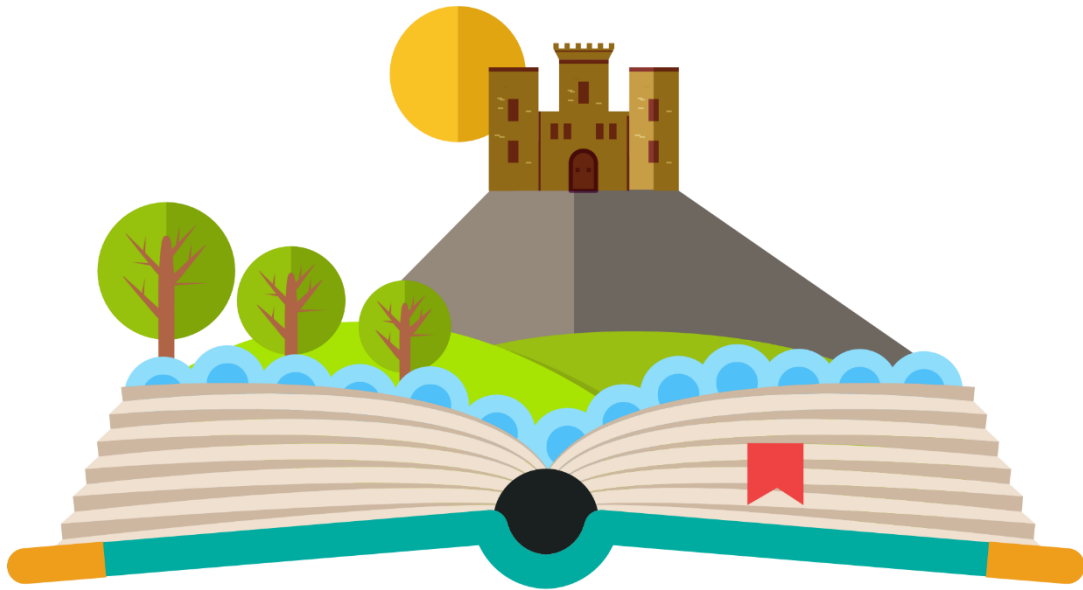


Lucenbook

Alicante literaria



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS, UNIVERSIDAD DE ALICANTE

TRABAJO DE FIN DE GRADO

AUTORA: LAURA TÁRRAGA VAÑÓ

TUTOR: SAMUEL ORTIZ PÉREZ

4º DE TURISMO

2018/2019

ÍNDICE

1.- Introducción: la literatura más allá del libro	4
2.- Metodología	5
2.1.-Objetivos	5
2.2.-Hipótesis de la investigación.....	5
3.- Marco teórico	6
3.1.- El turismo literario clásico	6
3.2.- ¿Por qué el turismo de cine funciona pero el literario no?.....	7
3.2.1.- El caso de Barcelona	9
3.2.2.- Jane Austen sigue viva. Y mueve masas.....	9
3.3.- El autor como producto	10
3.3.1.- La era pre-redes	11
3.3.2. La época de las redes sociales	13
3.4.- El siguiente capítulo: los eventos literarios.....	16
3.4.3.- Los formatos de las actividades	16
3.4.4.- Para todos los públicos	18
3.4.5.- Próxima parada: Alicante	23
4.- Resultados de la investigación	25
4.1.- Por qué hay que hacer un evento literario en Alicante.....	25
4.1.1.- Análisis DAFO	26
4.2.- A quién va destinado	27
4.2.1.- Público infantil	28
4.2.2.- Público juvenil	29
4.2.3.- Público adulto.....	30
4.2.4.- Nicho de escritores	31
4.2.5.- La decisión tomada.....	32

4.3.- Fecha y duración	32
4.4.- Dónde podría llevarse a cabo	33
4.4.1.- Casa Mediterráneo.....	33
4.4.2.- Sala Séneca.....	34
4.5.- Las actividades son infinitas	36
5.- Conclusiones	39
6. Bibliografía.....	41
Recursos.....	42
7. Anexos.....	43
7.1 Preguntas realizadas en la encuesta llamada: <i>El impacto de las redes en la percepción y relación con los autores.</i>	43
7.2 Folleto con las actividades de <i>Lucenbook.</i>	44
7.3 Cartel publicitario	46
7.4 Cartel publicitario para familias	48

1.- Introducción: la literatura más allá del libro

Viajar literariamente es ir en busca de algo que forma parte de lo máspreciado de nosotros mismos. Y ese algo puede estar —y, de hecho, así es— en cualquier lugar del mundo, porque más allá de particularidades y diferencias, existe un tesoro común al hombre en todo tiempo y lugar (Argüelles-Meres, 2011). La literatura ha sido el motor de muchos lectores, no solo como conocemos ahora las rutas literarias, sino también, como explica Félix Pillet (2017) gracias a los paisajes que encontramos a través de los libros. La literatura nos ayuda a viajar sin tener que movernos de casa, desde la comodidad de nuestro sofá podemos pisar la hierba y visitar la Inglaterra de la era victoriana. Se dice que Mark Twain —creador de Tom Sawyer y Hucklebery Finn— promovió junto a varios periódicos de USA, especial atención al diario Alta California, un gran viaje que se anunció «Excursión a Tierra Santa, Egipto, Crimea, Grecia y lugares de interés intermedio». Se fletó un barco que partió de Nueva York con la flor y nata de la sociedad de la época rumbo a los Santos Lugares (Herrero, 2011), todo ello mucho antes de que el turismo literario se conociera y asentara tal y como lo conocemos hoy en día. ¿Cuál fue la motivación para crear el turismo literario? Bajo mi punto de vista, creo que la admiración es la principal clave para darle una explicación. Los escritores, esos seres inalcanzables, melancólicos y que se hacen famosos tras su muerte, se admiran desde hace siglos.

La literatura es capaz de hacernos llorar, reír, enfadarnos, podemos enamorarnos y sentir el cosquilleo en nuestro estómago. Y, por supuesto, también queremos experimentar esto en la vida diaria (o, en otro caso, en nuestras vacaciones). El turismo literario es, entonces, una forma más de ausentarnos de la rutina, de escapar y sentirnos especiales. Incluso queremos ir un paso más allá: viajar a un mundo inventado o una época a la que no se puede viajar.

No es extraño que la figura del escritor, hoy en día, se siga teniendo en un pedestal de mármol y oro, a la espera de ver cuál será la siguiente voz que triunfará con sus escritos. Por ello, este trabajo trata de adentrarse en un punto más allá de lo que conocemos por Turismo Literario. Los escritores han dejado de ser un poco más inalcanzables, para convertirse en personas de a pie, que cuentan sus problemas y hacen empatizar (ya no solo con sus obras) al lector. Además de ser el motor de motivación de otras muchas

personas que nunca se habían atrevido a poner por escrito a esos personajes que estaban danzando por su cabeza desde hacía años.

Gracias a este Trabajo de Fin de Grado, pretendo demostrar que existe una nueva tipología dentro del turismo literario, que el mundo está cambiando y que no deja de moverse. Que la gente ya no solo se traslada para disfrutar de los paisajes literarios, ni las casas-museo de los escritores, sino que se centran en el ahora para conocer en vida a los que dan voces en la actualidad. Y, además, pretendo actuar en consecuencia y hacer viable en la ciudad de Alicante, un encuentro literario que atraiga a personas y dé un paso más a la hora de arriesgarse por este tipo de turismo.

2.- Metodología

2.1.-Objetivos

En relación con lo ya mencionado en la introducción, con este trabajo pretendo llevar a cabo, como objetivo principal, el demostrar que el turismo literario puede evolucionar y convertirse en algo más que en simples rutas literarias y casas-museo.

Para ello, también cuento con una serie de objetivos secundarios que enriquecen esta teoría:

- Tratar la importancia de las redes sociales en el turismo y la literatura, el escritor ya no es un ser etéreo e inalcanzable.
- Poner en valor la literatura y convertirla en algo experiencial.
- Llevar al siguiente nivel esta nueva tipología turística realizando un evento literario en la ciudad de Alicante.

2.2.-Hipótesis de la investigación

Este trabajo parte de la hipótesis de que la gente está dispuesta a desplazarse a ciertos destinos para interactuar con escritores y que sería viable crear un evento relacionado con la literatura en la región de Alicante.

3.- Marco teórico

3.1.- El turismo literario clásico

Magadán y Rivas (2011) nos dan esta explicación de lo que es el turismo literario:

El turismo literario se puede definir como una modalidad de turismo cultural que se desarrolla en lugares relacionados con los acontecimientos de los textos de ficción o con las vidas de los autores. Un nuevo turismo cultural que imbrica la ficción en el mundo real.

Existen en torno a muchas comunidades autónomas, espacios literarios que destacan a sobremanera. No obstante, ¿qué ocurre con las regiones que no cuentan con un atractivo de tal calibre? ¿Tienen que verse obligadas a renunciar a un posible nicho que puede ser muy beneficioso, tanto a la población como al turista?

Conocemos demasiado bien el caso de Madrid con su Barrio de las Letras, donde vivieron escritores del Siglo de Oro como Góngora, Lope de Vega o Quevedo. Y no solo por este motivo, al ser, la villa, la capital del país, otros escritores como Benito Pérez Galdós y Pío Baroja utilizaron como escenario principal este Madrid y sus calles. Fortaleciendo el gran poder turístico que tiene para los amantes de la literatura.

En Barcelona sobra explicar el increíble *boom* que tuvo *La Sombra del Viento* de Carlos Ruíz Zafón; *La Catedral del Mar* de Idelfonso Falcones y un clásico como es Mercé Rodoreda con su *Plaza del Diamante*. Además de otros libros, desconocidos para el público adulto, pero todo un referente para el target juvenil, de la escritora contemporánea Laia Soler con su *Los días que nos separan*, del cual se realiza alguna que otra ruta literaria con motivo del evento anual *Book Con Barcelona*.

Castilla La Mancha presenta una ruta literaria basada en cinco obras literarias que recorren parte de la región. Se tratan del *Quijote*, *el Cid*, *El Lazarillo de Tormes*, las *Coplas a la muerte de su padre* de Jorge Manrique y *Viaje a la Alcarria* de Camilo José Cela (Magadán y Rivas, 2011).

Solo por poner algunos de los ejemplos más conocidos a lo largo del territorio nacional. También podría añadir ejemplos en la propia Comunidad Valenciana, donde sin ir más lejos, la capital fue la cuna de Vicente Blasco Ibáñez y su obra se encuentra a lo largo de toda la ciudad. Desde la Plaza Redonda hasta la casa-museo situada en la calle Isabel de

Villena. Sueca se define como la ciudad natal de Joan Fuster, donde se puede visitar la casa en la que escribió su ensayo *Nosaltres els valencians*.

Orihuela es la madre de Miguel Hernández; y a lo largo de la región de Alicante se extienden diferentes rutas de Azorín y Gabriel Miró. Sin embargo, ¿es esto suficiente para atraer a turistas interesados por la literatura?

Magadán y Rivas (2011) nos relatan que Butlers establece cuatro razones para visitar un lugar inducidos por una motivación literaria:

1. Atracción por lugares que tienen conexiones con la vida de los escritores
2. Atracción por aquellos enclaves geográficos que conforman la configuración de algunas obras literarias.
3. Atracción por las localizaciones que inspiraron y emocionaron al autor o dieron el impulso para la creación de la obra literaria
4. Curiosidad general.

Con este texto, pretendo añadir una más a la lista: Atracción por las localizaciones que crean actividades relacionadas con escritores contemporáneos y sus obras.

3.2.- ¿Por qué el turismo de cine funciona pero el literario no?

Es la cuestión con la que quería comenzar este apartado. ¿Dónde está el límite? ¿La gente visita Nueva Zelanda por las películas de *El señor de los anillos* o por los libros de Tolkien? ¿Se visita la plaza Claremont número 23 por ser *Grimmauld Place* en los libros o por las películas de Harry Potter? Son muchas las preguntas que me he ido haciendo sobre el tema y he llegado a la conclusión de que, aparte de la evidencia de que el cine es visual y la literatura como tal no, se debe a la promoción que se les da.

No es difícil encontrar casos prácticos del tema. Se realiza por 37 dólares un viaje en autobús que incluye 39 paradas que descubren algunos puntos calientes de las idas y venidas de las protagonistas de *Sexo en Nueva York* —la serie, porque a los libros no se les ha hecho prácticamente promoción—; la ruta elegida para el rodaje de la comedia cinematográfica de Stanley Payne *Entre copas* se convierte en una de las más frecuentadas atracciones turísticas del verano en el Estado de California (Rosado y Querol, 2006).

Podríamos llegar a pensar que este fenómeno solo triunfa en Estados Unidos, pero la verdad es que también podemos encontrar ejemplos en nuestro continente. En el caso de Reino Unido, nos cuentan Rosado y Querol (2006) que VisitBritain ha desarrollado una campaña de marketing para satisfacer un número cada día mayor de turistas que quieren visitar las localizaciones de sus películas o programas de TV preferidos, a lo que denominan *Movie Map*. Además, esta campaña ha resultado ser una de las mejores campañas con un mapa interactivo que permite ver qué películas se rodaron en qué lugares.

Ahora planteo yo, ¿no podría hacerse lo mismo con la literatura? Se da por hecho que la literatura, al tratarse de algo que lleva entre la humanidad desde que empezó la historia, es algo sagrado y con lo que no se puede innovar. No obstante, la literatura de hoy no es igual que la de hace dos mil años; el mundo evoluciona y con él debe hacerlo también la forma de concebir la literatura como tal.

Se tiene la idea preconcebida de que las rutas literarias están hechas para «personas de alto nivel cultural y poder adquisitivo» (Magadán y Rivas, 2011), pero no se plantea la posibilidad de abrir paso a la lectura a través del turismo literario.

En el año 2002 se lanzó un mapa que pretendía promocionar el patrimonio marítimo y el mundo lejano a través de la película *Master and Commander*. VisitBritain estima que una libra gastada en la producción de los *movie maps*, genera un promedio de diecisiete libras por visitante (Rosado y Querol, 2006); lo que significa que los recursos pueden utilizarse como nosotros lo veamos oportuno.

Se sabe que existen las rutas del Cid Campeador y Don Quijote pero nadie conoce a ciencia cierta cómo realizarlas. Hay una gran falta de organización y planificación, puesto que, la segunda, transcurre ampliamente por 2.500 kilómetros a lo largo del 16% de los municipios de Castilla La Mancha (Pillet, 2017). Y, aprovechando esta gran cantidad de espacio, podría incentivarse la realización de la ruta a pesar de no haber leído antes la novela, al igual que hay turistas que visitan catedrales y museos a pesar de no entender de Historia del Arte. Hay muchas maneras de poder enfocar el turismo literario para que se expanda y llegue a más turistas, el problema reside en los prejuicios que nos acompañan desde tiempos inmemoriales.

3.2.1.- El caso de Barcelona

Se trata del ejemplo característico en cuanto hablamos tanto de turismo de cine como literario. Centrándonos en el segundo, y haciendo un poco de investigación, nos encontramos que es la ciudad quien promociona este tipo de turismo desde los portales oficiales¹. Y lo hace de manera sencilla y accesible: explica por encima las rutas existentes, nos habla de precios y nos redirige al lugar en el que podremos adquirir nuestra entrada para disfrutar de la ruta. Mientras que, comparándolo con el caso ya mencionado de la ruta del Quijote, la web oficial de Castilla La Mancha² solo nos adjunta un pdf (bastante pesado para abrir), con mucho texto y un mapa de toda la comunidad autónoma. Dando a entender que, si quieres realizar esta ruta, tienes que hacerla por tu propio pie, sin nadie que te explique de qué trata ni cómo realizarla. Perdiendo así, el punto experiencial que tanto valora el turista actual.

Es así como se marca la diferencia entre la ruta de *La Catedral del Mar* (2006) —cuya ruta se realizaba desde mucho antes del estreno de la serie de televisión— y la ruta de un clásico como lo es *Don Quijote de La Mancha* (1605-1615).

3.2.2.- Jane Austen sigue viva. Y mueve masas.

El nuevo turista va un paso más allá y desea alejarse del turismo de masas para dejar paso a algo único, personalizado y exclusivo. Algo que sea experiencial. Algunos turistas no se contentan con solo la experiencia del paisaje o de visita a los museos, sino que quieren tener la posibilidad de sumergirse en la vida o en las novelas de sus autores favoritos (Magadán y Rivas, 2011). El tema del autor como producto ya lo trataremos más adelante, pero ahora es necesario hablar de un ejemplo que demuestra que una buena organización y promoción, puede mover masas en la literatura.

Se han dicho en muchas ocasiones que los autores son inmortales, porque sus obras permanecen mientras que sus cuerpos perecen. No hay mejor ejemplo para ello que Jane Austen (1775-1817). Su obra más conocida es, sin duda, *Orgullo y Prejuicio*, la que consiguió que miles de personas se engancharan a su prosa, tanto su público contemporáneo como el actual del siglo XXI. Hasta tal punto ha llegado la pasión de sus seguidores, que se llevan a cabo diferentes eventos relacionados con la experiencia de vivir en una novela de Jane Austen.

¹ www.barcelonaturisme.com ; <http://lameva.barcelona.cat> y www.catalunya.com

² www.turismocastillalamancha.es

El *Jane Austen Festival* se realiza en Bath, una de las ciudades favoritas de la autora y en la que se sitúan muchas de sus novelas. La primera vez que se realizó fue en 2001, desde entonces ha ido creciendo hasta convertirse en el festival más largo y amplio relacionado con Jane Austen, con aproximadamente 3.500 personas formando parte durante diez días.

El primer *Regency Costumed Promenade* se llevó a cabo en 2004 y contó con treinta personas, incluyendo a mucha gente del equipo organizador. Hoy en día, el desfile atrae alrededor de 500 participantes.³

Tener una entrada en este festival es prácticamente imposible y una forma de conseguir tu pase es haciéndote socio del evento, así tienes preferencia para reservar entrada, además de un descuento.

Con este punto, pretendo apoyar mi teoría de que existe un nuevo punto de atracción hacia el turismo literario: Atracción por las localizaciones que crean actividades relacionadas con escritores contemporáneos y sus obras.

3.3.- El autor como producto

En la actualidad estamos observando un gran cambio en lo que concierne, en muchos casos, a las figuras públicas y sus seguidores. El uso de las redes sociales y la transparencia de estas figuras públicas, crea un fuerte lazo que parece casi imposible de romper. Esto ha ocurrido, sobre todo, en la nueva figura pública conocida como *youtubers*, *instagramers* e *influencers* en general. Y la literatura no se ha quedado atrás.

Gracias a la proximidad que esta red invisible ha creado, las personas que se escondían en sus habitaciones porque les daba vergüenza mostrar que leían o escribían, salen a compartir su pasión con el mundo. Los escritores ahora cuentan sus avances mientras escriben por redes sociales, hablan de sus miedos y sus problemas, se han abierto al mundo y han dejado de ser una figura inalcanzable, una especie de deidad, para convertirse en alguien a quien admirar porque puedes aspirar a convertirte en alguien parecido.

Pero, para hablar de esto, es necesario viajar atrás varios años, antes de la aparición de las redes sociales y su impacto a la hora de vender un producto.

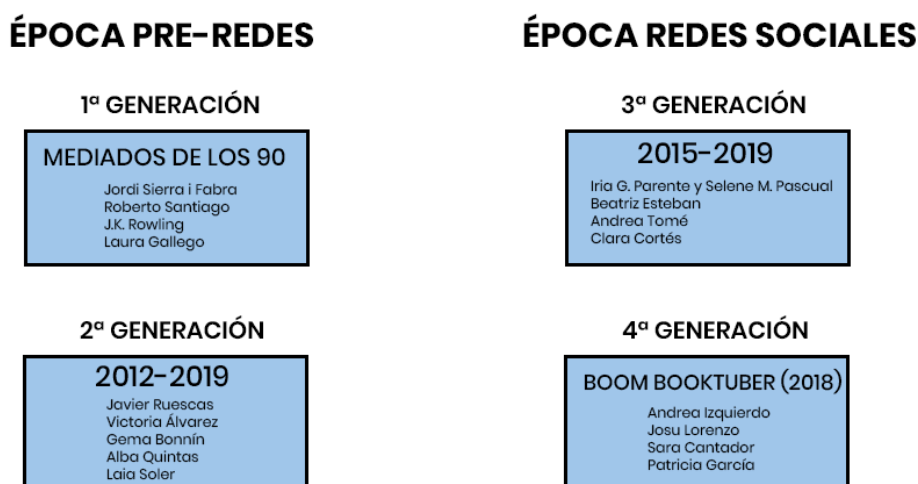
³ Información traducida directamente de la web oficial: <http://www.janeaustenfestivalbath.co.uk>

3.3.1.- La era pre-redes

La joven historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en la crisis informática del año 2003, donde casi todas las empresas que habían crecido al alimón de los mercados financieros se declaraban en quiebra y cerraban sus portales de Internet por la falta de visitas. Son entonces los usuarios los que cobran protagonismo. Inspirados en la mensajería instantánea y en la proliferación de los foros de discusión, tres norteamericanos crean en ese momento, sendas empresas destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor (Caldevilla, 2010). Pero existía un mundo más allá antes de la aparición de las redes sociales. 2003 es el año en el que aparecen estas primeras aplicaciones, pero no será hasta 2010-2011 cuando tomen mucha más importancia. Ya hablaré del impacto que las redes tienen en el mundo de la literatura y el lector (y potencial turista), ahora me gustaría hablar de aquellos escritores que lograron hacerse un hueco en el mundo de la literatura antes de la aparición (o evolución popular) de las redes sociales.

Me voy a centrar, sobre todo, en lo que concierne a la literatura juvenil, porque las redes sociales surgieron gracias a la fuerte interacción de grupos desde secundaria hasta la universidad (se pudo ver en su día cuál era el público objetivo de Facebook y Tuenti). Así que he dividido a los escritores más conocidos en este ámbito en cuatro generaciones que podemos distinguir en esta imagen:

Figura 1: Las distintas generaciones de escritores en el ámbito juvenil.



Fuente: Elaboración propia.

En este apartado nos vamos a centrar en la primera columna con aquellos escritores que pertenecen a lo que he llamado primera generación. Son aquellos escritores que aparecen en los noventa (algunos llevaban mucho tiempo más, como es el caso de Jordi Sierra i Fabra) y que, a pesar de que a día de hoy las redes sociales forman parte también de su día a día, se sigue teniendo esa sensación de distanciamiento que no ocurre con los escritores de la segunda columna.

Otra característica común que tienen estos escritores de primera generación es su edad: la lejanía de la edad del escritor con la edad de su público objetivo también es un punto clave para conectar con él.

Con la segunda generación ya empieza a haber una rotura de esquemas. Son escritores jóvenes, que empiezan a publicar alrededor del 2012 y que tienen características en común. En primer lugar, tenemos a Javier Ruescas: a pesar de que su primera novela se publica en 2009, en realidad no empieza a tener impacto sobre el público tal y como lo conocemos ahora hasta 2012, año que publica *Play* con Montena. Además de sus libros, Ruescas es muy conocido por su canal de *Youtube*, lo que demuestra la aparición de las redes sociales. Esta generación está en un paso intermedio entre la época pre-redes y la que nos concierne ahora, en pleno apogeo de estas. Sin embargo, la fuerza de estos escritores está en cómo pudieron promocionar sus obras antes de la aparición de estos medios de comunicación tan fuertes.

En esta época, la relación escritor-lector se reducía a una firma en Sant Jordi o en la Feria del Libro. Las editoriales se encargaban por completo de la publicidad, por eso a lo mejor nos pasaron desapercibidas algunas de las autoras mencionadas en la segunda generación.

Gema Bonnín, con tan solo 17 años (es considerada la autora más joven de Planeta), publica *La dama y el dragón* en 2012. No obstante, Planeta al ser una de las editoriales más importantes del mundo, no puede hacer eco de todos los autores que tiene en su catálogo. Es por eso, que no es hasta que aparecen las redes sociales, cuando Bonnín se hace oír gracias a su cuenta de Twitter.

Ocurre lo mismo con el caso de Victoria Álvarez, que a pesar de que su primera novela se publica en 2011 y que ha sido traducida a varios idiomas, no ha sido hasta 2017 cuando, de verdad, se la ha empezado a valorar como escritora. Y, una vez más, se debe al impacto de las redes sociales y al movimiento que tienen las pequeñas y medianas editoriales en estas herramientas de marketing tan potentes.

Alba Quintas y Laia Soler fueron las ganadoras, respectivamente, del premio Sierra i Fabra (2012) y Plataforma Neo (2013), dos concursos que les dieron voz y volumen para hacerse un hueco en el mundo de la literatura juvenil. Pero seguimos encontrando el mismo patrón, no es hasta el movimiento de las redes sociales cuando la gente cae en la cuenta de que hay personas tras los libros, que hablan y cuentan sus problemas y aventuras.

Antes, a no ser que estuviéramos ante un libro de escritores de la primera generación, tener un libro en las manos era solo eso. No se reparaba en quién lo escribía. No sabíamos nada del autor y ni siquiera nos molestábamos en leer sus biografías en la solapa. Hoy en día y, como llevo diciendo todo el tiempo, gracias a las redes sociales se ha roto la barrera y el escritor no tiene por qué ser mayor e inalcanzable, sino que puede ser joven, real y cercano. Y esto nos lleva a otro punto: la aparición de escritores que reprimían sus ganas de compartir e intentar cumplir sus sueños.

3.3.2. La época de las redes sociales

Estas vías de comunicación que se han convertido en parte fundamental de nuestro día a día, son una de las herramientas que más empuje ha dado al turismo. Hemos pasado de masificar las playas a buscar destinos exóticos y diferentes, muchas veces solo por el hecho de realizar una foto bonita y que quede bien en nuestro *feed* de Instagram.

La conjunción de Smartphones, redes sociales y la necesidad de tomar fotografías y compartir la experiencia, han dado lugar a destinos conocidos como “instagrameables”, estos destinos y lugares son visitados por los turistas con objetivo principal de hacerse fotos, a veces con una determinada pose y compartirlo en las redes sociales. Estos lugares son muy populares por ser especialmente fotogénicos (Femenia Sierra)⁴.

La literatura no podía quedarse atrás. La gran pregunta aquí es: ¿la literatura y las redes sociales hacen viajar a las personas? Para contestar a ello, he realizado una encuesta a 98 personas relacionadas con el mundo de la literatura (y la escritura) y las redes. Hay una serie de impactos que también son importantes a lo largo de la encuesta que explican este acercamiento con los escritores y sus motivaciones.

En este caso, el 51% de los entrevistados tiene entre 20 y 25 años de edad, lo que implica que ha vivido ese distanciamiento y acercamiento con los escritores que se ha dado en los

⁴ Investigador predoctoral. Información extraída del curso realizado por UniMooc: *Destinos Turísticos Inteligentes*; módulo 2, clase 4: *Smartphones y fototuristas*.

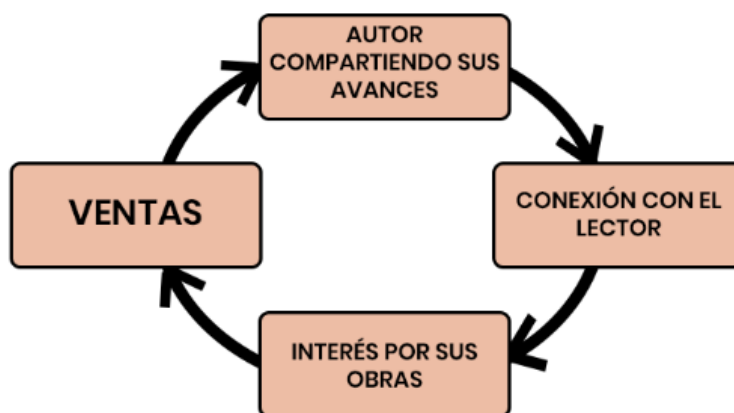
últimos años; el 19,4% tiene entre 15 y 20 años; el 18,4% entre 25 y 30; un 9,2% entre 30 y 35 y solo un 2% tiene más de 35.

Se les preguntó si las redes sociales suponen una fuerte motivación a la hora de escribir y el 80,6% contestó que sí, y no solo eso, sino que el 51% de las personas afirmaba que, antes de encontrar cobijo en este mundo, en muy pocas ocasiones hablaba de su pasión por la escritura. Dato que cambia tras adentrarse en las redes sociales, porque desde entonces, solo el 6,1% siguen en el mismo lugar.

También se hizo la pregunta de, si antes de las redes sociales se habían planteado alguna vez el dedicarse en exclusiva a vivir de la literatura, cuyo ganador fue un no del 68,4%. Para contrastar, les pregunté si ahora había cambiado su percepción y el 46,9% afirmó que seguía pensando igual, podemos hacer dos lecturas de estos resultados: o bien, el mundo de la literatura y el escritor se está desmitificando y se pone en valor el verdadero esfuerzo que hay tras ella; o los escritores, gracias a su ventana virtual, al hablar de lo complicado que es este mundo, ponen los pies en la tierra a la gente melancólica y bohemia; o se sigue teniendo por imposible poder escribir y vivir de ello.

En cualquier caso, también se les preguntó si interactuar con otros escritores les motivaba a escribir y tan solo un 6,1% contestó que *poco*; un 0% que *nada* y el 93,9% que *mucho*. A esto le siguió la cuestión de si comprarían sus libros gracias a esto y no hubo ninguna respuesta negativa. Lo que nos lleva al punto inicial de este apartado: el autor ya no es una figura inalcanzable, sino que ahora también es un producto.

Figura 2: El autor como producto.



Fuente: elaboración propia

Hay muchas personas que afirman que comprarían los libros a pesar de no saber de qué tratan, simplemente porque el escritor les crea confianza; creen conocerlos a través de internet y se ha creado un vínculo lector-escritor que en la era pre-redes no existía.

Había un apartado para añadir comentarios a la encuesta y, me gustaría citar una de ellas: *Creo que las redes sociales son una gran inspiración. Ves a personas que son tan normales como tú, que no tienen una vida muy distinta ni privilegios especiales, conseguir sus sueños a base de esfuerzo y constancia. Te motivan. Te inspiran a intentarlo tú también.*

Tras todo esto, la parte que más nos interesa como profesionales del sector es la siguiente. Una de las preguntas más decisivas en mi opinión, fue preguntarles si a raíz de todo esto habían acudido alguna vez a un evento para conocer a sus referentes literarios. El 65,3% dijo que sí. La siguiente pregunta era de respuesta múltiple, porque me interesaba saber a cuáles de estos eventos literarios habían ido alguna vez. 65 personas anotaron que habían acudido a presentaciones de libros; 40 a Ferias de Libros; 28 a charlas dadas por sus autores referentes; 9 a talleres y 30 a ninguno de los anteriores.

Si 30 personas dijeron que no habían acudido a ninguna de las anteriores, quiere decir que las otras 68 personas son potenciales turistas para esta nueva tipología y que se reparten en los diferentes tipos de eventos literarios que existen.

La rotura de lo inalcanzable del escritor con el lector u otros escritores han sido la clave de hacer que el turista se mueva y acuda a ciertos lugares para conocer a estas personas a las que admiran. Sobre todo se ve, si volvemos al gráfico de antes, en los escritores de tercera y cuarta generación. En la tercera generación encontramos a estos escritores que han sabido utilizar las redes sociales a su favor para promocionarse y hacer un acercamiento con el lector. Romper los moldes y hacerles ver que hay una persona más allá del libro. La cuarta generación es la pura ejemplificación de que las redes sociales han ido un paso por delante. Los *booktubers*, al contrario que el resto de *youtubers*, escriben libros porque es el contenido que crean. Y son los que, sin duda alguna, atraen a más personas a los eventos literarios, aunque la persona tenga que desplazarse varios kilómetros de su lugar de residencia.

3.4.- El siguiente capítulo: los eventos literarios

Hemos mencionado antes el primer *Regency Costumed Promenade*, aquel acto que se realiza para homenajear y convertirse en parte de las novelas de Jane Austen, la primera edición de este encuentro fue en 2004 y es solo uno de tantos ejemplos que se pueden poner para hablar de los diferentes y variados estilos de eventos literarios que se pueden encontrar.

Como evento literario, podemos encontrar una larga lista de tipologías:

- Presentaciones de libros
- Firmas de libros
- Charlas
- Talleres
- Convenciones
- Festivales

Y, como es de esperar, cada uno de ellos conlleva una organización diferente y un público distinto.

3.4.3.- Los formatos de las actividades

Pienso que es importante conocer qué tipo de actividades, de las que existen en general para realizar festivales, se pueden aplicar a los eventos literarios. Como he mencionado en el apartado anterior, podemos encontrar seis tipologías de eventos. Para este caso, según Imma Turbau (2011), solo afecta a los festivales, ya que suele ser un evento mucho más extendido y amplio en variedad de actividades. Esta autora, para empezar, diferencia a los autores internacionales y más renombrados de los nacionales para poder colocarlos en las actividades. A los internacionales los llama A y a los nacionales B.

Clase magistral o clase maestra: Disertación o conferencia que dicta un autor consagrado (A) sobre un tema que domina, o sobre un tema sobre el que quiere reflexionar. Requiere solo de un presentador que introduzca al autor al principio. Puede finalizar —o no— con un turno de preguntas del público.

Conferencia: la dicta un autor interesante (B) sobre un tema que domina y que tiene que ver con los ejes de programación del festival. No suele ser necesario un presentador y no se suele abrir turno de preguntas al final.

Diálogo: entrevista pública a un autor consagrado (A) que realiza un autor B para conocer mejor al entrevistado. También puede ser un diálogo entre dos autores B que conversen sobre un tema de interés común, sean de la misma disciplina o de diferentes. No suele haber turno de preguntas al final, a no ser que los autores lo soliciten.

Conversatorio/coloquio/mesa redonda: Panel compuesto por tres o cuatro autores de la misma disciplina o diferentes campos, que hablan sobre un tema en común que se les propone. Suele ser necesario un moderador para dar la palabra y guiar la conversación o se pide a uno de los panelistas que cumpla con esa función. No es recomendable que sean más de cinco participantes.

Lectura: reunión de entre dos y cuatro autores, poetas, escritores, guionistas que leen en voz alta sus propios textos, si es posible inéditos, como un anticipo. En el caso de algún ponente de categoría A, se puede hacer una lectura en solitario. Suele ser necesario un presentador que lea un breve texto curricular del lector. Al final no hay turno de preguntas.

Debate: dos o más personas exponen diferentes puntos de vista sobre un tema propuesto y los defienden en una discusión intelectual. Es necesario que el moderador sea lo más neutral posible.

Lectura dramatizada: uno o varios actores leen un texto teatral frente al público, interpretándolo con sus voces, pero, por lo general, sin gestualidad corporal —suelen estar sentados—. No es necesaria escenografía.

Monólogos: actor cómico frente a su público, en un escenario, con un micrófono y un foco de luz.

Cuentacuentos/narradores orales: sean para adultos o para niños, se trata de un actor/narrador/escritor que cuenta cuentos tradicionales o modernos a su público.

Proyecciones audiovisuales: con la presencia o no del equipo técnico.

Conciertos acústicos o electrónicos en salas de conciertos.

Exposiciones artísticas o de temas históricos, científicos, sociales o antropológicos, etc.

Talleres: son cursos de unas pocas horas en los que un especialista comparte sus conocimientos de modo práctico con el público que normalmente se ha preinscrito e incluso ha pagado por estar allí.

Más adelante, me gustaría poner en valor cada una de las actividades existentes para averiguar cuáles habría que llevar a cabo en el evento literario alicantino.

3.4.4.- Para todos los públicos

No solo voy a centrarme en los eventos más internacionales, porque no es lo que nos interesa en este caso. Sino que pretendo analizar los que ya existen en España, aquellos que nos pueden enseñar a organizar y conseguir realizar un evento que, poco a poco, fuera atrayendo a un nuevo tipo de turista a la región alicantina. Para ello, he intentado hacerme con diferentes tipos de eventos para escoger cuál podría ser la mejor opción para este proyecto.

Festival Celsius 232

Es uno de los festivales más exitosos de España. Es gratuito y ofrece cinco días de eventos, no solo relacionados con la literatura, sino también con el cine, el mundo del cómic, el doblaje y un largo etcétera. Durante el festival se congrega a miles de turistas que se desplazan hasta Avilés solo para esos días. Y es que el tener a invitados de renombre como George R.R. Martin (*Juego de Tronos*), Patrick Rothfuss (*El nombre del viento*) o Elisabetta Gnone (*Las W.I.T.C.H.*), consigue que fans de toda España se desplacen hasta Asturias para conseguir interactuar o visualizar a sus escritores favoritos. No solo los escritores internacionales, que son la joya de la corona, son los que atraen al público, sino que también lo hacen los autores nacionales que, poco a poco, van tomando más renombre. Muchos de ellos, figuran en la figura adjuntada de las diferentes generaciones de escritores.

Al tratarse de un evento al que se accede sin entrada y sin registrarse, sino que está abierto al público, la organización me ha podido facilitar un número aproximado que se consigue gracias a la ocupación hotelera y hostelería, el ayuntamiento de Avilés baraja la cifra de 40.000 asistentes. El festival literario concentra la mayoría de las reservas anticipadas de estos alojamientos, algunas cerradas ya desde la edición anterior⁵.

Dentro del festival nos topamos con presentaciones y firmas de libros; talleres, convenciones y charlas. Es un recipiente de todo aquello que se puede hacer con la literatura y el turismo.

⁵Noticia: *Los hoteles de Avilés rozan el lleno en el mes de julio gracias al Celsius y el Intercéltico*
<https://www.elcomercio.es/aviles/ocupacion-hotelera-turismo-comarca-aviles-20180623001532-ntvo.html>

Feria del Libro de Madrid

Sin duda alguna, el evento más representativo de la literatura en España. El 2019 será la septuagésima octava edición y en una entrevista que se le realizó el año pasado a Manuel Gil (director de la Feria del Libro de Madrid) hablaba de que en 2017 estuvieron a punto de llegar a los 600.000 ejemplares vendidos; además de que estaba seguro de que en 2018 se superarían los 10 millones de euros en ingresos y los dos millones y medio de visitantes. Gracias a su *big data* pueden saber que el 65% de quienes van son mujeres, que los menores de 25 años son el 26% o que el 38% se deja en torno a 50 euros. Además, de que un dato interesante es que el 21% de la gente que va de fuera de Madrid, lo hace con el objetivo de pasar por la feria como excusa principal. Además, Manuel Gil afirma que generan un turismo propio y que pretenden aprovecharlo para crear impacto en hoteles, restaurantes y tiendas de la zona.

Menciona la importancia de hacer ferias que sean inteligentes, sostenibles y digitales. De la misma forma que tener invitados *booktubers* e *instagrammers* porque hoy en día estos perfiles son los verdaderos *influencers* del libro⁶.

Con esto, conseguimos avalar la importancia de las redes sociales en el mundo del libro y el movimiento de los escritores que son invitados año tras año, solo para conformar una serie de excusas para que los lectores se reúnan y, así, poder conocer a esas personas que tanto admiran.

Las hipótesis de Manuel Gil no iban mal encaminadas en aquella entrevista, porque la propia dirección de la Feria del Libro de Madrid me facilitó los datos de la pasada feria de 2018. Se estiman alrededor de dos millones cuatrocientos mil visitantes, de los cuales el 60% eran mujeres. Los jóvenes menores de 25 años eran un 25% del total; entre 25 y 50 un 56% y mayores de 50 un 19%. Mientras que por su origen se desglosaron de la siguiente manera:

Un 81% pertenecía a la Comunidad de Madrid, un 16% a otras comunidades de España y un 3% a extranjeros. En el top 5 de comunidades autónomas que visitaron la FLM en 2018 encontramos a un 21% de Castilla La Mancha; un 19% de Andalucía; un 13% de Castilla y León; un 13% de Cataluña y un 12% de la Comunidad Valenciana.

⁶ Entrevista: *La Feria del Libro de Madrid genera un turismo propio*.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/05/18/fortunas/1526668583_578875.html

Se contabilizaron un total de 1.700 escritores (de los cuales, el 63% eran hombres y el 37% mujeres) y un total de 5.000 firmas en la feria. Mientras que la proyección de impacto económico sobre la ciudad de Madrid se estima entre 45 y 50 millones de euros.

Andalucía Reader Con

Sevilla es la sede de este evento que lleva desde 2015 con las puertas abiertas. Al igual que el resto de eventos aquí mostrados, consiste en unas jornadas donde todo gira alrededor de la literatura. En este caso, los jóvenes son los dueños del evento.

A lo largo de este trabajo me he centrado, sobre todo, en el ámbito juvenil por la importancia que se tiene que dar a que los jóvenes (de 12 a 25 años) sientan atracción hacia la lectura.

La Andalucía Reader Con hace muy bien su trabajo en este caso. El equipo de organizadores está compuesto por tres jóvenes estudiantes de la universidad de Sevilla y que, gracias a esta y sus instalaciones, pueden llevar a cabo. El presupuesto lo rige la misma universidad y se encarga de dar alojamiento y transporte a aquellos autores invitados que provienen de otras ciudades y no cuentan con una editorial que les cubra los gastos.

Han conseguido llevar en cuatro años de evento, a un total de 33 escritores entre los que destacan Jordi Sierra i Fabra, Jackson Bellami, Andrea Izquierdo y un largo etcétera. Según los datos que me ha podido facilitar la organización, su público proviene de todo el territorio nacional. Incluyendo asistentes de las islas Canarias y Ceuta. Cada año van atrayendo a personas de toda la península, desde Bilbao, Barcelona, Valencia, Murcia, Madrid, y claramente todas las ciudades andaluzas. Al igual que les sucede con los autores que asisten. En su tercera edición pasaron aproximadamente 350 personas, año que mejor acogida tuvo el evento.

Figura 3: Andalucía Reader Con 2017



Fuente: andaluciareadercon.es

MOLPEcon

Los escritores son los protagonistas totales en este evento realizado por Ana González Duque. Esta escritora no es solo conocida por sus novelas, sino que tiene un sinfín de recursos *online* para escritores. Con la aparición de las redes sociales y la consolidación de internet, también se hacen cada vez más visible la figura del escritor 2.0; aquel que desempeña su función más allá de escribir y da consejos y herramientas a otros escritores para conseguir ganarse la vida con la escritura.

En este ámbito encontramos a personas como Javier Miró, Gabriella Campbell y, cómo no, Ana González Duque. Tiene una empresa de *Marketing online para escritores* y una plataforma de cursos que funciona con suscripción mensual (14,50€) llamada MOLPE. A raíz de esta plataforma, Ana organizó el pasado 17 de noviembre un evento dedicado a los escritores. En él se llevaron a cabo diversas charlas que seguían el formato llamado *pecha kucha*, 15 minutos de un tema con ejemplos reales, como menciona Ana en su propia web.

Este evento, al contrario que el resto de los mencionados, tenía la diferencia de que se tenía que comprar una entrada para poder asistir a las charlas y si no podías asistir de forma presencial, también se podía pagar para verlas de forma *online*.

El Hotel Ilunion Suits en Madrid fue el escenario para llevar a cabo este evento. Los datos que ha podido proporcionarme la organizadora, dicen que 54 personas fueron al evento de forma presencial y en virtual 100 asistentes; además, fueron *trending topic* en el fin de semana que competían con la *Hispacon*. No todos los asistentes necesitaron facturas, pero Ana ha sido tan amable de hacerme llegar algunos de los lugares de procedencia de los

asistentes: El grueso fue de Madrid y Guadalajara; siete personas de Barcelona; cinco del País Vasco; cuatro de Valencia; tres de Málaga; uno de Tenerife; uno de Alemania y uno de Londres. En la edición virtual los nacionales se repartían entre Madrid, Barcelona, Tenerife, Valencia, Sevilla, Galicia y País Vasco; mientras que en los internacionales se hacían mella México y Dinamarca.

Todo un éxito si tenemos en cuenta varios factores: la entrada era de pago (en ambas versiones) y el *target* objetivo de este evento era bastante limitado.

FESTILIJ

La ciudad española con los ciudadanos más jóvenes fue el escenario para llevar a cabo el siguiente evento de literatura. Tres Cantos una de las ciudades más jóvenes y creada para las familias, es la sede del Festilij. A pesar de empezar con el pie izquierdo en su primera edición, gracias a esta segunda ha podido consolidarse con más de mil asistentes. ¿La diferencia de este evento en relación con el resto? Que, aunque se hicieron actividades enfocadas a un público juvenil, los protagonistas fueron los más pequeños.

El evento, que se celebró del 17 al 20 de enero en la biblioteca municipal Lope de Vega, fue organizado por la concejalía de Cultura del ayuntamiento de Tres Cantos y la librería tricantina Serendipias, regentada por Elena Martínez Blanco, y contó con la participación de más cincuenta autores, ilustradores y traductores del panorama literario actual, entre los que se encontraban Sara Cano, Pedro Mañas, Santiago García-Clairac, Begoña Oro, El Hematocrítico, David Lozano, Ana Alcolea, Carlos García-Miranda, Ana Alcolea y Jesús Cañadas, entre muchos otros⁷.

El evento duró cuatro días y entre las actividades se podían encontrar cuentacuentos, talleres de poesía, de creación literaria, de lectura para los más pequeños, programas de radio en directo y mesas redondas.

En el artículo ya mencionado, se recogen las palabras de Sara Cano, una de las organizadoras. «El FestiLIJ viene a cubrir un hueco en el panorama de festivales literarios que se celebran en nuestro país, ya que no hay ninguno exclusivamente dedicado a la literatura infantil y juvenil. Por fin los autores que nos dedicamos al género que fomenta la formación lectora de los lectores de mañana tenemos un espacio específico de

⁷ Extracción de la noticia: *El festival de literatura infantil y juvenil de Tres Cantos se consolida en su segunda edición con más de mil asistentes* <https://www.clubkirico.com/el-festival-de-literatura-infantil-y-juvenil-de-tres-cantos-se-consolida-en-su-segunda-edicion/>

reconocimiento y donde charlar e intercambiar impresiones con nuestro público objetivo, que son los niños y jóvenes».

Así que este evento no está solo destinado a las familias con niños y jóvenes, sino también a los autores más desconocidos y, tal vez, desprestigiados como son los de literatura infantil y juvenil.

Bien es cierto que, al tratarse de un evento en una ciudad como Tres Cantos, los asistentes han sido personas del propio municipio o alrededores, sin atraer, tal vez, al tipo de turistas que estamos buscando a lo largo de esta investigación.

3.4.5.- Próxima parada: Alicante

Tras el exhaustivo análisis realizado en el marco teórico es el momento de plantearse qué tipo de evento sería el idóneo para la ciudad de Alicante. Sabemos que es muy difícil romper con lo que ya está establecido en la ciudad, en cuanto a turismo se refiere. Ya que a pesar de la cantidad de actividades que se ofrecen, un 45% de los turistas siguen prefiriendo viajar con motivo del sol y playa. Por lo que la intención no es separar ambos turismos, sino aprovechar que este sigue siendo el imperante para fomentar las actividades culturales relacionadas con la literatura.

Alicante ya cuenta con su propia feria del libro, pero la poca publicidad que se le da, lleva a personas de la región a desconocer que existe cierta actividad. Además, sus fechas alejadas del resto de ferias del libro, hace que pase totalmente desapercibida para los vecinos y turistas. Además, este 2019 se traslada de Federico Soto a la plaza Séneca, que no es precisamente el lugar más turístico y fácil de localizar de Alicante.

Más allá de la Feria del Libro de Alicante, no se han realizado eventos de índole literaria en la ciudad, sin contar las escasas presentaciones de libros que podemos encontrar de escritores que atraigan a residentes de la región o la comunidad. No obstante, cuando estas se celebran, los llenos en las salas están asegurados.

El pasado 7 de marzo, presentaron por primera vez en Alicante las escritoras Iria G. Parente y Selene M. Pascual, referentes indudables en la literatura juvenil nacional. La librería que las acogió fue *La librería 80 mundos* y más de 35 jóvenes se reunieron un jueves por la tarde para conocer a sus escritoras favoritas.

Figura 4: Presentación en Alicante de Iria G. Parente y Selene M. Pascual



Fuente: Redes sociales de las autoras

Por lo tanto, lo único que me queda añadir a este apartado del Marco Teórico es que los jóvenes se sienten motivados por conocer a sus escritores favoritos y, en general, por la literatura y la escritura; es necesario crear actividades que se publiciten para que lleguen al público y puedan acudir y, por supuesto, que tienen que ser atractivas para que conlleven un desplazamiento de su residencia o municipio.

4.- Resultados de la investigación

Las investigaciones llevadas a cabo en el apartado anterior han sido decisivas a la hora de poder desarrollar los resultados de la investigación. No podía ser de otra forma que creando el evento idóneo para la ciudad de Alicante, aunque podía, perfectamente, extrapolarse a cualquier otro municipio del interior o la costa. Para ello, es necesario tratar por puntos las áreas más importantes a la hora de realizar un evento y a pesar de no ser expertos en la materia, dar pie a una buena base para poder convertirse en algo real con la ayuda de los profesionales pertinentes.

4.1.- Por qué hay que hacer un evento literario en Alicante

Todo el Marco Teórico ha servido para explicar a grandes rasgos la importancia que está adquiriendo la literatura y la fuerte necesidad que hay de avanzar en el turismo literario clásico (aquel que se refiere a las rutas y casas-museo) y adentrarnos en los eventos y festivales de esta índole.

Alicante es la cuna del turismo de sol y playa. Entre los extranjeros causamos furor y arrasamos desde los años sesenta. Pero la verdad es que, actualmente, el turismo de sol y playa está pasando a ser algo secundario.

El turista se ha vuelto exigente con el paso de los años y las nuevas generaciones quieren expandirse y alejarse de las masas. También busca encontrar un sentido a su existencia a través de sus viajes (sería un buen momento para mencionar el furor que causó el bestseller *Come, reza, ama* en su día, haciendo que los lectores se abalanzaran en busca de un significado a sus rutinas, viajando a Indonesia, Italia e India). Sin ir muy lejos, dos de estos tres destinos han cobrado mucha popularidad en los últimos años, tras la búsqueda de algo diferente en lo que respecta a los viajes.

Teniendo esto en cuenta, además de todo lo mencionado en el apartado anterior, es preciso cuestionarse también la importancia que tiene ofrecer actividades de índole cultural, tanto a los visitantes como a los residentes. Por ello, sé que se llevan a cabo algunos clubs de lectura como el *Hidden Book Club* o que el Hotel Abba Centrum realizaba algunas actividades relacionadas con la escritura una vez al mes, pero lo que Alicante necesita es un festival literario en toda regla, de los que atraigan la atención de los lectores de toda España.

Los eventos literarios toman fuerza y forman parte de un nicho que está empezando a crecer y que puede arraigarse en nuestra zona si se lo permitimos. Por ello, es necesario tener en cuenta aspectos mencionados de pasada en el Marco Teórico como conocer las tendencias. ¿Qué escritores son los más atractivos? ¿A quién hay que dirigirse en este evento? ¿Cómo lo organizaríamos? En este trabajo voy a centrarme en crear el evento literario soñado, que podría funcionar en Alicante y que estaría dispuesto a arrasarse con las generaciones más jóvenes.

4.1.1.- Análisis DAFO

Debilidades

La primera debilidad y, tal vez, la que más nos afecte, es la falta de cultura de eventos literarios en Alicante. Porque de otra índole hay bastante oferta. Ir al teatro está mucho más extendido, incluso al ballet y musicales. Pero los eventos literarios todavía no están muy extendidos por la zona y podrían volverse en nuestra contra.

Además, la segunda debilidad, sería la gran necesidad de publicidad que sería necesaria para llegar al público objetivo, ya que, como se ha mencionado en otros momentos, la gran diferencia entre que el turismo de cine y el literario funcione, es la visibilidad que se le da.

Fortalezas

Contamos con unas cuantas fortalezas que podrían ayudar a llevar a cabo el evento en la ciudad. La primera se trata de la propia experiencia de los organizadores con eventos literarios. Es necesario tener profesionales que conozcan el ámbito en el que se mueve. Y mi propia experiencia en organización de presentaciones y otros eventos, podría ser una fortaleza a tener en cuenta.

Al igual que el anterior, es importante recalcar que ya tengo un conocimiento del mundo literario, no solo organizando, sino también asistiendo a diferentes eventos. Conociendo dinámicas y formas de organización.

Además, para que todo evento funcione es necesario que, aparte de literatura, se ofrezcan actividades (que estén relacionadas con el tema central) pero ampliándose a otro tipo de atractivos. Se puede, perfectamente, tratar la gastronomía desde un viaje literario, teatralizar escenas de libros o hacer conciertos que tengan relación.

Y, por supuesto, la gran fortaleza de este evento sería el invitar a diferentes autores conocidos que sepamos que atraen a personas e *influencers* que sean del gusto del público.

Oportunidades

La mayor oportunidad que tiene Alicante y que tiene que ocupar el primer puesto es, sin ninguna duda, las condiciones meteorológicas favorables durante todo el año, lo que ayudaría, además, a desestacionalizar el turismo. Conseguir que la gente viaje por motivo del evento sería un poco más complicado, pero no dejemos de lado esta gran oportunidad. Además de que no hay una oferta literaria en cuanto a eventos se refiere dentro de la ciudad. Sí, ya hemos mencionado anteriormente lo que oferta Alicante y esto puede ser también en pos de nuestro beneficio.

El crecimiento de escritores nacionales en los últimos años no hace otra cosa que ofrecernos la oportunidad de arraigar este tipo de turismo que poco a poco se va haciendo más fuerte a lo largo del territorio nacional.

Y, por último, añadir que, para contrarrestar la debilidad mencionada al principio, gracias a las redes sociales es más fácil publicitarse y llegar a la gente sin un desglose exhaustivo de financiación monetaria.

Amenazas

La única amenaza que encontramos en este punto es que ya podemos encontrar eventos de mayor renombre en otros puntos de España, que están afincados en el tiempo y que ya cuentan con prestigio propio. Será difícil competir con ellos.

4.2.- A quién va destinado

A lo largo del trabajo se han mencionado diferentes tipos de eventos, no solo diferenciables en cuestión de qué actividades realizan, sino también en lo que concierne al público al que va dirigido.

Mientras que el Festival Celsius 232 se dirigía a los amantes del terror, la ciencia ficción y la fantasía; la Andalucía Reader Con se centra en el público que consume literatura juvenil en general; el Festilij decidía arriesgarse con el lector más pequeño de la casa y el MOLPEcon aceptó que su audiencia eran los escritores (independientes o que quisieran ganarse la vida con la escritura). Así pues, teniendo tantas ramas por las que decantarnos,

lo más idóneo sería hablar de cada uno de los públicos que podemos encontrar para poder decidir qué público sería el mejor para el evento alicantino.

4.2.1.- Público infantil

Los más pequeños de la casa merecen tener su propio espacio en la literatura y, por lo tanto, su trato sería totalmente distinto a los que veremos a continuación. El público infantil trata a niños de un año hasta los once. Su literatura es una de las más extensas y más importantes, porque son esenciales en su desarrollo y su educación. Por ello, todos sabemos que la literatura infantil siempre está abalada por los padres y por ello, también, se trata de uno de los públicos más difíciles de contentar. Porque no se trata tan solo de hacer feliz al niño, sino también al padre.

Realizar un evento literario enfocado a los niños puede ser de lo más complejo, por lo que también he realizado un análisis DAFO para ellos.

Debilidades

En este apartado encontramos que los padres son los encargados de escoger en este caso: siempre eligen los libros que los niños van a leer, qué actividades van a realizar y a dónde tienen que ir. Si el niño no conoce que existe el festival, no puede pedirle a sus padres que le lleven hasta él. Así que de ser un festival cuyo target principal sea los niños, también tiene que hacer actividades atractivas para los padres. Además, se trata de un público ruidoso, lleno de energía y que se aburre con facilidad, por lo que las actividades no pueden estar solo relacionadas solo con los libros, tienen que ser más dinámicas y divertidas.

Fortalezas

Al igual que los padres pueden ser una debilidad, también podemos convertirlos en una fortaleza, pues en este caso, les estamos ofreciendo entretenimiento para niños durante horas y actividades en familia diferentes. Además de que los atractivos culturales siempre son bien vistos entre las comunidades familiares. Todo esto unido a que, es posible, que este evento cree lectores y convenga a los niños de querer leer al terminar.

Oportunidades

Realmente, realizar un festival literario infantil solo puede significar una oportunidad, pues no hay casi actividades literarias para los niños fuera de, posiblemente, los colegios

e institutos. Además, debemos aprovechar que Alicante, como ya he mencionado antes, se compone sobre todo de turismo familiar.

Amenazas

La amenaza por excelencia en este público se haya en la incompatibilidad que puede haber con otro tipo de actividades extraescolares a las cuales el niño ya esté apuntado. Puede ser desde un partido de fútbol, hasta danzas o cualquier tipo de deporte u actividad. Por ello habría que tener en cuenta esto para dirigir el evento a un momento del año que pertenezca al calendario escolar o hacerlo fuera de este.

4.2.2.- Público juvenil

El público juvenil es el que está en boca de todos desde hace unos años y el foco principal de la investigación realizada durante el Marco Teórico. Bien es cierto que se trata del público que más emoción tiene a la hora de asistir a eventos y realizar actividades literarias. Comprende la edad desde los doce hasta los veinticinco años, aunque la literatura juvenil la puede disfrutar cualquier persona sin discriminación por edades. Por otra parte, para realizar un evento enfocado al público juvenil, tenemos que centrarnos en el rango de edad citado, porque si tratásemos de abarcar más de la cuenta, podría torcerse y acabar sin contentar a nadie en absoluto.

Al igual que en el anterior, se ha llevado a cabo un análisis sobre este público.

Debilidades

La mayor debilidad que tiene este público es que no tiene dinero propio, por lo que siempre dependen de la renta de sus padres y, al igual que ocurre con esto, no pueden desplazarse demasiado lejos si entran en el rango de doce a diecisiete años.

Fortalezas

La mayor fortaleza ya la he mencionado y es que los lectores jóvenes son muy vivaces y le dan mucha repercusión a los eventos que disfrutan. Las redes sociales son una extensión de su cuerpo y saber manejarlas para dar difusión es esencial para llegar hasta ellos.

Otra de las fortalezas que tiene este target es la gran cantidad de *influencers* que podemos encontrar. Invitar a una de las figuras más emblemáticas, significa hacer lleno en el evento. Una forma muy *sencilla* de atraer al público en sí.

Relacionado con el anterior, es necesario hablar de la gran cantidad de autores nacionales que existen, además de los que podemos encontrar en la propia Comunidad Valenciana. Podría servir perfectamente como reclamo para autores valencianos que tienen cierto apogeo y que pueden servir como reclamo.

Oportunidades

Que no existan actividades relacionadas con la literatura juvenil en Alicante, es la mayor oportunidad que se puede tener en este momento. Además de que se encuentra mucho público lector en la región que no puede disfrutar de ello por no contar con actividades relacionadas.

Amenazas

Este va a ser el motivo que más se repite en las investigaciones, y es que tener una mala conexión en transporte público con pueblos y ciudades de la región (sobre todo del interior), reduce mucho las posibilidades de atraer a público juvenil a la capital de Alicante.

Sí, hay autobuses que conectan la ciudad con los pueblos de alrededor, pero las condiciones de estos, además del tiempo que se pierde en el traslado, hace que muchas personas se replanteen la posibilidad de acercarse hasta Alicante para disfrutar de la gran diversidad que ofrece la ciudad (no solo en cuanto a lo referente a nuestro evento, sino al resto de actividades culturales en general).

4.2.3.- Público adulto

Tal vez sea el público más amplio que podemos encontrar a la hora de realizar un festival literario. Las posibilidades son infinitas y, además, se podría diferenciar en géneros más allá del público. Por ejemplo, tomando como referencia el festival Celsius 232, podría enfocarse únicamente a la fantasía, la ciencia ficción y el terror. Pero, entonces, ¿qué ocurre con aquellos géneros como el thriller, la policíaca, el romance o la histórica? Es difícil decantarse sobre un solo tema y daría pie a un sinnúmero de actividades relacionadas con este público.

Debilidades

Con este público hemos pasado la barrera de los estudios y nos centramos en una etapa llena de responsabilidades donde no todo vale. Por lo que, el público adulto no siempre tiene ganas de asistir a eventos. Muchas veces, sencillamente, prefiere un plan más

tranquilo y sin tanto ajeteo. Además, para realizar un evento relacionado con la literatura para adultos, hay que tener en cuenta horarios de trabajo para poder realizarlo.

Fortalezas

Como acabo de explicar, el lector adulto tiene un sinfín de posibilidades y géneros, lo que puede dar mucha versatilidad al evento.

Al igual que el trabajo puede ser una debilidad, es cierto que este público ya cuenta con una renta fija y es fácil para ellos desplazarse hasta la capital.

Oportunidades

Las únicas actividades relacionadas con la literatura adulta son la feria del libro y alguna presentación. Alicante puede ser la cuna de algo con mucho potencial si se relaciona bien con el público adulto y aprovecha la falta de oferta que se encuentra.

Amenazas

Se cree que la literatura es algo que solo atañe a estar sentado en la soledad de tu casa para leer, cuando puede tratarse de una forma más de relacionarse y socializar. Los prejuicios que se tiene acerca de la figura solitaria del lector puede ser una amenaza a la hora de atraer lectores al festival. Además, a esto se le suma la mala conexión en transporte público ya mencionada antes.

4.2.4.- Nicho de escritores

Para este público tomamos como referencia la MOLPEcon, pero no solo este, sino que también podríamos hablar del salón del autor, realizado en Valencia durante los años 2018 y 2019. Eventos especializados en escritores y sus peripecias, además de que perfectamente se podría añadir otro tipo de actividades.

Debilidades

La gran debilidad de este público es que es muy reducido. Hay pocas personas que se tomen en serio la escritura como para asistir a este tipo de eventos.

Fortalezas

Se puede tomar en consideración que puede convertirse en un evento que despierte a nuevos escritores, por lo que no haría falta que el público ya estuviera formado ni se considerara escritor como tal.

La gran fortaleza que tiene este nicho es que, al contrario que los anteriores, no se pone un límite de edad y podría acudir cualquiera que sintiera pasión por la escritura (o quisiera aprender de ella).

Oportunidades

Al igual que ha ocurrido en el resto de públicos, salvo alguna reunión realizada a lo largo del tiempo, no se encuentra una oferta relacionada con la escritura. La mayoría de talleres que podemos encontrar son a distancia y a unos precios abusivos que podrían echar para atrás al posible escritor.

El evento podría ser un buen reclamo para que la gente se desplazara hasta Alicante.

Amenazas

Como ocurre desde hace varios apartados, la gran amenaza que veo siempre es la mala conexión en transporte público. Los cercanías son limitados y están mucho más conectados con el sur y la región de Murcia que con el resto de la provincia en general.

4.2.5.- La decisión tomada

Los distintos análisis llevados a cabo a lo largo de la investigación me han otorgado un punto de vista que no era el que creía que tendría al principio. Para empezar, tenía la intención de realizar un evento focalizado en un solo público objetivo, pero observando la gran variedad que nos otorgan cada uno de los nichos, no puedo dejar pasar la oportunidad de aprovecharlos todos para realizar un festival literario para todos los públicos. Exactamente igual que ocurre con la ciudad de Alicante, que es para todo el mundo sin restricciones. Por ello, el festival literario Lucenbook sería para todos los públicos: el infantil, el juvenil, el adulto y los escritores.

El nombre del festival proviene de la raíz de la propia ciudad Lucentum añadiendo la palabra libro en inglés, dando sensación de antigüedad, como la capital y de internacionalización por el inglés.

4.3.- Fecha y duración

Tras observar los diferentes eventos que hay en España y que se encuentran repartidos durante todo el año. Creo que las fechas más propicias, teniendo en cuenta también las condiciones climatológicas de la región, son o bien el mes de marzo o el de octubre. Para poderse llevar a cabo en el año 2020, habría que plantearse que se realizara en marzo, así

no ir con la prisa en los talones para llegar a octubre con todo lo que implica un evento de estas dimensiones.

La fecha estaría por establecer, pero sería propicio utilizar uno de los primeros fines de semana del mes. Sobre todo aprovechar el sábado y el domingo, que son los días en los que la gente es más propicia a moverse de su lugar de residencia.

Con el tiempo necesario para publicitarse y hacerse llegar al público mediante las redes sociales u otros medios de comunicación, podría convertirse en un evento con bastante repercusión. Teniendo en cuenta que quedaría todavía un año para planificarlo todo, el movimiento por redes sociales puede empezar a hacerse desde ya.

La duración del festival sería de dos días y medio. Empezando el viernes al terminar la jornada laboral/estudiantil y terminando el domingo por la tarde. Será más adelante cuando elabore más profundamente el tipo de actividades que se realizaría en cada uno de los días propuestos.

4.4.- Dónde podría llevarse a cabo

Alicante tiene cientos de posibilidades para llevar a cabo un evento como el Lucenbook. Aunque hay que tener en cuenta diferentes aspectos como la capacidad del lugar aparte de la localización. Para ello voy a incorporar el resumen de unos informes que realicé, junto a mi equipo de la asignatura *Protocolo y organización de eventos* de dos edificios que perfectamente podrían utilizarse para dar lugar al Lucenbook.

4.4.1.- Casa Mediterráneo

Capacidad

No se especifica la capacidad total pero sí que se explica que la sala de actos dispone de una capacidad de 400 personas y en una de sus salas hay capacidad para 150 personas.

Accesibilidad

En cuanto a la accesibilidad, se puede hablar de accesibilidad interna y externa. Refiriéndonos a accesibilidad externa en primer lugar, Alicante es una ciudad que cuenta con estación de tren, de autobús y con aeropuerto, además del puerto, que comunica varios puntos, tanto a nivel nacional como internacional, con el destino. Por orden de lejanía a cercanía al edificio, el aeropuerto se encuentra a 15 minutos en coche, la estación de tren a 10 minutos andando, la estación de autobús a 3 minutos andando y el puerto a unos 10

minutos andando también aproximadamente. También, gracias a la excelente ubicación que posee Casa Mediterráneo, cerca hay paradas de autobús metropolitano, así como el TRAM, que pasan por varios puntos de la ciudad e incluso, por poblaciones cercanas a Alicante como es el caso del servicio que ofrece el tranvía y la línea 24 por ejemplo, que conecta Alicante con San Vicente del Raspeig. Por último, es importante destacar que esta infraestructura se encuentra al lado de la autovía A-31 que comunica Alicante con Madrid.

En cuanto a la accesibilidad interna del edificio, no hay información detallada que pueda verificar los datos que se mostrarán a continuación, pero gracias al plano del edificio y por las fotos pertenecientes a la web oficial de Casa Mediterráneo, en la parte frontal posee tres puertas exteriores principales que permiten la entrada de turistas a las instalaciones, y otra secundaria para otros usos, así como, otras puertas laterales ubicadas en las naves norte y sur que deberían ser para caso de emergencia y para la carga y descarga de las infraestructuras en caso del montaje de ferias, ya que por ejemplo la nave norte está ubicada al lado del aparcamiento del edificio. Cabe destacar que Casa Mediterráneo es un edificio sin escalones y es un gran punto a favor para personas con movilidad reducida.

Cercanía

Casa Mediterráneo está situada en Antigua Estación de Benalúa, Plaza del arquitecto Miguel López, s/n, 03008 Alicante. Está cerca del Parque Las Canalejas y La Explanada, por lo tanto, podemos decir que no está a mucha distancia de restaurantes de pleno centro ni del transporte público, aunque a pesar de todo esto, es un lugar que está un poco abandonado y la prueba es que no solo es desconocido por los turistas extranjeros sino que también hay muchos residentes, por no decir la mayoría, que no lo conocen.

4.4.2.- Sala Séneca

Capacidad

Respecto a la capacidad de carga de la sala no se han encontrado datos precisos. Las fuentes consultadas describen al recinto como un local completamente accesible que cuenta con 550m² totalmente diáfanos y techos de gran altura. (Altura no especificada)

La sala Séneca cuenta con una gran plaza donde se pueden realizar distintas actividades al aire libre, con lo cual, el número de visitantes no sería un problema.

Accesibilidad

La información de este apartado se extrajo de la observación del plano del lugar.

Para empezar, no hay escalones que impidan el paso a personas con silla de ruedas en la primera planta, que es donde se realizará el grueso del proyecto.

La instalación cuenta con numerosas entradas: el pórtico, en la parte frontal del edificio, es la entrada principal y da acceso al vestíbulo y este a su vez a la antesala. Además, hay 2 entradas en los extremos de la parte frontal; en la parte trasera tiene 5 entradas amplias que dan acceso directamente a la sala central.

La antigua estación de autobuses cuenta con: 5 locales, una inmensa sala central, 2 aseos (con 1 WC accesible para personas en silla de ruedas), 1 almacén, 1 camerino, 1 sala de control, 2 naves, 28 armarios y pasos de instalaciones, 1 marquesina en la parte trasera, 1 pórtico, 1 vestíbulo, 1 antesala, 1 pasillo, 2 cuartos de contadores y 1 escaleras de emergencia.

Cercanía

El Hall Edificio Séneca de la antigua Estación de Autobuses se convierte en el nuevo espacio de celebración de eventos de la ciudad de Alicante.

Se encuentra situado en la provincia de Alicante, en el Carrer Pintor Aparicio, 22B, 03003 Alicante. Es una zona que está muy bien comunicada con la ciudad.

En cuanto al transporte, tiene diferentes paradas de autobuses cercanas, a menos de 5 minutos del lugar, la Estación de Autobuses principal de Alicante se encuentra a menos de 10 minutos y la Plaza de los Luceros a 10 minutos. Esto es un punto a favor ya que distintos pueblos y ciudades de la provincia están cerca de la salida y llegadas de autobuses de línea, y el tram dirección Sant Vicent Del Raspeig, San Juan, Campello, Benidorm, etc. está también a un paseo. Este mismo tram te hará también llegar a lugares importantes de la ciudad como son el Mercado Central, el Museo Arqueológico de Alicante, el Centro Comercial Plaza Mar 2 y el Centro Comercial de San Vicente.

En cuanto a restauración, se encuentra a 2 minutos del Domino's Pizza y 15 minutos de la zona de fast food como McDonald's, Burger King, kebabs, 100 Montaditos y restaurantes emblemáticos del centro de la ciudad, en la zona de la explanada. Además, está cercano a la plaza de Luceros, en la cual podemos encontrar también franquicias de

restaurantes baratos y rápidos y bares de la ciudad. Cerca de la sala Séneca, hay una gran variedad de restaurantes de comida típica de Alicante.

En cuanto al alojamiento podemos encontrar el Hotel Hotel Abba Centrum a un minuto, además de algunas pensiones como la Pensión Portugal que está a dos minutos, y otros hoteles y apartamentos a pocos minutos de la sala Séneca.

Otros lugares emblemáticos de la ciudad son el Parque de Canalejas a cinco minutos, el Paseo marítimo de Alicante, la Playa del Postiguet y la explanada de Alicante a diez minutos, además de una gran variedad de oferta turística cultural complementaria. Además, en la propia plaza de la sala Séneca, encontramos los refugios antiaéreos subterráneos que se conservan desde la Guerra Civil.

La sala Séneca está muy próxima a lugares comerciales tradicionales y franquicias, por ejemplo, a tres minutos se encuentran El Corte Inglés y la avenida más famosa de las compras, la Maisonave.

4.5.- Las actividades son infinitas

Basándome en la experiencia de otros eventos literarios, he decidido seguir los pasos del Celsius 232 a la hora de repartir el horario. Las actividades tendrán una duración de 20 minutos para mantener siempre la concentración del espectador.

Además, el festival tendrá una zona de *stands* de librerías locales para que puedan vender tanto los libros de los autores invitados como otros tantos que quieran traerse, como novedades editoriales. Así también ayudamos al pequeño comercio.

Viernes

El viernes se inaugurará el festival a las 18h para que la gente pueda salir de clase o actividades extraescolares y acercarse hasta el festival. Además de la inauguración, se tendrá la primera presentación de uno de los libros de la autora valenciana Beatriz Esteban.

18h: Inauguración del festival con pisco-labis y agradecimiento de los organizadores

18:20h: Presentación del libro *Presas* de Beatriz Esteban

18:40h: firma de ejemplares

Sábado

El sábado será el día fuerte, por lo que se ha intentado crear un horario con autores, en su gran mayoría, de la comunidad valenciana para añadir valor a lo territorial, pero también se ha contado con personalidades de fuera. En este caso, los únicos personajes que no son de la comunidad son Carmelo Beltrán (aunque se crio en Alicante prácticamente), Javier Miró y Victoria Álvarez. El resto son o de la provincia de Alicante o de Valencia.

Este día estará dedicado tanto a la literatura adulta, como a los escritores y la literatura juvenil. Podemos encontrar al menos un par de opciones de cada nicho para dar agilidad y diversidad. Además, la última actividad tanto de la mañana como de la tarde, será la firma de ejemplares de los ponentes. Así nadie se perderá las charlas y podrá llevarse todos los libros que desee firmados.

12h: Ponencia *Cómo presentar tu obra a las editoriales*

12:20h: Presentación del libro *Amor y Virtud* de Rolly Haacht

12:40h: Ponencia *Ser un booktuber diferente* con Carmelo Beltrán

13h: Presentación del libro *El color del silencio* de Elia Barceló

13:20h: Ponencia *Escribir poesía* con Ana L. Calatayud

13:40h: Firma de ejemplares con los autores invitados

14h – 16h: DESCANSO PARA COMER

16h: Ponencia *Escribir romántica* con Lana Fry

16:20h: Presentación *Todo lo que nunca fuimos* de Alice Kellen

16:40h: Ponencia *Cómo empezar a escribir una novela* con Javier Miró

17h: Presentación *Aracnefobia* con Celia Añó

17:20h: Ponencia *Escribir siendo (muy) joven y que no te limite* con Marisol Soles

17:40h: Presentación *La ciudad de las sombras* de Victoria Álvarez

18h: Píscolabis de comida India para adentrarnos en *La ciudad de las Sombras*

18:20h: Ponencia *Cómo presentarse a un concurso literario* con María Romero (ganadora del Sierra i Fabra 2015)

18:40h: Presentación de *Sakura* de Matilde Asensi

19h: Firma de ejemplares con los autores vespertinos

Domingo

Siempre se ha considerado que el domingo es un día más familiar, por ello, he movido todas las actividades para niños a este día. Al contrario que en el resto de días, en este caso, las actividades son de una duración de media hora. Si fueran más largas, los niños se cansarían, y si fueran más cortas, no les daría tiempo a terminar. Sobre todo, el domingo se divide en diferentes cuentacuentos, talleres y obras de teatro diferentes para todos los gustos. Por supuesto, los *stands* de librerías tendrán un catálogo al gusto tanto para padres como para niños.

12h: Cuentacuentos

12:30h: Taller de poesía para niños

13h: Obra de teatro infantil

13:30h: Cuentacuentos

14h: Taller de cuentos para niños

14h – 16h: DESCANSO PARA COMER

16h: Cuentacuentos

16:30h: Obra de teatro infantil

17h: Taller de dibujo para niños

17:30h: Cuentacuentos

18h: Obra de teatro para despedir el Lucenbook

5.- Conclusiones

Para realizar las conclusiones, es necesario echar un vistazo al pasado y recordar cuáles fueron mis objetivos y la hipótesis de este trabajo.

Para empezar, pretendía demostrar que el turismo literario puede evolucionar y convertirse en algo más que simples rutas literaria y casas-museo. Mi conclusión en este ámbito es que sí, creo que el turismo literario está evolucionando.

Cada vez es menos llamativa la idea de realizar un ruta literaria, a no ser que se trate de un libro o una saga que haya tenido un gran impacto en los lectores, sea una moda pasajera o haya tenido una adaptación audiovisual que la fortalezca. El nuevo turismo literario consiste en viajar hasta un lugar para conocer a esos escritores que admiramos o para aprender acerca de la escritura. De ahí que nazca el Lucenbook, el primer festival literario Alicantino que aúna la literatura infantil, juvenil, adulta y además, te convierta en escritor.

Como conclusión también me gustaría añadir que sí, la gente está dispuesta a desplazarse a ciertos destinos para interactuar con sus ídolos, pero sí que es cierto que en las primeras ediciones de un festival es mucho más complicado. Tenemos como referencia a grandes festivales como el Celsius 232, donde la ocupación hotelera se dispara únicamente a causa del evento, pero han hecho falta muchos años para posicionarse y conseguir que la gente se mueva hasta Avilés para ello.

Por tanto, como una de mis primeras conclusiones, creo que el evento debería realizarse con los pies en la tierra y siendo conscientes de que a quien tenemos que atraer en primer lugar es a los residentes de la propia Alicante y alrededores y, si es llamativo, al turista que se encuentre por la ciudad durante el festival. Esto último es un poco más complicado debido a que durante los meses de marzo y octubre, impera el turista extranjero que viene con cruceros, mientras que en los meses de verano es cuando encontramos a más turistas nacionales.

En cuanto a la hipótesis de si sería viable hacer un evento literario en Alicante, creo que se ha contestado gracias a los diferentes análisis DAFO que se han llevado a cabo a lo largo del trabajo. A mí parecer, sí, Alicante está preparado para dar a luz a un proyecto de estas dimensiones, que abarcara un fin de semana al año y que llamara a la población lectora.

Como última conclusión me gustaría añadir la importancia de que el ayuntamiento y la administración pública en general, financie y potencie este tipo de actividades que consigue que la cultura llegue a todo el mundo. Si los jóvenes no se atreven a decir que leen, es porque se meten con ellos. Mientras que si encuentran un lugar en el que sentirse seguros y poder anunciar a los cuatro vientos que la lectura es interesante y no tiene que ser algo de lo que avergonzarse.

6. Bibliografía

Arias Argüelles-Meres, Luis. Literatura y turismo. Septem. 2011

Blasco Peris, Albert. Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida. Xarxa d'Escoles de Turisme. 2006

Caldevilla Domínguez, David. *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual* [En línea]. Documentación de las Ciencias de la Información. 2010, vol. 33, 45-68. Consultada el 22-03-2019.

Fuente Lafuente, Carlos. Manual práctico para la organización de eventos: técnicas de organización de actos II. Protocolo. 2005

Magadán Díaz, Marta. Turismo Literario. Septem. 2011

Mesalles, Lluís. Eventos, reuniones y banquetes: organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. Laertes. 2003.

Pillet Capdepón, Félix. Geoliteratura, paisaje literario y turismo. Síntesis. 2017

Rey-Reguillo, Antonia del. Cine, imaginario y turismo : estrategias de seducción. Tirant Lo Blanch. 2007.

Rodríguez-Gallego, Fernando. Campus stellae : Haciendo camino en la investigación literaria. Universidade. Servizo de Publicacións e Intercambio científico. 2006.

Rosado Cobián, Carlos. Cine y Turismo: una nueva estrategia de promoción. Ocho y Medio. 2006.

Triviño, Yolanda. Gestión de eventos feriales: diseño y organización. Síntesis. 2006.

Turbao, Imma. ¿Por dónde empiezo? Guía práctica para programar, financiar y comunicar eventos culturales. Ariel. 2011.

Recursos

www.barcelonaturisme.com Consultada el 12-02-2019

<http://lameva.barcelona.cat> Consultada el 12-02-2019

www.catalunya.com Consultada el 12-02-2019

www.turismocastillalamancha.es Consultada el 12-02-2019

<http://www.janeaustenfestivalbath.co.uk> Consultada el 13-02-2019

Femenia Sierra. *Destinos Turísticos Inteligentes*; módulo 2, clase 4: *Smartphones y fototuristas*. UniMooc. Consultado el 23-02-2019

Los hoteles de Avilés rozan el lleno en el mes de julio gracias al Celsius y el Intercéltico

<https://www.elcomercio.es/aviles/ocupacion-hotelera-turismo-comarca-aviles-20180623001532-ntvo.html> Consultada el 28-02-2019

La Feria del Libro de Madrid genera un turismo propio.

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/05/18/fortunas/1526668583_578875.html
Consultada el 04-03-2019

El festival de literatura infantil y juvenil de Tres Cantos se consolida en su segunda

edición con más de mil asistentes <https://www.clubkirico.com/el-festival-de-literatura-infantil-y-juvenil-de-tres-cantos-se-consolida-en-su-segunda-edicion/> Consultada el 05-03-2019

7. Anexos

7.1 Preguntas realizadas en la encuesta llamada: *El impacto de las redes en la percepción y relación con los autores.*

1. Edad
2. Género
3. ¿Qué redes sociales utilizas? (puedes seleccionar más de una)
4. ¿Suponen las redes sociales una parte importante de tu motivación por escribir?
5. Antes de tener redes sociales, ¿cuántas veces hablabas de tu pasión por la escritura?
6. ¿Y ahora?
7. Antes de tener redes sociales, ¿te habías planteado la posibilidad de dedicarte en exclusiva a vivir de la literatura?
8. ¿Ha cambiado tu percepción desde entonces?
9. Menciona a tus referentes actuales en la escritura.
10. ¿A cuántos de tus referentes has descubierto gracias a las redes sociales?
11. Interactuar con otros escritores, ¿te motiva a escribir?
12. Y ¿comprarías sus libros?
13. ¿Por dónde interactúas más con tus referentes? (Redes sociales)
14. ¿Sientes que hay una mayor cercanía con tus referentes en la escritura?
15. ¿Has acudido alguna vez a un evento para conocer a tus referentes?
16. ¿A qué tipo de actos has acudido para conocerles?
17. ¿Crees que las redes sociales están suponiendo un cambio en cuanto a la percepción que había de los escritores?
18. Comentarios extra

7.2 Folleto con las actividades de *Lucenbook*.

Lucenbook



Viernes

18h: Inauguración del festival con pisolabis y agradecimiento de los organizadores

18:20h: Presentación del libro *Presas* de Beatriz Esteban

18:40h: firma de ejemplares

Sábado

12h: Ponencia *Cómo presentar tu obra a las editoriales*

12:20h: Presentación del libro *Amor y Virtud* de Rolly Haacht

12:40h: Ponencia *Ser un booktuber diferente* con Carmelo Beltrán

13h: Presentación del libro *El color del silencio* de Elia Barceló

13:20h: Ponencia *Escribir poesía* con Ana L. Calatayud

13:40h: Firma de ejemplares con los autores invitados

14h – 16h: DESCANSO PARA COMER

16h: Ponencia *Escribir romántica* con Lana Fry

16:20h: Presentación *Todo lo que nunca fuimos* de Alice Kellen

16:40h: Ponencia *Cómo empezar a escribir una novela* con Javier Miró

17h: Presentación *Aracnefobia* con Celia Añó

17:20h: Ponencia *Escribir siendo (muy) joven y que no te limite* con Marisol Soles

17:40h: Presentación *La ciudad de las sombras* de Victoria Álvarez

18h: Pisolabis de comida India para adentrarnos en *La ciudad de las Sombras*

18:20h: Ponencia *Cómo presentarse a un concurso literario* con María Romero (ganadora del Sierra i Fabra 2015)

18:40h: Presentación de *Sakura* de Matilde Asensi

19h: Firma de ejemplares con los autores vespertinos

Domingo

12h: Cuentacuentos

12:30h: Taller de poesía para niños

13h: Obra de teatro infantil

13:30h: Cuentacuentos

14h: Taller de cuentos para niños

14h – 16h: DESCANSO PARA COMER

16h: Cuentacuentos

16:30h: Obra de teatro infantil

17h: Taller de dibujo para niños

17:30h: Cuentacuentos

18h: Obra de teatro para despedir el *Lucenbook*



Fuente: Elaboración propia a partir del mockup descargado de la web FreeMockup

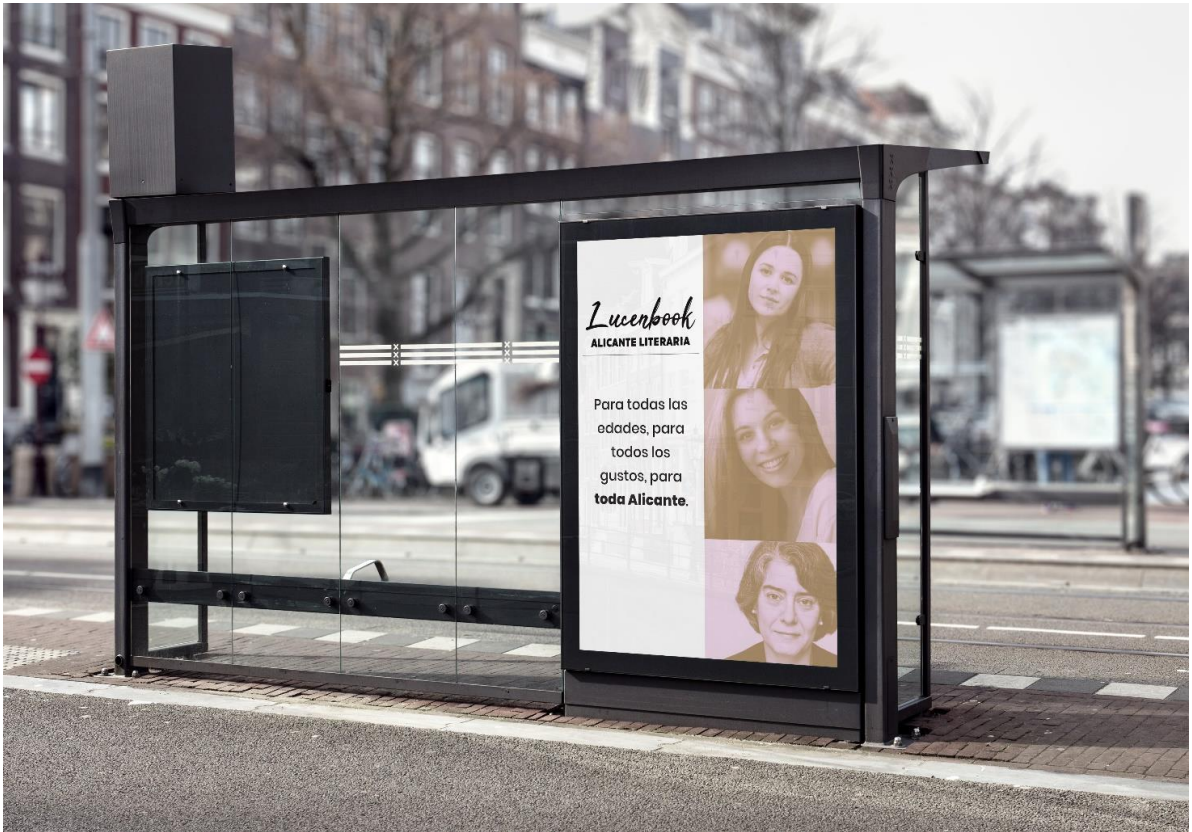
7.3 Cartel publicitario

Lucenbook
ALICANTE LITERARIA

Para todas las
edades, para
todos los
gustos, para
toda Alicante.



Fuente: Elaboración propia a partir de las fotos de autoras de Alice Kellen, Beatriz Esteban y Matilde Asensi



Fuente: Elaboración propia a partir de mockups descargados de la web FreeMockup

7.4 Cartel publicitario para familias



Lucenbook

Para todas las
edades, para todos
los gustos, para
toda Alicante.

Fuente: Elaboración propia a partir de una imagen de Unsplash



Fuente: Elaboración propia a partir de mockups descargados de la web FreeMockup