 – Dimensiones de un Sitio Literario (basado en Herbert, 2001).

Dimensión 1	Esta consiste en que son las razones literarias del lugar el principal motivo para atraer turistas, sin embargo cualquier sitio de corte turístico es vulnerable a su comercialización y posterior degradación.
Dimensión 2	Esta implica que es necesario otro tipo de infraestructura para cumplir las demandas de los turistas. La relación entre estos aspectos difiere entre los sitios literarios que dependen del renombre del escritor y su obra; entre más popular el escritor, más comercializado será el sitio literario basado en su obra.

Tabla 4 – Categorías de un sitio literario (basado en Fawcett y Cormack, 2001).

Modernista.	Que está basado en hechos reales y autorizados.
Ecléctico.	Cuenta con una serie de estímulos, incluyendo material real e imaginario.
Racionalista.	Donde la experiencia del visitante está controlada por la interpretación ofrecida de modo que cada elemento sea entendido y digerido por el visitante.

Tabla 5 – Categorías de un sitio literario (basado en MacLeod, Hayes y Slater, 2011).

Sitio Real.	El sitio real está relacionado con la biografía del escritor y consiste en lo que Herbert (2001) describe como accidente histórico (entendido como un sitio donde nació, vivió, murió y/o se sepultó a un escritor).
Sitio Imaginario.	Este es el que provee escenarios para las novelas obras y/o poemas.
Sitio Construido Socialmente.	Estos sitios son los que han sido construidos, comercializados y promocionados de manera que atraigan visitantes.
Pueblo Literario.	Es aquel donde la asociación con el escritor y/o su obra es tal por el orgullo local que este representa, que se realizan festivales para conmemorar y rendirle homenaje.

Tabla 6 – Interpretaciones de un sitio literario (basado en MacLeod, Hayes y Slater, 2011:164).

Los sitios literarios pueden ser interpretados por las siguientes proposiciones:

Proposición Singular.	Basada y enfocada únicamente en la historia y/o un personaje de la obra.
Proposición Creativa.	Utiliza una serie de personajes y escenarios para explorar el tema del sitio literario.
Proposición Colectiva.	Donde un grupo de personalidades literarias son relacionadas a un lugar específico.

Las anteriores tablas son una muestra de las interpretaciones que cada autor ha buscado dar a un sitio literario, no obstante, es importante no dejar de lado el tipo de recorrido que se toma o da en un sitio literario, puesto que de esto depende la experiencia que el turista literario se lleve consigo y por lo que a continuación también se mostrará una tabla que especifique los tipos de recorridos literarios.

Tabla 7 – Tipos de Recorridos Literarios (basado en MacLeod, Hayes y Slater, 2011).

Recorrido Biográfico.	Trata de que el recorrido sea una experiencia que enfatice la vida del escritor; este tipo de recorrido es desarrollado de forma que el visitante adopte una postura de admiración y respeto, aunque su rol primario consiste en celebrar la vida y obra del escritor. Es importante mencionar que ese tipo de recorridos no suelen ser tan efectivos en visitantes que no cuentan con una noción previa del escritor ni su obra.
Recorrido de Paisaje.	Estos recorridos por lo general son en espacios abiertos, pudiendo ser estos la ciudad entera en la que vivió el escritor e incluyendo lugares como el bar que frecuentaba, la escuela a la que asistió de niño, la fábrica en la que trabajó antes de dedicarse a escribir, etc. Para llevar a cabo tal recorrido se ha necesitado el apoyo de autoridades locales, sociedades civiles y hasta el sector privado. Este tipo de recorrido hace uso de productos culturales formales como museos, casas, centros de visitantes e informales como bares, mercados locales y otros escenarios.
Recorrido Genérico	Estos recorridos son desarrollados por las autoridades locales; su principal objetivo consiste en celebrar la tradición intelectual de la región e impulsar el estatus y la reputación de la localidad. El éxito de lo anterior depende de la coherencia de la historia que se da; si las fechas, lugares y eventos tienen la fuerza de atraer turistas, esto puede convertirse fácilmente en una tradición digna de celebraciones, ferias, festivales, carnavales, etc.

En resumen, un sitio literario podría considerarse como el lugar geográfico real donde la magia de la imaginación del turista literario cobra vida y forma, e incluso le permite experimentar en carne propia lo que tantas veces sólo fue un sueño, para esta vez poder vivirlo a través de sus ojos y el roce de sus manos.

Turista literario (Peregrino literario).

En un inicio no había turistas literarios. Eran peregrinos literarios que con el pasar del tiempo, el turismo de interés especial (*Special Interest Tourism -SIT-*) y la apertura de sitios literarios, les fue transformando en lo que actualmente se conoce como turista literario, por lo que a continuación se dará una explicación de la transformación de esta tipología (ver Tabla 8).

Las peregrinaciones comenzaron como un viaje religioso y eventualmente se transformaron en experiencia turística. Para poder ver al turismo literario como una forma de peregrinación religiosa, es necesario comparar a los turistas literarios con peregrinos religiosos que al final son un grupo de gente que se desplaza a lugares selectos (o sagrados) para alcanzar una meta personal/espiritual.

Los peregrinos son normalmente vistos desde un punto de vista o perspectiva religiosa y/o espiritual. Entonces es importante señalar que si bien existe una gran cantidad de conexiones entre la religión y el turismo, la interrogante de este apartado es: “¿qué tienen en común los peregrinos y la religión con los turistas literarios y el turismo literario?”.

Según Fairer-Wessels (2005), teólogos declaran que aunque el turismo no es una clase de peregrinaje, las peregrinaciones pueden verse como las antiguas bases del turismo moderno; en tiempos antiguos la mayoría de los viajeros eran peregrinos que se reunían en lugares como templos o santuarios durante las fiestas sagradas (actualmente vacaciones) y en el corazón de la enseñanza religiosa existe la necesidad espiritual de la humanidad por buscar y encontrar continuamente valores que sean verdaderos. Esto dice que tal búsqueda es llamada peregrinación, puesto que el hombre se ve motivado a realizar un viaje a un lugar sagrado en busca de algo sagrado; por lo tanto, una peregrinación puede ser considerada en cierto sentido como un viaje realizado para cumplir con una profunda necesidad o emoción espiritual, y puede ser visto como un viaje espiritual incluso si su significado no tiene que ver necesariamente con una religión en particular.

En otras palabras, cuando se habla de una peregrinación literaria, denota un sentimiento de compromiso hacia experimentar cierto lugar en un nivel espiritual; la razón por la que la gente se embarca en una peregrinación es porque busca sentirse

uno con un lugar y sentir como si hubiera sido transportado a otra dimensión de espiritualidad que sólo ahí puede sentir.

El peregrinaje implica el desplazamiento de gente que sale de su vida diaria, estructurada con roles y estatus, a un centro sagrado donde puede entrar en un mundo que no es regido por estructuras, a través de la celebración de un ritual de su común y universal humanidad. Entonces los términos peregrinación y turismo definen construcciones culturales o conceptos de categorías específicas de gente que viaja por razones de una búsqueda espiritual.

Ahora, ¿quién es un peregrino? Fairer-Wessels (2005), dice en su trabajo que teólogos argumentan que un peregrino camina con delicadeza sobre suelo sagrado, mientras que el turista invade lugares sagrados para fotografiar sus restos; el peregrino viaja con humildad y paciencia, mientras que el turista viaja con prisa y arrogancia. El turista es un semi-peregrino y el peregrino es un semi-turista.

Por lo anterior se puede establecer que el fenómeno de la peregrinación y el fenómeno del turismo tienen similitudes. El turismo puede ser considerado como un tipo de peregrinación de la civilización moderna, basado por un lado en los motivos del desplazamiento turístico y por el otro, en los motivos de una peregrinación, en especial cuando los motivos del turismo se vuelven más serios y el viaje se convierte en algo más que sólo recreación y entretenimiento. Esto es, el turista se mueve hacia un destino turístico como símbolo de sus deseos ya que es una distinción de estatus del sistema social al que pertenece, mientras que el peregrino se dirige hacia el templo o santuario donde busca la realización de sus necesidades y aspiraciones espirituales, y para efectos de este análisis y la información en la que se basa, el punto intermedio en que ambos fenómenos convergen para volverse uno solo, el peregrino literario pasa a ser turista literario.

Describiendo la historia de los “tours literarios”, uno podría encontrar inevitablemente palabras como “peregrino” y “santuario”, las cuales sugieren que el turismo es una forma de devoción religiosa en la que la iglesia (alguna vez católica) toma parte. Westover (2007) dice que los turistas literarios de finales del siglo dieciocho comienzan a utilizar la palabra “peregrinación” para describir lo que hacían y a inicios de 1880 el uso de tales palabras se convirtió en rutina, por lo que la homología entre las peregrinaciones religiosas y el turismo literario no es exacta; las primeras no estaban basadas en textos aunque relacionaran ciertas historias con ciertos lugares; y el último muestra una clara tendencia al ocio. Sin embargo, hay gran seriedad con respecto a muchos tours literarios; ha habido reportes de grandes cantidades de gente que visitan tumbas de poetas, entusiasmo mostrado a reliquias de escritores y veneración en santuarios literarios. A pesar de irónicas, las afinidades sugeridas entre veneración de escritores y santos son similares.

El turismo literario presenta una visión particularmente compleja de la religión y la fe poética, mezclando y entrelazándose una con la otra, por lo que antes que proveer a los turistas literarios con metáforas, es importante señalar que las peregrinaciones religiosas influenciaron (hasta cierto punto) sus itinerarios; un antecedente inmediato al turismo literario es el Grand Tour de Europa, cuya fortaleza yacía en la elite educada de Inglaterra desde el siglo quince hasta principios del siglo diecinueve. Pero el turismo necesitaba algo que lo complementara y se volvió claro que los libros reforzaban y hasta daban significado a ciertos lugares. Así que el turismo sirvió para apoyar la literatura como una autoridad cultural.

En la actualidad, el turista literario va al sitio literario porque busca esa realización interior que externa con rendir homenaje al escritor, conociendo su casa, caminando por sus senderos de vida, etc. Los recorridos literarios, específicamente los que involucran la casa de un escritor o áreas que fungen como sus sitios de inspiración, tienen gran significado para el turista literario, pues las casas son un escenario

particular ya que el sitio representa la intimidad del escritor. Lo anterior demuestra que existe una atracción por conocer lugares privados de la vida del escritor (ya sea su habitación, su cama, su ropa, etc.); y el conocer estos efectos personales reales en un sitio literario permiten que el turista literario:

- a) Sepa que el escritor en verdad existe (o existió);
- b) Sepa que el escritor tuvo una vida tan normal como la de cualquiera por el hecho de tener ciertos objetos que cualquier persona pudiera tener; y
- c) Que cualquier persona puede tener potencial creativo.

Cabe mencionar que los turistas literarios no son turistas comunes ni actores pasivos y la principal experiencia que buscan es participar y sentirse parte del lugar y la situación, así como los personajes de la novela, pues estas simulaciones sirven como escape de su vida diaria y mundana. Al visitar el sitio literario, estos ya tienen un conocimiento previo del escritor, su trabajo, incluso su vida. En este sentido, la visita va más allá de sólo ir y ver qué es lo que hay, más bien se convierte en un conducto para saber más, formulando preguntas tales como “quién, cuándo, dónde, cómo, por qué” prácticamente a cada paso.

Ya explicado el proceso de la evolución de peregrino literario a turista literario, se muestra a continuación una tabla que identifica ambas tipologías con su respectivo autor y publicación.

Tabla 8 – Tipologías de Peregrino Literario y Turista Literario (fuente: autores citados en esta investigación).

Peregrinos Literarios / Turistas Literarios			
Año	Autor	Journal / Libro / Memoria de Congreso / Tesis	Tipología
2001	Herbert, David.	Annals of Tourism Research, Vol. 28, N° 2, pp. 312-333.	Peregrino Literario Turista Literario
2003	Crang, Mike.	Jane Austen and Co. : Remaking the past in contemporary culture. Ney York: State University of New York Press, pp. 111-132.	Turista Literario
2004	Busby, Graham y George, Jenna.	Conference Proceedings. Tourism and Literature, Harrogate, 22-26 July 2004, Plymouth Business School, University of Plymouth, UK.	Turista Literario
2005	Fairer-Wessels, Felicité A.	South African Journal of Cultural History Vol. 19, n° 2, pp. 1-16.	Peregrino Literario
2006	Busby, Graham y O'Neill, Kerry.	Acta Turistica. 2006 Vol. 18 No. 1 pp. 30-51.	Turista Literario
2007	Westover, Paul Aaron.	Necromanticism: Travelling to Meet the Dead, 1750-1860. Palgrave MacMillan, pp. 41-61.	Peregrino Literario Turista Literario
2008	Bhandari, Kaylan.	TOURISM Vol. 56, N° 3, pp. 283-293	Turista Literario
2008	Earl, Benjamin.	International Journal of Cultural Studies, Vol. 11, N° 4. pp. 401-417.	Turista Literario
2009	Jia, Hongyan.	TOURISM, Vol. 57, N°1, pp. 69-83.	Turistas Literario
2009	Stetz, Margaret D.	Literary Tourism And Nineteenth-Century Culture. Palgrave Macmillan. pp. 119-127.	Turista Literario
2009	Wilson-Costa, Karyn.	Literary Tourism and Nineteenth-Century Culture. 2009 pp. 37-48.	Peregrino Literario
2010	Sjöholm, Carina.	An International Conference on the Creative Industries, 18-20 October 2010, Nordic Centre, Fundam University.	Turista Literario

Experiencia.

Para dar valor a un sitio literario es importante entender con antelación la relevancia del lugar, importancia que sólo puede ser comprendida y asignada por la previa experiencia literaria, pues básicamente, el sitio literario es el escenario del “mundo” que el lector creó en su imaginación a través de la obra del escritor; un mundo donde el lector es el personaje principal y controla ese mundo a voluntad. Entonces cada lector interpreta el sitio literario de manera distinta, ya que en su mente cada uno ha creado un mundo diferente; en ese sentido se puede desarrollar un sentimiento de nostalgia por volver a visitar un lugar que no existe o volver a sostener una conversación que nunca sucedió más que en el mundo que cada lector creó en su mente.

Por lo anterior es importante resaltar, ¿De qué manera afecta el texto la experiencia que se tiene o se espera tener en el sitio literario? Ciertamente no habrá una misma experiencia para dos o más turistas literarios, pues estas emanan de gustos, valores y significados inherentes a ellos, por lo que estas son únicas e inigualables; y es así como el texto, más allá de afectar, enriquece la experiencia pues prepara al turista literario para formarse una idea de lo que puede haber en el sitio literario, aunque también puede no encontrar lo que espera.

Esta experiencia vivida a través de la interpretación de escenarios depende de elementos personales e invisibles; la ficción influencia a la realidad y la realidad a la ficción y la dinámica que esto crea, permite al turista literario tener experiencias basadas en algo real e/o imaginario. Sin importar cuál de los dos sea, esto tiene gran valor para el turista literario porque el realizar un viaje no sólo trata de estar fuera de casa y lejos del trabajo, más bien tiene que ver con la compleja conexión entre condiciones socioculturales y la forma en que el turista literario cuenta posteriormente su experiencia como una historia única.

Cabe mencionar que la experiencia en los sitios literarios no está controlada ni es predeterminada, más bien es el resultado de los valores culturales del turista literario y es básicamente social; lejos de tener una silenciosa lectura en una habitación vacía, el turismo literario propicia un comportamiento extrovertido donde se busca participar abiertamente en actividades que escenifican pasajes de los libros. Como parte de esta experiencia en el sitio literario se puede estar solo y sentirse rodeado, así como estar en compañía y sentirse aislado; esto no crea tipologías de turistas que visitan un sitio literario, ni experiencias identificadas en ellos, más bien son prácticas que se combinan de manera diferente de acuerdo a cada persona resultando en una experiencia única e irrepetible.

De acuerdo con MacCannell (1973:590; en Fawcett & Cormack, 2001), los turistas son conducidos por la necesidad de experiencias más profundas que las asociadas con sus poco profundas vidas. Independientemente del punto de inspiración que el turista literario tenga, observa los lugares a través de las novelas o películas, y es en este contexto que el lugar es recreado por una experiencia previa (la emoción de la lectura o de las escenas en pantalla). A partir de esto el turista literario engendra la experiencia que sólo pudo adquirir por estar en el lugar que asemeja lo que leyó o vio en pantalla, pero es en la imaginación del lector que varias dimensiones de la lectura se fusionan con las impresiones visuales y físicas del lugar en el que está, y es con ayuda de la narrativa y el entorno físico, que sin importar quién sea el turista literario en la vida real, que en ese momento y espacio tiene la posibilidad de dejar volar su imaginación, fantasear y convertirse en alguien más. Esto es, los sitios literarios se vuelven importantes para los turistas literarios por el deseo y la experiencia de vivir un pasado imaginario.

De este modo, la búsqueda por experiencias auténticas y satisfactorias lleva a los turistas literarios a probar distintos tipos de sitios literarios con contenidos tan diversos que propiciarán experiencias distintas; pudiendo ser un recorrido guiado en el que el turista literario se siente más involucrado ya que juega el papel activo y participante junto al guía y los demás visitantes, dejando de ser solo un turista observador; también, poder tocar los objetos del autor (el escritorio donde se sentó a escribir, su máquina de escribir, los manuscritos originales, etc.) da mayor valor a la experiencia vivida y permite ese contacto con un mundo que parecía distante a través de sólo palabras, pero que se vuelve real con cada roce de las manos de quien toca los objetos del escritor; otra manera es visitar sitios literarios con alguna certificación de renombre dentro de la localidad en la que se encuentra, o una certificación que le posicione dentro de los mejores sitios literarios por determinado motivo (pudiendo ser algunos de estos; su recorrido literario, la conservación de la casa vuelta museo y/o la presencia del mismo autor leyendo pasajes de su obra, entre otros.)

Kirshenblatt-Gimblett (1998; en Crang, 2003) dice que el mundo real no es lo que le da autenticidad a la ficción, sino al revés. Así, la identidad de un sitio literario nace en el mismo punto que la de un texto literario y recae en su destino; esto quiere decir que la experiencia viene en el momento de su consumo/lectura y no de su producción/creación.

Autenticidad.

MacCannell introduce el concepto de Autenticidad en 1970 en los estudios de las motivaciones y experiencias turísticas (Jia, 2009). Según Fawcett y Cormack (2001), la autenticidad es algo que el individuo no encuentra en su vida diaria, y por ello realiza un desplazamiento lejos de casa, lejos de su rutina y hasta de su misma familia con tal de encontrar algo auténtico.

La autenticidad puede ser vista desde dos puntos; por un lado, si el turista cree que el objeto que ve no es auténtico, pero la experiencia de estar en el sitio literario sí lo es, y por el otro, si el turista cree en la autenticidad del objeto y no del sitio. En el primero la experiencia es creada por el hecho de estar en el sitio literario, sin tomar en cuenta objetos que pudieran ser replicas; y en el segundo, los objetos pudiesen ser considerados como auténticos y el sitio sólo una escenografía que no le convence.

Por lo antedicho es importante señalar que la autenticidad puede ser construida por el turista y el desarrollador del sitio literario en términos de imaginación, expectativas, preferencias, creencias, etc. Entonces el proceso de construcción de un sitio literario inicia desde que se construye la autenticidad; este proceso puede ser modificado y mejorado si el desarrollador trabaja en conjunto con el turista aceptando quejas y sugerencias, ya que el turista va al sitio porque quiere vivir una experiencia basada en su autor y obra favoritos; por lo que si el desarrollador, quien trata de vender un producto turístico, sigue dichas quejas y sugerencias, tendrá una mayor afluencia y

mejores ventas. Esto establece que el consumo es realizado en el momento, pero la construcción del sitio continúa una vez que el turista se va y permite la llegada a otros turistas, quienes podrán disfrutar de las mejoras realizadas en el sitio.

La razón por la que el turista busca alejarse de casa y su rutinaria vida es porque está en busca de experimentar un cambio y dicho cambio debe ser auténtico; el turista busca algo “genuino” y no “manufacturado”, por ello la tarea de proveer autenticidad es uno de los puntos más importantes para el desarrollo de un sitio literario, no obstante, lo que es auténtico o no, depende de la interpretación del turista y su forma de ver las cosas.

La exploración de la autenticidad en el turismo literario comienza desde la discusión de si los objetos que se muestran son originales o no. Una forma de dar ese efecto de autenticidad a un sitio literario puede ser el hecho de tener al autor leyendo fragmentos de su obra. Lo anterior tiene mayor valor para una gran cantidad de personas que el simple hecho de leer un folleto o ser conducido por un guía. La importancia de que el autor se encuentre en el sitio literario basado en su vida y/u obra, es que él puede responder directamente las preguntas que los turistas literarios están ansioso por hacer; la presencia del autor en el sitio literario basado en su vida y/u obra también puede servir para autenticar el lugar; además, tener el libro firmado por el autor le da un valor cultural mayor, pues cuando el turista literario conoce al escritor, está conociendo a la realidad detrás de la leyenda.

Con base en lo anterior, se identifica una serie de tipologías que sirven para definir la autenticidad según ciertos elementos ya identificados (ver Tablas 9 y 10), por lo que a continuación se enlistan dichas tipologías y los mencionados elementos que las componen en un par de tablas diseñadas tras el análisis del trabajo de los autores en quienes están basadas.

Tabla 9 – Tipologías de la Autenticidad (basadas en Wang 1999; en Jia, 2009).

Autenticidad Objetiva	Está enfocada en la autenticidad de los objetos que se muestran.
Autenticidad Constructiva	Es donde la autenticidad es el resultado de una construcción por parte del desarrollador del sitio literario y la interpretación que le da el turista.
Autenticidad Postmoderna	Es donde la existencia de un objetivo auténtico o la autenticidad del original son negadas.
Autenticidad Existencial	Esta se enfoca más en la experiencia del turista que en los objetos, la construcción o la negación de estos; esto no tiene relación alguna al lugar en el que el turista está, ni las cosas que hay en él, pues el turista no está interesado en saber si es auténtico o no, simplemente busca sentirse libre de su vida cotidiana.

Tabla 10 – Tipologías de la Autenticidad (basadas en Fawcett y Cormack, 2001).

Autenticidad Modernista	Es utilizada en los sentidos estéticos y teóricos, sugiriendo elegancia y simplicidad de estilo, así como la nostalgia por un pasado aparentemente “auténtico” o “real” que es el resultado del moderno remplazo de lo tradicional.
Autenticidad Racionalista	Designa un plan de conciencia para separar y canalizar interpretaciones
Autenticidad Ecléctica	Indica una forma no estructurada y multifacética que permite múltiples interpretaciones.

Cabe mencionar que algo que amenaza la autenticidad de un sitio literario es la implementación de elementos que puedan ser apreciados por turistas normales, como infraestructura y alojamiento, entre otras cosas.

Motivaciones.

A pesar de las referencias mencionadas hay que profundizar en el por qué del desplazamiento de un turista literario en el marco de la literatura. La motivación para realizar el viaje viene de la relación que la literatura y/o el escritor tiene con el turista literario mucho antes de que éste se embarque en sus viajes, cuestión provocada por el leer del día a día. Entonces los turistas literarios quieren conocer el paisaje que inspiró al escritor, caminar sobre sus huellas y ver los alrededores, cuestión que les hace sentir una conexión aún más profunda. Sin embargo, hay turistas que no sólo

desean conocer la casa del escritor y sus lugares de inspiración, sino sumergirse en la vida del mismo.

La literatura analizada sugiere que los visitantes de un sitio literario están motivados de diferentes formas (ver Tabla 11). Algunas de estas motivaciones son vagamente mencionadas o sugeridas por ciertos autores sin llegar a profundizar en ellas, razón por la que a continuación sólo se hace mención de las identificadas por Herbert (2001), las cuales fueron recopiladas en el proceso de este trabajo y se muestran a continuación.

Tabla 11 – Motivaciones para el Turista Literario (basada en Herbert, 2001).

Escritor	Las personas son llevadas por la conexión que implica conocer la vida del autor, el hogar que lo vio nacer (donde el escritor comenzó a escribir); estas cuestiones crean en el lector un sentimiento de admiración e inspiran respeto.
Sitio	La ficción puede ser ubicada en lugares reales que el escritor conoció y recorrió. La mezcla entre estos dos mundos le da a estos sitios un significado especial.
Nostalgia	Los lectores son conducidos a los sitios literarios por una emoción aún más profunda que el escritor o sus historias; esta es la evocación de recuerdos de su niñez. Este llamado responde a los lazos familiares.
Curiosidad	El lector es atraído no por el aspecto literario, sino por la curiosidad mórbida de saber y/o conocer sobre los eventos dramáticos de la vida del autor.

Con estas tipologías de motivación identificadas, la investigación de Herbert (2001), sirve como base para otros autores, quienes retoman sus tipologías y las utilizan para efectos de sus respectivas investigaciones, resaltando que aunque no abordan específicamente el tema, sí sirven para dar sustento académico a sus trabajos. Asimismo, para efectos de este trabajo también sirven como base del conocimiento que se buscó identificar para definir una de esas partes que conciernen al turismo literario.

Si bien es cierto que esta última sección es breve en comparación de las anteriores, es muestra de que el tema de motivaciones en el turismo literario no ha sido muy explorado, por lo que se podría deducir que el estado de su conocimiento aún tiene mucho por crecer y ofrecer a los estudiosos y a la investigación científica en general de turismo y literatura.

Conclusiones.

El turismo literario se ha abierto camino con la propagación de sitios literarios, festivales que celebran escritores famosos o reconocidos como símbolo patrimonial de ciertas localidades, pero también se ha fortalecido por la investigación académica, que sustenta de manera científica su valía en recientes campos de estudio. Este crecimiento ha motivado a que se genere mayor investigación a través del estudio y análisis de los sitios ya existentes para desarrollar de manera más efectiva aquellos que están en proceso de construcción ¿Por qué es importante un mejor desarrollo? Porque entre más se conozca el fenómeno llamado turismo literario, los sitios que le conciernen podrán ofertarse mejorados, más novedosos, auténticos y llenos de la experiencia que es uno de los principales motivos para que el turista literario realice su viaje, su búsqueda interior que encontrará en estos sitios.

Esta investigación ha identificado los temas principales del turismo literario, si no estableciendo nuevo conocimiento académico, sí proporcionando una base que detalla y explica parte por parte el cúmulo de elementos que dan forma al turismo literario como objeto de estudio y como una práctica real.

El análisis realizado buscó establecer un sencillo entendimiento de la relación que puede haber entre la literatura y el turismo, sirviéndose de detalladas explicaciones para poder dejar en claro qué es lo que le da forma al turismo literario.

Cabe mencionar que dicha investigación se centró en explicar al turismo literario a través de lo que se identificó como sus temas principales. Debido a esto, lo aquí expuesto no puede considerarse como definitivo ya que el campo de estudio puede abarcar más elementos que quizás aún sean desconocidos, no identificados o ni

quiera existan, pero que la evolución del mismo y su continua y futura investigación, permitirá añadirlos algún día.

La aportación que realiza esta investigación al conjunto de conocimientos ya identificados y establecidos de los autores consultados yace en una recopilación que identifica, separa, analiza y clasifica todos los componentes establecidos por lo menos hasta ahora como fundamento de lo que puede llamarse turismo literario una vez que todos son unidos. En otras palabras, todo el conocimiento recopilado para este trabajo era información valiosa pero dispersa, así que la tarea que diera pauta al objetivo general de la investigación consistía precisamente en recopilar en una sola investigación toda la basta información que por sí sola, no podía llamarse turismo literario.

Con base en lo anterior y como muestra de que el conocimiento aquí generado puede tener utilidad en el mundo más allá de las letras, el mundo real, es que esta investigación servirá como base para otros estudiosos que necesiten una fuente de consulta que abarque desde las primeras investigaciones sobre turismo literario, hasta las más recientes en este momento y que contenga el análisis de todos esos conocimientos en un solo documento.

No obstante, también es pertinente señalar que la investigación pudiese no ser tan completa como se hubiese querido ya que no en todos los casos se contó con el acceso a las publicaciones o información necesaria para un mayor enriquecimiento de la misma. Referente a esto, existe una mención de ello en el capítulo de metodología, que pone en evidencia la restricción de acceso al material para su análisis. Sin embargo, este primer acercamiento a lo que es el turismo literario es o pudiese llamarse, en el saber del autor, el primer trabajo en México sobre el tema, ya que para efectos de la misma investigación y durante la recopilación de fuentes, no se encontró documento

alguno en español que tuviese sustento científico para considerársele como tal (salvo algunas publicaciones que también son mencionadas en el capítulo de metodología, pero donde claramente se señala que no cuentan con arbitraje alguno), mientras que la gran mayoría del material disponible y utilizado para esta, provenía en gran parte de Europa y alguno que otro país de Norteamérica, definiendo así la búsqueda en material de lengua anglosajona.

Pero aún y con todo lo dicho hasta este punto, este trabajo no contiene el conocimiento definitivo ni irrefutable sobre el turismo literario, pues como reciente objeto de estudio que apenas se incorpora a las filas de la investigación académica/científica, es sensato decir que quedan bastantes campos por investigar, analizar, desarrollar y perfeccionar dentro de la investigación que concierne al turismo literario.

Es aquí donde esta búsqueda por conocimiento termina donde en mil formas comenzó...

Y sin embargo no hay final alguno, pues el conocimiento no tiene fin y aquel que busque ponerle un punto final, se condenará a su eterna ignorancia...

- Diego I. Terán Sosa

Fuentes Consultadas.

- Bhandari, Kaylan. (2008). Turistification of Cultural Resources: A case study of Robert Burns. TOURISM Vol. 56, N° 3, pp. 283-293.

- Busby, Graham & Hambly, Zoë. (2000). Literary Tourism and the Daphne du Maurier Festival. Cornish Studies Second Series No. 8, pp. 197-211.

- Busby, Graham & George, Jenna. (2004). The Tailor of Gloucester: Potter meets Potter. Literary Tourism in a Cathedral City. Conference Proceedings. Tourism and Literature, Harrogate, 22-26 July 2004, Plymouth Business School, University of Plymouth, UK.

- Busby, Graham & O'Neill, Kerry. (2006). Cephalonia and Captain Corelli's Mandolin: the influence of literature and film on British visitors. Acta Turistica 2006 Vol. 18 No. 1 pp. 30-51.

- Busby, Graham. (2009). The Literary Tourist. Book Review. Journal of Tourism Consumption and Practice Vol. 01, N° 1, pp. 93-99.

- Cabello, Juanita. (2007). Literary Travel, The Woman Traveler, and Twentieth Century Constructions of Mexican Tourist Spaces. Tesis. University of Michigan.

- Carroll, Joseph. (1999). The Deep Structure of Literary Representations. Evolution and Human Behavior Vol. 20, N° 3, pp. 159-73.

- Crang, Mike. (2003). 'Placing Jane Austen, Displacing England: Touring Between Book, History, and Nation'. En Jane Austen and Co.: Remaking the Past in Contemporary Culture. Ney York: State University Of New York Press, Pp. 111-132.

- Curtis, Amanda. (2008). Literature and Tourism. An Honors Thesis. Ball State University. Muncie, Indiana.

- De la Torre Padilla, Oscar. (1980). El Turismo – Fenómeno Social. Fondo de Cultura Económica de México. México.

- Earl, Benjamin. (2008). Literary tourism: Constructions of value, celebrity and distinction. International Journal of Cultural Studies, Vol. 11, N° 4. pp. 401-417.

- Echtner, Charlotte M. & Jamal, Tazim B. (1997). The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies. Annals of Tourism Research, Vol. 24, N° 4, pp. 868-883.

- Fairer-Wessels, Felicité A. (2005). A Literary Pilgrimage to Robben Island as Inspired by Nelson Mandela's "Long Walk to Freedom"?. South African Journal of Cultural History Vol. 19, n° 2, pp. 1-16.

- Fawcett, Claire & Cormack, Patricia. (2001). Guarding Authenticity at Literary Tourism Sites. Annals of Tourism Research, Vol. 28, N° 3, Pp. 686-704.

- Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. (2009). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. New Jersey. John Wiley & Sons, Inc.

- Hall, C.M. & Page, S.J. (2006). The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. 3rd ed. Taylor & Francis.

- Hall, C.M., Williams, A. M. & Lew, A. A. (2008). 'Tourism: Conceptualizations, Institutions, and Issues.' En A Companion to Tourism. (eds A. A. Lew, C. M. Hall and A. M. Williams), Blackwell Publishing Ltd, Malden, MA, USA.

- Hall, C.M. & Page, S.J. (2010). The Contribution of Neil Leiper to Tourism Studies. Current Issues in Tourism, Vol. 13 N° 4, pp. 299-309.

- Herbert, David. (1996). Artistic and Literary Places in France as Tourist Attractions. Tourism Management Vol. 17, N° 2, pp. 77-85.

- Herbert, David. (2001). Literary Places, Tourism and the Heritage Experience. Annals of Tourism Research, Vol. 28, N° 2, Pp. 312-333.

- Hogan, Patrick Colm. (1997). Literary Universals. Poetics Today, Vol. 18, N°2, pp. 223-249.

- Jauss, H.R. & Benzinger, Elizabeth. (1970). Literary History as a Challenge to Literary Theory. New Literary History, Vol. 2 N° 1, A Symposium on Literary History (Otoño de 1970). pp. 7-37.
- Jia, Hongyan. (2009). The Construction of Literary Tourism Site. Tourism, Vol. 57, N°1, Pp. 69-83.
- Kritsonis, William Alan. (2011). 'Literature.', En Ways of Knowing Through the Realms of Meaning. Oxford Round Table, pp. 305-322.
- MacLeod, Nicola, Hayes, Deborah and 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, Vol. 18, N° 2, pp. 154-172.
- Mason, Peter. (2009). 'Social Change and the Wroth of Tourism.' En Tourism Impacts, Planning and Management. Butterworth-Heinemann.
- Meyer, Jim. (1997). What is Literature? Work Papers of the Summer Institute of Linguistics. University of North Dakota Session, Vol. 41, pp.24-37.
- Monterrubio, J.C. (2011). 'El turismo y sus concepciones'. En Turismo y Cambio Sociocultural. Una perspectiva Conceptual. Plaza y Valdés. UAEM, México.

- Müller, Dieter K. (2006). 'Unplanned Development of Literary Tourism in Two Municipalities in Rural Sweden'. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 6, N° 3, pp. 214-228.

- Novelli, Marina. (2008). Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases. Butterworth-Heinemann. Oxford.

- Page, S. & Connell, J. (2006). Tourism: A Modern Synthesis. London. Thompson.

- Pearce, Philip. (2005). 'Motivation: The Travel Career Pattern Approach.' En Tourist Behavior: Themes and Conceptual Schemes. Channel View Publications.

- Rosenblatt, Louise M. (1960). Literature: The Reader's Role. The English Journal, Vol. 49, N° 5, pp. 304-310+315-316.

- Ryan, Chris. (2003). 'The Psychological Determinants of Demand' En Recreational Tourism- Demand and Impacts. Channel View Publications.

- Sjöholm, Carina. (2010). Literary Tourism: An Expanding Market in Sweden. An International Conference on the Creative Industries, 18-20 October 2010, Nordic Centre, Fundam University.

- Stetz, Margaret D. (2009). 'Selling literary tourism to the literary: The Bookman in the early 1890s', En: Nicola J. Watson, Literary Tourism And Nineteenth-Century Culture. Palgrave Macmillan. pp. 119-127.

- Stiebel, Lindy. (2004). 'Hitting the hot spots: Literary tourism as a research field with particular reference to KwaZulu-Natal, South Africa'. Critical Arts, Vol. 18, N° 2, pp. 31-44.

- Stiebel, Lindy (2007). Going on (literary) pilgrimage. Scrutiny2, Vol. 12 N° 1, pp. 93-106.

- Theobald, W.F. (2005). Global Tourism. 3ra ed. Oxford. Butterworth-Heinemann.

- Trauer, Birgit. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism – Frameworks for Analysis. Touris Management, Vol. 27, N° 2, pp. 1883-200.

- Wall, Geoffrey & Mathieson, Alister. (2006). 'Frameworks.' En Tourism: Change, Impacts and Opportunities. Prentice Hall.

- Watson, Nicola J. (2006). The Literary Tourist: Readers and Places in Romantic and Victorian Britain. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

- Weed, Mike. (2006). Sports Tourism Research 2000-2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods. Journal of Sport & Tourism, Vol. 11, N° 1, pp. 5-30.

- Westover, Paul Aaron. (2007). 'The Origins of Literary Tourism.' En Necromanticism: Travelling to Meet the Dead, 1750-1860. Palgrave MacMillan, pp. 41-61.

- Wilson-Costa, Karyn. (2009). 'The Land of Burns: between Myth and Heritage', En Nicola. J. Watson, "Literary Tourism and Nineteenth-Century Culture" (2009), pp. 37-48.