

Caracterização e Análise do Potencial de Desenvolvimento do Turismo Cultural Literário em Coimbra

Characterization and Analysis of the Potential for the Development of Cultural Literary Tourism in Coimbra

Sílvia Quinteiro

smoreno@ualg.pt

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve
CEC - Centro de Estudos Comparatistas da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Alexandra Rodrigues Gonçalves

marodrig@ualg.pt

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve
CinTurs - Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar da Universidade do Algarve

Vivina Carreira

vivina@esac.pt

Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra
CERNAS - Centro de Estudos em Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade

Resumo/ Abstract

Os lugares literários têm sido amplamente reconhecidos como destinos turísticos. O presente artigo estabeleceu como objetivos: (i) situar Coimbra no contexto da oferta de turismo cultural e turismo literário em Portugal; (ii) apresentar os resultados dos inventários dos produtos de turismo literário existentes em Coimbra; (iii) apresentar os resultados do inventário dos lugares literários de Coimbra conectáveis com as biografias de escritores; e (iv) promover a reflexão sobre o potencial turístico-literário da cidade. A primeira fase da investigação incluiu a recolha de informação, das obras e textos de suporte para a análise empírica e do estado da arte do produto de turismo literário em Coimbra. Partindo dos resultados obtidos, aferimos o seu potencial e identificámos a necessidade de desenhar e disponibilizar uma cartografia literária da cidade, que viabilize o desenvolvimento do nicho do turismo literário em Coimbra.

Literary places have been widely recognized as tourist destinations. The present article aims: (i) to situate Coimbra in the context of cultural tourism and literary tourism in Portugal; (ii) to present the results of the inventory of literary tourism products existing in Coimbra; (iii) to present the results of the inventory of literary places in Coimbra that can be linked to the writers' biographies; and (iv) to promote debate on the city's literary tourism potential. The first phase of the research included gathering information, works and texts that will support both the empirical analysis and the state of the art of the literary tourism product in Coimbra. Based on the results obtained, we assessed their potential and identified the need to design and make available a literary cartography of the city, which enables the development of the literary tourism niche in Coimbra.

Palavras-chave: Turismo; Turismo cultural; Turismo Literário, Turismo e desenvolvimento; Coimbra

Códigos JEL: L83; Z32

Keywords: Tourism; Cultural Tourism; Literary Tourism, Tourism and Development; Coimbra

JEL codes: L83; Z32

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo geral promover o conhecimento do património literário de Coimbra e o desenvolvimento do turismo cultural com base nos lugares associados à literatura, área na qual tanto a investigação como a implementação de produtos e experiências no terreno são ainda muito reduzidas. Com efeito, no que se refere à investigação, encontrámos apenas um trabalho com enfoque na relação literatura/turismo em Coimbra (Gomes, 2008). Já no que se refere aos produtos e experiências, teremos oportunidade de ver mais adiante a lista dos 12 existentes (Tabela 3) e a sua incidência em apenas 5 autores.

Neste artigo, apresentamos os resultados obtidos na primeira fase de um trabalho de investigação que visa responder à lacuna acima identificada. Para tal, procedemos à recolha de toda a informação primária de suporte para a análise empírica e do estado da arte do produto de turismo literário em Coimbra, bem como das obras e textos que darão suporte ao desenvolvimento futuro.

Este artigo tem como objetivos específicos: (i) situar Coimbra no contexto da oferta de turismo cultural e turismo literário em Portugal; (ii) apresentar os resultados do inventário dos produtos de turismo literário existentes em Coimbra; (iii) apresentar os resultados do inventário dos lugares literários de Coimbra conectáveis com as biografias de escritores; e (iv) promover a reflexão sobre o potencial turístico-literário da cidade.

Tendo em vista a concretização destes objetivos, organizámos este trabalho em quatro partes: introdução, seguida de uma reflexão sobre o turismo cultural e o turismo literário (com particular enfoque na questão central do lugar literário), em terceiro lugar surge a descrição da oferta turístico-literária existente em Coimbra e os dados relativos ao levantamento dos lugares literários da cidade e, por último, as conclusões.

2. TURISMO CULTURAL E TURISMO LITERÁRIO

2.1 Turismo Cultural

A cultura é o recurso principal para a atração do turismo, sendo que este se constitui uma plataforma essencial para a internacionalização do setor cultural e criativo. Como afirma o fundador e CEO da Skift a propósito das megatendências das viagens para 2018, “[a] viagem é a expressão mais progressista da curiosidade humana” (Skift, 2018: 9, tradução nossa). Com efeito, os destinos (alvos dessa curiosidade) apresentam-se hoje como áreas multiproducto para mercados multissegmentados, para clientes distintos, de diferentes origens e com várias motivações. Têm sido associadas grandes vantagens ao desenvolvimento do turismo cultural nas áreas urbanas e economias em declínio, traduzindo-se estas fundamentalmente numa forma de diversificação da procura e numa solução para os problemas de declínio de áreas muito diversas na Europa, como é o caso de regiões manufatureiras no norte da Inglaterra, mas também para os aglomerados das zonas costeiras, como sucede em Espanha, por exemplo (Richards, 1996).

Sendo incontestável que a Europa dispõe de numerosos recursos naturais e culturais relevantes para o desenvolvimento do turismo, é também verdade que em algumas regiões e cidades se verificam grandes problemas de acessibilidade (digital e física), falta de sustentabilidade das atividades anteriores (atividades primárias como a agricultura, o artesanato, a gastronomia local). Determinados destinos são principalmente procurados por apenas um ou dois produtos, ou apenas em curtos períodos do ano, levando a problemas de sazonalidade, concentração de fluxos turísticos num número reduzido de lugares, gentrificação de centros históricos, aculturação de tradições e eventos locais, e outros impactos negativos que comprometem um

desenvolvimento sustentável. Neste contexto, as rotas culturais são um produto cujo fomento é desejável, uma vez que o seu desenvolvimento promove o melhoramento das infraestruturas culturais e equipamentos, dos locais e dos eventos e suscita impactos positivos no desenvolvimento do turismo cultural e criativo nos lugares mais improváveis.

Entendemos, pois, que o turismo cultural é um mercado-chave, em particular para a Europa, sendo que as tendências atuais apresentam algumas alterações nas motivações, mas também nas práticas de turismo cultural, com um crescente interesse pelas experiências imersivas (autênticas, únicas, envolventes e criativas) (Cabeça, Gonçalves & Marques, 2018). Com efeito, estima-se que, como nota Greg Richards, quatro em cada dez turistas escolham o seu destino com base na oferta cultural, uma vez que “[o] turismo cultural foi recentemente reafirmado pela UNWTO como um elemento importante do consumo turístico internacional, representando mais de 39% das chegadas de turistas” (Richards, 2018: 12, tradução nossa).

Alguns estudos têm vindo a demonstrar a importância do turismo cultural para a redução da sazonalidade, como sucede com o trabalho sobre o caso da Andaluzia realizado por Cisneros-Martinez e Fernández-Morales (2015). De resto, as megatendências de viagens identificadas pela agência Skift refletem igualmente a importância futura do turismo cultural: “Para aumentar a dispersão de visitantes, cidades e países estão a promover o turismo culinário e a cultura local em parcerias com organizações regionais, estimuladas pela procura de experiências de viagem mais autênticas. Para que essas iniciativas gerem um retorno positivo sobre o investimento, é fundamental que as organizações de turismo trabalhem efetivamente com o governo local e as agências de desenvolvimento económico para garantir os fundos públicos necessários e o comprometimento da comunidade empresarial.” (Skift, 2018: 46, tradução nossa).

Um exemplo apresentado pela Skift para ilustrar esta tendência é o caso dos itinerários autodirigidos da Irlanda. Trata-se de itinerários propostos para as costas ocidental e oriental do país (<https://www.authenticireland.com/tours/ireland-self-drive-tours/>), desenvolvidos com a intenção de promover a dispersão territorial de uma atividade económica até então centrada quase exclusivamente na cidade de Dublin (Skift, 2018).

A opção por um determinado destino em detrimento de outros parte de escolhas informadas, tomadas com recurso a vários serviços. Como nos dizem Solima e Minguzzi, a relação que se estabelece entre o património cultural e o turismo depende em parte dos serviços turísticos envolvidos: “Antes de visitar um destino, [as] decisões [dos turistas] são tomadas através de sistemas de informação, reservas e compras; durante a sua visita, através de serviços turísticos de boas-vindas e outros serviços destinados a tornar a sua experiência memorável; no regresso, através de iniciativas com o objetivo de reforçar a lealdade ao destino.” (Solima & Minguzzi, 2014: 9, tradução nossa).

A importância de uma boa utilização dos serviços turísticos em prol da articulação entre cultura e turismo torna-se evidente quando, por exemplo, observamos os exemplos inovadores propostos por comunidades que nos são apontados por Charles Landry (2008). Entre outros, o autor refere o caso exemplar de Hay-on-Wye. Nesta pequena aldeia galesa, sem recursos culturais significativos, do trabalho com a comunidade surgiu a ideia de criar um destino de turismo literário a partir “do nada”. Numa aldeia sem qualquer tradição turística ou literária, na qual não se identificavam à partida quaisquer lugares associáveis a autores ou textos, abriu-se um número significativo de livrarias (sobretudo alfarrabistas), criou-se o que é hoje um dos maiores festivais literários do mundo (o Hay Literary Festival) e designou-se Hay como Cidade do Livro (Book Town). Este conjunto de ações levou a que atualmente os cerca de 1500 habitantes de Hay-on-Wye recebam aproximadamente um milhão de visitantes por ano. Acrescentamos ao exemplo apontado por Landry um caso paradigmático em Portugal, muito semelhante ao de Hay. Referimo-nos a Óbidos, uma vila que apesar de não ter qualquer tradição literária se reinventou como Vila Literária, a partir de um trabalho que teve início em 2011 e envolveu a comunidade e as entidades locais. Graças a esse trabalho conjunto, Óbidos tem desde 2015 o estatuto de Cidade Criativa da Literatura da UNESCO (<http://obidosvilaliteraria.com/cidade-criativa-da-literatura/>).

Em termos de tradição literária e de património edificado, podemos afirmar que Hay e Óbidos estão nos antípodas da cidade que estudamos neste trabalho, Coimbra. Efetivamente, por esta cidade de grande tradição universitária passaram muitos vultos do universo literário portu-

guês, e não só. Para além disso, Coimbra é inúmeras vezes referida em textos literários e detentora de um património cultural com reconhecimento de carácter mundial que atrai um número significativo de turistas à cidade. No entanto, ainda que a oferta na área do turismo cultural seja efetiva e numerosa em Coimbra, entendemos que existe um enorme potencial em termos de turismo literário que está por explorar.

Passamos agora a contextualizar a nossa investigação no âmbito da oferta na área do Turismo Literário em Portugal. Para este efeito, fizemos um levantamento dos produtos deste nicho existentes no país, partindo do elenco apresentado por Quinteiro e Baleiro em *Literatura e Turismo: Conceitos fundamentais* (2019). Todavia, dado que grande parte dos produtos e experiências de turismo literário por nós identificados estão frequentemente associados a um evento casual, assumimos desde logo como critério elencar apenas aqueles que constituem à data do levantamento uma oferta acessível ao público, ou seja, alguns itinerários e os festivais literários. Foram recolhidos dados a partir de informações cedidas por casas-museu de autor, câmaras municipais, Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional, governos autónomos e empresas de animação turística, quando não acessíveis nos respetivos *websites*. No caso dos festivais literários, a informação é disponibilizada pelo Ministério da Cultura, através do *website* da Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas (<http://livro.dglab.gov.pt/sites/DGLB/Portugues/noticiasEventos/Paginas/FESTIVAIS-LITER%C3%81RIOS-EM-PORTUGAL.aspx>). Conscientes de que esta lista poderá sempre estar incompleta, dada a dispersão das entidades organizadoras e a inexistência de uma plataforma ou associação que agreguem a informação relativa ao conjunto dos produtos e experiências de turismo literário, bem como o facto de a qualquer momento poderem surgir novas ofertas, ainda assim, entendemos que é importante proceder a este levantamento para se aferir a dimensão do fenómeno em Portugal. Para este efeito, e como referimos, considerámos apenas as ofertas que são permanentes ou que ocorrem em períodos regulares, como os festivais literários e os itinerários acessíveis ao público em papel ou *online*, bem como aqueles que estão sinalizados no terreno e os que estão associados a operadores turísticos ou a outras entidades que os realizam com alguma regularidade.

Neste levantamento, não foram também considerados um conjunto de livros que, apesar de serem apresentados como itinerários ou como guias para um determinado autor, obra, região ou mesmo para um tipo específico de lugar literário dentro de um determinado espaço (caso dos cafés literários de Lisboa), não são verdadeiramente itinerários estruturados como produto turístico. Ou seja, falamos de obras que elencam lugares, que os descrevem, sugerindo viagens literárias, e que são um recurso para quem pretenda desenvolver produtos e experiências de turismo literário, mas que, por si só não guiam o visitante ao longo de um trajeto. Regra geral, estes livros não apresentam uma ordenação coerente dos pontos de interesse, nem indicam a duração ou a extensão dos “itinerários” nem apresentam sequer, em alguns casos, um mapa com os lugares assinalados. São livros que, na sua maioria, consistem na transcrição de excertos de obras que fazem corresponder aos pontos geográficos a que se referem. Constituem exemplos deste tipo de obra os *Itinerários Literários: Viajando pela literatura portuguesa* (1998), de Elvira Azevedo e Zaida Braga; *Lisboa em Pessoa* (2013), de João Correia Filho; *Roteiro da Lisboa de Eça de Queiroz* (2015), de Campos Matos; *Roteiro viagem às “Terras do Demo”: itinerário aquilino* (1997), de Henrique Almeida; a coleção *Viajar com...* (2014-2018); *Viagem no Portugal de Eça de Queiroz* (1999) e *Imagens do Portugal Queiroziano* (2004), de A. Campos de Matos; *Viagens com Garrett* (2000), de Isabel Lucas e Paulo Alexandrino; *Lisboa nos Passos de Fernando Pessoa* (2011), de Marina Tavares Dias. Consideramos, contudo, que devemos referir estes livros e sublinhar o facto de terem começado a surgir em finais dos anos 90 do século passado, uma vez que tal é sintomático de uma consciência recente do potencial quer turístico quer cultural e educativo que resulta da interseção entre a literatura, o espaço físico e o turismo.

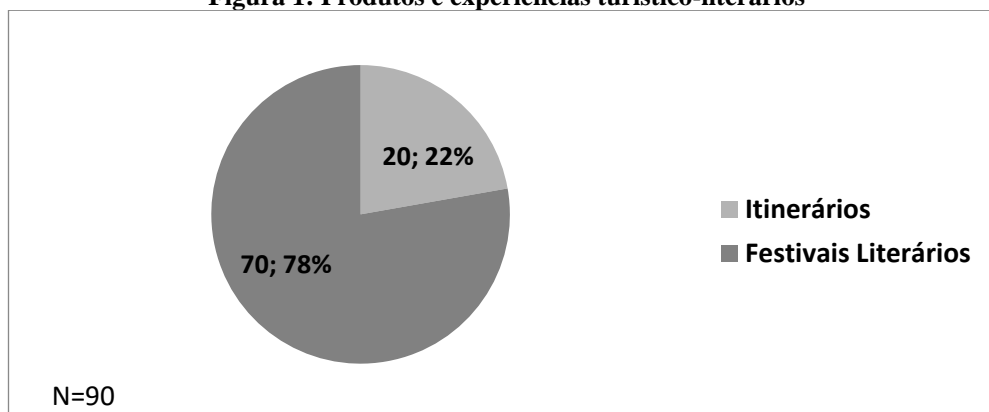
Quanto ao levantamento de produtos e experiências turístico-literários existentes em Portugal apresentado neste trabalho, cabe ainda esclarecer que este não se rege por qualquer critério de qualidade. Logo, não são aqui emitidos juízos de valor, já que o propósito deste levantamento é conhecer e apresentar a oferta que está acessível ao eventual consumidor. O inventário foi feito com base no preenchimento de

uma grelha, na qual se registaram o tipo de produto, a designação, o local e a entidade promotora.

De acordo com a relação que fizemos, assinalam-se em Portugal um total de 90 produtos

com as características que definimos como elegíveis para este estudo. Destes, 70 (78%) são itinerários e 20 (22%) são festivais literários (Figura 1):

Figura 1: Produtos e experiências turístico-literários

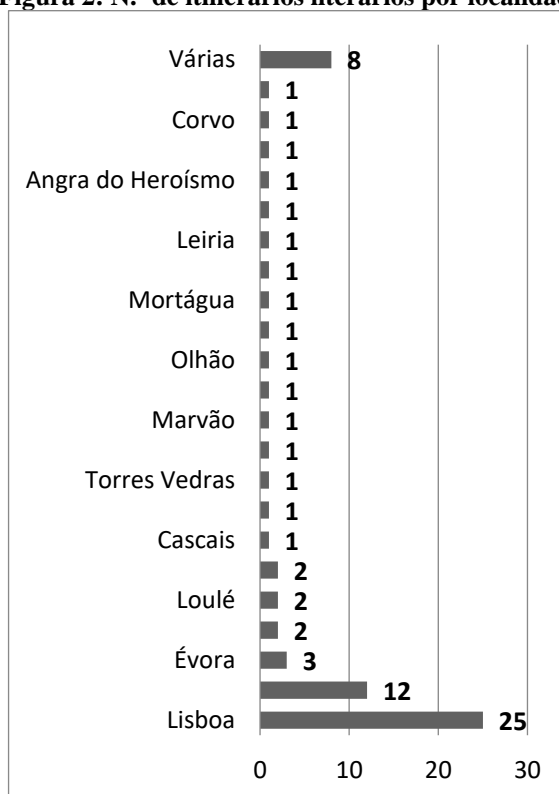


Fonte: Elaboração própria.

De entre os itinerários, 25 realizam-se dentro de Lisboa, 1 em Cascais, 1 em Sintra, 1 em Torres Vedras, 1 em Marvão, 1 em Santarém, 3 em Évora, 2 no concelho de Loulé, 1 em Faro, 1 em Olhão, 1 em São Bartolomeu de Messines, 1 em Mortágua, 1 em Tormes, 1 em Santarém, 2 no

Porto, 8 passam por várias cidades e localidades do norte de Portugal, 1 em Leiria, 12 em Coimbra, 1 em Ribeira de Pena, 1 em Angra do Heroísmo, 2 em Ponta Delgada, 1 em Santa Cruz, 1 no Corvo e 1 no Pico (Figura 2).

Figura 2: N.º de itinerários literários por localidade



Fonte: Elaboração própria.

A predominância de itinerários na capital é clara e é também aqui que a iniciativa privada assume maior significado (apenas um está sob a tutela da Câmara Municipal de Lisboa, os restantes são explorados por particulares). Nos outros três casos de maior aglomeração de itinerários, verificamos que os doze itinerários de Coimbra são maioritariamente responsabilidade da Câmara Municipal de Coimbra e da Comissão Coordenadora da Região Centro, os oito itinerários no norte foram criados por decisão da Direção Regional de Cultura do Norte (*Escritores a Norte*) e os seis itinerários dos Açores são uma iniciativa do Governo dos Açores, provando, a nosso ver, a importância de uma intervenção das entidades oficiais em destinos menos associados ao turismo cultural e nos quais a relação autor/espço físico não é tão óbvia para o visitante como são os binómios Pessoa/Lisboa, Eça/Lisboa ou Camões/Lisboa.

Abrimos aqui um parêntesis para referir que, no caso dos itinerários oferecidos em *sites*, predominam páginas que definem uma cartografia literária (Tally Jr, 2013) para uma determinada região, como a página *Escritores a Norte* (<http://escritoresnorte.pt/roteiros.aspx>), os roteiros Queiroziano e Romântico propostos entre os *Roteiros Culturais* da Câmara Municipal de Sintra (<https://cm-sintra.pt/actualidade/cultura/roteiros-culturais>) e as rotas e circuitos apresentados pela Associação Douro Histórico (<http://www.dourohistorico.pt/turismo/index.php?action=getDetalleRota&id=16>). Todas estas páginas associam excertos a elementos da paisagem que, em alguns casos, estabelecem a articulação entre a literatura e domínios como o da gastronomia ou o da natureza, e podem inclusive permitir ao visitante criar o seu próprio percurso.

No que concerne aos vinte festivais literários que se realizam em Portugal, apenas quatro têm lugar a sul do Tejo e apenas um, o Festival Literário Internacional de Querença, não é organizado por um município, mas sim por uma fundação. Daí concluímos que, se o papel das entidades locais e regionais no que se refere aos itinerários é inequívoco, no âmbito da organização de festivais literários é vital.

Posto isto, acreditamos ser legítimo extrapolar esta realidade nacional para o caso concreto de Coimbra e presumir que o envolvimento das entidades locais e regionais será indispensável para o desenvolvimento da ideia de uma “Coimbra Literária”. Como tal, pretendemos que a inventariação dos recursos a que estamos a

proceder constitua também uma forma de alertar as entidades para o potencial que a cidade de Coimbra tem para se reinventar enquanto destino de turismo literário.

Esta reinvenção integra-se necessariamente num pensamento estratégico para o destino e implica, por isso, a tomada de decisões e de medidas de gestão que não são possíveis sem base numa recolha de informação exaustiva e que, logo à partida, contextualize e permita aferir da exequibilidade do desafio. Assim, no caso de um projeto centrado no turismo literário, para além de um enquadramento prévio da proposta no âmbito do turismo cultural e do turismo literário na cidade, é fundamental proceder-se ao levantamento da informação relativa aos escritores e aos lugares conectáveis com a sua presença nesse espaço físico, conforme referido na introdução deste artigo. Esta inventariação constitui uma etapa fundamental que confere solidez ao processo, ainda que, numa fase posterior, deva ser complementada com a conexão texto literário/espço físico e com a análise das possibilidades de articulação com outros produtos e experiências de turismo cultural, e não só, como veremos adiante.

Tal como o próprio nome indica, um inventário é uma relação de bens, logo inventariar os escritores e lugares que lhes estão associados num determinado espaço consiste em fazer o levantamento desses bens, em identificá-los e fazer o seu registo. Existindo um propósito turístico, a implementação de um projeto desta natureza implica também que se identifiquem outras atrações, serviços e equipamentos turísticos; estes serão objeto de inventariação e estudo numa fase posterior desta investigação.

O nosso intuito nesta fase do trabalho foi evidenciar o elevado número de lugares que já existem identificados como lugares literários (conceito que explicaremos adiante) e aqueles que têm potencial para serem identificados enquanto tal por via da sua conexão a aspetos biográficos dos autores. Ainda nesta etapa, importa explicar de que modo a articulação destes lugares dos autores com os textos literários (i.e. com os lugares dos textos) e com produtos de outros nichos de turismo constituem um enorme manancial que, devidamente estruturado e inserido numa estratégia da e para a cidade, a pode valorizar, diversificar a oferta para os turistas culturais que já procuram Coimbra, atrair novos turistas e valorizar um património que pode também ser usufruído para fins educativos.

Em 2009, um relatório da OCDE sobre os

impactos da cultura no turismo reconhecia ter havido um uso excessivo da cultura para afirmar alguns destinos como distintivos e que o surgimento de uma “economia do simbólico” pode dar novos contributos e oportunidades competitivas a destinos que, apesar de não possuírem um património cultural ou monumental relevante, podem valorizar o património que têm através da criatividade. Por sua vez, o desenvolvimento e o reviver dos lugares depende dos benefícios percebidos pelas comunidades envolvidas e para elas criados, pelo que é necessário que esses lugares sejam (re)apresentados às comunidades a partir desta nova perspetiva. Ou

seja, há que inculcar na comunidade a ideia de que o seu lugar (espaço da sua vivência, do seu quotidiano e das suas histórias) pode ser também um destino turístico (espaço da curiosidade e do extraordinário para o visitante) (Smith, 2018) e de que esta é uma nova realidade de que ambas as partes poderão beneficiar.

A relevância que a cultura adquire na prática turística no século XXI reflete-se também no interesse da academia pelo tema. Na Tabela 1 (abaixo), apresentamos uma breve análise do turismo cultural na Europa, construída a partir de um resumo dos resultados obtidos pela investigação feita nesta área:

Tabela 1 – Síntese dos resultados da investigação em Turismo Cultural na Europa

- Crescente florescimento nas ofertas culturais e patrimoniais (os países estão a investir mais quer em novos produtos quer na renovação de atrações culturais e patrimoniais);
- Segundo a Comissão Europeia, existem mais de 200 000 monumentos protegidos e 2,5 milhões de edifícios com interesse histórico no Espaço Europeu;
- Não há conhecimento científico profundo sobre turismo cultural e estudos abrangentes recentes sobre este segmento (a investigação da ATLAS tem sido a principal fonte de informação);
- Aumento da centralidade das sociedades modernas em cultura e atrativos culturais, o que é visto como um fator de modernização;
- A cultura e o património foram colocados no centro das estratégias de desenvolvimento rural e urbano, e ao nível dos programas de melhoria da imagem dos destinos;
- A cultura é uma maneira de reforçar a coesão social e promover o reforço da identidade;
- Atrações culturais como museus ou monumentos constituem o maior setor do mercado europeu de atrações;
- O turismo cultural é uma opção estratégica para o desenvolvimento à disposição de todos os locais, pois todos eles têm cultura;
- Os setores da cultura e do turismo têm uma linguagem e objetivos muito específicos, pelo que a cooperação nem sempre é fácil. Há uma necessidade crescente de um diálogo estruturado;
- O crescimento da procura por cultura também aumentará a pressão sobre o setor público para financiar mais equipamentos e atrações culturais. O turismo é cada vez mais assumido como uma das formas de gerar recursos financeiros externos;
- Dificuldade em identificar e elaborar modelos que permitam desenvolver teorias aplicadas a vários contextos;
- Carência de oferta de cursos de pós-graduação na área de turismo cultural, alguns bons exemplos incluem: Espanha, Grã-Bretanha, Austrália e alguns países da América Latina;
- Em termos internacionais, existe um panorama desigual em relação ao desempenho de instituições governamentais e organismos internacionais: os Estados Unidos consolidaram alianças entre diferentes instituições (privadas e governamentais); na Europa são políticas públicas que promovem a gestão do turismo cultural, sob a responsabilidade de instituições governamentais, o mesmo ocorrendo na Austrália e no Canadá;
- Existem esforços entre organismos internacionais para definir critérios uniformes para medir e avaliar o turismo cultural.

Fonte: Elaboração própria.

Sobressai nesta tabela a dimensão e a importância que o turismo cultural assume no século

XXI, o grande crescimento da procura, mas também a necessidade de se trabalhar mais a

articulação entre cultura e turismo, nomeadamente através do ensino superior, da investigação e do empenho das instituições. Ou seja, há um fenómeno crescente, com claros impactos positivos, mas que tem de ser mais bem estudado, mais bem trabalhado e acautelado de modo a não se vir a incorrer em erros que marcaram outros tipos de turismo. Na verdade, a dificuldade que tivemos em obter dados quantitativos relativamente ao Turismo Cultural em Coimbra, de que daremos conta adiante, é um reflexo claro desta necessidade de investir no acompanhamento e estudo rigoroso do fenómeno.

Ainda assim, e apesar dos aspetos menos positivos, constata-se uma preocupação acrescida com a implementação de propostas de turismo cultural e com a sua sustentabilidade. Todavia, é importante ressaltar que também o sucesso do turismo cultural sustentável depende do conhecimento, nomeadamente do conhecimento: do perfil dos turistas culturais, das expectativas dos visitantes relacionadas com o turismo cultural, das atividades e oportunidades de lazer relacionadas com o turismo cultural, da autenticidade sentida nas experiências dos visitantes nos destinos, do conceito de identidade relacionado

com as experiências, das oportunidades de interação com as comunidades hospedeiras e da avaliação da qualidade da atração. A preocupação com a sustentabilidade do produto turístico deverá, portanto, partir da consciência dos seus princípios fundamentais que, segundo Richard Sharpley, são: “minimizar os impactos ambientais, alcançar os resultados de conservação, ser diferente, alcançar a autenticidade, refletir os valores da comunidade, entender e direcionar os mercados, aprimorar a experiência, agregar valor. Ter bom conteúdo, aprimorando o senso de lugar através do design, proporcionando benefícios mútuos aos visitantes e anfitriões e construindo capacidade local” (Sharpley, 2009: 62, tradução nossa).

Será, pois, desejável que os princípios enunciados por Sharpley sejam aplicados aos mais variados tipos de turismo, nomeadamente ao turismo cultural e de base literária, até porque, para além da questão da sustentabilidade, reconhecemos a relação entre estes e os fatores que Pocock, Carlsen, Hughes, Frost & Peel (2008) identificam como fatores de sucesso e de insucesso para o desenvolvimento do turismo com base no património cultural (Tabela 2).

Tabela 2 - Fatores de Sucesso e de Insucesso do Turismo Cultural e Patrimonial

Histórias de insucesso associadas	Histórias de sucesso associadas
<input type="checkbox"/> Falta de compreensão dos gestores do património cultural sobre as expectativas do mercado;	<input type="checkbox"/> Singularidade e carisma do património cultural material;
<input type="checkbox"/> Falta de avaliação do potencial turístico do lugar em termos de atratividade e de capacidade de carga;	<input type="checkbox"/> Desenvolvimento de uma narrativa ficcional para criar uma história pessoal envolvente (exemplo: Festival do Contrabando de Alcoutim);
<input type="checkbox"/> Ausência de desenvolvimento do potencial turístico;	<input type="checkbox"/> Relação com cultura popular, como é o caso dos filmes;
<input type="checkbox"/> Falta de relação entre a gestão e desenvolvimento do património cultural e a promoção do lugar para o turismo.	<input type="checkbox"/> Presença de figuras célebres como embaixadores do lugar.

Fonte: Elaboração própria baseada em Pocock *et al.* (2008).

No que se refere ao património literário, as casas-museu, as casas e fundações de escritores, os museus e festivais literários, assim como os números de visitantes que se interessam pela literatura, parecem apresentar uma tendência de aumento (Richards, 2018). Da mesma forma, e em consequência desse crescente interesse, as rotas literárias são cada vez mais numerosas e demonstram como a articulação entre literatura e espaço físico pode contribuir para a afirmação de uma memória coletiva, combinando a

herança natural e cultural, e adicionando valor a recursos por vezes pouco reconhecidos na herança cultural das comunidades (Ruiz Scarfuto, 2013). Falamos de fenómenos associados ao chamado turismo literário, a que dedicamos a próxima secção deste artigo.

2.2 Turismo Literário

Apesar de a prática do turismo literário ser bastante antiga (segundo Hendrix (2007) é

possível fazê-lo remontar ao século XV, ainda que numa forma rudimentar), enquanto conceito, o turismo literário surge apenas no final do século XX (Brinkmann, 2006; Busby & Klug, 2001; Butler, 2000; Herbert, 2001; Hoppen, 2011; Magadán Díaz & Rivas Garcia, 2012; Pérez Pinzón & Luis Rubén, 2017; Quinteiro & Baleiro, 2019; Robinson & Andersen, 2002; Squire, 1996). Não obstante cada uma das definições propostas por estes autores ser mais ou menos pormenorizada, estabelecer mais ou menos relações entre este nicho e alguns tipos de turismo, ou mesmo entre este e outros nichos, a verdade é que, tal como a própria designação indica, o turismo literário é um nicho do turismo cultural que se distingue por ter como objeto todos os elementos que num espaço físico tenham alguma relação com a literatura e que, nessa articulação, se possam transformar em lugares literários e integrar um produto ou experiência de turismo literário.

No estudo mais significativo que se realizou até hoje sobre turismo literário, *Researching Literary Tourism* (2015), de Charles Mansfield, o autor divide as diferentes formas que o turismo literário pode assumir em categorias. A categoria que designa como A tem por base a ligação entre o texto (personagens e cenários) e o espaço físico; a categoria B associa o autor ao espaço físico (casa onde nasceu, locais que frequentava, onde trabalhava, onde estudava, sepultura); e a categoria C tem a ver com a mediação e a promoção, ou seja, com os livros enquanto objetos (os festivais literários, os locais de gravação de filmes que resultam da adaptação de um texto literário, a alteração da designação de lugares, destinos ou cidades em função da associação à literatura).

Considerando a dimensão em termos de potencial turístico-literário de uma cidade com a História e a tradição universitária de Coimbra, previmos que a sua avaliação não poderia ser feita num único momento. Assim, o trabalho que aqui apresentamos corresponde à fase inicial de um projeto dividido em várias etapas com objetos e objetivos bem definidos, que viabilizam a construção e alargamento sustentado de uma base de conhecimento conducente a uma proposta para esta cidade.

Nesta fase, o nosso foco foi a inventariação dos recursos resultantes da interseção entre o autor e o espaço físico (categoria B de Mansfield). Tomámos como ponto de partida esta categoria, a associação autor/espaço físico, por duas razões:

(i) Porque os lugares dos autores são reconhecidamente os lugares de maior procura por parte dos turistas literários. Foram estes os primeiros destinos de turismo literário (Hendrix, 2007), e chegam mesmo a motivar peregrinações literárias por parte de grandes conhecedores que demandam uma comunhão com os autores que admiram através da ida aos lugares em que nasceram, viveram, morreram ou estão sepultados. Isto é, são os lugares que mais satisfatoriamente respondem à busca de uma proximidade física com o escritor admirado e os seus objetos (Dávidházi, 1998; Hendrix, 2014; Herbert, 2001; Robertson & Radford, 2009; Westover, 2008);

(ii) Porque os lugares literários são os pilares sobre os quais assenta a construção de qualquer produto ou experiência de turismo literário (ressalvando, mais uma vez, o facto de, nesta fase da investigação, nos centrarmos apenas nos lugares dos autores).

Cabe, pois, definir o que entendemos por lugar literário.

2.2.1 Lugar Literário

Como referido, inventariámos os lugares literários de Coimbra associados aos elementos biográficos de autores relativamente aos quais encontramos uma ligação física a esta cidade. Assim, para que fique mais claro o objeto da nossa investigação, passamos a esclarecer o que entendemos por lugar literário. Tendo este conceito na sua raiz a ideia de lugar, termo que constitui a base desta expressão, é, pois, a partir do conceito de lugar que definiremos o lugar literário.

O lugar é um conceito que tem vindo a ser objeto de inúmeras definições desde a Antiguidade Clássica e, não cabendo neste trabalho a proposta de uma nova leitura, passamos a citar um dos maiores pensadores da atualidade, Claudio Magris, que, em *Instantâneos* (2018), propõe um significado para lugar que vai ao encontro do sentido em que aqui o empregamos. Diz Magris que: “Lugares significam paisagens, naturais ou edificadas pelo Homem, ou melhor, ambas, o lago e a pequena casa na beira indissolúveis numa lírica de Brecht. Lugares significam sobretudo pessoas, mais ou menos familiares ou quase desconhecidas, mas ainda assim testemunhas, embora parciais, da nossa existência.” (Magris, 2018: 154). Com efeito, tal como Magris, também nós, na linha do que propõem os geógrafos humanistas (nomeadamente Tuan,

[1977] 1983 e Cresswell, 2009 e 2015) entendemos que o lugar se constrói na interseção das pessoas com o espaço, no significado que um determinado recorte do espaço físico ganha quando é vivido por um sujeito ou por uma comunidade. É também assim que entendemos os lugares literários, enquanto recortes de espaço aos quais os autores, os textos ou os eventos criados em seu torno, ou que a eles se associam, criam significado literário.

Entendemos ainda que, à semelhança dos restantes lugares, também os lugares literários são “pausas no movimento”, como nos diz Tuan ([1977] 1983:151). Segundo este autor, os seres que se deslocam no espaço param em determinados sítios aos quais reconhecem um determinado valor (os lugares). Esse valor advém da capacidade que esses sítios têm para responder a uma necessidade do sujeito em movimento. O lugar corresponde sempre a uma pausa e a uma experiência, logo, transpondo esta ideia para o domínio do turismo literário, podemos concluir que as pausas que os turistas literários fazem na sua deslocação se dão em lugares que reconhe-

cem como “centro[s] de reconhecido valor” (Tuan [1977] 1983:151), neste caso centros aos quais reconhecem valor literário e que respondem à sua necessidade de contactar com esse universo.

Os lugares literários apresentam-se sob um número significativo de formas. Constituem exemplos de lugares literários: o lugar onde o escritor nasceu; a casa onde viveu; os lugares onde escreveu e onde morreu; os cafés, restaurantes e livrarias que frequentava; os hotéis em que pernitoiu; a sua sepultura; mas também as casas e outros lugares de autores contemporâneos; os monumentos dedicados aos escritores; os lugares que descreveu ou simplesmente mencionou na sua obra; os lugares relacionados com movimentos estéticos ou culturais associáveis a um autor ou obra; ou mesmo os lugares fictícios em que decorre a ação de uma obra.

David Herbert foi um pioneiro no estudo dos lugares literários e, em 2001, identificou as qualidades associadas ao lugar literário que se apresentam no esquema abaixo (Figura 3), adaptado a partir do autor:

Figura 3: Qualidades do lugar literário



Fonte: Adaptado de Herbert, 2001: 315.

Este esquema das qualidades do lugar literário proposto por Herbert justifica-se na medida em que o autor entende desde logo o lugar literário como um lugar turístico. Herbert não se limita, portanto, ao reconhecimento da conexão literatura/espaço físico, remetendo também para questões como a atratividade do lugar, os serviços e infraestruturas, a localização num itinerário turístico, a acessibilidade, o desenvolvimento enquanto atratividade turística, a

preservação ou, até mesmo, as necessidades dos visitantes. Esta é uma perspetiva que vem ao encontro da investigação que estamos a desenvolver, uma vez que o projeto em que se enquadra tem objetivos turísticos.

Como referimos, neste trabalho centramos apenas nos lugares literários dos autores, excluindo para já outras duas formas de associar literatura e espaço físico: a identificação dos lugares dos textos, isto é, dos lugares descritos ou

mencionados numa obra (ou que a inspiraram); e a criação de lugares literários (como é o caso dos parques literários) (Quinteiro & Baleiro, 2019).

Nesta fase da investigação, identificámos os lugares dos autores, registando-os numa grelha, na qual se consideraram o nome, local e data de nascimento e falecimento do escritor, a natureza da sua ligação a Coimbra e os lugares do autor em Coimbra, de modo a perceber quantos autores têm uma ligação à Cidade, quantos lugares literários podemos associar a cada um deles e qual a sua dispersão no espaço da cidade. Esta grelha permite-nos olhar o conjunto dos lugares dos autores e perceber quais os que têm potencial para ser integrados em produtos turístico-literários. Posteriormente, esta grelha dará também origem a um mapa dos lugares literários.

3. TURISMO LITERÁRIO EM COIMBRA

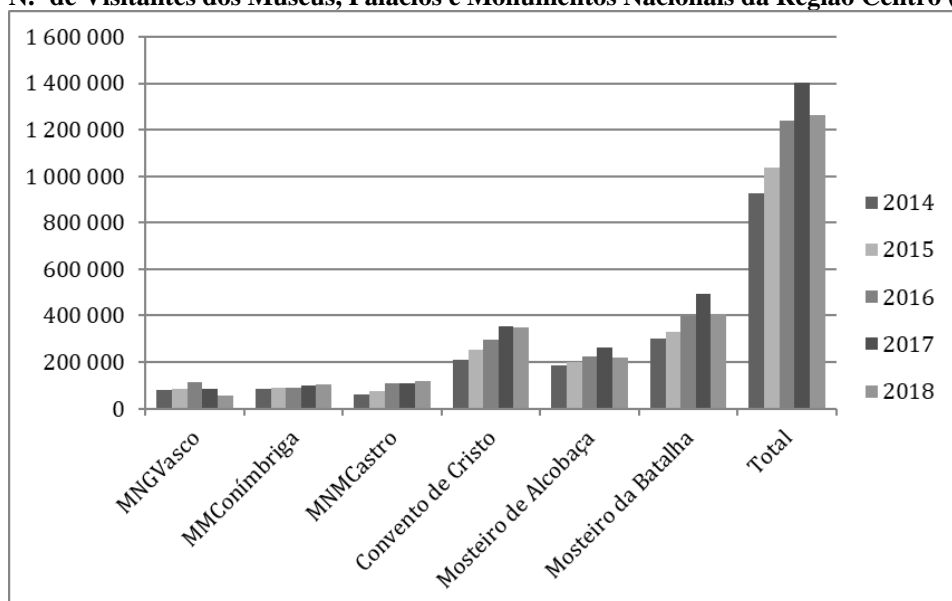
De acordo com informação da Direção Regional de Cultura do Centro, na qual se inclui o distrito de Coimbra, a região participa através deste organismo em sete rotas: Rota de Sefarad; Rota das Catedrais; Rede de Castelos e Muralhas Medievais do Mondego; Rota das Aldeias Históricas de Portugal; Rota Arte Nova; Rota do Românico; e Rede das Aldeias de Xisto. Destas rotas e redes apenas três passam por ou incluem Coimbra: a das Catedrais, a Rede de Castelos e Muralhas, e a Rota do Românico (*vide Rotas | Redes* in <https://www.culturacentro.gov.pt/>).

De entre os museus, monumentos e palácios classificados a nível nacional encontram-se sob a sua gestão direta o Mosteiro de Santa Clara-a-Velha, o Museu da Cerâmica (Caldas da Rainha), o Museu José Malhoa (Caldas da Rainha) e o Museu Dr. Joaquim Manso (Nazaré), relativamente aos quais não são disponibilizadas as estatísticas de visitantes. Por sua vez, no *Atlas Cultural online* são identificados para a Região Centro um conjunto de 935 elementos patrimoniais, dos quais 249 se situam no distrito de Coimbra (quase 27% do total dos elementos patrimoniais inventariados para a Região Centro (*vide Atlas* em <http://culturacentro.gov.pt>).

Não havendo dados que nos permitam saber o número exato de turistas culturais que visitam Coimbra anualmente (e, conseqüentemente, desconhecendo-se o número de turistas literários), há, no entanto, alguns dados que são indicadores da grande expressividade do turismo cultural na região em que a cidade se insere.

Os dados relativos aos números totais de visitantes nos monumentos, museus e palácios sob a gestão da Direção-Geral do Património Cultural na Região Centro revelam uma evolução consolidada do número de visitantes nestes lugares (total de seis), que se representam no gráfico abaixo (Figura 4), somando em 2018 um número final de 1 263 485 visitantes. Este total de visitantes nos monumentos, museus e palácios da Região Centro representa também um total de 27% do total dos visitantes dos 23 monumentos, museus e palácios afetos à DGPC em 2018:

Figura 4: N.º de Visitantes dos Museus, Palácios e Monumentos Nacionais da Região Centro (2014-2018)



Fonte: http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/totaism_m_p2014_2018.pdf

Por outro lado, importa destacar o volume de turismo na Região Centro indiciado pelos 1 428,5 milhares de dormidas registadas nas Estatísticas do Turismo em 2017 (INE, 2018), por outro, sabendo-se que Coimbra é uma cidade histórica, que a Universidade de Coimbra, a Alta e a Sofia são Património Mundial da Humanidade e que a sua atratividade em termos de turismo cultural é enorme, consultámos os dados mais recentes das Estatísticas da Cultura do INE e constatámos que dos 17,2 milhões de

visitantes de museus em 2017 (mais 1,6 milhões do que no ano anterior, INE, 2018), 1 992 499 (11,6%) registaram-se na zona Centro (2018).

Não havendo, portanto, dados relativos ao número de turistas literários que visita Coimbra, nem mesmo relativos à oferta existente nesta área, procedemos à identificação dos produtos de turismo literário oferecidos na cidade. Os resultados são os que apresentamos abaixo, na Tabela 3:

Tabela 3 - Oferta turístico-literária em Coimbra

Designação	Operador
Roteiro Literário em Coimbra: De Antero a Torga	Roteiros Literários AVG
Viagem Literária: Antero de Quental, entre Coimbra e Bussaco	Viagens Literárias
Uma Viagem Literária: Carlos de Oliveira, Coimbra-Gândara	Viagens Literárias
Rota das casas de escritores: Casa de Miguel Torga	Myown Portugal
Visite Coimbra. Roteiros de Coimbra. Escritores	Câmara Municipal de Coimbra
A Coimbra dos Escritores: A Coimbra de António Nobre	Câmara Municipal de Coimbra
A Coimbra dos Escritores: Eça de Queirós em Coimbra	Câmara Municipal de Coimbra
A Coimbra dos Escritores: Coimbra na Criação do Mundo de Miguel Torga	Câmara Municipal de Coimbra
Rota dos Escritores: Caminhando... pela Rota de Miguel Torga. Circuito da Baixa Coimbrã	Comissão Coordenadora da Região Centro
Rota dos Escritores: Caminhando... pela Rota de Miguel Torga. Circuito da Alta Coimbrã	Comissão Coordenadora da Região Centro
Rota dos Escritores: Caminhando... pela Rota de Miguel Torga. Circuito da Margem Esquerda	Comissão Coordenadora da Região Centro
Rota dos Escritores: Caminhando pela Rota de Miguel Torga. Circuito dos Jardins	Comissão Coordenadora da Região Centro

Fonte: Elaboração própria.

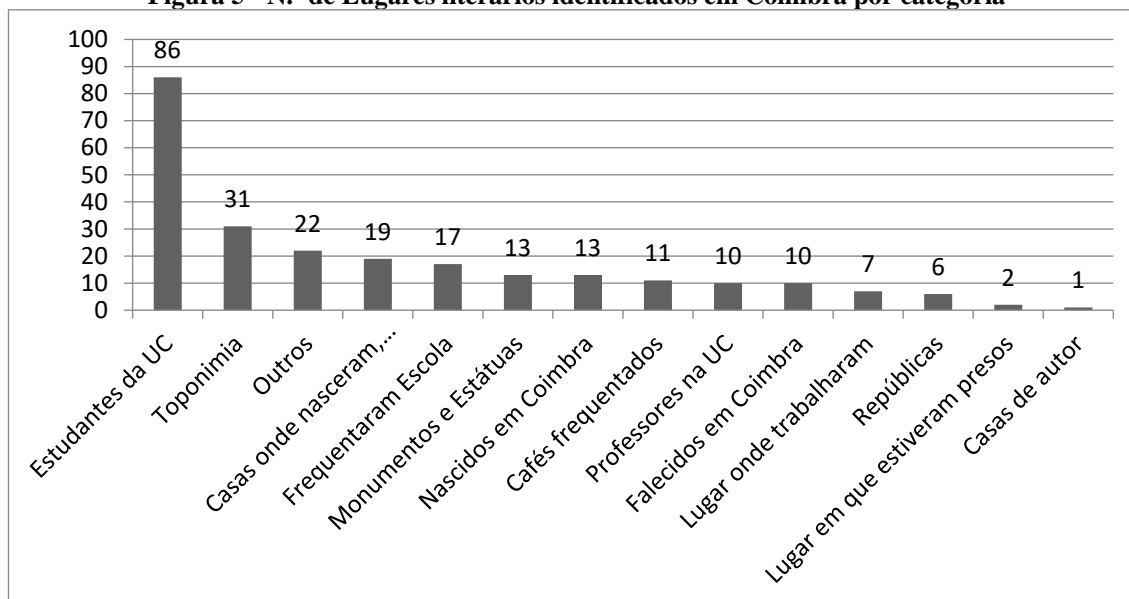
Verificamos na tabela acima que a oferta de produtos turístico-literários em Coimbra é muito reduzida, que se restringe a itinerários e que, como referido anteriormente, se contam apenas 12. Destes 12, 10 realizam-se integralmente dentro da cidade de Coimbra e destes, apenas 1 é uma iniciativa privada. Sobressai ainda o facto de estes itinerários terem como foco apenas 5 escritores e de 5 desses 10 itinerários serem construídos exclusivamente em torno da figura de Miguel Torga. Perante estes dados, poderíamos ser levados a crer que se trata de uma cidade com uma tradição literária mediana e um único autor relevante.

Ora, a informação que recolhemos aponta para um número de escritores que, só por si, indica o quanto existe por fazer em termos de capitalização deste património. Com efeito, até ao momento, encontramos 121 autores relativamente aos quais é possível estabelecer uma

ligação com a cidade de Coimbra. Quanto à natureza da associação destes escritores a Coimbra, há uma grande variedade, como veremos em seguida, sendo que é a natureza da ligação que, regra geral, define o maior ou menor número de lugares associáveis à presença do autor na cidade.

Havendo ainda muito trabalho de investigação a fazer no que se refere ao levantamento dos lugares associáveis aos autores, identificámos para já um total de 248 possíveis ligações autor/espço físico, ou seja, 248 lugares literários. Note-se que ao fazermos esta associação há vários lugares literários que correspondem a um mesmo lugar no espaço físico. Abaixo apresentamos um gráfico (Figura 5) que mostra a distribuição dos lugares identificados em função da natureza da relação que estabelecemos entre o autor e o espaço físico:

Figura 5 - N.º de Lugares literários identificados em Coimbra por categoria



Fonte: Elaboração própria.

Verifica-se, portanto, a enorme, e expectável, relevância assumida pela Universidade de Coimbra, com 38,7 % dos lugares literários (soma dos autores que foram estudantes da Universidade de Coimbra com os que aí foram ou são docentes). Na verdade, é a partir daqueles que aí estudaram e/ou lecionaram, nos quais se incluem grande parte dos 13 autores nascidos e dos 10 falecidos nesta cidade, que se estabelecem a maioria dos lugares literários de Coimbra. São maioritariamente estas figuras que estão associadas às tertúlias nos cafés históricos Brasileira, Central e Santa Cruz e nas casas de José Cochofel e de Amélia Janny. São também estes os escritores que viveram nas Repúblicas ou noutras casas nas quais se assinala (ou não) a sua presença com placas evocativas e que colaboraram nos jornais e revistas de Coimbra. A muitos destes escritores foram também dedicados monumentos e o seu nome atribuído a ruas, escolas e avenidas da cidade. Assim, temos um leque de lugares literários que, tendo como ponto de maior aglomeração a Universidade, se dispersa um pouco por toda a cidade.

4. CONCLUSÕES

Propusemo-nos com este artigo fazer o levantamento dos produtos de turismo literário existentes em Portugal e, mais concretamente, em Coimbra, bem como o levantamento dos recursos passíveis de gerar uma oferta desta natureza com base na interseção entre as biografias dos “escritores da cidade” e lugares assinaláveis

no espaço físico de Coimbra. As principais conclusões a que chegámos foram as seguintes:

(i) a oferta de produtos e experiências de turismo literário existente a nível nacional é limitada quer em número quer em diversidade e quase inteiramente da responsabilidade de entidades oficiais, nomeadamente das autarquias;

(ii) a oferta de produtos e experiências de turismo literário em Coimbra é escassa e resume-se a um tipo de produto, o itinerário;

(iii) a oferta de produtos e experiências de turismo literário em Coimbra, para além de escassa e de surgir apenas sob a forma de itinerários literários, é também redutora no que se refere ao número de escritores evocados. Os itinerários foram construídos em torno de apenas 5 autores, com particular enfoque em apenas um, Miguel Torga;

(iv) o potencial relativamente ao desenvolvimento de turismo literário na cidade de Coimbra é enorme. Identificámos até ao momento 121 autores e 248 lugares literários que permitem um número vastíssimo de combinações entre si;

(v) verifica-se a predominância clara da Universidade de Coimbra enquanto elemento de ligação literatura/espaço físico, neste caso autor/espaço lugar literário.

Sobre uma análise mais detalhada dos percursos que se podem viabilizar em torno dos recursos inventariados, será necessário na fase seguinte e a partir das fichas de inventariação de recursos desenvolvidas, começar a especificar os pontos de interesse para a temática do

percurso e narrativa que se definir. O potencial identificado é muito diverso, mas há que atender à dimensão do percurso, ao grau de acessibilidade ao património físico, às possibilidades de interpretação no local, à profundidade da informação existente, ao maior ou menor grau de visibilidade dos autores, do estilo literário ou da época em que estão inseridos, entre outros elementos que integrarão a fase seguinte deste trabalho de investigação.

Novos percursos literários poderão dar um contributo essencial para a distribuição dos fluxos turísticos no território, aumentar a visibilidade da nossa cultura literária, promover a edu-

cação para as letras e a literatura portuguesa e, sobretudo, contribuir para um desenvolvimento cultural e turístico sustentado de um espaço internacionalmente reconhecido como Património da Humanidade.

Como esclarecemos, este é um trabalho em permanente atualização e ainda numa fase inicial. Acreditamos, por isso, que o potencial de Coimbra enquanto destino de turismo cultural de base literária ficará mais evidente à medida que a investigação for avançando, nomeadamente após o estudo da convergência dos textos literários com o espaço físico da cidade, próximo passo desta investigação.

BIBLIOGRAFIA

Associação Douro Histórico, Rotas e Circuitos, <http://www.dourohistorico.pt/turismo/index.php?action=getDetalleRota& id=16>, acessado em 04 de setembro 2019.

Brinkmann, Ulrich (2006), *The background of tourism: Configurations of place in Henry James* (tese de doutoramento não publicada), Freie Universität Berlin, Berlin.

Busby, Graham & Klug, Julia (2001), "Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 7, nº 4, pp. 316–332.

Butler, Richard (2000), "Literary tourism", in Jafar Jafari (ed.), *Encyclopedia of Tourism*, Londres, Routledge, p. 360.

Cabeça, Sónia; Gonçalves, Alexandra; Marques, José & Tavares, Mirian (2018), "Contributions of creative tourism to sustainable development: the CREATOUR research and incubation project" in Amoêda, R. Lira, S., Pinheiro, C., Zaragoza, JMS, Serrano, JCS & Carrillo, FG (Eds.) *Heritage 2018 – Proceedings of the 6th International Conference on Heritage and Sustainable Development*, Granada: Editorial Universidad de Granada / Green Lines Institute for Sustainable Development, Vol 2, pp. 1671-1680.

Câmara Municipal de Sintra, "Roteiros Culturais" in <https://cm-sintra.pt/actualidade/cultura/roteiros-culturais>, acessado em 16 junho 2019.

Cisneros-Martínez, José David & Fernández-Morales, Antonio (2015), "Cultural tourism as tourist segment for reducing seasonality in a coastal area: the case study, of Andalusia", *Current Issues in Tourism*, Vol. 18(8), pp. 765-784.

Cresswell, Tim (2009), "Place", in *International Encyclopedia of Human Geography*. Thrift, Nigel & Kitchen, Rob (eds.), Oxford, Elsevier, Vol. 8, pp. 169-177.

Dávidházi, Peter (1998), *The romantic cult of Shakespeare: Literary reception in anthropological perspective*, Londres, Macmillan Press.

Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas, *Festivais Literários em Portugal*, http://livro.dglab.gov.pt/sites/DGL_B/Portugues/noticiasEventos/Paginas/FESTIVAIS-LITER%C3%81RIOS-EM-PORTUGAL.aspx, acessado em 04 de setembro 2019.

Direção Geral do Património Cultural (2019), *Monumentos, museus e palácios da DGPC – Estatísticas do visitantes 2014-2018*, http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/totalism_m_p2014_2018.pdf.

Direção Regional de Cultura do Centro, "Rotas | Redes" in <https://www.culturacentro.gov.pt/>, acessado em 16 junho 2019.

Direção Regional da Cultura do Norte, "Escritores a Norte" in <http://escritoresnorte.pt/roteiros.aspx>, acessado em 1 de junho 2019.

Gomes, Carina Sousa (2008), "Imagens e narrativas da Coimbra turística: Entre a cidade real e a cidade (re)imaginada", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 83, pp. 55-78.

Hendrix, Harald (2007), "The early-modern invention of literary tourism: Petrarch's houses in France and Italy" in Hendrix, Harald (ed.), *Writer's houses and the making of memory*, Nova Iorque, Routledge, pp. 15-30.

Hendrix, Harald (2014), "Literature and tourism: Explorations, reflections and challenges" in Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita (orgs.), *Lit&tour: Ensaio sobre literatura e turismo*, Vila Nova de Famalicão, Húmus, pp.19-30.

Herbert, David (2001), "Literary places, tourism and the heritage experience", *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, n° 2, pp. 312-333.

Hoppen, Anne (2011), *A Study of visitors' motivations at Daphne du Maurier Festival of arts and literature* (dissertação de mestrado não publicada), Bournemouth University, Bournemouth.

INE (2017), *Estatísticas da Cultura - 2017*, https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpmain=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=320464526&PUBLICACOESmodo=2.

INE (2018), *Estatísticas do Turismo - 2017*, https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpmain=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=320462327&PUBLICACOESmodo=2.

Irish Tourism, Ireland self-drive tours, <https://www.authenticireland.com/tours/ireland-self-drive-tours/>, acessado em 10 de junho 2019.

Landry, Charles (2008), *The Creative City. A tool kit for urban innovators*, 2ª edição, Co-media, Londres.

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

Magris, Claudio (2018), *Instantâneos*, Lisboa, Quetzal.

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

Óbidos Vila Literária, <http://obidosvilaliteraria.com/cidade-criativa-da-literatura/>, acessado em 26 abril 2019.

OECD (2009), *The Impact of Culture on Tourism. Organization for Economic Co-operation and Development*, https://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofculture_ontourism.htm.

Pérez Pinzón & Luis Rubén (2017), "Turismo literario, ambientes históricos y "santandereanidad": representaciones narrativas sobre el territorio santandereano", *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, Vol. 26, n° 2, pp. 133-151.

Pocock, Celmar; Carlsen, Jack; Hughes, Michael; Frost, Warwick & Peel, Vicki (2008) *Towards a cultural heritage tourism research*

strategy: developing synergies in Australian research. Technical Report. Sustainable Tourism CRC, Brisbane, Australia.

Quinteiro, Sílvia & Baleiro, Rita (2019), *Estudos em Literatura e Turismo: Conceitos Fundamentais*. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

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

Richards, Greg (2018) "Cultural tourism: A review of recent research and trends", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, N.º 36, pp. 12-2.

Robertson, Judith & Radford, Linda (2009), "The Private Uses of Quiet Grandeur: A Meditation on Literary Pilgrimage", *Changing English*, Vol. 16, n° 2, pp. 203-209.

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

Ruiz Scarfuto, Rosalina (2013), "Literary Routes: Contributions to Natural/Cultural Heritage Tourism. How Landscape Transforms Literature and Tourism", *Alma Tourism, Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, n° 8, pp. 1-18.

Sharpley, Richard (2009), *Tourism Development and Environment: Beyond Sustainability*, Routledge.

Skift (2018) *Megatrends Defining Travel in 2018*, <https://skift.com/2018/01/17/the-megatrends-defining-travel-in-2018/>.

Smith, Jeremy (2018), *Transforming Travel. Realising the potential of sustainable tourism*, Wallingford, Cabi.

Solima, Ludovico & Minguzzi, Antonio (2014), "Territorial development through cultural tourism and creative activities", *Mondes du Tourisme*, 10, Dezembro 2014, pp. 6-8.

Squire, Shelagh J. (1996), "Literary tourism and sustainable tourism: Promoting 'Anne of Green Gables' in Prince Edward Island", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 4, n° 3, pp. 119-134.

Tally Jr., Robert (2013), *Spatiality*. Nova Iorque: Routledge.

Tuan, Yi-Fu. [1977] (1983), *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: DIFEL.

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