

Recursos e potencial de Coimbra como destino de turismo literário

Resources and potential of Coimbra as a literary tourism destination

SÍLVIA QUINTEIRO * [smquinteiro@gmail.com]

ALEXANDRA RODRIGUES GONÇALVES ** [marodrig@ualg.pt]

VIVINA CARREIRA *** [vivina@esac.pt]

Resumo | Este artigo estabelece como objetivo avaliar o potencial de Coimbra para o desenvolvimento do nicho do turismo literário através de uma abordagem pelo lado da oferta. Apresenta-se a metodologia utilizada e as diferentes fases da investigação, bem como os resultados obtidos até ao momento, salientando-se a constatação do baixo número de produtos de turismo literário estruturados existentes em Coimbra e uma ausência de diversidade. Para além disso, este artigo constitui uma proposta de transformação de Coimbra num destino de turismo literário. Propõe-se a implementação de atividades de turismo literário articuladas com produtos e experiências de turismo cultural ou de outros nichos e tipos de turismo como forma de distribuir os fluxos turísticos de forma equilibrada pela cidade, combatendo a sobrecarga na zona classificada e dinamizando zonas menos visitadas/conhecidas da cidade. Com os resultados apresentados neste trabalho torna-se evidente que Coimbra possui um potencial de recursos de turismo literário que se consideram oportunidades para a renovação da oferta e para a atração contínua de turistas com motivações culturais, contribuindo ao mesmo tempo para um desenvolvimento mais equilibrado e diferenciador do turismo na cidade.

Palavras-chave | Turismo cultural, turismo literário, estudo de caso, Coimbra

Abstract | This article sets out to assess the potential of Coimbra for the development of the literary tourism niche through the supply side approach. The methodology used and the different phases of the

* **Professora Coordenadora** da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve. **Investigadora integrada** do CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação. **Coordenadora** da Rota Litrária do Algarve. **Coordenadora** do Cluster de Investigação em Literatura e Turismo - Lit&Tour.

** **Professora Adjunta** da Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Évora. **Investigadora Integrada** do CIEO - Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics e **colaboradora** do CEC - Centro de Estudos Comparatistas da FLUL. **Coordenadora regional e investigadora responsável** do Projecto de investigação financiado pela Fundação da Ciência e Tecnologia CREATOUR- Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas (2016-2019)

*** **Doutorada em Tradução** pela Universidade de Vigo e **pós-graduada em Turismo Cultural** pela Universidade de Barcelona. **Professora Adjunta** na Escola Superior Agrária (ESAC) do Instituto Politécnico de Coimbra. **Membro integrado** do CERNAS - Centro de Estudos de Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade - e **colaboradora** do Grupo de Estudos Linguísticos, Literários e Socioculturais – GELLSO, da Universidade Federal de Rondônia

research are presented, as well as the results obtained so far, highlighting the low number of structured literary tourism products existent in Coimbra and a lack of diversity. Moreover, this article is a proposal to transform Coimbra into a literary tourism destination through the implementation of literary tourism activities articulated with products and experiences of cultural tourism or other niches and types of tourism as a way to distribute tourist flows in a balanced way across the city, combating the overload in the UNESCO-classified area and making less visited places more dynamic and known. The results clearly show that Coimbra has many resources for literary tourism that can be used as opportunities for the renewal of the offer and for the continuous attraction of tourists with cultural motivations, contributing at the same time to a more balanced and differentiated tourism in the city.

Keywords | Cultural tourism, literary tourism, case study, Coimbra

1. Introdução

Reconhecer o potencial turístico e criativo da herança literária, inventariar, mapear e difundir os lugares literários de Coimbra, promover a sua imagem enquanto cidade literária e potencial destino de turismo literário são os grandes objetivos da nossa investigação. Assim, tomando como referência o espaço físico desta cidade, um destino de turismo cultural por excelência, uma cidade detentora de uma herança histórica, académica e cultural única, colocámos a possibilidade de aí existir uma herança literária significativa, potenciadora do desenvolvimento de uma oferta consistente na área do turismo literário, pelo que decidimos proceder ao seu inventário.

Em junho de 2013, Coimbra viu o conjunto Universidade de Coimbra – Alta e Sofia inscrito na lista dos Bens Património Mundial da UNESCO (um total de 31 edifícios, numa área de 81,5 ha). Em julho de 2019, o Museu Nacional Machado de Castro foi integrado nesta área classificada. Esta classificação ficou a dever-se quer ao seu património material, dada a excecionalidade do seu património arquitetónico, quer ao seu património imaterial, nomeadamente ao papel que a universidade desempenhou na divulgação da língua e cultura portuguesas. Tratando-se de um património fortemente associado à universidade, entendemos que haveria seguramente uma dimensão literária e/ou

relacionável com o domínio do literário que seria pertinente investigar.

Assim, numa fase inicial do trabalho, procurámos perceber se o número de lugares literários identificáveis em Coimbra era tão significativo como supúnhamos à partida, onde se localizavam, se eram articuláveis com outras atrações turísticas da cidade, se já eram explorados enquanto produtos de turismo literário e se viabilizavam a criação de uma oferta turística fora da sobrecarregada área classificada pela UNESCO. Ou seja, fizemos um levantamento que nos permite saber o número, a localização, a natureza da relação literatura/espaço físico e, a partir dessa informação, perceber se estes lugares literários podem proporcionar a criação de um novo olhar sobre Coimbra, mediado pela literatura.

Nas secções que se seguem daremos conta da fundamentação teórica subjacente ao nosso trabalho, da metodologia seguida, dos resultados obtidos e das conclusões daí retiradas.

2. Contextualização teórica

É hoje amplamente reconhecida a importância da cultura como motivação principal para viajar, mas também como motivação secundária na escolha dos destinos a visitar. Segundo a Organização

Mundial de Turismo, num dos seus mais recentes estudos sobre sinergias entre cultura e turismo, estima-se que o conjunto de turistas com motivações primárias e secundárias relacionadas com a cultura seja de cerca de 47% (UNWTO, 2018). Estas sinergias dentre turismo e literatura de que se fala resultam de um novo olhar, em que a cultura emerge com um novo valor, que ultrapassa a dimensão económica e se perspetiva como um meio de determinação de uma identidade, um importante suporte à criatividade, um estímulo à coesão social e, com frequência, uma estratégia de reposicionamento de cidades (Richards, 2014; UNWTO, 2018).

É sobretudo na última década do século passado (Richards, 1994; Swarbrooke, 1994) e no início deste século (Gonçalves, 2007) que emerge também a abertura de inúmeras atrações e de programas culturais nas cidades que têm contribuído para um aumento expressivo na quantidade de ofertas de produtos culturais em espaço urbano.

Por sua vez, falar em turismo literário é sinónimo de falar de turismo cultural de base literária, ou seja, de um nicho do turismo cultural que tem como particularidade desenvolver-se em torno do domínio da literatura (Quinteiro & Baleiro, 2019). Apesar de constituir uma prática cujo início se associa ao *Grand Tour* (finais de século XVI – meados do século XIX) e da qual encontramos alguns vestígios já no século XV (Hendrix, 2007: 15-30), o turismo literário tem vindo a crescer sobretudo desde o início do século XXI. Este crescimento, que não está quantificado, faz-se sentir no número crescente de produtos de turismo literário oferecidos em todo o mundo, principalmente itinerários e festivais, mas também no interesse que tem suscitado no meio académico. Apesar de existirem várias publicações dedicadas à relação entre literatura e turismo, considerando apenas aquelas que se focam no turismo literário, as mais significativas são *Literary tourism and nineteenth-century culture* (Nicola Watson, 2009), *Turismo literário* (Marta Magadán Díaz & Jesús Rivas Gar-

cia, 2011), *Researching literary tourism* (Charlie Mansfield, 2015) e *Literary Tourism: Theories, Practice and Case Studies* (Ian Jenkins & Katrin Anna Lund, 2019). Já no que se refere a estudos sobre Coimbra, existe apenas um artigo dedicado à relação entre turismo e literatura nesta cidade: “Imagens e narrativas da Coimbra turística: Entre a cidade real e a cidade (re)imaginada” (Gomes, 2008).

Na verdade, não sendo esse o caso das obras referidas acima, como referem Jiang & Yu, a maioria dos estudos sobre turismo literário “have been based on the influence of the literary works and the contextual, interpretive analysis of the literary works. Few studies have conducted empirical analysis of literary tourist embodied consumption.” (Jiang & Yu, 2020: 129). Entendendo que esta última dimensão é fundamental para o presente estudo, a investigação a desenvolver integrará também esta preocupação.

Quando falamos de turismo literário, referimo-nos a um nicho que se desenvolve a partir da identificação de lugares literários. Lugares que, como bem notam Jiang e Yu (2020), para serem reconhecíveis exigem conhecimento/leitura do texto literário, bagagem cultural e capacidade de julgamento estético que permitam reconhecer o significado do autor e do texto literário associado a um determinado espaço físico. Assim, e partindo do princípio de que nem todos os potenciais turistas literários terão à partida esse conhecimento, para que exista turismo literário é vital que, após a identificação dos lugares por parte dos especialistas/promotores, sejam colocados à disposição do visitante os “marcadores literários” (Müller, 2001) que assinalam e “decifram” esses lugares, assinalando-os como lugares literários e que estes sejam transformados em lugares turístico-literários, garantindo-se a existência de vias de acesso, transportes, sinalética e equipamentos turísticos (Herbert, 2001). Tal, por sua vez, suscita o desenvolvimento de produtos e experiências de turismo literário e atrai turistas que se deslocam

com o intuito de visitar os lugares dos autores ou das obras que conhecem ou que pretendem conhecer.

Para melhor se perceber qual o valor/significado que o ainda pouco explorado e expressivo turismo literário tem, há que partir da noção de que a cultura é um recurso principal para a atração do turismo, que se constitui uma plataforma essencial para a internacionalização do setor cultural e criativo. Há ainda que ter em consideração o facto de atualmente serem associadas grandes vantagens ao desenvolvimento do turismo cultural nas áreas urbanas e economias em declínio. Estas vantagens têm-se traduzido fundamentalmente na 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 dos aglomerados das zonas costeiras, como sucede em Espanha, por exemplo (Richards, 1996). Assim, os destinos são hoje áreas multi-produto para mercados multissegmentados, para clientes distintos, de diferentes origens e com várias motivações.

Este facto é particularmente relevante para o turismo de base literária, uma vez que, ainda que se possa apresentar sob a forma de uma oferta passível de existir ou ser viável isoladamente, como sucede no caso de grandes festivais literários, por exemplo os de Dublin (Irlanda), Hay on Wye (País de Gales) ou Jaipur (Índia), ou mesmo nos casos de autores cujas casas se tornaram verdadeiros lugares de peregrinação, como Shakespeare (Stratford-upon-Avon, Inglaterra) ou Jane Austen (Hampshire, Inglaterra), ou até mesmo de fenómenos em que dificilmente poderemos distinguir a motivação literária da cinematográfica ou fílmica, como *Harry Potter* e *Game of Thrones*, a verdade é que grande parte dos produtos de turismo literário corresponderão sempre a uma oferta complemen-

tar a outros produtos de outros nichos ou tipos de turismo.

A oferta de produtos como itinerários literários, jantares literários, dormidas em bibliotecas famosas ou visitas aos lugares dos autores, tanto pode complementar as atividades de um turista que na base procurou sol e praia, como de um turista religioso ou de um turista que procura conhecer a gastronomia do local que visita, uma vez que o turismo literário é particularmente adequado à articulação com experiências de turismo criativo¹. A título de exemplo, consideremos o seguinte excerto do poema “Balada de Coimbra” (1941), de José Régio (*apud* Torgal e Ferreira, 2003: 40):

Ai choro com que o Paredes,
Vibrando os dedos em garra,
Despedaçava a guitarra,
Punha os bordões a estalar,
Gritos de cristal e de oiro
Que o Bettencourt alto erguia,
Que é da roda que algum dia
Vos sabia acompanhar...?

A partir desta estrofe do poema que ficou mais conhecido na sua versão musicada, enquanto fado eternizado na voz de Zeca Afonso, facilmente podemos imaginar a dinamização de um *workshop* destinado a guitarristas, abordando as especificidades da guitarra de Coimbra. Ao evocar o exímio guitarrista Artur Paredes e Edmundo Bettencourt, intérprete maior da canção de Coimbra que se notabilizou com a composição musical de “Saudades de Coimbra”, o poema permite todo um conjunto de associações à canção de Coimbra e ao instrumento que a acompanha. Adicionalmente, a canção de Coimbra e os seus intérpretes e compositores remetem para um ambiente e uma dinâmica social muito próprios, pelo que também podemos imaginar como experiência que liga o texto ao terri-

¹Adota-se para este efeito a definição de turismo criativo que resulta de uma atualização da definição de Greg Richards incluída no relatório da OCDE e que integra “atividades baseadas no conhecimento, que ligam produtores, consumidores e lugares, pela utilização de tecnologia, de talento ou de aptidões para gerar produtos culturais intangíveis com significado, e conteúdos criativos e experiências. (OECD, 2014: 7).

tório e a participação de um turista numa típica serenata coimbrã. Tomemos como exemplo de texto propiciador de uma tal experiência o fado “À meia noite ao luar”, de Alexandre Rezende (s. d.):

À meia noite ao luar
Vai pelas ruas a cantar
O boémio sonhador
E a recatada donzela
De mansinho, abre a janela
À doce canção de amor

Ai como é belo à luz da lua
Ouvir-se um fado em plena rua
O cantador apaixonado
Trinando as cordas a cantar o fado

Dão-se as doze badaladas
Ao ouvir-se as guitarradas
Surge o luar que é de prata
E a recatada donzela
De mansinho abre a janela
Vem ouvir a serenata

Ancorando-se o turismo literário em grande medida nas emoções (Charapan, 2016; Jiang & Lu, 2020), nas que o turista espera vir a ter no momento em que encontra os lugares cuja imagem formou a partir da leitura, e/ou naquelas emoções que sente quando colocado perante o texto e o lugar, a produção de paisagens que emanam desse encontro é uma consequência natural. Tal leva-nos a equacionar a possibilidade da criação de oficinas de artes plásticas, nas quais os turistas possam dar forma às paisagens geradas na sua mente a partir de excertos como “Vista de Coimbra” que apresentamos abaixo, retirado de *Bellezas de Coimbra*, de António Corte-Real (1831: 20):

Do fértil Portugal quase no centro
A vistosa Coimbra está fundada;
Pelo cume soberbo de alto monte,
E pelas fraldas que o Poente avistão;

Vai-se ao longe estendendo, até que chega

A beber do Mondego as mansas águas.
De frente outra montanha senhorêa
A líquida corrente dividida
De longa Ponte pelos grossos arcos.
Aprazíveis campinas, férteis valles
Do crystallino Rio retalhados,
Em torno a cercão, os habitantes dando
Os mais belos passeios do universo.
Da fronteira montanha, que dominão
Dous famosos Conventos, se desfructa
A linda perspectiva da Cidade.
Aqui de muito está fundada
A nobre Academia Lusitana.

Na verdade, num momento de mudança de paradigma do turismo cultural tradicional para o turismo cultural criativo, o turismo literário apresenta-se como um nicho particularmente rico, na medida em que a literatura é um repositório das tradições e do quotidiano do Homem, logo uma fonte de sugestões para a criação de experiências únicas e verdadeiramente genuínas de turismo (literário) criativo e um contributo para a mudança do “olhar” para o “tornar-se” (Richards & Wilson, 2006, 2007) ou de um olhar que se transforma – “it allows tourists to become in a way changed by their experience” (Binkhorst, 2007) – o que se traduz em experiências mais duradouras e mais autênticas, no sentido da “autenticidade existencial” (Wang, 1999), daquela que é vivida pelo indivíduo enquanto participante em experiências que ativam o seu estado existencial. Quando os turistas se transformam por via das experiências vividas, a sua autenticidade dificilmente pode ser negada. No entanto, para que o turista tenha acesso a estas experiências mediadas pela literatura é fundamental que exista, por parte dos envolvidos, abertura e vontade de se envolverem (Landry, 2010) e, por parte do anfitrião, conhecimento do seu patrimó-

nio e da sua identidade. E é nesse sentido que surge a nossa investigação, com o objetivo principal de recolher, organizar e divulgar a informação relativa ao potencial de Coimbra enquanto destino de turismo literário. Saliente-se que o trabalho desenvolvido no âmbito deste projeto tem objetivos turísticos e culturais, mas também objetivos educativos, pois ambiciona contribuir para a educação dos visitantes, mas paralelamente dar também a conhecer aos anfitriões a sua própria herança literária e ampliar o conhecimento que têm da sua própria identidade, para que a usufruam, valorizem e a empreguem enquanto recurso turístico de forma digna e respeitosa.

Reportando-nos ao caso específico de Coimbra, é um facto que não se trata de uma cidade identificada com um número significativo de escritores de reconhecimento internacional, ainda que alguns lhe estejam de alguma forma associados, como sucede com Saramago, Eça de Queiroz e Hans Christian Andersen, logo não é previsível que os lugares literários da cidade e os produtos e experiências associáveis a esses lugares sejam por si só capazes de atrair turistas de todo o mundo a Coimbra. Tal não é, contudo, impeditivo de que se desenhem produtos de turismo literário capazes de atrair turistas portugueses e estrangeiros, uma vez que, como vimos, este produto encontra-se frequentemente associado a outros. Ou seja, um turista que visite Coimbra com outras motivações que não a literária poderá ser convidado a realizar uma atividade de turismo literário, que pode ser referente a um autor ou obra que conhece, mas também pode ser um desafio a conhecer a cidade guiado pelas palavras de escritores que não conhecia previamente.

A realização de uma atividade de turismo literário poderá, portanto, constituir uma forma de o turista tomar conhecimento dos autores e textos associados ao espaço que visita e de enriquecer a sua experiência. A capacidade de atração da literatura não se faz sentir apenas quando falamos de *best-sellers* ou de literatura canónica. Na verdade, como afirma o filósofo francês Michel On-

fray, em *Teoria da viagem: Uma poética da geografia*, “[u]ma mera linha de um autor mesmo que mediano desperta mais o desejo pelo lugar descrito do que fotografias ou mesmo filmes, vídeos ou reportagens” ([2007] 2019: 26, nossa tradução).

Há, pois, que compreender que os produtos de turismo literário, mesmo quando não assentes em figuras ou obras literárias de reconhecimento mundial, para além de destacarem o carácter original e distintivo dos destinos, uma vez que se baseiam na relação autor/obra e lugar do autor ou dos textos, interligam atividades e cenários, suscitando no turista uma experiência, ao convocarem, entre outros, os seus pensamentos, memórias, sentimentos, emoções e conhecimento. Diz-nos também Onfray que:

O desejo da viagem alimenta-se mais de fantasmas literários ou poéticos do que de propostas indigentes devido à sua excessiva semelhança com uma realidade sumária. A genealogia dos ícones inconscientes úteis para eleger destinos ganha em celebrar o texto, o livro, o romance, o poema, o relato de viagem. ([2007] 2019: 26, nossa tradução)

Ora, o trabalho em curso relativo a Coimbra vai ao encontro deste reconhecimento do potencial da literatura para fomentar deslocações/mobilidades em função do reconhecimento da conexão entre um texto e um espaço físico ou, acrescentamos ao raciocínio de Onfray, da conexão entre um autor e um espaço físico, que podem ser anteriores à deslocação para o destino ou adquiridos no próprio destino.

3. Metodologia

A presente investigação teve início na segunda

metade de 2019. Esta pesquisa exploratória qualitativa e quantitativa, tem por base o estudo de caso de Coimbra e identifica os recursos e o potencial de desenvolvimento do turismo literário. Os instrumentos de recolha de dados utilizados foram a pesquisa bibliográfica, questionários e entrevistas a alguns responsáveis do setor público da cultura e do turismo em Coimbra (nível local e regional), bem como a observação participante.

Conforme enunciado na introdução deste artigo, este estudo exploratório e o seu problema de investigação centram-se numa análise empírica das dinâmicas turísticas presentes em Coimbra enquanto destino de turismo cultural e na avaliação do potencial de desenvolvimento para o futuro de uma oferta complementar, a partir dos seus recursos literários, que contribua para novos fluxos turísticos, visitas a outros lugares e para um desenvolvimento sustentado do turismo no território de Coimbra.

O objetivo principal deste artigo consiste em avaliar o potencial do Coimbra para o desenvolvimento de produtos e experiências com base na sua herança literária, constituindo-se nesta fase numa abordagem exclusivamente pelo lado da oferta.

O desenvolvimento de novos nichos de mercado poderá representar uma oportunidade para uma distribuição mais equilibrada dos benefícios associados aos fluxos turísticos da Alta, Sofia e Universidade de Coimbra, na cidade e zonas envolventes. Esta análise e levantamento de recursos permitirá o desenvolvimento futuro de novas narrativas e a construção de uma oferta diferenciadora.

Conforme proposta de Starman (2013), o estudo de caso e a sua seleção tiveram na sua origem, para além do problema de investigação em estudo e o seu objeto, os critérios de contexto associados ao lugar, uma vez que Coimbra é reconhecida como cidade de grande dimensão histórica e cultural na relação com as origens da Academia em Portugal, a que acrescem as áreas da Alta e Sofia e o Museu Nacional Machado de Castro, classifica-

dos como Património Mundial, que recebem perto de meio milhão de visitantes anualmente.

O estudo em curso utiliza a revisão de literatura para obter dados primários sobre atividades já existentes, sobre a oferta de atrações turísticas que utilizam a literatura como produto para o seu desenvolvimento, e até para identificar novas oportunidades e abordagens que permitam promover o nicho do turismo literário na cidade de Coimbra.

É sobretudo um estudo qualitativo que utiliza como instrumentos de recolha de informação a revisão de literatura, o levantamento levado a cabo nos lugares que se estabeleceram como estudo de caso para a pesquisa exploratória – neste caso Coimbra – e ainda a pesquisa *on-line* sobre as experiências e produtos já em desenvolvimento. Foram também solicitadas informações às instituições da administração local (Câmara Municipal de Coimbra) e às de índole regional (Turismo Centro de Portugal e CCDR). Os dados recolhidos foram analisados, com recurso a técnicas de análise descritivas, mas também medidas de estatística descritiva para a contagem e tratamento dos dados numéricos relativos à presença dos recursos literários nos textos recolhidos e para a sua categorização.

Para estabelecer o estado da arte da situação em Portugal, foram utilizados quatro instrumentos de recolha de dados: (i) questionários; (ii) entrevistas; (iii) consulta de sites (especialmente os do Turismo de Portugal e da Direção-Geral de Livros, Arquivos e Bibliotecas (DGLAB), que lista todos os festivais literários que ocorrem anualmente em Portugal, e o Portal do Fado); (iv) observação participante (visitas aos locais literários referenciados em Coimbra). Todos os dados recolhidos foram organizados numa base de dados indicando o nome, o promotor e o local onde podem ser encontrados e, no caso das casas e fundações dos autores, a natureza da ligação ao autor (isto é, se é a casa onde o autor nasceu, morou, onde trabalhou ou morreu).

Com referência específica a Coimbra para a

identificação de produtos turísticos literários na cidade, foram contactadas a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro e a Turismo Centro de Portugal, entidades responsáveis pela maioria dos produtos de turismo literário da cidade, tendo sido utilizados todos os dados disponíveis sobre Turismo Cultural disponibilizados sobre Coimbra.

Pretendendo-se avaliar o potencial para a implementação do turismo literário nesta cidade, identificaram-se desde logo os lugares literários em Coimbra (atualmente relacionados apenas com autores portugueses), utilizando os seguintes instrumentos distintos para essa recolha de informação: pesquisas bibliográficas baseadas em trabalhos de leitura sobre a história da cidade (os principais monumentos, a universidade, cafés históricos e repúblicas), biografias de escritores, ensaios sobre literatura, sobre os movimentos literários associados a Coimbra, coleções de obras literárias sobre a cidade, guias literários (particularmente os de escritores, como o *Guia de Coimbra* de Eugénio de Castro, 1918), bem como outros textos literários, com referências a esta cidade (nomeadamente poesia e prosa de autores como o poema épico de Luís de Camões *Os Lusíadas*, 1572; o poema “Painel” de Teixeira de Pascoaes, 1935; a “Balada de Coimbra” de José Régio, 1941; os poemas de Miguel Torga dedicados a Coimbra, dispersos pelos dezasseis volumes do seu *Diário*, 1941-1995; o romance de Branquinho da Fonseca *Porta de Minerva*, 1947; e a coleção de poemas de Manuel Alegre, *Coimbra nunca vista*, 1995, apenas para citar alguns autores e obras).

No caso do levantamento relativo aos autores, a base de dados desenvolvida inclui como categorias: o nome, as datas de nascimento e morte, a natureza da sua ligação a Coimbra e os locais a eles associados. Já no que se refere à relação dos textos, os autores são identificados, bem como o(s) trabalho(s) e a(s) página(s) onde os trechos e os locais referidos foram encontrados. Esta base de dados será a principal fonte para a criação de um

futuro mapa literário digital que irá apoiar o desenvolvimento dos produtos e experiências de turismo literário em Coimbra.

Na segunda fase da pesquisa, identificámos locais associados aos autores e às suas obras, visto que é a partir da articulação entre o local e o escritor que os recursos literários assumem uma dimensão material. Por se tratar de uma pesquisa vasta, optámos por fazer esse trabalho em fases, recorrendo à tipologia proposta por Charlie Mansfield (2015: 44-45) para definir essas fases. Mansfield distingue três categorias de turismo literário: a categoria A que se baseia no vínculo entre o texto (personagens e enquadramento) e o espaço físico; a categoria B associa autores a espaços físicos (por exemplo: casas onde nasceram, lugares que visitaram, sepulturas); e na categoria C incluem-se a mediação e a promoção, isto é, livros como objetos (festivais literários; locais de filmagem que resultam de adaptar um texto literário; alterar a designação de lugares, destinos ou cidades de acordo com a sua associação à literatura). De seguida, iniciámos a recolha dos recursos resultantes da intersecção entre autores e espaço físico e, ainda daqueles resultantes da associação entre textos e espaço físico. Os resultados obtidos até ao momento constam no ponto seguinte.

A transformação de um recurso cultural em produto de turismo cultural, no caso, de base literária, pressupõe um processo que se desenrola em várias fases, cabendo-nos o enfoque na identificação e na conceptualização, em virtude da sua singularidade e do selo de qualidade de que o lugar desfruta pela classificação UNESCO, fatores determinantes para a seleção de Coimbra para o desenvolvimento do estudo de caso sobre turismo literário. Já a criação do produto de turismo cultural literário propriamente dito, bem como a sua gestão, pressupõem para o futuro outras dimensões para o seu planeamento e desenvolvimento, que merecerão estudo e análise na etapa seguinte da investigação (recorrendo ao trabalho de suporte já aplicado por outros autores a outros estudos de

caso, tais como Laws, 1995 e Gonçalves, 2005). O trabalho em curso encontra-se em fase de diagnóstico e desenvolvimento do mapeamento preliminar dos recursos como instrumento essencial para a avaliação e definição dos produtos a implementar e da sua capacidade de integrar uma oferta de turismo literário estruturada.

4. Resultados

Partindo dos princípios enunciados por Mike Crang de que o turismo tem a ver com a produção de destinos (2011) e de que os destinos são transformados em “coisas” que podem ser apreendidas através de um modo específico de olhar, e ainda de que esse olhar pode ser treinado (Crang, 2011: 212), é nosso intuito contribuir para a capacitação/reinvenção da cidade de Coimbra como um destino de turismo literário. Para atingir este objetivo, foi reunida uma equipa multidisciplinar, que está a recolher a informação relativa aos lugares literários de Coimbra, a analisá-la, e que a irá

introduzir numa base de dados desenvolvida para este efeito. Posteriormente, esta base de dados irá viabilizar a criação de um mapa digital dos lugares literários desta cidade, que lhes dará visibilidade e facilitará a criação de produtos de turismo literário, sendo, portanto, uma ferramenta essencial ao posicionamento de Coimbra enquanto destino de turismo literário.

Os dados recolhidos até ao momento, seguindo a categorização de Charlie Mansfield (2015), permitem-nos afirmar que o potencial de Coimbra para o desenvolvimento de turismo literário é significativo. Assim o total identificado foi de 196 autores e 831 lugares literários (o total considera a associação de textos/lugar e a associação autor/lugar), que por vezes coincidem no espaço físico, mas são distinguíveis em função do “marcador literário” (Müller, 2001) e permitem um número vastíssimo de combinações entre si, bem como, a criação de inúmeros produtos e experiências turísticas. Na Figura 1, consideramos apenas a distribuição dos 267 lugares identificados em função da natureza da relação autor/lugar, que referimos como os lugares dos autores:

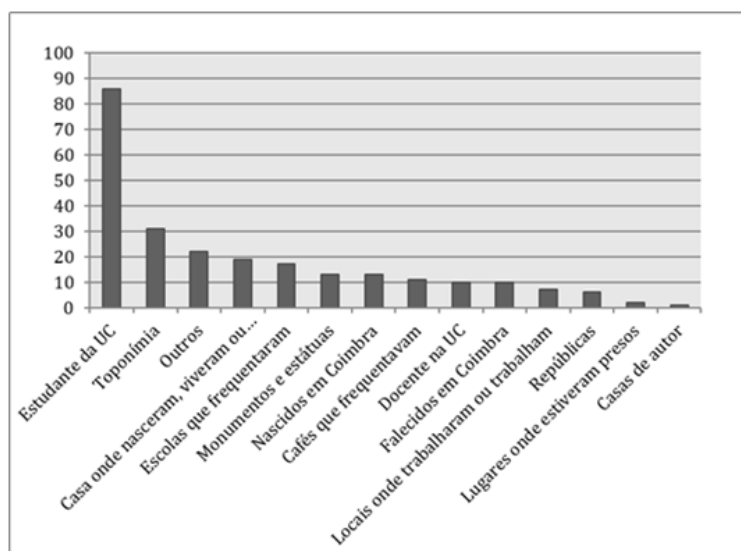


Figura 1 | N.º de lugares literários identificados em Coimbra por categoria
Fonte: Elaboração própria

No caso dos autores, constatamos, portanto, que existe uma predominância da Universidade de Coimbra enquanto elemento de ligação literatura/espço físico, neste caso autor/espço lugar literário (das 267 possíveis, 105 das ligações estão relacionadas com o lugar/espço físico Universidade). No entanto, refira-se que, apesar desta predominância, qualquer produto desenhado em torno dos escritores permite ir para além da zona classificada da cidade, uma vez que importa considerar lugares como as casas onde nasceram, viveram, onde frequentaram tertúlias literárias, onde morreram, os cafés, hotéis e restaurantes que frequentavam ou os monumentos que lhe são dedicados, por exemplo.

Identificámos até ao momento 564 lugares em textos literários (independentemente do número de referências a lugares em Coimbra no texto, para efeitos de contabilização dos lugares literários, foi considerada apenas uma vez por texto). Apesar de termos noção das dificuldades que nos levanta esta opção, entendemos que não deveríamos estabelecer qualquer limitação em função de época, género ou nacionalidade do autor. Abstivemo-nos ainda de emitir qualquer juízo em relação à qualidade dos textos ou de fazer qualquer tipo de seleção com base nesse critério. Já no que se

refere à inventariação e classificação dos lugares, entendemos que, dada a importância que aqueles que se movem num espaço físico têm para a determinação da identidade desse mesmo espaço, esta deveria ser feita considerando separadamente a paisagem física e a paisagem humana, sendo que dos 564 lugares literários dos textos identificados, 322 remetem para a paisagem física e 242 para a paisagem humana e que dessas referências resultam 102 lugares literários relacionados com a primeira e 65 com esta última (Figura 2).

	N.º de lugares referidos nos textos	N.º de referências ao espaço físico
Paisagem física	102	322
	N.º de figuras referidas nos textos	N.º de referências a figuras
Paisagem humana	65	242
Total		564

Figura 2 | Os lugares dos textos
Fonte: Elaboração própria

Vejamos agora, nas Figuras 3 e 4, quais os elementos mais significativos quando estabelecemos uma relação entre o espaço físico de Coimbra e a sua herança literária, em função do número de ocorrências em cada categoria: lugares dos autores e lugares dos textos (divididos nas subcategorias de paisagem física e paisagem humana):

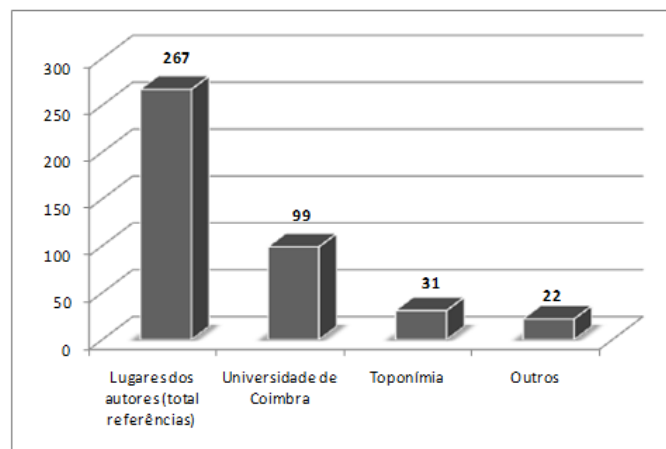


Figura 3 | Lugares dos autores (267 referências)
Fonte: Elaboração própria

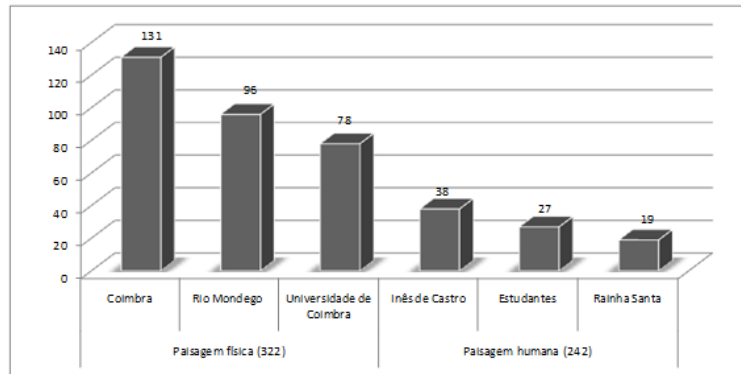


Figura 4 | Lugares dos textos (564 referências): os três mais significativos por categoria
Fonte: Elaboração própria

Concluimos, portanto, que a partir da interseção das biografias dos autores com o espaço físico de Coimbra sobressai, entre os principais pontos de interesse, a relevância da Universidade. É ela o polo que atrai escritores à cidade, que os forma e, portanto, é no seio do seu espaço físico que encontramos a maior concentração de possíveis conexões lugar/literatura. Já quando procuramos identificar os lugares literários que surgem nos textos, encontramos uma Coimbra diferente. Neste caso, a maior parte das referências é feita à cidade em si (131 menções) e, dentro dela, o lugar mais referido é indubitavelmente o Rio Mondego, com 96 referências, surgindo a Universidade em terceiro lugar, com 78 referências. Ou seja, se a Coimbra dos autores é a Coimbra da Universidade, a Coimbra dos textos é fundamentalmente a Coimbra do Mondego. No que se refere à paisagem humana, destaca-se claramente a figura de Inês de Castro, mencionada 38 vezes, seguida dos estudantes, com 27 referências e, em terceiro lugar surge a Rainha Santa Isabel, referida 15 vezes. No entanto, sendo a figura de Inês de Castro e a sua presença em Coimbra indissociáveis de D. Pedro, é significativo que este seja referido 16 vezes em textos literários.

Estes resultados, ainda que provisórios, demonstram desde já que, sendo a Universidade um polo de atração incontornável para os turistas que visitam Coimbra, terá também um lugar de destaque na esfera do turismo literário.

Uma das atrações mais procuradas pelos turistas é de interesse literário, a Biblioteca Joanina (a biblioteca original da Universidade), famosa pela sua riqueza ornamental e pelo valioso acervo bibliográfico que conta com mais de 53 mil livros dos séculos XVI a XVIII, incluindo algumas primeiras edições. Esta biblioteca data do período barroco e recebe cerca de 1.800 visitantes por dia, o número máximo permitido, o que significa que muitos turistas que chegam a Coimbra com a intenção de visitar a Biblioteca Joanina dificilmente conseguem ter acesso ao seu interior. Enquanto isso, outros lugares e pontos de interesse cultural e literário não beneficiam dos impactos positivos do turismo e são subvalorizados pelos agentes do turismo.

Todavia, a literatura abre outros caminhos, destacando-se a possibilidade de desenvolvimento de atividades ao longo das duas margens do Mondego (o rio e os chamados campos do Mondego que, na literatura, surgem associados aos estudantes, às tricanas, aos serranos e às lavadeiras que aí trabalhavam), mas sobretudo na margem esquerda, atualmente menos visitada e valorizada, na qual se situam os lugares mais associados a Inês de Castro e D. Pedro e à Rainha Santa. Para além destes, há um enorme elenco de lugares dispersos por toda a cidade que são esporadicamente referidos nos textos ou associáveis à presença de autores que, quando articulados com outros elementos irão retirar durante algum tempo visitantes da área so-

brecarregada e enriquecer as suas experiências e que, inclusivamente, poderão ser aproveitados no sentido de associar a experiência turístico-literária a experiências de outra índole, nomeadamente de turismo gastronómico, de natureza, ou mesmo de cariz criativo, como vimos acima.

5. Conclusão

Dos resultados obtidos pela investigação desenvolvida até ao momento sobressai o potencial de Coimbra para o desenvolvimento de produtos e experiências em torno da sua herança literária. Sabemos que tem vindo a ser demonstrado noutros trabalhos de investigação que os turistas tendem a visitar destinos e a adquirir produtos baseados na experiência, na aprendizagem e na possibilidade de participação que essas ofertas lhes proporcionam (Cetkovic, Jovanovic & Topler, 2020; Carreira, González-Rodríguez & Díaz-Fernández, 2021). Distinta de outras propostas mais massificadoras, como é o caso dos festivais literários que procuram a afirmação de destino turístico alargado, a literatura em Coimbra pode contribuir para a sua afirmação como experiência turística diferenciadora, complementando e afirmando a sua qualidade de destino turístico cultural e patrimonial. O mapeamento em curso torna evidente a possibilidade de, através do desenvolvimento deste nicho, a cidade redistribuir o excessivo afluxo turístico à zona classificada, dispersando-o por outras zonas da cidade (em particular na relação com o rio Mondego), que ganham novo valor e relevância quando interseccionadas com o património literário que lhes está associado.

Para além disso, sublinhamos o facto de o turismo literário constituir um nicho facilmente articulável com outros nichos e ofertas, nomeadamente os subsidiários do turismo cultural, de natureza e criativo, que poderão potenciar a experiência do turista. O fenómeno do turismo literário,

à semelhança de outros nichos do turismo cultural, carece ainda de uma investigação mais aprofundada e requer uma estruturação dos recursos e da oferta, que poderá começar pela definição de rotas e itinerários na origem de uma inovadora e sofisticada narrativa capaz de combinar histórias e sentidos, proporcionando um desenvolvimento sustentado e alargado do turismo na comunidade de Coimbra.

A criação e desenvolvimento de rotas turísticas e culturais, e itinerários é uma das formas mais apropriadas para direcionar o fluxo de turistas através do território e de levar os visitantes (nacionais e estrangeiros) a visitar lugares menos reconhecidos internacionalmente, contribuindo também para um equilíbrio e desenvolvimento sustentado do turismo dentro dos territórios (Herbert, 2001; Mansfield, 2015). As rotas turísticas e culturais constituem simultaneamente uma grande oportunidade para melhorar o conhecimento da comunidade sobre a sua cultura e as personalidades que mais contribuíram para a construção da sua identidade. No caso de Coimbra, o número de textos, autores, objetos e até eventos que podem ser associados a novas narrativas resultantes do trabalho exploratório e empírico já desenvolvido revela um enorme potencial. Mas tal como referem Jiang e Yu (2020) estas não são as únicas condicionantes para o desenvolvimento do turismo literário, existindo fatores sensoriais e emocionais que contribuem fortemente para o desenvolvimento destes destinos, que terão que ser estudados.

No caso de Coimbra, a informação recolhida e a sua análise, levam a que se considere este nicho de mercado como uma possibilidade de a cidade se reinventar enquanto destino de turismo literário. Num momento em que o Turismo de Portugal aposta no desenvolvimento deste nicho, considerando-o uma prioridade no âmbito do Programa Valorizar (Turismo de Portugal, 2019), o empenho das entidades responsáveis em identificar e dar visibilidade aos lugares literários da cidade, em apoiar a promoção de atividades de turismo

literário, capacitando outros possíveis intervenientes, seria um passo decisivo neste sentido.

Agradecimentos

CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve

Referências

- Binkhorst, E. (2007). Creativity in tourism experiences: The case of Sitges. In Richards, G. & Wilson, J. (Eds.). *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge, pp. 124-144.
- Carreira, V., González-Rodríguez, R. & Díaz-Fernández, C. (2021). The relevance of motivation, authenticity and destination image to explain future behaviour intention in a UNESCO World Heritage Site. *Current Issues in Tourism*. Ahead of print, 1-24. Publicado em linha em 01-04-2021. <https://www.tandfonline.com/eprint/WEFGD6HD7Z9NC9XRGPY6/full?target=10.1080/13683500.2021.1905617>
- Charapan, N. (2016). Revitalization of cultural heritage by means of literary tourism: the case study of Vilnius. In Macchia, A.; Prestileo, F.; Cagno, S. & Khalilli, F., YO-COCU. *Professionals' Experiences in Cultural Heritage Conservation in America, Europe, Asia*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. 63-74.
- Cetkovic, A. Vitic-, Jovanovic, I. & Topler, J. (2020). Literary Tourism: The role of Russian 19th century travel literature in the positioning of the smallest European Royal Capital. Cetinje, *Annales*, 30(1), pp. 81- 98.
- Corte-Real, A. M. B. (1831). *Bellezas de Coimbra*. Coimbra: Real Imprensa da Universidade.
- Crang, M. (2011). Tourist: Moving places, becoming tourist, becoming ethnographer. In P. Merriman & T. Creswell (Eds.). *Geographies of mobilities: Practices, spaces, subjects* (pp. 205-224). Surrey: Ashgate Publishing Company.
- Gomes, C. S. (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.
- Gonçalves, A. (2005). Turismo cultural um complemento ao “sol e praia”. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11(2), pp. 45-60.
- Gonçalves, A. (2007). The Delphi Technique Applied to Urban and Cultural Tourism in the Algarve. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 7/8, pp. 207-217.
- Hendrix, H. (2007). The early-modern invention of literary tourism: Petrarch's houses in France and Italy. In H. Hendrix (Ed.), *Writer's houses and the making of memory*, pp. 15-30. New York: Routledge.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312-333. doi: 10.1016/S0160-7383(00)00048-7.
- Jenkins, I. & Lund, K. A. (2019). *Literary Tourism: Theories, Practice and Case Studies*. Wallingford: CABI Publishing.
- Jiang, L. & Yu, L. (2020). Consumption of a literary tourism place: a perspective of embodiment. *Tourism Geographies*, 22, 1, 127-150, DOI: 10.1080/14616688.2019.1586985.
- Landry, C. (2010). Experiencing imagination: Travel as a creative trigger. In R. Wurzbürger; T. Aageson; A. Patakos & S. Pratt. (Eds). *Creative Tourism: A Global Conversation*. Santa Fe: Sunstone Press, pp. 33-42.
- Laws, E. (1995). *Tourism Destination Management: Issues, Analysis and Policies*. New York: Routledge.
- Magadán Díaz, M. & Rivas García, J. (2011). *Turismo literario*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Mansfield, C. (2015). *Researching literary tourism*. Plymouth, TKT: Shadows Books & Media.
- Müller, D. K. (2001). Literally unplanned literary tourism in two municipalities in rural Sweden. *International Conference New directions in managing rural tourism and leisure: Local impacts, global trends*.
- OECD (2014). *Tourism and the Creative Economy*. Paris: OECD.
- Onfray, M. [2007] (2019). *Teoria da viagem: Uma poética da geografia*. Lisboa: Quetzal.
- Quinteiro, S. & Baleiro, R. (2019). Estudos em Literatura e Turismo: Conceitos fundamentais. Lisboa: Universidade de Lisboa, FLUL, Centro de Estudos Comparatistas. Disponível em https://www.academia.edu/39847359/Estudos_em_literatura_e_turismo_Conceitos_fundamentais_2aed
- Rezende, A. (s.d.). À meia noite ao luar. Portal do Fado. Disponível em http://www.portaldofado.net/component?option,com_letras/Itemid,336/task,detail/id,3211/lang,pt/

- Richards, G. (1994). Cultural tourism in Europe. In A. Lockwood & C. P. Cooper (Eds.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 5. Chichester: John Wiley & Sons, pp.99-113.
- Richards, G. (Ed.). (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford, CAB International. Available at www.atlaseuro.org.
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), pp. 1408-1413.
- Richards, G. & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, creativity and development*. London: Routledge.
- Richards, G. (2014). Cultural Tourism 3.0: The Future of Urban Tourism in Europe? In R. Garibaldi (Ed.), *Il turismo culturale europeo*. Bergamo: Ed. Franco Angeli, pp. 25-38.
- Starman, A. (2013). The case study as a type of qualitative research. *Journal of Contemporary Educational Studies*, (1), 28-43.
- Swarbrooke, J. (1994). The future of the past: heritage tourism into the 21st century. In A. V. Seaton (Ed.) *Tourism: the state of the art*. Chichester: John Wiley & Sons, pp.222-229.
- Torgal, A. & Ferreira, M. (Orgs.) (2003). *EnCantada Coimbra: Colectânea de poesia sobre Coimbra*. Lisboa: D. Quixote.
- Turismo de Portugal (2019). Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior. Disponível em <http://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/financiamento/Aviso-linha-apoio-valorizacao-turistica-interior-dez-2018-nov-2019.pdf>
- UNWTO (2018). *Tourism and Culture Synergies*. Madrid: UNWTO. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), pp. 349-370.
- Watson, N. J. (Ed.) (2009). *Literary tourism and nineteenth-century culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.