

Un viaje desde lo imaginario a lo real. Una aproximación al perfil del turista literario en España *A journey from imagination to reality.* *An approach to the literary tourist profile in Spain*

Rubén J. Pérez Redondo

Universidad Rey Juan Carlos, España
rubenjose.perez@urjc.es

Recibido: 28-02-2017
Aceptado: 20-03-2017



Resumen

Los viajes han sido frecuentemente objeto de inspiración para escritores y cronistas que han ido dejando la huella de su experiencia viajera en el desarrollo de sus textos. En ellos se suele alternar lo real con lo imaginario y es esa una de las principales fortalezas que puede tener un trabajo literario para alcanzar el éxito. La constante intromisión de lo real en lo ficticio y viceversa permite la construcción de incesantes imaginarios sociales en determinados lugares y momentos. Las creaciones literarias transportan al lector a una realidad que sólo existe o se configura en su cabeza. Con el auge y desarrollo del turismo literario, que es una rama del turismo cultural, se va a permitir, de múltiples maneras, que el lector complementen en el mundo real lo que experimentó en sus lecturas, por ejemplo visitando los lugares donde discurre la trama de una novela. En este artículo se va a analizar, por un lado, el turismo literario como factor de creación de nuevos imaginarios sociales y, por otra parte, se va a construir un perfil del turista literario en España que nos permita identificar cuáles son sus características comunes. Para conseguir este fin hemos revisado bibliografía específica sobre el tema tratado, se ha recurrido a organismos culturales que nos han aportado datos sobre el visitante y su experiencia viajera y hemos incorporado una encuesta como técnica para obtener información.

Palabras Clave: turismo cultural, sociología de la literatura, imaginario social, simbología, viaje.

Abstract

Trips have often been an inspiration purpose for writers and chroniclers who have left their imprint of their travelling experiences on the creation of their writings. Most of them alternate reality with imagination and this is one of the main strenghts that a literary work can have to achieve success. Continued interferences between fact and fiction and vice versa, allow the creation of many social imaginaries at certain times and in certain places. Great literary creations take us into a reality which exists only in our head. As a result of increased literary tourism, which is a branch of cultural tourism, readers will be allowed to complement, in many different ways, in real word what they have been assimilated from their readings, for example, through visiting those places where the narrative of the novel is set. In this article, we are going to analyze, on the one hand, literary tourism as a factor of new social imaginaries creation, and on the other hand, we will build a profile of the literary tourist in Spain that allows us to identify which are their common characteristics. To reach this objective, we have reviewed a selected bibliography concerning the topic, it has resorted to cultural organizations which have provided us a great deal of information about the visitor and his travelling experience, and we have included a survey in order to obtain information.

Key Words: Cultural Tourism, Sociology of Literature, Social Imaginary, Symbology, Trip.

Sumario

1. Introducción | 2. La literatura como herramienta de ocio y recreación: evolución y funciones sociales | 3. El turismo literario como generador de imaginarios sociales | 4. Una aproximación al perfil del turista literario en España | 5. Conclusión | Referencias bibliográficas

Cómo citar este artículo

Pérez Redondo, Rubén J. (2017): "Un viaje desde lo imaginario a lo real. Una aproximación al perfil del turista literario en España", *methaodos.revista de ciencias sociales*, 5 (1): 119-129. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.158>

1. Introducción

El turismo es un fenómeno multidimensional que a lo largo de los años ha ido produciendo y reproduciendo nuevas tipologías que cubren las necesidades de un cliente turístico que es cada vez más complejo y diferenciado. Una de esas tipologías es la referida al turismo literario, un apéndice del denominado turismo cultural, que progresivamente va teniendo más adeptos dentro del sistema de los viajes. Por su parte, el libro ha sido, desde sus inicios, una herramienta muy útil para el registro y, por lo tanto, la acumulación del conocimiento, y en ellos se han vertido multitud de historias que nos transportan a mundos, unas veces imaginarios y otras veces verdaderos, haciendo posible realizar viajes y/o vivir experiencias sin la necesidad de hacer un traslado geográfico hacia algún territorio o formar parte de una determinada trama social.

El enlace de los dos fenómenos es lo que ha dado pie a la aparición del turismo literario, una actividad que está en auge en la cual se mezclan las bondades del viaje y los relatos que acontecen en el contexto de un lugar, haciendo posible de esta manera una fusión entre el mundo de lo real con el mundo de lo ficticio. El libro y el turismo siempre han tenido una estrecha relación que ha sido amparada bajo el abrigo del ocio. En las sociedades más antiguas la literatura y los viajes sirvieron para la recreación, para la ampliación del conocimiento e incluso para desarrollar la imaginación y hacer fabulaciones. En este trabajo veremos primero cómo evolucionó la literatura en relación con el ocio y el turismo a lo largo de la historia y cuáles han sido las múltiples funciones sociales que ha tenido. Por otro lado queremos relacionar también la literatura y el turismo como fenómenos que facilitan la configuración de imaginarios sociales que son necesarios en nuestra vida cotidiana y que, de manera recurrente, juegan con la ambivalencia de experimentar lo auténtico y lo ficticio al mismo tiempo, generando una suerte de realidad mixta seductora que no sabemos donde situarla porque está cargada de ambigüedad. De esa construcción permanente de imaginarios sociales se alimenta el turismo literario en donde lo evocativo es su principal razón de ser.

Finalmente trataremos de diseñar, de manera aproximada, un perfil tipo del turista literario en nuestro país. Para ello nos hemos apoyado en el método de encuesta haciendo uso de un tipo de muestreo no probabilístico, por conveniencia, debido a la facilidad de acceso a los informantes y condicionado por las limitaciones de recursos tanto en presupuesto como en tiempo. Debido a la imposibilidad de controlar los sesgos, del resultado no se pueden establecer conclusiones generales (Gutiérrez, 2007), pero es un método que nos sirve para evaluar de manera inicial una realidad, a modo de análisis exploratorio, que nos indique parcialmente las características del objeto de estudio, las cuales nos permitan hacer posteriores investigaciones más profundas. El cuestionario se diseñó para ser respondido por personas pertenecientes a redes sociales vinculadas con la literatura.

2. La literatura como herramienta de ocio y recreación: evolución y funciones sociales

El ser humano es un ser social y como tal necesita comunicarse con los demás, no sólo desde un punto de vista utilitario, con la función más imperiosa de poder sobrevivir actuando de manera conjunta y organizadamente, sino también como vía para evolucionar por medio de la transmisión del pensamiento creativo y como herramienta de ocio, recreación, expansión y formación. La literatura es, de este modo, una de las grandes habilidades que ha ido desarrollando el ser humano a lo largo de los tiempos para poder transferir ideas, pensamientos, sentimientos o historias a los demás, no únicamente reales, sino también inventadas. Las formas más primigenias y sencillas de literatura eran las que se efectuaban de manera oral (Espino, 1999), pero con el tiempo, y conforme las sociedades se iban haciendo más complejas, surgiría otro tipo de literatura, ya escrita, que solventase las limitaciones derivadas de la anterior, como por ejemplo la necesidad de dotar a los grupos sociales de registros que pudieran mantener la información que de otra manera podía perderse.

La derivación etimológica del término "literatura" proviene del latín *littera*, que significa letra (Coromines, 2008). Esta expresión surge sobre finales del siglo XV, coincidiendo con la aparición de la imprenta, pero no se refería a lo que actualmente entendemos por literatura, sino que tenía que ver más con el desarrollo de alguna técnica de escritura y el dominio de sus características normativas (Escarpit, 1974). El concepto de literatura tal y como lo conocemos hoy en día referido, según el Diccionario de la Lengua Española en su vigésimo segunda edición, al "conjunto de producciones literarias de una nación,

de una época o de un género" aparece a finales del siglo XVIII, coincidiendo, por cierto, con el desarrollo del concepto moderno de turismo, y le da ya relevancia al carácter estético del mismo (García, 2005). Esta condición estética es la que va a facilitar al lector, aún más, crear imágenes en su mente que le transporte hacia mundos y situaciones imaginarias. Antes, a finales del siglo XVII, se le da una bifurcación semántica a la literatura, de tal manera que se usará la expresión "poesía" o "elocuencia" en función del carácter más ornamental o más prosístico de un texto, respectivamente. Es en ese momento temporal cuando la palabra literatura va a multiplicar ampliamente sus acepciones. Se dará por tanto una abundante suerte de modificaciones en su significado refiriéndose, por ejemplo, a las obras literarias de un lugar determinado, al conjunto bibliográfico común sobre una materia concreta, a la retórica o a los textos independientes que guardan un carácter estético, escritos en prosa y que se diferencian de los textos científicos, entre otros sentidos dados (Aguar, 1996).

No obstante, a parte de los diferentes significados que ha tenido la palabra literatura a lo largo de la historia, podemos decir que desde que el ser humano utiliza la letra como medio de expresión, los procesos de escritura han tenido sus variadas funciones en cada época y sociedad. Así, en el mundo clásico grecorromano se empieza a advertir una importante pujanza de la literatura escrita frente a la oral. En Grecia los textos se multiplican a causa del crecimiento de la vida administrativa y comercial de la polis, pero también se desarrolla la escritura porque va a ser el elemento canalizador del sentimiento religioso. Por lo tanto los motivos mágicos, mitológicos y religiosos se viven por medio de rituales que tienen en la escritura uno de sus símbolos que conectan a la persona con la deidad.

Pero en el mundo de la Grecia clásica no podemos olvidar un fenómeno que aquí nos interesa mucho; es el desarrollo del ocio. Éste estaba destinado al ciudadano y consistía en un tipo de ocio contemplativo, en la búsqueda de un saber no utilitario de las cosas que les engrandeciese como personas y sosegase su espíritu. Los debates, las charlas, las conferencias, formaban parte de las actividades de ocio (Elias y Dunning, 1995). En este entorno podemos situar al primer poeta griego conocido, Homero, que es uno de los principales representantes de la literatura épica. Con la *Ilíada* y la *Odisea* no sólo tenemos dos importantes muestras de literatura épica, sino una primigenia literatura de viajes. Por tanto, este tipo de literatura también servirá como motivo para el desarrollo de ese ocio cultural (Segura y Cuenca, 2007), si bien la literatura épica nació para satisfacer el culto a los héroes, además de servir como facilitador de la cohesión de los grupos sociales. Posteriormente irán surgiendo otros géneros como el de la lírica, la poesía dramática y la prosa, que permiten satisfacer otras necesidades más cercanas a la realidad más corriente de la condición humana.

En cuanto a la novela, ésta se presenta en el siglo IV a.C. cuando la *koiné* se va a convertir en la lengua común de la sociedad griega. Se caracteriza por ser un tipo de literatura ya más individual que los géneros citados anteriormente, habida cuenta de que no se va a manifestar por medio del canto o el recital, sino que se disfruta por medio de una lectura íntima, personal (Signes, 2004). Las novelas en este periodo tienen una temática fundamentalmente viajera y aventurera. Por medio del desarrollo de este género literario se pretende hacer una descripción de situaciones que fueran muy creíbles para el público aun siendo relatos totalmente irreales.

En la Roma clásica, además de desarrollarse un ocio más ordinario y popular, con diferentes actividades administradas por el Estado y dirigidas hacia la búsqueda del entretenimiento, se asentó otro tipo de ocio más selectivo destinado a escritores y poetas; era el *otium litteratum* (Amat y Ramón, 2004), un tiempo dedicado a la escritura en un contexto de vida retirada y casi asceta para poder leer, escribir y meditar sobre el mundo. La cultura romana bebe de la griega y por lo tanto reproduce los mismos géneros literarios de ésta y usa temáticas similares. Sin embargo, en Roma, la novela no va a ser un género muy atractivo de manera que, en un principio, no se consolida en esta sociedad. La característica principal que tendrá la novela latina será la de su estilo mordaz y sarcástico.

En la Edad Media el ocio está en manos de las principales instituciones de la época, esto es, la Iglesia, los Reyes y los Señores Feudales. La Iglesia es la principal organización reguladora del ocio que va a imprimir un ambiente religioso a todo lo que depende de ella. La literatura se dividirá en dos: la culta y la popular. La primera es la que se genera de manera escrita y tiene una finalidad, podríamos decir, pedagógica; la segunda es la que llega al pueblo llano, se transmite de forma oral y trata temas más divertidos y grotescos (Bajtín, 1990), al margen de la religión imperante.

Con el Renacimiento va a aparecer ya uno de los grandes hitos tecnológicos que marcará un antes y un después en el proceso evolutivo de la literatura y también de los viajes; la invención de la imprenta.

Con esta tecnología se conseguirá una expansión del conocimiento que dará pie a la gran era de los viajes, el descubrimiento del Nuevo Mundo y el establecimiento de múltiples rutas viajeras con motivos misioneros, aventureros y mercantiles. Se pasa de una producción muy limitada de copias manuscritas a otra mecanizada y mucho más amplia. Según las estimaciones realizadas por Buringh y van Zanden (2009) el número de copias manuscritas en Europa desde el siglo VI hasta el siglo XV fue de poco más de ocho millones (de los cuales, cinco millones de copias manuscritas se realizaron sólo en el siglo XV). A partir del siglo XV y hasta el siglo XVIII la impresión mecánica de libros alcanza la cifra de unos mil setecientos millones de copias (sólo en el siglo XV se superaron los diez millones de copias por medio de la imprenta y en el siglo XVIII se produjeron en torno a los mil millones). Por lo tanto, el desarrollo de la imprenta va a facilitar una multiplicación y propagación de textos nunca vista anteriormente, permitiendo configurar un primer proceso de globalización del mundo, que acorta las distancias geográficas, ya que se pueden hacer viajes reales pero también imaginarios por medio de las lecturas, que transportan al lector a un mundo que no conoce; se potencia también, de este modo, la cultura.

El Renacimiento tiene un marcado carácter humanista y ancla sus referentes en el clasicismo de las épocas griega y romana. Empieza a desplegarse un cambio social tendente al individualismo. Al amparo de esta circunstancia va a ir surgiendo una burguesía comercial y financiera que será la gran mantenedora de la cultura y, de esa manera, la literatura va a encontrar cobijo en el patrocinio de esta pujante clase social que permitirá el progreso del artista. De hecho el concepto de "genio" va a surgir en este periodo histórico y va a ir acrecentándose vinculando la obra a la particularidad subjetiva del autor, y si en "la Edad Media la obra de arte tenía sólo el valor del objeto; el Renacimiento le añadió también el valor de la personalidad" (Hauser, 1978:411). Esto sucede también con las creaciones literarias.

El siglo XVII nos trae una cultura de carácter popular-cortesana con ciertas influencias burguesas. Es una cultura que tiene su lugar en el entorno urbano y está dirigida hacia el pueblo (Elias, 1993). Es en este periodo temporal cuando la literatura se va a convertir en una herramienta para llegar a las masas, y el escritor va a empezar a narrar hechos que suceden a su alrededor. Va a ser, pues, una literatura realista que ya empieza a tener un marcado carácter estético. Es el preludio a la literatura moderna que con la llegada del siglo XVIII marca la ruptura entre los escritos científicos y las narraciones literarias de los géneros tradicionales (Sánchez Trigueros, 1996). El periodo ilustrado tiene una literatura de naturaleza instructiva más que lúdica, lo cual afecta a los diferentes géneros literarios, teniendo aquí mayor relevancia el ensayo en detrimento de la novela y la poesía.

Posteriormente surgirán los nuevos estilos del siglo XIX. Con el Romanticismo se pretende romper con el materialismo y todo lo racional que conllevó el periodo ilustrado; por lo tanto el Romanticismo supone un empuje a lo subjetivo, lo irracional y lo ideal (Llorente, 2000). Los temas amorosos serán los más recurrentes y el paisaje supondrá uno de los elementos fundamentales en este tipo de literatura. Por su parte el Realismo y el Naturalismo son tendencias que están condicionadas por el ambiente social revolucionario que lo envuelve todo, derivado del industrialismo. Ambas corrientes se centran en la descripción fidedigna de la realidad social, de sus gentes y las situaciones que viven. La diferencia fundamental entre el Realismo y el Naturalismo estriba en que la primera se preocupa más por narrar los aspectos sociales de los hechos y la segunda pone el acento en la parte individual o más psicológica de los protagonistas. En este instante, con estas dos tendencias literarias, se empiezan a mezclar fuertemente lugares verdaderos con situaciones y personajes imaginarios, pero que podrían ser reales también. Esa mezcla entre lo real y lo ficcional es lo que va a crear un caldo de cultivo para el posterior desarrollo del turismo literario (O'Connor y Kim, 2013).

En la actualidad la literatura está muy vinculada a la sociedad del consumo de masas. Es una literatura multifuncional que busca, por un lado, un efecto reparador, es decir, compensar psicológicamente los excesos del mundo del trabajo moderno y de la inmediatez; también tiene una función de evasión de la realidad por medio de la imaginación; tiene al mismo tiempo una función formadora e informadora en cuanto que puede ampliar nuestro conocimiento y desarrollar el acervo cultural de los grupos sociales; y por supuesto tiene una función meramente estética, artística, de disfrute del arte literario en sí mismo, entre otras.

3. El turismo literario como generador de imaginarios sociales

Toda actividad turística se pone en marcha como consecuencia de la activación de una serie de motivaciones del viajero, las cuales vienen derivadas de los múltiples recursos que podemos encontrarnos en un destino (Albert, 2014), generando la suma de ellos un producto turístico. Uno de esos variados recursos es el cultural que integra una vastísima cantidad de elementos tanto materiales como intangibles y supone todo aquello que procede de la creación del ser humano. Por lo tanto, tratar de acotar el concepto de cultura en el turismo a una determinada elección de componentes sería como ponerle límite a la propia creatividad humana, y esa imaginación es uno de los grandes motores que mueven el sistema turístico y lo caracteriza del abrumador dinamismo que hace que el sistema se reinvente permanentemente, generando nuevos productos y, con ellos, nuevas necesidades y expectativas a cubrir.

El libro, como soporte de dispares relatos, es una de esas piezas de las que se nutre el recurso cultural. Como hemos visto anteriormente, desde tiempos inmemoriales el viaje y el libro han tenido una estrecha relación; de hecho los viajes han sido el argumentario que ha configurado las páginas de millares de libros; la propia *Biblia* se erige como una narración desarrollada a través de diferentes desplazamientos (Alburquerque-García, 2011), y no es el único texto con este cariz, ni mucho menos. En la antigüedad, muchas de las travesías hacia lugares más o menos lejanos las hacían los aventureros y algunos escribían sus propios relatos para narrar sus experiencias, desarrollando de esta manera un género que se ha venido a denominar "literatura de viajes" que engloba tanto los textos que recogen la narración de viajes verdaderos, como los que describen viajes imaginarios (Bouba, 2016). Tenemos múltiples ejemplos de este tipo de literatura desde la antigüedad hasta los tiempos modernos.

Por su parte, los libros también han sido un elemento canalizador hacia la motivación viajera independientemente de su temática, siendo la novela uno de los grandes géneros que ha promovido la actividad de los viajes (Carmona y García, 2006). Desde las archiconocidas obras de Miguel de Cervantes y William Shakespeare, por ejemplo *Don Quijote de la Mancha* y *Romeo y Julieta*, respectivamente, hasta *El guardián invisible*, primer volumen de la trilogía del Baztán de Dolores Redondo, pasando por el *Ulises* de James Joyce, *Las minas del rey Salomón* de Rider Haggard, los *Cuentos de la Alhambra* de Washington Irving, o los más modernos como *El código Da Vinci* de Dan Brown o la saga *Millennium* de Stieg Larsson, son sólo unas pocas muestras de la amplísima nómina de escritores y obras que incitan a viajar para conocer los lugares en donde se desarrolla una historia.

El turismo literario es un fenómeno que aún no se ha estudiado demasiado y por lo tanto carece de una definición homogénea. A pesar de ello podríamos definirlo como aquella rama del turismo cultural que distingue los viajes que realizan las personas hacia lugares donde se narran acontecimientos relacionados con la trama de una obra literaria o que tienen alguna asociación con la vida de los escritores, viviendo los turistas la experiencia derivada de ello y disfrutando de los recursos generados de la vinculación a la obra literaria o al autor, ya sean estos recursos de tipo material o evocativo. Precisamente esta última cuestión que hemos mencionado en la definición que acabamos de dar del turismo literario es lo que hace de esta actividad un fenómeno complejo a la vez que le añade valor, ya que la imbricación de la esfera del libro con el patrimonio cultural lleva a mezclar elementos tangibles (manuscritos, casas-museo o edificios, y demás componentes) con intangibles (conceptos, personajes de ficción o sucesos inventados, entre otros) (Magadán y Rivas, 2011).

La construcción de imaginarios sociales a través de las obras literarias supone, pues, una de las grandes motivaciones de este tipo de turismo que, sin duda, se nutre de una ingente cantidad de símbolos que estarán a caballo entre lo auténtico y lo inventado. Los símbolos son muy importantes desde el punto de vista social puesto que nos ayudan a entender conceptos y a materializar ideas complejas por medio de representaciones. A veces, la delgada línea que separa lo real de lo fantástico es tan leve que ambas situaciones tienden a confundirse. Esta cuestión viene aderezada por la intromisión de lo imaginario en lo verdadero y viceversa (Randazzo, 2011) de tal manera que a veces se hace difícil discernir qué es cada cosa a la que nos enfrentamos en cada momento. En la literatura es habitual encontrarnos con esta ambigüedad y el turismo literario se aprovecha de la misma para configurarse.

En el turismo literario el proceso que sigue el individuo suele partir de la lectura de un texto, normalmente ficcional, que mezcla una trama creada por su autor con tintes de verosimilitud, junto a un escenario real en donde se desarrolla la historia. Las combinaciones entre el mundo de lo real y el mundo de lo imaginario son constantes y la lectura hace al individuo transportarle a un mundo que sólo existe en

su mente y que viene estructurado por su imaginación; ahí es donde entra en juego el proceso de interpretación de lo leído. La siguiente fase es la de intentar acomodar lo asumido en la lectura del libro con los detalles verdaderos que se pueden encontrar en la realidad y de los que se hacía mención en la obra literaria. Es cuando el lector se dispone a viajar al lugar donde se establece la narración. Allí el turista se encuentra rutas, edificios o lugares que son reconocidos por él a partir de la lectura de la obra literaria e identifica mejor a los personajes y las situaciones que se dieron en la ficción. No obstante, la industria turística intenta a veces implementar en la realidad elementos ficticios para facilitar todavía más el tránsito del lector de lo imaginario a lo real en lo que podríamos considerar como un proceso de realidad mixta en donde se habilite, en un entorno real determinado, una serie de artefactos que sólo se daban en la narración literaria y que no formaba parte del mundo verdadero.

Un claro ejemplo de esto lo vemos en la figura 1 que representa una réplica del despacho donde trabajaba el periodista Mikael Blomkvist, uno de los protagonistas de la trilogía *Millenium* de Stieg Larsson. Como acabamos de mencionar, aquí se pretende reforzar la ambigüedad de lo ficticio con lo real combinando elementos que son verdaderos como, en este caso el Museo de la Ciudad de Estocolmo en donde se encuentra la réplica, con elementos diseñados a partir de la ficción. El despacho de Blomkvist sólo existe en la novela pero ha sido construido en la realidad tomando como referencia el despacho que puede verse en las películas que se rodaron inspiradas en la obra de Larsson.

Figura 1. Réplica del despacho de Mikael Blomkvist en la redacción de la revista Millenium



Fuente: Rubén Pérez Redondo, 2010.

En este caso uno tiende a pensar (consciente o inconscientemente) que efectivamente ese fue el lugar donde se editaba la revista *Millenium* y que Blomkvist pasó por allí. Para el lector supone un vestigio que refuerza todo lo que pudimos encontrar en las novelas (personajes, lugares, situaciones) dotando de verosimilitud a algo que es inventado. A veces la línea que separa lo real de lo irreal es tan fina que lo ficcional pasa a convertirse en verdadero dentro del imaginario colectivo de un grupo social determinado.

De este modo, las dudas que se generan sobre la existencia o no de un personaje suele ser una cuestión bastante recurrente. Si hiciéramos una encuesta para sondear el criterio de la gente con respecto a la existencia o no de diferentes personajes como por ejemplo El Quijote, El Conde de Montecristo, Pepe Carvalho, Sandokán o Sherlock Holmes, podríamos valorar el alcance de las injerencias del mundo de lo ficticio en el mundo real. Precisamente el personaje creado por Arthur Conan Doyle, el detective Sherlock Holmes, fue objeto de un sondeo en el canal de televisión UKTV Gold, del Reino Unido, para tratar de averiguar si los entrevistados le consideraban un personaje de ficción o alguien que existió en la vida real. El resultado, sobre una muestra de unas tres mil personas, fue que más de la mitad de los consultados creía que Sherlock Holmes fue un personaje real (El País, 2008). Este mismo sondeo se podría realizar para muchos personajes de ficción con el mismo fin, y constatar si el público los considera personajes reales o ficticios; el resultado, muy probablemente, sería similar.

Esto es así debido precisamente a esa combinación entre lo objetivo y lo figurado. Cuanto mayor sea la mezcla de elementos derivados de la imaginación con elementos tangibles, más credibilidad se le dará a algo que parte del mundo de lo ilusorio. En el caso del detective Holmes, la materialización de lugares, indumentarias, objetos y demás artefactos refuerzan la idea de que el personaje existió en la realidad; en Londres podemos encontrar una gran cantidad de estos efectos materiales, por ejemplo, visitando el número 221B de Baker Street en donde se establece la residencia del detective y donde podemos encontrar, frente a una chimenea, una pequeña mesita circular de madera con un bombín, el típico sombrero de cazador que usa el protagonista, una lupa y la característica pipa curvada de Holmes.

Los lugares y los propios escritores, y no sólo los personajes, también son una pieza importante en la construcción de los imaginarios sociales en la relación literatura-turismo. Haworth es un pequeño pueblo del norte de Inglaterra que no tendría la mayor importancia si no fuera porque es el lugar donde las hermanas Brontë (Anne, Charlotte y Emily) se asentaron y escribieron sus novelas. Emily Brontë escribió en Haworth la hoy famosa novela *Cumbres borrascosas*, publicada por vez primera en 1847. Alrededor de la vida de estas hermanas escritoras y del pueblo que las acogió se ha gestado un próspero mercado turístico en donde prácticamente todo tiene vinculación con las afamadas escritoras. Casi desde el mismo momento en que las hermanas Brontë escriben sus novelas hay un continuo peregrinaje de gentes al lugar, motivadas por el interés que despierta la vida de estas escritoras y el mundo de sus novelas. La casa-museo de las hermanas Brontë es visitada por más de setenta mil personas cada año, según los datos del propio museo, pero los turistas ya llegaron al lugar poco después de la publicación de *Cumbres borrascosas*.

Sin embargo, la expansión del turismo literario en la zona se produjo a los pocos años de la muerte de Charlotte, cuando las otras dos hermanas ya habían fallecido. El motivo fue la publicación de una biografía de Charlotte Brontë a cargo de la escritora Elizabeth Gaskell, de la que fue amiga. Gaskell hizo una biografía "novelada" de la vida de Charlotte y tuvo la habilidad de "revestir" detalles de la vida de la escritora con el fin de darle un mayor empaque y morbosidad, lo cual produjo un efecto llamado que llenó el pueblo de visitantes (Pico, 2016). En la actualidad Haworth es un claro ejemplo del turismo literario que allí se ha desarrollado en donde casi todo lleva el apelativo "Brontë".

En este sentido, y como hemos podido ver con estos ejemplos, el valor de lo simbólico juega un papel muy importante en el desarrollo del turismo en general y del turismo literario en particular. Las construcciones de representación, esto es, los imaginarios sociales, son vertebrados por cada grupo social dentro de un espacio y un tiempo concreto, y esa imaginaria social es la que en definitiva va a determinar lo que puede ser auténtico de lo que no lo es (Randazzo, 2011). El humano es un ser que no sólo vive de las experiencias reales, sino que necesita experimentar situaciones fabuladas y por eso las genera. Sin duda podemos decir que el progreso está asentado en la creatividad, en la fábula, en lo quimérico. Por este motivo tendemos a creer en situaciones de lo más inverosímiles; la fabulación nos hace superarnos y nos propone no ponernos los límites que ya impone la propia vida real. De la cultura del ocio se desarrolla y potencia el *homo imaginarius* (Dumazedier, 1964) que hace que el ser humano busque la evasión de la vida rutinaria a través de un mundo ficticio, mítico preparado para él y en innumerables ocasiones lo hace a través de la literatura. Como dice Ferrés (2008), "los relatos tienen en común con los viajes y con los libros su carácter de huida, de ruptura de la rutina cotidiana, y también el hecho de ser oportunidades para encontrarse a uno mismo, conocerse, conferir sentido a la realidad y ensanchar el horizonte de la propia experiencia". Por esta razón las historias como las que nos trae la literatura y el cine nos llaman tanto la atención.

4. Una aproximación al perfil del turista literario en España

El turismo literario en España no tiene la tradición de otros lugares como Irlanda o el Reino Unido y carecemos de estudios amplios al respecto, pero en los últimos años se está pudiendo constatar una cierta expansión de este tipo de turismo en nuestro país y un interés por la investigación de este fenómeno. En el apartado que ahora tratamos se pretende hacer un análisis inicial sobre el perfil del turista literario en nuestro país apoyándonos en el método de encuesta y desplegando un muestreo por conveniencia que nos ponga en la senda de estudios posteriores más amplios. También pondremos en relación los

resultados con otros datos de diversos organismos que tienen que ver con el ámbito del turismo y la literatura.

Por lo tanto, los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta no dejan de ser exploratorios e iniciales y, aunque carecen de significatividad y eliminan cualquier posibilidad de establecer generalidades, pueden darnos de cierta utilidad algunos detalles que nos indiquen determinadas características de este tipo de turista en nuestro territorio. Por hacer el concepto operativo, en nuestro estudio hemos considerado turista literario a una persona que es aficionada a la lectura y que a través de ella se ha sentido motivada a realizar viajes con el objetivo (principal o secundario) de visitar lugares, dentro de la geografía española, relacionados con una obra literaria, sus personajes o el autor de la misma.

Para tal fin hemos seleccionado a 100 personas que cumplieran los requisitos anteriormente expuestos y las hemos sometido a las preguntas de nuestro cuestionario. La totalidad de los entrevistados eran de nacionalidad española.

De los resultados derivados de la encuesta podemos decir que el intervalo de edad más frecuente entre las personas que entrevistamos estaba situado entre los 36 y los 41 años (40%) siendo ligeramente mayor el índice de respuesta entre mujeres (53%) que entre hombres (47%). En lo referente al nivel formativo, el 72% había realizado estudios superiores. En cuanto al estrato social de pertenencia, la mayoría se autodefinía como clase media (87%). Por su parte, el nivel de ingresos del 58% estaba en un intervalo entre los 1201 y los 1800 euros mensuales. Entrando ya en el tema principal referido al turismo literario podemos decir que todas las personas entrevistadas han realizado este tipo de actividad alguna vez en su vida, ya que era requisito indispensable para realizar la encuesta. Sin embargo, sólo el 17% había hecho turismo literario teniendo esta actividad como elemento principal del viaje. El resto (83%) habían hecho turismo literario de forma secundaria, aprovechando la realización de un viaje por otros motivos prioritarios, la mayor parte de ellos relacionados con otras formas de turismo cultural. Las zonas geográficas más visitadas para este fin han sido Castilla y León (43%), Castilla-La Mancha (41%), Madrid (38%) Andalucía (35%), Cataluña (27%) y Galicia (19%). El número medio de pernoctaciones fue de 2,6 noches y el gasto medio por persona fue de 171,7€ por experiencia viajera. La motivación principal para realizar turismo literario (independientemente de si era el elemento principal o secundario del viaje) fue mayoritariamente la de hacer un recorrido por una ruta literaria establecida (57%), seguida del interés por visitar los lugares por donde discurre la trama de una novela (32%) y la visita a zonas relacionadas con un escritor (11%).

Las tres obras que más han incitado a realizar turismo literario a nuestros entrevistados han sido *Don Quijote de la Mancha* de Miguel de Cervantes (24%), los libros de la saga de *Las aventuras del capitán Alatriste* de Arturo Pérez-Reverte (17%) y *La sombra del viento* de Carlos Ruiz Zafón (12%). Posiblemente los fastos relacionados con el IV Centenario de la muerte de Miguel de Cervantes durante el año 2016 haya suscitado un gran interés en un turismo literario vinculado al mundo Quijote.

Si entroncamos los resultados de nuestra encuesta sobre turismo literario con los datos que tenemos sobre turismo cultural en España podemos hacer algunas extrapolaciones a modo comparativo. Como hemos visto, por sexo, las mujeres suelen consumir más turismo literario que los hombres (según el grado de respuesta obtenido) aunque las diferencias son muy leves, y el tramo de edad más frecuente es el que va desde los 36 a los 41 años (40%).

El dato resultante de nuestra encuesta coincide, en este sentido, con el dato obtenido del Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015) sobre los viajes que realizan los residentes en España por razones culturales según sexo y edad, siendo las mujeres las que más viajes de este tipo realizan (26,3%) frente a los hombres (25,6%). No coincide así el tramo de edad más habitual de las personas que hacen turismo cultural con el de nuestra muestra, de tal manera que para el turismo cultural el tramo de edad más habitual es el que va de los 55 a los 64 años (34,9%). Si comparamos estos datos con los que nos ofrece el informe sobre "El sector del libro en España (2013-2015)" publicado por el Ministerio de Educación (2016), vemos que las mujeres son más lectoras que los hombres a razón de una tasa anual del 66,5% para las primeras frente al 57,6% de los segundos. La mayor actividad lectora de las mujeres frente a los hombres puede explicar el hecho de que sean ellas las que más turismo literario consuman. A su vez las personas menores de 55 años representan un porcentaje lector mayor al de la media, siendo el intervalo de 15 a 19 años el de un porcentaje más elevado, si bien sus actividades lectoras están más vinculadas con el ámbito de sus estudios que por meros motivos de placer, cuyo intervalo es más coincidente con el más recurrente en nuestra encuesta que, recordemos, iba de los 36 a los 41 años.

Otra de las variables que podemos comparar es la referida a la duración de la estancia. Si en nuestra encuesta la duración del viaje es más bien corta (2,6 noches de media), en las estadísticas sobre turismo cultural, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015), podemos observar que la duración de los viajes de residentes en España por motivos culturales también es corta a decir por la mayoría de personas (61,2%) que seleccionaron esta opción, para el año 2014. Asimismo, el dato que nos arroja nuestra encuesta sobre el gasto medio por persona y viaje era de 171,7€ frente a los 252€ (año 2014) que tienen los viajeros residentes en España por motivos culturales.

En definitiva, con estos resultados podemos hacer una aproximación al perfil del turista literario en España. Éste representaría a una persona de mediana edad (36-41 años), con un leve sesgo hacia el sexo femenino, perteneciente a la clase media y con un nivel de estudios alto. Su principal motivación a la hora de hacer turismo literario es la de disfrutar de las rutas literarias que se han diseñado sobre la base de una novela, sin embargo esta actividad suele ser complementaria a otros tipos de turismo cultural que sería el elemento principal del viaje. La estancia media suele ser corta y el gasto de unos 170€ por viaje de media.

Si en tiempos pretéritos el consumo de turismo cultural estaba acotado a un adulto-medio con un nivel adquisitivo elevado y perteneciente a una clase acomodada, actualmente el perfil de este tipo de turista es más difuso (Magadán y Rivas, 2011), en parte debido a la expansión de la educación, la mayor experiencia viajera y el fácil acceso y manejo de las nuevas tecnologías de la sociedad de la información. Estas tres variables conjugar de alguna manera una mayor democratización del turismo cultural que, a su vez, se ha ido ramificando en diferentes alternativas que multiplica los gustos y las motivaciones de este tipo de viajero, como por ejemplo la del turismo literario.

5. Conclusiones

El turismo literario es un tipo de actividad recreativa que está en auge. La industria turística está reinventándose permanentemente para poder satisfacer las cada vez mayores demandas de un consumidor insaciable de experiencias nuevas y únicas. La literatura es un arte que se acomoda muy bien a las posibilidades que ofrece el turismo porque las historias contadas en los libros tienen la peculiaridad de crear mundos imaginarios que eran contruidos únicamente en la cabeza del lector y el turismo, por su parte, tiene la característica de escenificar en la realidad lo que es figurado. El resultado es una simbiosis perfecta que se materializa en el turismo literario. De este modo las historias noveladas ya tienen la posibilidad de cimentarse en el mundo de lo real a través de la actividad turística.

Si las motivaciones, necesidades y expectativas viajeras son actualmente muy diversas, aún lo van a ser más en los próximos tiempos porque estamos inmersos en una sociedad experiencial, propia de la sociedad del ensueño en la que vivimos (Jensen, 1999). En este tipo de sociedad queremos estar al margen de la razón para experimentar todo aquello que tenga que ver con lo emocional, con historias que vayan al corazón de las personas. Queremos vivir por nosotros mismos experiencias únicas que nos hagan disfrutar de emociones no probadas antes, y el turismo literario es una actividad ideal para ello, ya que cada individuo, en el proceso que le lleva a querer hacer turismo literario, va primero a interesarse por una narración que es común, accesible para cualquier persona, pero modelada en cada mente e interpretada a la manera de cada uno. De la misma forma, cuando un sujeto se dispone a viajar motivado por la lectura que realizó, se va a encontrar en el destino unos recursos relacionados con la obra literaria que son comunes a cualquier persona, pero también diferentes en cuanto que pasan por un proceso de reinterpretación que hace cada individuo en conexión con lo imaginado en sus lecturas; por lo tanto tenemos ante nosotros unos recursos que son comunes (libros y lugares) y unas experiencias que son únicas para cada persona por influjo de la imaginación.

La industria turística se ha percatado de estas posibilidades y ha puesto en marcha toda una infraestructura que fomente el turismo literario. En nuestro país, las administraciones públicas están desarrollando programas destinados a la creación de este tipo de producto turístico que cumple con los cada vez más buscados criterios de sostenibilidad y eficiencia de recursos. Diferentes entidades locales han diseñado rutas turísticas literarias aprovechando el éxito editorial de algunas novelas. Fenómenos como el de Elizondo, un pequeño pueblo navarro de unos tres mil habitantes que ha visto cómo sus calles se llenan de turistas desde que Dolores Redondo escribió sus novelas ambientadas en este lugar, supone una

muestra del empuje que va teniendo este tipo de turismo. En este municipio se han creado rutas literarias que recorren los lugares más emblemáticos que aparecen en las novelas de Redondo, de tal manera que se puede hacer una ruta corta por la "Trilogía del Baztan" por 10€, o la ruta completa por 12€ (Oficina de información turística de Baztan).

A nivel internacional también se está actuando para intentar promover el turismo literario, de tal manera que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) diseñó en 2004 un programa denominado "Red de Ciudades Creativas" que tiene como objetivo la promoción de la diversidad cultural por medio del contacto entre ciudades que generen sinergias y fomenten la creatividad en sus múltiples vertientes, apoyándose tanto en el sector público como en la iniciativa privada. Este programa se subdivide en siete categorías temáticas de creatividad, una de las cuales es la literatura. De este modo se diseñó el concepto de "Ciudad Literaria" para referirse a las ciudades que tienen un amplio desarrollo en el campo de la literatura y pretenden impulsar el desarrollo social, económico y cultural a través de este arte. Para poder ser Ciudad Literaria se tienen que cumplir una serie de requisitos vinculados con el mundo del libro.

Figura 2. Ciudades de la Literatura en Europa según la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO



Fuente: UNESCO, 2017. <http://es.unesco.org/creative-cities/>

Europa es la región del mundo con más "Ciudades Literarias" (12) y como podemos observar en la figura 2, nuestro país cuenta con dos de estas ciudades; Granada, que fue seleccionada por la UNESCO en 2014, y Barcelona que obtuvo esta distinción un año después, en 2015. No cabe duda de que esta acción fomentará la demanda de turismo literario para las zonas en cuestión. Actualmente hay veinte ciudades con este apelativo repartidas por todo el planeta. En definitiva, el turismo literario es una gran alternativa de amplias posibilidades que goza aún de un importante margen de desarrollo que iremos viendo en los próximos años.

Referencias bibliográficas

- Aguiar e Silva, V. M. (1996): *Teoría de la literatura*. Editorial Gredos (9ª edición): Madrid.
- Albert Piñole, I. (2015): *Gestión de viajes, servicios y productos turísticos*. Editorial Ramón Areces: Madrid.
- Albuquerque-García, L. (2011): "El «relato de viajes»: hitos y formas en la evolución del género", en *Revista de Literatura*, 73 (145): 15-34. <http://dx.doi.org/10.3989/revliteratura.2011.v73.i145.250>
- Amat Llobart, P. y Ramón Fernández, F. (2004): *Curso de Sociología del Turismo y del Ocio*. Tirant lo Blanch: Valencia.
- Bajtín, M. (1990): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Alianza Editorial: Madrid.
- Bouba Kidakou, A. (2016): *Leyendas, maravillas y mitos en la literatura de viajes en el siglo de oro: usos y recursos*. CLV libros: Madrid.

- Buringh, E y van Zanden, J. L. (2009): "Charting the «Rise of the West»: Manuscripts and Printed Books in Europe. A Long-Term Perspective from the Sixth through Eighteenth Centuries", en *The Journal of Economic History*, 69 (2): 409-445.
- Carmona Fernández, F. y García Cano, J. M. eds. (2006): *Libros de viaje y viajeros en la literatura y en la historia*. Universidad de Murcia: Murcia.
- Coromines, J. (2008): *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Gredos: Madrid.
- Diario El País (2008): "Winston Churchill nunca existió". Disponible en web http://elpais.com/elpais/2008/02/04/actualidad/1202111329_850215.html
- Dumazedier, J. (1964): *Hacia una civilización del ocio*. Editorial Estella: Barcelona.
- Elias, N. (1993): *La sociedad cortesana*. FCE: México.
- y Dunning, E. (1995): *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. FCE: México.
- Escarpit, R. et al. (1974): *Hacia una sociología del hecho literario*. Edicusa: Madrid.
- Espino Relucé, G. (1999): *La literatura oral o la literatura de tradición oral*. ABYLA-YALA: Quito.
- Ferrés i Prats, J. (2008): *La educación como industria del deseo: Un nuevo estilo comunicativo*. Gedisa: Barcelona.
- García Viñó, M. (2005): *Teoría de la novela*. Anthropos: Barcelona.
- Gutiérrez Brito, J. coord. (2007): *La investigación social del turismo. Perspectivas y aplicaciones*. Paraninfo: Madrid.
- Hauser, A. (1978): *Historia social de la literatura y el arte*. Guadarrama: Madrid.
- Jensen, R. (1999): *The dream society. How the coming shift from information to imagination will transform your business*. McGraw-Hill: Nueva York.
- Llorente Díaz, M. (2000): *El saber de la arquitectura y de las artes*. Editorial UPC: Barcelona.
- Magadán Díaz, M y Rivas García, J. (2011): *El libro como atractor turístico*. Septem: Oviedo.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015): Anuario de Estadísticas Culturales. Disponible en web http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015.pdf
- (2016): "El sector del libro en España (2013-2015)". Disponible en web <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirige/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/sector-libro-abril2015/sector-libro-abril2015.pdf>
- O'Connor N. y Kim S. (2013): "Pictures and prose: exploring the impact of literary and film tourism", en *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12 (1): 1-17. <http://dx.doi.org/10.1080/14766825.2013.862253>
- Pico, R. (2016): "Brontelandia, el sueño deformado del turismo literario", en *Revista de Contexto*, disponible en web <http://ctxt.es/es/20160907/Culturas/8294/Haworth-hermanas-Bronte-turismo-souvenirs-Brontelandia.htm>
- Randazzo, F. (2011): "La irremediable intromisión en lo imaginario", en Coca, J. R. et al. *Nuevas posibilidades de los imaginarios sociales*. Ceasga: A Coruña.
- Sánchez Trigueros, A. Dir. (1996): *Sociología de la literatura*. Editorial Síntesis: Madrid.
- Segura Munguía, S y Cuenca Cabeza, M. (2007): *El Ocio en la Gracia Clásica*. Universidad de Deusto: Bilbao.
- Signés Codoñer, J. (2004): *Escritura y literatura en la Grecia arcaica*. Akal: Madrid.

Breve CV del autor

Rubén J. Pérez Redondo es Doctor en Sociología por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en donde imparte actualmente la asignatura "Sociología del Turismo y del Ocio". Ha sido profesor del Máster en Dirección de Agencias de Viajes de la misma universidad y miembro de la Cátedra de Turismo de Madrid URJC-Euromed en calidad de investigador. Ha participado en múltiples investigaciones en la línea del turismo que han tenido su reflejo en artículos científicos y congresos. En estos momentos está realizando, junto con un grupo de profesores, una investigación sobre el turismo mochilero.