



Universidade de Aveiro
2020

**Marta Isabel
Rodrigues
Almeida Santos**

**Motivações para a prática de Dark Tourism: uma
análise às dimensões da experiência**



Universidade de Aveiro
2020

**Marta Isabel
Rodrigues
Almeida**

Motivações para a prática de Dark Tourism: uma análise às dimensões da experiência

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão, Professora Auxiliar Convidada do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro, e do Prof. Doutor Armando Luís Russel George de Lima e Vieira, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho ao meu tio Filipe, por à sua maneira única de ser e estar, me ter dado sempre o apoio que precisei, desde que eu era criança até aos últimos momentos da sua vida.

o júri

presidente

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora auxiliar, Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato
Professora Adjunta Convidada, Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutora Ana Filipa Aguiar Brandão
Professora auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro

agradecimentos

A realização deste trabalho só foi possível graças ao apoio incondicional e ajuda de um conjunto de pessoas, às quais desejo manifestar o meu profundo agradecimento

Gostaria de agradecer aos meus orientadores, à Prof. Doutora Filipa Brandão e ao Prof. Doutor Armando Luís Vieira por todo o apoio que me deram.

Ao meu namorado Miguel, por ter ficado dias a fio acordado até tarde para me dar força de modo a eu não desistir quando as coisas corriam menos bem.

Aos meus pais e irmã, pelo apoio incondicional, pelo investimento e pela força que depositaram em mim desde o primeiro dia até ao último. O apoio deles foi fundamental para a realização desta tese.

Ao Sargento Orlando Sousa e à Professora Fernanda Paz, por terem lido vezes sem conta esta tese na procura de erros ortográficos e pelas diversas sugestões que foram fazendo ao longo do tempo.

Ao meu colega Armando Pinho, por não me ter deixado desistir quando era essa a minha única vontade, e por me ter dado o exemplo que precisava para continuar

À professora Inês (Algarve) pelos conselhos sobre a realização de testes no SPSS e respetivas interpretações.

Finalmente, agradeço a todos cujo nomes não se encontram aqui mencionados, mas que sem dúvida alguma tiveram um papel importante para a realização desta tese.

palavras-chave

Turismo Negro, Motivações, Experiências, Destinos Turísticos

resumo

O Turismo Negro, é um nicho recente de estudo da área do Turismo. Conceito definido pela primeira vez por Foley e Lennon (1996) o Turismo Negro é um tipo de Turismo que tem por base a visita a locais de morte, catástrofe e desespero. Muitos dos visitantes destes locais não conseguem entender ou identificar o que os levou a visitar estes locais, muitos afirmam que foram por recomendações de terceiros outros visitaram estes locais por mero acaso.

Stone (2006) considerou importante requerer uma perceção de base e extrair a motivação que se encontra a propagar o debate corrente sobre o Turismo Negro. O mesmo autor chama a atenção que, para perceber o fenómeno do Turismo Negro, é importante examinar as motivações dos Turistas.

Esta investigação tem como objetivo entender quais as motivações subjacentes à prática deste tipo de Turismo e de que forma estas se relacionam com os destinos de Turismo Negro.

Para a obtenção de dados recorreu-se à aplicação de um questionário online. Após a obtenção das repostas procurou-se através do SPSS atingir os resultados pretendidos de modo a ir ao encontro do objetivo desta investigação fazendo o cruzamento de variáveis. Verificou-se que apenas um destino em estudo e duas motivações se encontravam relacionados.

keywords

Dark Tourism, Motivations, Experiences, Tourist Destinations

abstract

Dark Tourism, is a recent study niche in the field of Tourism. Concept defined for the first time by Foley and Lennon (1996) Dark Tourism is a type of Tourism that is based on visiting places of death, catastrophe and despair. Many of the visitors to these places are unable to understand or identify what led them to visit these places, many claim that they were recommended by others and others visited these places by chance.

Stone (2006) considered it important to require a basic perception and extract the motivation that is spreading the current debate about Dark Tourism. The same author points out that, in order to understand the phenomenon of Dark Tourism, it is important to examine the motivations of tourists.

This investigation aims to understand what are the motivations underlying the practice of this type of Tourism and how they are related to Dark Tourism destinations.

To obtain data, an online questionnaire was used. After obtaining the answers, it was tried through SPSS to achieve the intended results in order to meet the objective of this investigation by crossing variables. It was found that only one destination under study and two motivations were related.

Índice Geral

1. Introdução.....	11
1.1. Enquadramento, âmbito e relevância do tema	11
1.2. Metodologia Adotada	15
1.3. Estrutura da Dissertação.....	16
Capítulo II – Revisão da Literatura	17
2. <i>Dark Tourism</i>	17
2.1. Introdução	17
2.2. Conceito de Dark Tourism.....	18
2.3. O estado-da-arte sobre o Turismo Negro	21
2.4. Turismo Negro nos dias de hoje	28
2.5. Destinos de Dark Tourism no Mundo.....	31
2.6. Conclusão	40
3. As motivações para a prática de Dark Tourism e o perfil dos visitantes.....	41
3.1. Introdução	41
3.2. Teorias das motivações no turismo	42
3.3. Motivações para a prática do Turismo Negro	47
3.4. Conclusão	60
4. Experiências Turísticas e <i>Dark Tourism</i>	61
4.1. Introdução	61
4.2. Economia das Experiências	62
4.3. Experiência Turística	66
4.4. Experiências no Dark Tourism.....	73
4.5. Conclusão	75
Capítulo III – Metodologia Adotada	76
3. Introdução.....	76
3.1. Planeamento da Investigação	77
3.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa	78
3.3. Método de Análise Utilizado	79
3.3.1. Definição do problema, dos objetivos gerais e específicos da investigação.....	79
3.3.2. Questionário.....	82
3.3.2.1. Estrutura do Questionário Aplicado.....	84
3.3.2.2. Constituição da Amostra.....	86

3.4.	Procedimentos de Análise dos Dados	87
3.5.	Conclusão	88
	Capítulo IV – Análise e Interpretação dos Dados	89
4.	Introdução	89
4.1.	Análise Descritiva dos Questionários Aplicados	90
4.2.	Caraterização dos Elementos Inquiridos	90
4.2.1.	Variáveis sociodemográficas	90
4.2.1.1.	Género	90
4.2.1.2.	Faixa Etária.....	91
4.2.1.3.	Habilitações literárias	92
4.2.1.4.	Rendimento.....	92
4.2.1.5.	Situação Perante Trabalho.....	93
4.2.1.6.	Nacionalidade	94
4.3.	Perfil Sociodemográfico e motivações	95
4.4.	Relação com o local visitado	100
4.4.1.	Relação com locais associados a Catástrofes Naturais e Humanas	101
4.5.	Quais as melhores estratégias e métodos de <i>coping</i>	102
4.6.	Visitas a locais associados a Catástrofes Humanas e/ou Naturais e quais os locais visitados	103
4.7.	Motivações para visitar os locais associados a Catástrofes Naturais e Humanas	105
4.8.	Tomada de conhecimento sobre os locais a visitar	107
4.9.	Destinos de Dark Tourism	109
4.9.1.	Ground Zero.....	110
4.9.2.	Nanjing	110
4.9.3.	Chernobyl.....	110
4.9.4.	Túnel Pont de l’ Alma	111
4.9.5.	Pompeia	111
4.9.6.	Túneis de Cu Chi	111
4.9.7.	Prisão de Robben Island	112
4.9.8.	Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau.....	112
4.9.9.	Palácio Dolmahance.....	112
4.9.10.	Capela dos Crânios	112
4.10.	Relações entre variáveis	114
4.11.	Conclusão	118
	Capítulo V – Conclusões e Recomendações	119
5.	Conclusões e Recomendações	119

5.1.	Introdução	119
5.2.	Conclusão	120
5.2.1.	Analisar a literatura existente sobre o Turismo Negro, <i>Thanatourism</i> e Motivações Turísticas	121
5.2.2.	Identificar as principais motivações para visitar os locais associados ao Turismo Negro	122
5.2.3.	Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua história e qual a sua importância.....	123
5.2.4.	Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro	124
5.3.	Implicações práticas	125
5.4.	Limitações na investigação	125
5.5.	Recomendações para futuras investigações	128
	Referências Bibliográficas	129
	Anexos	137
	Questionário.....	137
	Testes do Qui-Quadrado	143

1. Introdução

1.1. *Enquadramento, âmbito e relevância do tema*

A presente investigação tem como objetivo compreender quais são as principais motivações para a prática de *Dark Tourism*.

Muitos indivíduos procuram realizar as suas viagens de sonho a locais onde o impacto cultural seja significativo e/ou paradisíacos; outros procuram realizar as suas viagens a locais mais obscuros, com o intuito de conhecerem a História, de modo a que ela não se repita (Scribner's, 1905: 284).

A ideologia do Turismo Negro tornou-se um tópico popular no século XXI, principalmente após a publicação de Foley e Lennon (1996) ter classificado este nicho como uma vertente de turismo cultural da Era Moderna (Korstanje, 2011). Mais recentemente, a noção dos turistas visitarem lugares associados à morte e à destruição começou a despertar a atenção relativamente à literatura existente, com o principal foco nos estudos desenvolvidos face às motivações dos visitantes. A denominação que melhor descreve o estudo sobre esta matéria é o *Dark Tourism* (Turismo Negro). Lennon e Foley (1996:200) descreveram-no como sendo um fenómeno que envolve a apresentação e o consumo (pelos visitantes) de locais de morte ou desastre, quer reais, quer criados. É a identificação dos fatores que orientam a seleção dos locais associados ao Turismo Negro e às *reviews* das experiências do visitante, no local, e subsequente comportamento pós-visita que são importantes e requerem mais atenção.

O conceito *Dark Tourism* foi, mais tarde, desenvolvido por Seaton (1996) que associou o conceito *thanatourism* aos locais associados à morte e aos desastres. O Turismo Negro é, assim, descrito como uma “viagem a locais associados à morte, desastre, atos de violência, tragédia, cenários de morte e crimes contra a Humanidade” (Preece e Price, 2005, p. 192).

O facto de ser um fenómeno emergente é associado a duas causas: uma é identificada por Rojek (1993), que visiona a transformação de Lazer e Turismo em Turismo Negro como um movimento do modernismo para o pós-modernismo (Casbeard e Booth, 2012); já a segunda causa é identificada por Urry e Larsen (2011), encontrando-se presente nas mudanças do próprio turista, sendo este construído socialmente para atingir um conjunto de locais específicos.

Segundo Tarlow (2005), o Turismo Negro tem vindo a evoluir como uma espécie de nicho turístico, o que é validado com a pré-eminência de pós-modernidade (Muzaini *et al.*, 2007).

Segundo Light (2017), enquanto que o conceito de Experiência no Turismo Negro tem vindo a ser identificado e examinado das mais diversas maneiras por investigadores, permanece em constante trabalho de pesquisa e, apesar de concentrar todos os seus esforços nas experiências, e não nas motivações, é esperada a compreensão e a perceção deste fenómeno.

De acordo com vários outros autores, este tipo de produto turístico torna-se importante e/ou relevante devido a um conjunto de fatores e/ou motivações, nomeadamente Raine (2013), para quem os locais onde este produto se encontra presente permitem o crescimento, quer a nível da procura, quer a nível da oferta.

É possível identificar ainda variadas e/ou diversas motivações que influenciam estas visitas podendo ser classificadas sob diversas formas, apontando-se, por exemplo, a curiosidade e a respetiva aprendizagem sobre a História e Guerra como uma delas, mais concretamente o desejo pela educação (Bigley *et al.*, 2010) - estes locais oferecem, só por si, experiências do foro educacional e emocional resultantes da relação entre a História e a cultura (Biran *et al.*, 2011).

O Turismo Negro, que se encontra associado a locais de morte e desastre, é considerado como uma forma de Turismo Cultural diretamente ligado à Geografia Cultural, relacionando-se com a interpretação do lugar, por parte dos visitantes (Koleth, 2014). Além do mais, as paisagens associadas a conflitos armados, atrocidades e horror têm vindo a ser transformadas em locais de herança (Hartmann, 2014).

Outro ponto de vista é o de que as experiências dos visitantes de Campos de Batalha variam quando comparadas com as de Turismo de Massas, respeitando a motivação, a ligação emocional e a própria experiência (Yeneroğlu-Kutbay e Aykaç, 2016).

Tendo em conta tudo o que ficou suprarreferido pelos mais diversos autores, considera-se que este tema seja de importante relevo, visto que o Turista que frequenta um lugar associado à morte e/ou sacrifício não será o mesmo que frequenta locais associados ao Turismo de Sol e Mar.

Assim sendo, o Turismo Negro é um nicho que deve ser mais aprofundado e trabalhado pelos intervenientes deste ramo, não esquecendo que este também é um tema extremamente sensível, pois pode influenciar positiva ou negativamente as emoções de terceiros.

Fazer uma viagem ao Campo de Extermínio, em Auschwitz; visitar a sepultura de alguém famoso; estar na fila para entrar no Memorial do 11 de setembro, em Nova Iorque; visitar a cidade de Chernobyl, o local do Massacre de Nanjing ou o Museu de Paz de Hiroshima, no Japão; ter a necessidade de ir a Entre-os-Rios ver o memorial erguido às vítimas - a característica mais importante destes locais turísticos é o seu passado brutal e, muitas vezes, negativo, sendo certo que as pessoas têm interagido com este fenómeno durante anos, muito antes até de ter sido definida uma designação concreta para o mesmo.

Stone (2005) declara que as teorias por detrás deste fenómeno continuam a ser pobres, assim como a análise empírica das motivações dos turistas, até porque os elementos do Turismo Negro não foram definidos claramente, tendo sido apenas assumidos. Mais tarde (2009), o mesmo autor, considerou que, embora o interesse pelo Turismo Negro, por parte dos visitantes, seja evidente, a literatura permanece escassa e teoricamente frágil o que faz com que a perceção, para este fenómeno, seja limitada. Stone (2006:146) deixa claro que com este conhecimento limitado “nenhuma análise à oferta do Turismo Negro pode ser completa se o comportamento do turista e a procura pelo produto do Turismo Negro não for tido em conta”. Com base na declaração proferida por Stone (2005), considera-se que este trabalho de investigação tem uma importância acrescida visto que irá procurar dar resposta a uma das questões que se têm vindo a levantar. O que leva a que os turistas visitem locais associados ao Turismo Negro não é, até ao momento, consensual. Tendo em conta que as teorias até agora desenvolvidas sejam escassas e pouco esclarecedoras, leva a que não exista um consenso entre os diversos autores, quer sobre as motivações, quer sobre os diversos elementos do Turismo Negro.

Stone (2006) declara que é importante requerer uma perceção de base e extrair a motivação que se encontra a propagar o debate corrente sobre o Turismo Negro. Este autor chama a atenção que, para perceber o fenómeno do Turismo Negro, é importante examinar as motivações dos Turistas.

O objetivo desta tese é abordar, perceber e explicar as motivações dos turistas para interagir com estas “atividades” mais obscuras. Deste modo, as razões e as motivações por detrás desta decisão de visita vão ser estudadas ao longo desta dissertação.

A questão que se levanta com a abordagem deste tema - Turismo Negro e as motivações subjacentes à sua prática - é sem dúvida pertinente e, do nosso ponto de vista, a que mais se adequa a esta investigação. Assim sendo, e tendo em conta que o tema principal da tese é a compreensão das motivações dos praticantes de Turismo Negro, a questão de investigação é:

“Quais são as motivações subjacentes à prática de Turismo Negro?”

Após a definição da questão de investigação surge a definição dos respetivos objetivos de investigação, a saber:

- a) *Analisar a literatura existente sobre o Turismo Negro, Thanatourism e Motivações Turísticas.*
- b) *Identificar as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.*
- c) *Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua História e qual a sua importância.*
- d) *Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro.*

De seguida procurou-se, através de uma análise extensiva da revisão de literatura já existente, definir o conceito geral de Turismo e de Turismo Negro, tendo-se seguido a apresentação de duas teorias amplamente usadas - a *Shades of Darkness* e a *Dark Tourism Spectrum*. Posteriormente, procurou-se dar a conhecer o Turismo Negro na atualidade. Por fim, através de uma revisão da literatura mais focada nas motivações turísticas, procurou-se situar essas mesmas motivações num enquadramento mais generalizado ao fazer referência à Hierarquia das Necessidades de Maslow, procurando especificar, para um plano mais particular, as razões pelas quais procuram lugares associados ao Turismo Negro.

1.2. Metodologia Adotada

Irá ser abordado, em capítulo próprio, a metodologia adotada para a elaboração deste trabalho, sendo apresentadas algumas considerações teóricas relativamente aos diferentes métodos e técnicas de investigação, que irão fornecer as orientações consideradas necessárias para a seleção da metodologia mais adequada.

Para a obtenção de dados foi elaborado um questionário apresentado a um conjunto de inquiridos. Neste mesmo instrumento estão presentes questões mais generalizadas do foro sociodemográfico (género, faixa etária, habilitações literárias, rendimento, nacionalidade); questões relacionadas com processos de *coping* e a possível relação com locais associados a catástrofes naturais e/ou humanas, seguidas por questões relacionadas com as motivações que os levaram a visitar os referidos locais. No que diz respeito à análise dos dados recolhidos em SPSS 25.0, primeiramente fez-se uma análise descritiva dos dados recolhidos, seguindo-se um conjunto de testes tidos como adequados ao nosso objetivo em estudo.

Após esta análise efetuada, procedeu-se à interpretação dos mesmos dados, onde se procurou perceber em que medida as motivações e os destinos em estudo se encontravam relacionados. De seguida elaborou-se um capítulo onde são apresentadas as respetivas sínteses e recomendações para futuros trabalhos de investigação.

1.3. Estrutura da Dissertação

Esta dissertação é composta por cinco capítulos. No primeiro é apresentada a importância e a relevância do tema em estudo, assim como a definição da questão de investigação e respetivos objetivos.

No segundo capítulo temos presente a revisão da literatura sobre o tema, as diversas teorias usadas para o estudo do Turismo Negro e como este tipo de turismo se encontra na atualidade. É importante também apresentar as respetivas motivações para a prática deste tipo de turismo. Assim, optou-se pela definição do conceito de motivação no Turismo e no Turismo Negro, sendo apresentados, de seguida, diversos locais nos cinco continentes e em diversos países.

Após esta fase apresenta-se o conceito de experiência turística, teorias mais gerais e outras mais direcionadas para o tema em estudo, assim como são, *à posteriori*, apresentadas experiências no *Dark Tourism*.

Segue-se um terceiro capítulo onde é apresentada a metodologia adotada e onde a mesma é justificada.

No quarto capítulo é apresentada a análise estatística, com o principal objetivo de identificar as motivações para a prática do *Dark Tourism* e o perfil dos praticantes.

Finalmente, são apresentadas as conclusões do estudo, as recomendações para futuras investigações e limitações desta investigação.

Capítulo II – Revisão da Literatura

2. *Dark Tourism*

2.1. *Introdução*

O presente capítulo tem como objetivo compreender e apresentar o conceito de *Dark Tourism*. Deste modo, procurou-se dar a conhecer as respetivas definições, começando pelo conceito mais geral do que é o Turismo delimitando para o conceito de *Dark Tourism* ou Turismo Negro. Este capítulo encontra-se dividido em três secções, estando estas divididas em subcapítulos. A primeira corresponde à apresentação de diversas definições dos conceitos Turismo e Turismo Negro, procurando perceber quando é que a prática deste último se iniciou e quais as respetivas consequências para os locais onde este tipo de turismo ocorre. De seguida, foram apresentadas duas teorias usadas para o estudo do fenómeno do Turismo Negro e que são as mais bem aceites até aos dias de hoje. Num terceiro subcapítulo é abordado o Turismo Negro nos dias de hoje, sendo seguido de uma análise às estratégias de *coping*.

2.2. Conceito de Dark Tourism

“Turismo é um dos modos no qual se consegue abordar e entender os outros.” (Willis, 2014)

O conceito de Turismo, no sentido mais amplo da palavra, existe desde o tempo do Império Romano (Swarbrooke e Horner, 2007:13). A este conceito ligam-se dois outros termos - lazer e recreio, intimamente relacionados com o primeiro, mas existem diferenças conceptuais.

O Turismo consegue incluir lazer e recreação, mas nem todo o Turismo é originado pelo lazer. O lazer é descrito como sendo o tempo livre disponível para a pessoa quando as outras obrigações estão no mínimo. A recreação, por seu turno, consiste nas atividades praticadas durante o tempo de lazer. O Turismo é definido como a deslocação de pessoas por um curto período de tempo para locais com alguma distância do seu *habitat* normal.

Segundo Niemelã (2010), existe uma grande variedade de tipologias de Turismo, não se encontrando forçosamente relacionado com lazer, sol e praia, saúde e bem-estar. O conceito de Turismo é extremamente vasto, o que permite associar algumas atividades económicas a uma atividade turística. Se as tipologias turísticas mais conhecidas são o turismo sol e mar, turismo de negócios, turismo de lazer, turismo rural, entre outros, no que diz respeito ao Turismo Negro, as tipologias são o Turismo Educacional, Turismo Cultural, Turismo de Interesse Especial e Turismo de Herança.

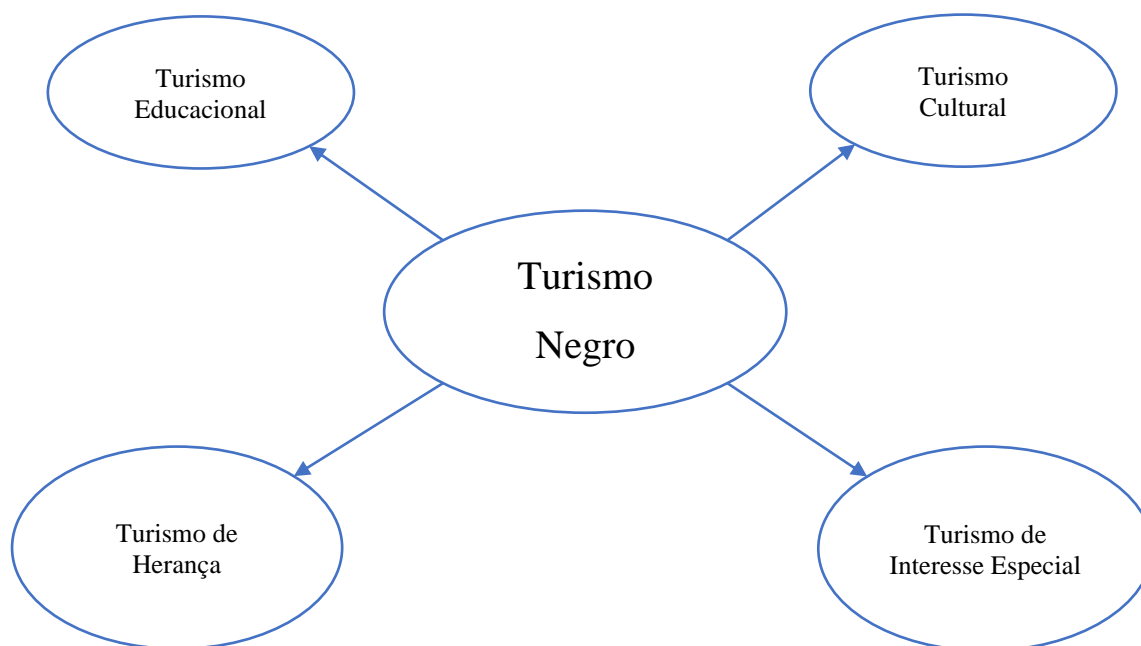


Figura 1: Tipologias do Turismo Negro (elaboração própria)

Desde que as pessoas começaram a viajar que têm sido atraídas, ainda que por motivos parcialmente desconhecidos, para locais, atrações ou eventos que, de algum modo, estão relacionados com eventos históricos carregados de carga negativa, onde ocorreram mortes, episódios de violência, sofrimento ou desastres (Sharpley e Stone, 2009). Como o próprio nome sugere, o Turismo Negro está relacionado com a atividade turística que é estimulada pelo entusiasmo mais sombrio da faceta do ser humano (Smith *et al.*, 2010). O conceito de viajar para experienciar lugares que estão ligados a acontecimentos mórbidos e macabros não é um conceito novo. Na verdade, a origem deste fenómeno pode estar relacionada com o período Romano, quando os indivíduos se juntavam nas arenas para assistir a confrontos entre gladiadores ou, na Idade Média, iam assistir a execuções públicas (Stone, 2005). Isto comprova que o Turismo Negro teve origem muito antes de ser atribuída qualquer tipo de denominação. Stone (2005) descreveu o Turismo Negro como sendo uma viagem para lugares de morte e/ou sofrimento. De acordo com a natureza da atração pode-se classificar o Turismo Negro de diversas formas, sendo possível elencar nichos turísticos, como Turismo Prisional (Strange e Kempa, 2003), Campos de Batalha (Cooper, 2006), Zonas de Desastre (Goatcher e Brunsten, 2011), Campos de Concentração (Ashworth, 2002), locais de morte de celebridades (Blom, 2000) e locais associados à escravidão (Dann e Seaton, 2001).

Embora tenha uma história longa, o Turismo Negro só recentemente é que começou a atrair a atenção da comunidade académica (Stone, 2009). Desde então, diversas tentativas têm vindo a ser feitas para definir a atividade turística relacionada com o macabro.

O conceito do Turismo Negro pode ser definido de diversos modos. Segundo Foley e Lennon (1996), o Turismo Negro é o ato de viajar para locais ligados à morte, tragédia e sofrimento. Por sua vez, Sharpley (2005) definiu-o como sendo “motivado pelo fascínio ou interesse pela morte e ou atividade turística em locais associados com a morte, quer seja individual, em massa, violenta, natural, prematura ou outra.”

Seaton (1996), por outro lado, definiu o conceito do *thanatourism* como sendo uma atividade turística relacionada com a morte, que deriva da *thanatopsis*, ou da contemplação da morte. *Thanatourism* é, posteriormente, definido como uma viagem para um local, completa ou parcialmente motivada pelo desejo de encontros reais ou simbólicos com a morte particularmente violenta. A forma mais pura de *thanatourism* é a viagem inspirada, exclusivamente, pelo fascínio com a morte, independentemente da pessoa envolvida.

O conceito *thanatourism*, denominação usual do Turismo Negro, deriva do grego e, como tradução literal, significa “a personificação da morte” (Johnson, 2012); portanto, o Turismo

Negro desenvolve-se em torno da guerra, da escravidão e de memoriais ao homicídio. Contudo, outras denominações são usadas para definir este nicho turístico, nomeadamente turismo mórbido, turismo de desastre, turismo de luto, turismo *black spot* e, ainda, turismo *Phoenix*. Este último, por outras palavras, implica uma ressurreição ou um erguer das cinzas.

Rojeck (1993) apresentou o conceito *black spot* no nicho do Turismo Negro, com o intuito de incluir, na sua maioria, visitas a cemitérios ou locais onde celebridades ou um grande número de pessoas estejam sepultadas ou tenham morrido de uma forma violenta, respetivamente.

Blom (2000) apresenta uma outra designação – a de Turismo Mórbido, um nicho turístico focado nas atrações turísticas cujo principal interesse é o das mortes artificiais, ou reais, atraindo um grande número de pessoas. Tragédias e/ou incidentes ocorridos em lugares negros ainda continuam a ter impacto nas nossas vidas não só a nível emocional, mas também a nível social e político.

O Turismo Negro é um ramo complexo do Turismo. Por um lado, tem características de diversos tipos de Turismo como o educacional, o cultural, de herança e o de interesse especial; por outro é muito diferente dos outros tipos de Turismo, uma vez que a autenticidade é extremamente importante para a experiência turística dos visitantes e para a credibilidade das atrações. Marcel (2003) denota que as pessoas sempre se sentiram atraídas por locais onde ocorreram tragédias. Os lugares que são, por muitos, vistos como atrações turísticas negras, são memoriais de lugares onde “tragédias e mortes históricas ocorreram” e ainda hoje têm impacto nas nossas vidas (Tarlow, 2011). O lugar em si deve possuir certas características para se classificar como atração de Turismo Negro. Ashworth (2004) criou quatro atributos principais que um evento deve ter em conta para que a possibilidade de se tornar num produto turístico de sucesso seja bastante alta.

O primeiro atributo é que deve existir um predador, assim como uma vítima. Apenas com este atributo presente as pessoas se podem identificar com elas próprias, ou serem identificadas por outras, quer sejam os predadores, quer as vítimas.

Em segundo lugar é importante que o predador tenha consciência e tenha tido a intenção de agir contra terceiros - a vítima necessita de ser inocente e não dominante da sua situação. O facto de a vítima estar ciente da consciência e da intenção do agressor faz com que o ato seja bárbaro.

O terceiro atributo mencionado por Ashworth (2004) é que a atrocidade implica uma seriedade excecional ou pouco comum.

Por fim, o quarto classifica uma atrocidade como um evento que é conhecido e lembrado, o que requer conhecimento e lembrança (Ashworth cit in Singh, 2004:86).

2.3. *O estado-da-arte sobre o Turismo Negro*

Na literatura mais recente sobre o Turismo Negro, há duas teorias fundamentais que enquadram conceitualmente o fenômeno, e que são *Shades of Darkness* e o Espectro do Turismo Negro. Na teoria desenvolvida por Sharpley (2005) *Shades of Darkness* é a mais usada em estudos do Turismo Negro, apresentada no parágrafo seguinte. No entanto, Raine (2013) usou uma segunda teoria, a do Espectro do Turismo Negro, desenvolvida por Stone (2006), para avaliar em qual dos níveis se encontrava a visita a locais de sepulcro.

Sharpley (2005), desenvolveu a tipologia das **Sombras de Escuridão** (*Shades of Darkness*) ao combinar os esforços feitos nas investigações e todos os desenvolvimentos realizados anteriormente por outros investigadores. Em primeiro lugar, teve que rever o trabalho desenvolvido por Rojek (1997) que tem o seu foco na intenção da visita e que se alicerça na ideia da visita “acidental” ou no “interesse” pelo próprio local. Também reviu as cinco categorias do *thanatourism*, levando-o a acreditar na existência de um *continuum* de intensidade, dependente dos motivos dos viajantes para visitar o local e o seu nível de interesse na morte.

Para discutir esta tipologia, deve-se entender que Sharpley (2005) considerou duas bases primárias quando analisou o Turismo Negro: por um lado, o turista enquanto consumidor; por outro, o local/atração enquanto objeto de consumo. Assim sendo, com o comportamento do consumidor em mente, podem existir diferentes níveis de “sombras de escuridão” consoante o interesse pela morte (por parte dos consumidores). Isto acontece porque o Turismo Negro pode ser considerado uma função da procura e oferta - Sharpley (2005) usou a tipologia de Holt (1995) de práticas de consumo, para analisar o consumo do Turismo em geral. Isto permitiu-lhe transcrever as quatro metáforas de Holt (1995): o Turismo Negro enquanto experiência, brincadeira, integração e classificação.

Além da tipologia de Holt (1995), Sharpley adicionou o trabalho desenvolvido por Seaton (1996) para diferenciar os diversos níveis de escuridão associados à procura e à oferta. A forma mais “pura” de Turismo Negro é o fascínio intenso pela morte, por parte do turista, e uma tentativa de explorar ou retirar proveito financeiro deste mesmo fascínio, por parte dos fornecedores ou localização turística. Existem dois extremos do espectro, no que diz respeito aos fornecedores: de um lado, locais que se tornaram atrações turísticas do Turismo Negro sem intenção, como por exemplo as igrejas, os campos de batalhas; de outro os locais que foram criados exclusivamente para explorar a *thanatopsis* das pessoas, nomeadamente expedições ao

local da queda do voo 93 (Sharpley, 2005). Estas duas variações da oferta levam a um *continuum* de propósito que liga os locais ao interesse ou fascínio com a morte, por potenciais consumidores. Em comparação com a procura e oferta do Turismo Negro, Sharpley (2005) determinou quatro *sombras* do Turismo Negro:

Tabela 1: Classificação das Sombras do Turismo Negro

Classificação das Sombras do Turismo Negro	
Pale Tourism	Interesse mínimo ou limitado pela morte quando visitam atrações turísticas não intencionais.
Grey Tourism Demand	Os turistas têm um fascínio pela morte quando visitam atrações turísticas não intencionais.
Grey Tourism Supply	Estes locais são desenvolvidos de forma intencional para explorar a morte, mas atraem visitantes com algum interesse pela morte.
Black Tourism	Turismo Negro “puro” - existe um fascínio extremamente forte pela morte, que é satisfeito pela oferta intencional de experiências turísticas que complementam este mesmo fascínio.

(Sharpley, 2005)

A segunda teoria utilizada com mais frequência no estudo do Turismo Negro é o **Espetro do Turismo Negro** (*Dark Tourism Spectrum*), desenvolvida e definida por Stone (2006), declarando que a oferta do Turismo Negro não pode ser analisada completamente a não ser que o comportamento do turista e a procura por esta tipologia seja reconhecida. Isto porque a oferta no Turismo Negro é dada por uma multiplicidade distinta de locais; mesmo assim, a estrutura de fornecimento de atrações tem necessidade de ser assistida na identificação e pesquisa das motivações dos visitantes e experiências a facultar.

Não é claro até que ponto o interesse pelo Turismo Negro é levado pela procura e oferta. Não obstante, os trabalhos anteriores focaram-se mais no que diz respeito à oferta. O lado da procura, que engloba as motivações dos turistas para visitar lugares relacionados com o Turismo Negro, só foi explorado até um determinado ponto. A pesquisa que existe sobre as razões e os propósitos que suportam as motivações dos turistas para determinados locais mais obscuros e para a vivência de determinadas experiências é muito reduzida, ou praticamente inexistente, segundo Sharpley (2005).

Nem todas as atrações turísticas deste tipo de Turismo têm o mesmo grau de escuridão. Strange e Kempa (2003) introduziram a diferenciação entre “claro” e “escuro”, nos locais turísticos. No seu estudo compararam duas prisões, a de Alcatraz e a de Robben Island, sendo que ambas foram convertidas em atrações turísticas, embora os dois locais tenham passados diferentes, mas com certos atributos em comum. Mesmo assim, Alcatraz é apresentada de um modo mais comercial, enquanto Robben Island ainda detém o seu peso histórico muito presente na interpretação do local, o que o torna no espetro como um local mais “escuro” do que Alcatraz (Stone, 2005:150).

Seaton (1999) declara que a oferta no Turismo Negro não é diretamente influenciada pelos gostos dos consumidores - estes mesmos gostos são muitas vezes influenciados pelos *media* e pelo *marketing*; mas mais ainda - são expostos pelas mudanças culturais e políticas na sociedade. Neste sentido conclui que os graus da escuridão dados às atrações turísticas negras podem variar consoante a exposição de eventos antigos ou recentes. Miles (2002) corrobora a opinião afirmando que, de facto, existe um paradigma entre o “mais escuro” e o “mais claro” em locais e atividades associadas ao Turismo Negro.

Existe uma diferença essencial entre as atrações onde a morte e a tormenta realmente aconteceram e locais que têm uma relação com a morte e a tormenta. Assim sendo, existe uma diferença entre visitar o Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau e o Museu do Holocausto em Washington D.C.. Esta diferença deve-se ao facto de as mortes, torturas, tormentas terem realmente acontecido no primeiro caso, o que o coloca no lugar do lado “mais

escuro” do espectro, face ao segundo caso, que se encontra no lado “mais claro” do espectro porque, embora represente a História do Holocausto, o Museu encontra-se do outro lado do Mundo, relativamente ao local onde ele realmente aconteceu; o ambiente dentro do Museu pode ser pesadoso, mas não é tanto quanto no próprio Campo de Concentração.

A próxima imagem torna o Espectro de Stone muito mais evidente:

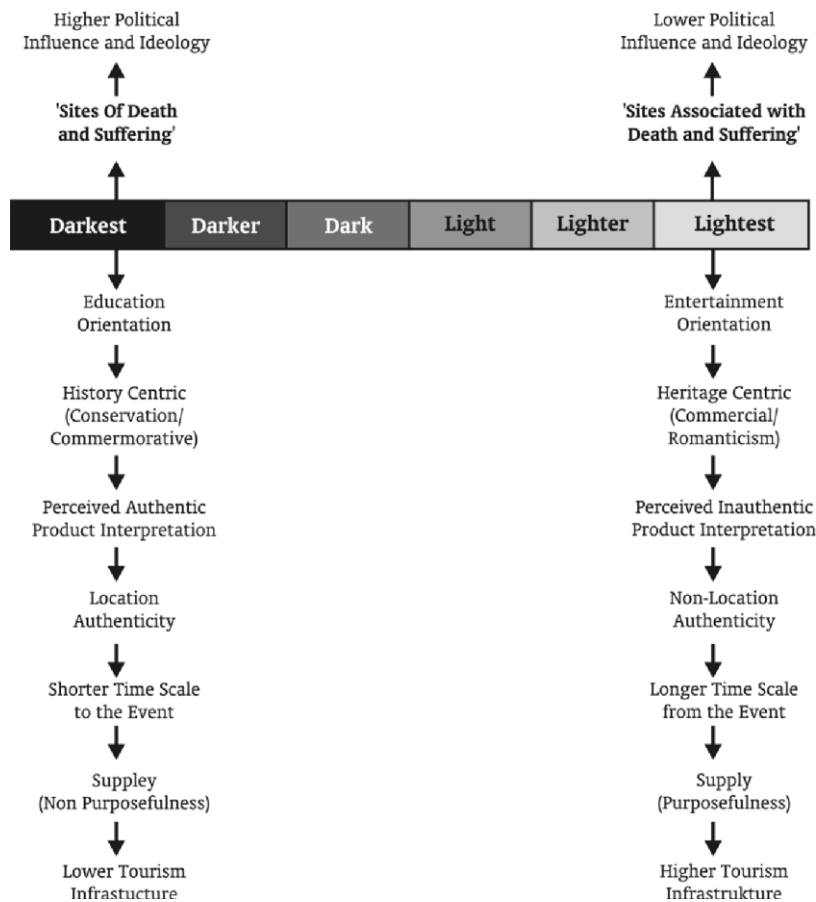


Figura 2: O Espectro do Turismo Negro (Stone, 2006)

A figura 2 demonstra claramente a diferença entre as atrações do Turismo Negro. Através da análise da imagem apercebemo-nos da existência de atrações que são mais *dark* e outras mais *light*. Os lugares que estão ligados à morte são considerados como sendo mais sérios e mais escuros relativamente aos que apenas demonstram a relação com a morte. Assim sendo, os lugares de Turismo Negro mais *dark* estão situados no local onde ocorreram estes acontecimentos, tendo um proveito turístico muito mais reduzido e, portanto, uma infraestrutura turística mais reduzida do que a atração que se encontra do outro ponto do espectro.

Por outro lado, apresentam uma elevada influência na educação, sendo vistos como mais autênticos e focados na comemoração e conservação do local, por oposição à comercialização da mesma.

Os lugares mais *dark* são, por norma, áreas onde tragédias relativamente recentes aconteceram; os mais *light* são locais com melhores infraestruturas turísticas e geralmente têm o objetivo de entreter as pessoas, o que leva a uma diminuição da autenticidade percebida pelos visitantes. Ambas as teorias têm em consideração os níveis de interesse pela morte por parte do turista. Contudo, as motivações do Turista e do consumidor não são tidas em conta.

O lado da oferta tem sido mais pesquisado e abordado mais intensamente do que o lado da procura.

Stone (2006) apresentou uma tipologia de lugares de Turismo Negro através de um ponto de vista orientado para a oferta, denominando-a de *Sete Fornecedores Dark*, de forma a construir uma estrutura concetual na qual a oferta diversificada e fragmentada do produto do Turismo Negro pode ser localizada. A ordem dos diferentes fornecedores varia consoante o paradigma apresentado por Miles (2002).

Tabela 2: Classificação dos Sete Fornecedores Dark

Classificação dos Sete Fornecedores Dark	
Dark Fun Factories	Locais de entretenimento onde estão expostas mortes, reais ou fictícias, e eventos macabros. Encontra-se associado a uma ética comercial.
Dark Exhibitions	Produtos ligados à morte, na sua maioria com uma mensagem educacional e reflexiva. Estas exposições estão muitas vezes localizadas fora do local da morte ou do acontecimento macabro.
Dark Dungeons	Apresentam códigos penais e de justiça do passado, ao trazerem a História de volta através de recriações históricas. Estes locais ocupam um ponto do espetro.
Dark Resting Places	Referem-se, principalmente, a locais de sepulcro.
Dark Shrines	Situado próximo do local da morte de alguém e por um período muito curto de tempo, após a morte ter ocorrido. Não são vistos como locais apropriados à atividade turística.
Dark Conflict Sites	Locais centrados na História, relacionados com conflitos bélicos e originalmente sem propósito no contexto de Turismo Negro.
Dark Camps of Genocide	Ocupam o extremo mais <i>dark</i> do espetro. Representam zonas onde o principal tema é o genocídio, atrocidades e catástrofes. Nestes locais aconteceram os eventos de morte e desastre.

(Stone, 2006)

Stone (2006) relembra que muitos dos produtos do Turismo Negro têm várias camadas e grupos de pessoas em diferentes partes do Mundo, os quais vão receber e entender esses mesmos produtos de maneira diferente.

Seaton (1999) apresenta uma anotação em que refere que a mudança no ambiente da atração, através da manipulação da Herança Negra para propósitos políticos ou a adição de elementos de entretenimento nas *Dark Exhibition*, pode fazer com que os fornecedores se desviem do Espetro do Turismo Negro.

Em suma, muitos produtos podem ser muitas vezes uma mistura de características delineadas e, por causa disso, ser mais difícil ou praticamente impossível de os colocar em qualquer quadro.

2.4. Turismo Negro nos dias de hoje

De acordo com o WTTC, o Turismo é uma das maiores indústrias do mundo. Esta mesma indústria cresce e os consumidores estão sempre à procura de alguma tendência nova para explorar e experienciar diferentes tipos de adrenalina (Verma, 2013). O Turismo Negro evoluiu para se tornar numa das mais recentes tendências da indústria turística, embora tenha sido praticado durante anos. Enquanto a Academia do Turismo dá ênfase ao conceito, o campo do Turismo Negro tem vindo a crescer e a tornar-se num tópico excitante e de extrema importância para a indústria turística (Goeldner e Brent Ritchie, 2009). É amplamente conhecido que o turismo tem sofrido um crescimento extraordinário no último meio século, o que levou a que o Turismo Negro se tornasse amplamente disperso e diversificado sendo, agora, extensivamente reconhecido como uma forma de Turismo e como uma ferramenta de promoção (Stone, 2009).

Até um determinado momento, o Turismo Negro implica benefícios para qualquer lugar ou atração. A extensão desses benefícios depende da comercialização dos lugares como atrações ou pontos de interesse turísticos. Segundo Craig e Thompson (2013), o Turismo Negro inclui, na maior parte dos casos, um fator educativo para os que visitam estes locais.

Willis (2014) afirma que o fenómeno do Turismo Negro pode ser visto como “Turismo de Tragédia”, concebendo a ambivalência sobre os memoriais que, por um lado, tentam manter a luta do passado visível, mas, por outro, subjagam a sua História, acrescentando que, enquanto os visitantes podem estar descansados quando procuram lugares que se encontram distantes e são desconhecidos, é muito mais complicado fazer uma afronta ao passado trágico e ao sofrimento e violência quando estes acontecimentos tiveram lugar em sítios próximos e familiares, ou seja, é muito mais fácil lidar com o sofrimento e as atrocidades quando estas acontecem num local que não nos é familiar.

De acordo com Blair (2002), um dos locais de Turismo Negro mais populares e conhecidos a nível Mundial é o Ground Zero em Nova Iorque. Este local, por si só, atraiu mais de três milhões e meio de visitantes, o que é praticamente o dobro dos que visitaram o World Trade Center antes do 11 de setembro.

Existem locais associados ao Turismo Negro que se tornaram particularmente famosos após o acontecimento de desastres naturais terem ocorrido, como é o exemplo do Terramoto de Sichuan – China. No entanto, os lugares que mais captam a atenção dos turistas são os locais onde as mortes foram provocadas por mão humana. Se a natureza não pode ser controlada ao ponto de impedir uma catástrofe, o mesmo não acontece com o ser humano, visto que este pode ser manipulado para não provocar a perda de vidas humanas, quer em pequena ou larga escala. A investigação em Turismo Negro é motivada pela necessidade de perceber o porquê de os turistas serem atraídos para estes locais e implica uma mudança no modo como a morte e o desastre estão a ser encarados por aqueles que oferecem produtos turísticos associados.

Uma vez que os locais de Turismo Negro se encontram intimamente ligados a perdas de vidas humanas, não podemos destacar a importância por parte da comunicação social na divulgação desses locais e acontecimentos: a divulgação cria um interesse, quer pelo acontecimento em si, quer na viagem ao local. Lennon e Foley (2000) questionaram-se se ocorreu um aumento considerável no interesse do turista em episódios de morte, desastre e atrocidades ou se, por outro lado, ocorreu um aumento considerável de locais e atrações ligadas ao Turismo Negro.

A prática do Turismo Negro levanta um conjunto de problemas éticos - os adeptos desta modalidade turística são, muitas vezes, mal interpretados pela comunidade do local, por não acharem correto o aproveitamento do lugar e do sofrimento que causou para praticar turismo, visto que, muitas vezes, é tido em conta a possível adulteração da História do local para a tornar mais ou menos macabra. Lennon (2005) debruçou-se sobre esta mesma temática: a popularidade dos lugares associados ao Turismo Negro devido ao fascínio pela morte e os problemas éticos que estão envolvidos com a exploração da História trágica do local.

O *thanatourism*, conceito usualmente empregue para se referir ao Turismo Negro, sempre foi dependente da comunicação para estabelecer lugares de Turismo Negro e retirar a atenção das atividades. Segundo Sharpley (2005), a comunicação permitiu que os indivíduos tomassem conhecimento dos eventos trágicos, à medida que eles iam acontecendo, como por exemplo os ataques às Torres Gémeas, a 11 de setembro, em 2001. O facto de o atentado e as missões de busca e salvamento terem sido emitidas, praticamente em direto, fez com que o Ground Zero se tornasse numa atração turística e o número de visitantes atingisse os 3,5 milhões em junho de 2002. Por comparação, antes dos atentados aquele local recebia, no máximo, 1,8 milhões de turistas - o local das Torres Gémeas, após a sua queda, é atualmente mais atrativo enquanto Turismo Negro, do que o era, no passado, como um local turístico convencional.

Segundo Allman (2017), a tecnologia tornou-nos mais cientes das diversas atrações de Turismo Negro e a atenção adicional dada atraiu-nos para locais como prisões, hotéis e habitações onde ocorreram homicídios brutais. Estes locais nunca seriam visitados por turistas se não fosse esta divulgação, a qual permite, por sua vez, que os indivíduos satisfaçam a sua curiosidade sobre a morte. Porém, tendo em conta que muitos destes locais têm um passado histórico extremamente importante, há igualmente uma aprendizagem histórica comum em todos aqueles que visitam estes lugares

2.5. Destinos de Dark Tourism no Mundo

Nesta secção vão ser apresentados diversos destinos de Turismo Negro, a sua história e o número de visitantes que registam.

Como foi referido anteriormente, existem diversos locais de Turismo Negro. Contudo, devido à facilidade na comunicação e na divulgação de imagens e de acontecimentos, têm surgido, nestes últimos tempos, muitos destinos associados ao Turismo Negro.

No continente norte americano encontram-se alguns destinos de peso, nomeadamente o Memorial do 11 de setembro, a Penitenciária da Virgínia Ocidental, a Missão de Santa Bárbara, Frank Slide, entre outros.

No continente europeu, encontramos as Catacumbas dos Capuchinhos de Palermo, os campos de concentração de Auschwitz-Birkenau, na Polónia; a cidade de Pripyat (Chernobyl), na Ucrânia; Pompeia, na Itália; Capela dos Crânios, na Polónia, entre outros.

No continente africano, temos a antiga Prisão de Robben Island, na África do Sul e o lugar do Genocídio, na Ruanda.

No continente asiático, podemos referir o Hellfire Pass, na Tailândia e o Mausoléu do Palácio do Sol Kumsusan na Coreia do Norte, entre outros.

Memorial do 11 de setembro

O Memorial e Museu do 11 de setembro foi construído no local onde anteriormente se encontravam as Torres Gémeas. A sua construção teve início em março de 2006 tendo sido concluída a 11 de setembro de 2011, data da sua inauguração ocorreu no mesmo dia. O Museu ocorreu um ano mais tarde.

Os locais onde se encontravam as Torres Gémeas estão representadas por dois corpos de água de 4000 m² de área com duas cascatas artificiais, no formato das Torres Gémeas, simbolizando a perda das vidas e o vazio físico deixado pelos atentados de 2001. Os nomes das 2983 vítimas (2977 dos atentados do 11 de setembro e 6 vítimas do atentado de 1993) encontram-se gravados em placas de bronze no parapeito das fontes do memorial – no perímetro da Fonte Norte, estão inscritos os nomes dos funcionários e visitantes da Torre Norte, os passageiros e tripulação do voo da *American Airlines* 11 (que atingiu o edifício) e os funcionários e um visitante do atentado de 1993; no perímetro da Fonte Sul, encontram-se os nomes dos funcionários e visitantes da Torre Sul; os passageiros e tripulação dos voos United Airlines 175 (que atingiu o edifício), do American Airlines 77 (que atingiu o Pentágono) e do United Airlines 93; os funcionários, visitantes e transeuntes das redondezas de ambas as torres, assim como os primeiros socorristas que pereceram durante as operações de resgate.

Por ano estima-se que o Memorial e Museu seja visitado por um total de 9000 visitantes por dia, dos 50 estados, e de mais de 170 países do Mundo. De acordo com informações retiradas do seu *blog*, desde que foi inaugurado o Memorial e Museu já receberam, ao todo, mais de 10 milhões de visitantes.

Penitenciária de Moundsville (Virgínia Ocidental)

Situada em Moundsville, encontra-se a Penitenciária da Virgínia Ocidental, construída em estilo gótico. Teve a sua atividade entre 1876 e 1995. Atualmente é usada como um local de treinos e como uma atração turística.

No auge da Guerra Civil Americana, a Virgínia Ocidental separou-se do Estado da Virgínia em 1863, tendo ficado com uma escassez de várias instituições públicas, como era o caso de prisões. Em 1865, após a fuga de nove reclusos, foi aprovado o decreto para dar início à construção da Prisão de Moundsville. Após a conclusão da sua construção, muitos dos reclusos que auxiliaram na sua construção continuaram a cumprir pena; após esta fase, muitos começaram a trabalhar dentro das instalações, quer em oficinas da prisão, quer em instalações secundárias.

Até ao início do século XX as condições dentro da penitenciária eram boas; contudo ao longo dos anos foram-se deteriorando sendo classificada com umas das dez penitenciárias mais violentas, devido a casos de violação, luta e jogos ilegais. Em concreto, ocorreram dentro da prisão trinta e seis homicídios entre os reclusos. Um dos mais notáveis foi o de Wall RD, recluso nº 44670, que, depois de denunciar os seus companheiros, foi atacado por três reclusos com utensílios semelhantes a facas caseiras. Acresce ainda o facto de, entre 1899 e 1959, noventa e quatro homens terem aqui sido executados. A força foi, aliás, o método mais usado até 1949, com oitenta e cinco homens a conhecer esse destino. O público podia assistir às execuções. Porém, a 19 de junho de 1931, Frank Hyer foi executado por assassinar a esposa. Durante o processo, dado que era muito forte, quando o alçapão abriu na vez do enforcamento ocorreu uma decapitação. Após este evento, a assistência aos enforcamentos era apenas por convite. Em 1951, passou a ser usada a cadeira elétrica como método de execução da pena de morte.

Missão de Santa Bárbara (Califórnia)

Criada por Franciscanos espanhóis a 4 de dezembro de 1786, e apelidada de Queen of Missions, temos a Old Mission Santa Barbara.

Quando os colonizadores espanhóis chegaram a Santa Bárbara, iniciaram um conjunto de missões ao longo do Caminho Real. A Missão de Santa Barbara funcionou como sede de todas as outras da mesma congregação, espalhadas pelo Estado, dando guarida aos soldados, desenvolvendo a agricultura e “espalhando a palavra” (religião Cristã). Contudo, está marcada por um *modus operandi* bastante negro e marcante, uma vez que obrigava à conversão e escravizava os nativos. As revoltas, quando as havia, eram erradicadas com extrema violência e os colonizadores levavam doenças que não eram conhecidas pelos nativos o que provocou a morte da população autóctone - dos 300 000 californianos nativos no início da missão, apenas 20 000 existiam em 1834.

Frank Slide (Canadá)

No dia 29 de abril de 1903, a cidade mineira de Frank, no Canadá, ficou subterrada após um deslizamento de terras. Hoje continua a ser o deslizamento de terras com maior número de mortes na História do país, totalizando entre 70 e 90 mortes, muitas das quais ainda se encontram subterrados nos destroços.

Foram muitos os fatores que levaram ao deslizamento de terras - a própria formação geológica de Turtle Mountain que provocava uma instabilidade constante; a operação nas minas de carvão pode ter enfraquecido a estrutura interna da montanha, assim como o inverno chuvoso e a descida a pique da temperatura, na noite do desastre. Três semanas depois, a linha férrea tinha sido reparada e a mina rapidamente reaberta. A população da cidade mais próxima da montanha foi realojada em 1911, receando-se que pudesse ocorrer uma nova derrocada.

O local do desastre permanece inalterado desde 1903, sendo atualmente um popular destino turístico. O local em si a o Centro Interpretativo recebe anualmente 100.000 visitantes.

Catacumbas dos Capuchinhos de Palermo

O Mosteiro dos Capuchinhos de Palermo cresceu e, conseqüentemente, ultrapassou a capacidade do cemitério existente no século XVI, o que levou a que os monges tivessem que escavar em grutas já existentes, de modo a aumentar a capacidade do mesmo. Durante estas escavações descobriram que alguns dos corpos dos seus antepassados se encontravam em bom estado de conservação (mumificados) o que levou a supor a ocorrência de um milagre. Os corpos dos monges que viriam posteriormente a falecer foram então desidratados e envolvidos em panos nas catacumbas. Mais tarde, viriam também a ser lavados com vinagre. Alguns dos corpos foram embalsamados enquanto que outros foram fechados em cabines de vidro. Os frades foram preservados com as suas roupas do dia-a-dia e muitos com as cordas usadas pelos próprios nas penitências.

Originalmente as catacumbas eram apenas para os frades. Contudo, nos séculos seguintes tornou-se um *status* ser-se preservado nas Catacumbas dos Capuchinhos de Palermo. Muitos nos seus testamentos tinham descrito quais as roupas com que queriam passar toda a eternidade e muitos chegaram a pedir que as roupas fossem mudadas com alguma regularidade.

Em 1871, o Frade Riccardo foi o último a ser colocado nas catacumbas. Contudo, as últimas entradas de corpos ocorreram na década de 20 do século XX, com um caso muito particular de uma menina de dois anos que se encontra em excelente estado de conservação até aos dias de hoje.

Ao todo existem cerca de 8 000 cadáveres e 1 252 múmias a cobrir as paredes das catacumbas.

Museu e Memorial de Auschwitz-Birkenau

Birkenau foi o maior dos 40 campos e subcampos do complexo de Auschwitz. Durante os três anos de operação, teve um grande leque de funções. Quando a sua construção começou, em outubro de 1941, era suposto que o campo albergasse 125 000 prisioneiros de guerra. Abriu como uma “marca” de Auschwitz, em março de 1942, e serviu como campo de extermínio dos Judeus. Na fase final, a partir de 1944, também se tornou o local onde os prisioneiros eram concentrados para serem transferidos para a indústria Alemã do Terceiro Reich.

A maioria das vítimas do Campo de Concentração de Auschwitz (cerca de 90%) morreu em Birkenau. Isto significa aproximadamente um milhão de pessoas, maioritariamente judeus (nove em cada dez vítimas). Há, também, um grande número de polacos (mais de 70 mil),

seguindo-se aproximadamente 20 mil Roma e Sinti, em junção com os soviéticos e prisioneiros de outras nacionalidades.

O Museu e Memorial de Auschwitz-Birkenau, no ano de 2019, teve um total de 2 320 000 (dois milhões e trezentos e vinte mil) visitantes, mais 170 000 que no ano anterior.

Chernobyl

Perto da cidade de Prypiat, durante a noite de 25 para 26 de abril de 1986, o reator nuclear nº 4 da central nuclear de Chernobyl entrou em falência. O acidente ocorreu durante um teste de segurança que simulava a falta de energia da estação, durante o qual os sistemas de segurança de emergência foram propositalmente desligados. Uma combinação de falhas inerentes no projeto do reator, bem como dos operadores que organizaram o núcleo de uma forma contrária ao que estava estipulado na lista de verificação do teste, resultou em condições de reação descontroladas. O incêndio que foi provocado pela explosão só foi extinto a 4 de maio e as plumas de produtos de fissão lançadas na atmosfera precipitaram-se sobre regiões da ex-URSS e da Europa Ocidental.

Os números de mortes provocadas pelo acidente continuam a ser uma questão controversa: no decorrer do mesmo, os efeitos da explosão de vapor provocaram duas mortes dentro das instalações; nos dias e semanas seguintes, 134 militares foram hospitalizados com SAR (Síndrome Aguda da Radiação), dos quais 28 bombeiros e funcionários morreram nos meses seguintes. Dentro do grupo de 134 sobreviventes, 14 vieram a morrer com cancro induzido pela radiação nos dez anos seguintes. Na população geral, um excedente de 15 mortes infantis por cancro na tiroide foi documentado em 2011.

Pompeia

Pompeia foi uma cidade do Império Romano situada a 22 km da cidade de Nápoles, Itália, destruída durante uma grande erupção vulcânica do Vesúvio no ano de 79. Como este vulcão é do tipo explosivo, quando entrou em atividade lançou uma nuvem de fumos tóxicos, quentes e piroclastos que, quando se abateram sobre o solo, provocaram a destruição da cidade, queimando pessoas e animais que nela habitavam, soterrando-a sob uma espessa camada de cinzas.

A cidade foi descoberta em 1748 – as cinzas e a lama tinham protegido construções e objetos dos efeitos do tempo, moldando também os corpos das vítimas, o que fez com que fossem encontradas nas posições que tomaram no dia da erupção.

Hoje, Pompeia, classificada como Património Mundial pela UNESCO, é uma das atrações turísticas mais populares de Itália com aproximadamente 2 500 000 visitantes por ano.

Capela dos Crânios

A capela de São Bartolomeu situa-se em Czerwna, na Polónia; foi construída em 1776 pelo padre checo Wacław Tomaszek e trata-se de uma vala comum para as vítimas da Guerra dos Trinta Anos (1618 – 1648), três Guerras Silesianas (1740 – 1763) e também dos mortos nas epidemias de cólera, peste, sífilis e de fome ocorridas na região.

Juntamente com J. Schmidt e o coveiro J. Lnager, o padre inspirado pelo cemitério capuchinho em Santa Maria della Concezione dei Cappuccini durante uma peregrinação a Roma, começou a colecionar os ossos dos mortos, limpando-os e colocando-os na capela durante os dezoito anos que serviu aquele local. As paredes da pequena capela barroca estão hoje tomadas por mais de três mil crânios, além de ossos de outras 21 000 pessoas enterradas no porão. As caveiras dos fundadores da capela, incluindo a do padre Tomaszek, foram depositadas no centro do edifício e no altar-mor, em 1804. No interior, o crucifixo e duas esculturas de anjos, um com uma inscrição em latim (“Levante-se dos Mortos!”), estão entre os ossos.

Prisão de Robben Island

Trata-se de uma prisão de máxima segurança desativada após a queda do regime *apartheid*, na África do Sul. Quando foi inaugurada, em 1961, foi usada pelo governo sul africano para aprisionar reclusos políticos e criminosos condenados. Esta secção da prisão foi fechada em 1991 e a prisão de segurança média cinco anos mais tarde, em 1996.

Foi nesta prisão que esteve encarcerado o Presidente sul africano Nelson Mandela tendo aqui cumprido 18 dos 27 anos da sua pena.

Genocídio no Ruanda

O genocídio do Ruanda foi um massacre em massa de pessoas dos grupos étnicos *tutsi*, *twa* e de *hutus* moderados, ocorrido em 1994, entre o dia 7 de abril e 15 de julho, durante a Guerra Civil.

O genocídio foi organizado por membros da elite política principal dos *hutus*, muitos dos quais ocupavam os mais altos cargos do governo nacional. A maioria dos historiadores concorda que um genocídio contra os *tutsis* fora planeado pelo menos com um ano de antecedência. No entanto, o assassinato do presidente ruandês Juvénal Habyarimana, a 6 de abril de 1994, criou um vácuo de poder e encerrou os acordos de paz. Os assassinatos genocidas começaram no dia seguinte quando os soldados, o exército e as milícias executaram líderes políticos e militares *tutsis* e *hutus* moderados.

A escala e a brutalidade do massacre provocaram o choque a nível mundial, mas houve nações ocidentais que o ignoraram, nomeadamente a Bélgica, a França e os Estados Unidos. A maioria das vítimas foi assassinada nas suas aldeias ou cidades, por vizinhos. Gangues *hutus* procuravam vítimas escondidas em igrejas e edifícios escolares. A milícia assassinou vítimas com facões e armas de fogo.

Estima-se que 500.000 a 1.000.000 de ruandenses foram mortos (cerca de 70% da população *tutsi*); cerca de 250.000 e 500.000 mulheres foram violadas durante o genocídio. O massacre terminou com a vitória militar da Frente Patriótica do Ruanda.

Hellfire Pass

Hellfire Pass é o nome dado ao corte na passagem ferroviária de Burma, na Tailândia. Esta passagem foi construída com recurso a trabalho forçado durante a Segunda Guerra Mundial, em parte por prisioneiros da Guerra das Forças Aliadas. A passagem tem este nome por causa dos relatos dos sobreviventes que, quando trabalhavam à noite com recurso a tochas, diziam que se assemelhava ao Inferno, encontrando-se marcada pelas condições bruscas e pelas vidas humanas que lá se perderam durante a sua construção.

Aos prisioneiros foi exigido que trabalhassem durante 18 horas por dia para concluir a obra. Sessenta e nove homens foram espancados até à morte pelos Japoneses durante as seis semanas que demorou a construir a passagem, e muitos outros morreram devido a cólera, a disenteria, fome e exaustão.

Segundo dados do Governo tailandês e australiano, mais de 100 000 pessoas já visitaram o local e respetivo centro interpretativo.

Mausoléu do Palácio do Sol Kumsusan

O Palácio do Sol de Kumsusan é um edifício localizado no norte de Pyongyang, a capital da Coreia do Norte. O palácio serve como mausoléu para os corpos de Kim Il-sung e Kim Jong-il, seu filho e sucessor.

O palácio foi construído em 1976 como edifício da Assembleia Kumsusan e serviu como residência oficial do ditador Kim Il-sung. Após a sua morte, em 1994, o seu filho Kim Jong-il reformou o prédio e transformou-o num mausoléu.

Dentro do palácio está o corpo embalsamado de Kim Il-sung dentro de um sarcófago. A sua cabeça repousa sobre um travesseiro em estilo coreano e o seu corpo está coberto com a bandeira do Partido dos Trabalhadores da Coreia. Já o corpo de Kim Jong-il está exposto numa sala próxima e posicionado de forma muito similar.

Kumsusan é o maior mausoléu dedicado a um líder comunista e o único que abriga os corpos de vários líderes. Está localizado numa grande praça de aproximadamente 500 metros de diâmetro e rodeado, a norte e a leste, por um fosso.

2.6. Conclusão

A definição do conceito de Turismo Negro é relativamente recente e a mais consensual e simples é que a este tipo de turismo corresponde o ato de viajar para locais onde tenha ocorrido uma vasta perda de vidas humanas. Várias definições foram apresentadas por diversos autores, sendo que todos concordam com a primeira definição apresentada por Foley e Lennon (1996). Ao longo dos tempos, dentro do Turismo Negro têm vindo a surgir nichos, nomeadamente Turismo Prisional (Strange e Kempa, 2003), Campos de Batalha (Cooper, 2006), Zonas de Desastre (Goatcher e Brunnsden, 2011), Campos de Concentração (Ashworth, 2002), locais de morte de celebridades (Blom, 2000) e associados à escravidão (Dann e Seaton, 2001).

Das teorias existentes para a compreensão e classificação dos locais de Turismo Negro, as mais usadas são as Sombras da Escuridão e o Espetro do Turismo Negro.

Atualmente, devido à divulgação mediática de todos os acontecimentos a nível global, pode-se dizer que os locais associados ao Turismo Negro têm aumentado consideravelmente; logo, existem locais onde ocorreram catástrofes recentes que podem ser visitados e de onde pode ser tirado o usufruto económico por parte dos gestores do destino ou local. Muitas vezes esses locais não apresentam estruturas turísticas para esse efeito, tornando a sua “exploração” muito mais complicada. Do ponto de vista dos moradores desses locais, a chegada de pessoas oriundas de outras regiões nem sempre é bem vista, pois teme-se que a História possa ser adulterada de modo a não parecer tão macabra.

Não esquecendo que os locais de Turismo Negro estão, na sua maioria, associados a grandes perdas de vidas humanas, é também importante referir que muitos dos seus visitantes poderão ser ou sobreviventes desses mesmos eventos ou familiares diretos de pessoas que pereceram nesses locais, daí também ser crucial entender que estas visitas poderão funcionar como uma estratégia de *coping* para muitos dos seus visitantes.

3. As motivações para a prática de Dark Tourism e o perfil dos visitantes

3.1. Introdução

Neste capítulo pretende-se analisar os diversos estudos que abordam as motivações para a prática do Turismo Negro. Sabe-se que, devido à globalização e à facilidade em ver os acontecimentos no imediato, devido às redes sociais ou *media*, o número de locais ligados ao Turismo Negro tem vindo a aumentar. Deste modo, compreender as teorias gerais de motivações turísticas, permite enquadrar as motivações para o mesmo.

Através da análise do modelo *push* e *pull*, a hierarquia das necessidades de Maslow e o modelo de TCL do Pearce (1982), foi possível passar de um plano mais geral para um plano mais específico das motivações para o objeto de estudo nesta investigação:

O capítulo conclui, ainda, com a caracterização dos locais mais significativos de Turismo Negro, espalhados pelos cinco continentes, uns com uma História mais antiga que outros.

3.2. *Teorias das motivações no turismo*

Uma revisão de literatura mais focada nas motivações turísticas revela que existe uma grande diversidade de estudos que podem ser usados para melhor entender as motivações e o consumo da viagem.

O comportamento do turista é complexo e amplamente investigado; contudo, ainda não existe um conceito universalmente aceite para a motivação do turista. Neste caso, urge compreender as motivações turísticas específicas para auxiliar, quer no planeamento de melhores serviços e produtos, quer numa aposta de comunicação de *marketing* mais eficiente e no desenvolvimento de atrações para os visitantes. Existem diversos modelos e classificações para representar diversas motivações. As diferenças entre as classificações e as motivações não são grandes. Mais atenção irá ser prestada aos diversos pontos de vista (Bowen e Clarke, 2009:88-97).

A classificação de Crompton (1979), por exemplo, sobre as motivações de viagem, possui sete níveis: fugir das rotinas diárias e dos papéis socialmente aceitáveis; relaxar; melhorar as relações com a família e aumentar as relações sociais; autoavaliação e contemplação; crescimento do status. Por seu turno, a escala da motivação lazer, desenvolvida por Beard e Raghob (1983), inclui quatro componentes - a intelectual avalia até que ponto a pessoa se encontra motivada para se envolver em atividades mentais como a aprendizagem, explorando o pensamento e o imaginário; a social inclui a necessidade de amizade, o relacionamento interpessoal e a necessidade da estima dos outros. O domínio de competência conta com as motivações para a participação em atividades que, no geral, são físicas, a fim de conquistar, desafiar e competir. A componente que representa a fuga avalia o desejo de escapar das situações de vida extremamente estimulantes. As motivações não estão universalmente presentes e algumas pessoas, por algum motivo, têm pouco ou nenhum desejo de tirar férias (Swarbrooke e Horner, 2007:54-55).

Assim, é importante perceber o porquê de as pessoas quererem viajar, perceber o que as motiva a procurar um determinado destino em prol de um outro, o que as leva a escolher uma determinada atração e não outra.

Como ponto de partida, a teoria *push-pull* preconizada por Dann (1977) e, mais recentemente, Prayag e Ryan (2011) detalhou as motivações com base no comportamento do turista na viagem. O modelo detalha como as forças externas podem ter impacto na vida das pessoas e, por conseguinte, facilitar a tomada de decisão para a viagem ocorrer. Os fatores *push* levam a que os consumidores selecionem um destino ou um produto em prol do outro assim que a decisão de viajar seja tomada. Consequentemente, os fatores *pull* estão relacionados com as características e atributos associados ao destino.

Tanto os fatores *pull* e *push* têm um papel importante ao facilitarem o processo da viagem, embora isso ocorra em diferentes pontos no tempo. Dann (1981) e mais recentemente Pesonen *et al* (2011) detalham a noção de *push* e *pull* e comentam que, assim que a decisão de viajar seja tomada, a etapa seguinte deve estar relacionada com as atividades a realizar concretamente no destino escolhido. Embora estes dois fatores sejam muitas vezes estudados em separado, estudos que têm vindo a ser elaborados mais recentemente apontam para que não seja esse o caso. Por exemplo Cha *et al* (1995) apontam para a noção que os indivíduos são impulsionados (*push*) a viajar e, ao mesmo tempo, atraídos (*pull*) pelas forças externas associadas ao destino. Ao analisar os fatores de um modo mais individual, é notório que indivíduos de diferentes proveniências demográficas irão ter diferentes motivações *push* e *pull* para visitar um destino específico.

Nos níveis do *push*, Dann (1977) introduz a noção de anomia e de aumento do ego, na qual os dois fatores facilitam a criação de um ambiente de fantasia que o turista visita periodicamente. Neste ambiente, a anomia relaciona-se com a mudança no ambiente social em que as regras associadas à ordem são limitadas e a ilegalidade é crescente. As características do nosso dia-a-dia criam fatores *push* onde o desejo e a necessidade de fuga do isolamento e da angústia da vida quotidiana resultam em forçar o indivíduo a procurar um local de descanso do normal ambiente anárquico.

A presunção de Dann (1997) de que as pessoas necessitam de encontrar uma escapatória das armadilhas da vida quotidiana ainda mantém um grau de relevância atualmente onde a guerra, a fome, o crime, a violência e a insurreição impactam na vida diária e facilitam a necessidade de fuga. Isto leva a que os indivíduos procurem um local onde se sintam livres do seu ambiente normal, sendo impulsionados pela noção de anomia. Ao analisar a noção do aumento do ego, Dann (1977) detalha a forma como atua como um fator *push* e como se encontra associado à necessidade humana de ser reconhecido e de se sentir superior. Neste cenário, a viagem é usada como um mecanismo de promoção social; assim, não é só o visitante que tem acesso aos locais onde o seu *status* social é desconhecido, podendo deste modo sentir-se superior. Ao regressar

da viagem, o visitante poderá demonstrar a sua experiência o que, em retorno, irá estimular o seu ego (Dann, 2012).

Todos os estudos associados à teoria dos fatores *push* e *pull* na sua maioria sugerem estar relacionados com os fatores *pull*. Por exemplo, a investigação de Hobson e Josian (1992) debruçou-se sobre as motivações dos estudantes na escolha de destinos para as férias. A maioria das respostas estavam relacionadas com a influência dos amigos ou dos restantes estudantes que iriam para um determinado destino; outras razões estavam relacionadas com fatores *pull* como o tempo, as instalações e o preço. Um outro estudo, desta vez desenvolvido por Butts *et al.* (1996) demonstrou que a escolha do destino por parte dos estudantes estava relacionada com fatores *pull* como o alojamento, as atividades noturnas e o preço, os quais tiveram um papel importante nesta escolha. O mesmo ocorreu num estudo feito, mais tarde, por Van der Merwe *et al* (2011).

Para perceber o que são as motivações é essencial identificar quais as necessidades do ser humano e encontrar um modo de as preencher. Em Maslow(1943) introduziu-se a denominada hierarquia das necessidades, conhecida por muitos como a impulsionadora de todas as teorias sobre as motivações que daí advieram. Embora tenha sido desenvolvida, no início, com o intuito de realizar estudos clínicos na área da psicologia, ela tem vindo a ser usada por outras áreas como o Marketing, Consultoria e Turismo (Hudson, 1999).

A Teoria das Motivações de Maslow (1970) contém uma hierarquia de necessidades. Começando pelos patamares inferiores, onde se situam as necessidades mais básicas e objetivos de autoatualização, o autor propõe que, se nenhuma das necessidades na hierarquia for satisfeita, então o patamar mais baixo das necessidades iria dominar o comportamento. Contudo, se as mesmas forem preenchidas e estando elas satisfeitas, o individuo iria ficar motivado para tentar suprir as necessidades do próximo nível da hierarquia. (Cooper *et al.*, 2008:45).

Ao descrever a ordem cronológica por patamares, é possível encontrar dois grandes blocos, considerando-se a existência de necessidades primárias e secundárias. Assim, do primeiro fazem parte as necessidades fisiológicas, implicando a sobrevivência do individuo, como por exemplo a necessidade de se alimentar, de beber, de ter abrigo e a manutenção da homeostasia. Segue-se o que implica a necessidade de segurança, de estabilidade, ordem, proteção e estrutura.

Passando-se para as necessidades secundárias encontramos as que se relacionam com as necessidades de amor e de pertença, tais como as sociais e de afeto, o sentido de comunidade, situando-se no terceiro lugar do triângulo. Em quarto vêm as necessidades de apreço que se subdividem numa outra hierarquia: a posição mais baixa envolve o respeito pelos outros e o respeito mais elevado, competência, independência, conquista e aperfeiçoamento. As necessidades do cume do triângulo são denominadas por autoatualização (Ryan, 2002:28-29).

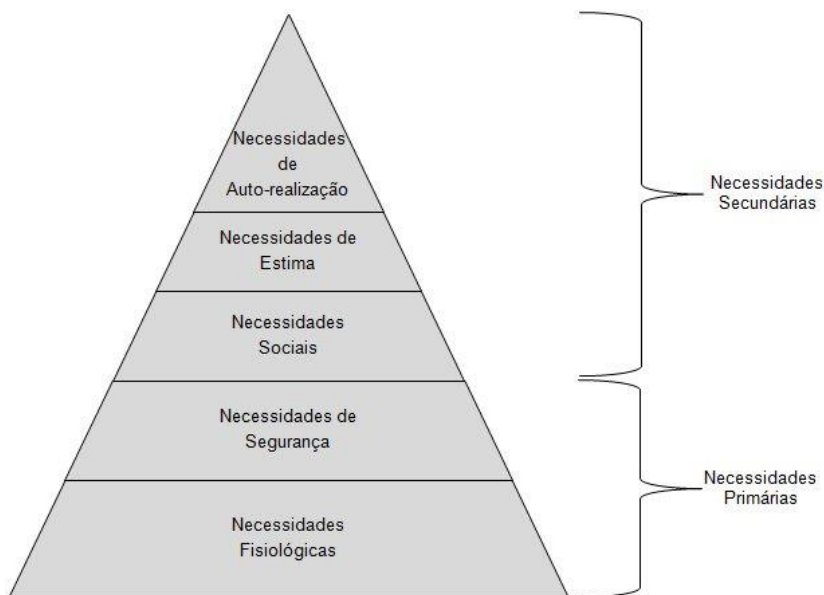


Figura 3: Hierarquia das Necessidades de Maslow (1954)

Analisando a teoria de Maslow para as motivações, conclui-se que a mesma dá ênfase à existência humana, à natureza da humanidade e que as necessidades humanas são inatas. A hierarquia vê a atividade humana como uma ação predeterminada, compreensível e previsível. Embora este modelo seja muitas vezes usado no Turismo, de acordo com outros autores apresenta, contudo, algumas falhas que ainda não foram corrigidas. Por outro lado, esta teoria tem vindo a ser criticada por ainda não ter sido objeto de uma observação clínica ou experiência. Diversas questões têm vindo a ser levantadas sobre a falta de argumentos para seleccionar e categorizar as cinco necessidades básicas - sabe-se que só a partir do momento em que um dos patamares está completo é que o ser humano tem condições para progredir para o patamar seguinte e assim sucessivamente até a hierarquia das necessidades estar completa.

A necessidade de viajar surge por livre arbítrio, quando não existe nenhum fator condicionante exterior, passando por diversas etapas intermediárias de opções de negociação, até à completa incerteza que uma obrigatoriedade impõe. Esta vontade ou estímulo que o ser humano tem de

viajar está intimamente relacionada com as necessidades e os desejos que definem as motivações para tal.

Com base no modelo de Maslow, Pearce (1982) apresentou a ideia de que a motivação de um indivíduo para viajar muda com a experiência de viagem do mesmo indivíduo. De acordo com esta estrutura - a *travel career ladder* (TCL) - as necessidades ou motivações dos viajantes são organizadas em hierarquias e, quando os turistas se tornam mais experientes, procuram a satisfação das necessidades de nível superior. Muitas pessoas têm padrões motivacionais de viagens previsíveis, mas algumas podem saltar diretamente para um nível superior ou permanecer num determinado degrau (Hsu e Huang 2008, 16-17).

Quem vai de férias pela primeira vez pode escolher um pacote turístico organizado pelos operadores, mas, alguns anos mais tarde, esse mesmo turista pode organizar toda a viagem de forma independente - as mudanças das motivações ocorrem de acordo com a expectativa de vida e o desenvolvimento pessoal das experiências de férias (Bowen e Clark 2009, 35).

Bowen e Clark (2009, 142) observam que atualmente a TCL poderia ser denominada de elevador de carreira do turista, uma vez que a sociedade contemporânea permite que se experiencie mais, de uma forma mais rápida e com menos risco e esforço. Certo é que a TCL é criticada uma vez que não há evidências empíricas fortes que apoiem a estrutura (Hsu e Huang 2008, 16-17). A figura 4 é a representação do modelo TCL.

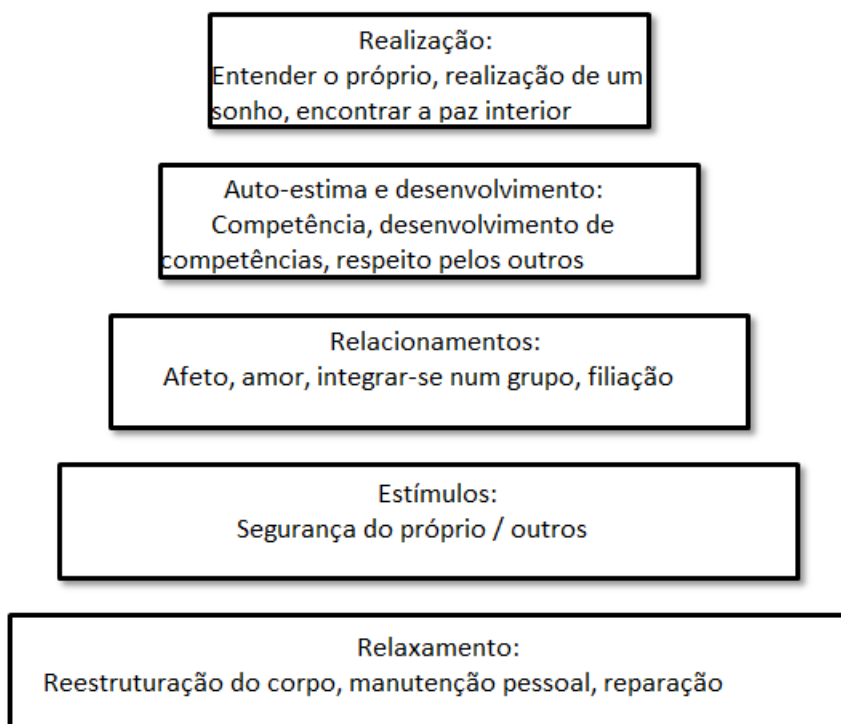


Figura 4: Travel career ladder. (Adaptado por Bowen e Clark 2009)

3.3. *Motivações para a prática do Turismo Negro*

A motivação geral, no Turismo, é um tópico extremamente abrangente com diversas facetas e teorias. Assim, a motivação dos turistas pode ser resumida como “o resumo de forças biológicas e socioculturais que estimula e provoca determinados comportamentos nas pessoas” (Lew *et al*, 2014:45). Deste modo, a motivação cresce através do desejo das pessoas se afastarem da sua rotina e processo do dia-a-dia. Este desejo pelo desconhecido e pouco usual é muitas vezes tido como um fator *push* no processo das motivações (Ritchie *et al.*, 2003). A motivação é o mais importante condutor para a procura turística, mas, ao mesmo tempo, é o componente mais complexo. Sem as motivações não existiria a procura, logo a motivação é um dos elementos essenciais e fundamentais no turismo. Contudo, os conhecimentos pelas motivações turísticas continuam a ser pouco claras (Sharpley, 2006). Krippendorf afirma que, na maior parte das vezes, os próprios turistas não têm a noção do que é que dá origem ao desejo de viajar, para determinados destinos; e assim sendo, não reconhecem as suas motivações. A motivação é das grandes influências que conduzem o turista. Quase todos os argumentos sobre as motivações têm como ideia principal o preenchimento das necessidades das pessoas

(Hudson, 1999). Esta necessidade mencionada é ponto de início para o comportamento do Turista. Sem ela não existiria a motivação o que, por sua vez, é a determinação do comportamento atual de viagem (Lubbe, 2003).

A este propósito acrescenta-se que o conceito *motivação* para o Turismo Negro não foi amplamente estudado visto que a investigação nesta área se encontra extremamente escassa no que diz respeito à experiência turística. Porém, o estudo dos fatores motivacionais internos foi extremamente importante para perceber o porquê de as pessoas viajarem (Cropton e McKay, 1997). Consequentemente, a combinação complexa dos fatores sociológicos e psicológicos que inspiram e empenham o Turismo Negro recebeu atenção académica (Sharpley e Stone, 2009; Ston, 2012).

A psicologia e as emoções relacionadas com a morte têm tido um foco saliente nas pesquisas sobre as Motivações no Turismo Negro (Stone, 2005). Algumas investigações sobre esta tipologia turística seguiu uma abordagem descritiva (Isaac e Cakmak, 2014) revelando um leque bastante abrangente de motivações.

Dann (1998) apresentou oito tipos de motivações relacionadas com o Turismo Negro, incluindo dançar com a morte, medo de fantasmas, novidade, nostalgia e sede de sangue. Por seu turno, Dunkley, Morgan e Westwood (2007) sugeriram doze categorias de motivações, nomeadamente: interesse especial, validação, autodescobrimento e peregrinação.

Biran *et al.* (2014) propõe apenas três classificações possíveis para o Turismo Negro: o fascínio mórbido pela morte, motivações relacionadas com a mortalidade ou a procura por lazer. Este último autor explorou, pois, conceitos adicionais. Consequentemente, a revisão de literatura sugeriu que o Turismo Negro pode abranger motivações relacionadas com vida/morte, educação e relembrança ou procura de lazer. Os estudos mais recentes de alguns autores visionaram um fascínio mórbido pela a morte, como o principal componente do Turismo Negro (Hughes, 2008; Seaton, 1996; Slade, 2003); outros autores consideraram-na como um complemento da vida e da mortalidade (Stone, 2011, 2012; Stone e Sharpley, 2008).

Outros investigadores defendem que o propósito de visitar locais de morte pode ser um esforço para fazer sentido para acontecimentos desumanos ou para estimular uma resposta emotiva forte (Podoshen, 2013).

Outros benefícios determinados pelos investigadores incluíram o preenchimento de uma obrigação, ou peregrinação, o desenvolvimento de uma identidade nacional e o desenvolvimento de memórias (Biran, Poria e Oren, 2011). A terceira categoria na investigação das motivações do Turismo Negro, procura pelo lazer, assemelha-se à investigação nas motivações hedonistas do Turismo (Biran e Poria, 2012), ou seja, fatores ligados a entretenimento, socialização, escape, relaxamento e procura por algo novo (Biran *et al.*, 2014). Embora haja um grande leque de motivos que podem explicar as motivações no local de Turismo Negro, é importante reconhecer que estas motivações são afetadas por conflitos internos que a própria experiência cria (Biran *et al.*, 2014) - as motivações encorajam os indivíduos a abordarem o local, enquanto o pensamento de evocar emoções desagradáveis resulta no escape do comportamento.

A investigação em comportamentos de escape é escassa, quando comparada com a quantidade de trabalhos de investigação relacionados com fatores motivacionais (Podoshen e Hunt 2011; Zhang *et al.*, 2016).

Projetos de investigação que abrangem fatores de-motivacionais incluem uma análise de tabus ou crenças culturais que inibe visitas a locais de morte, atrocidades e tragédia humana (Nawijn *et al.*, 2015).

Wang (2015) investigou o medo dos fantasmas, sentimentos desagradáveis e riscos enquanto Podoshen e Hunt escreveram sobre o desenvolvimento dos sentimentos de animosidade relacionados com eventos stressantes e o crescimento da necessidade para a reestruturação da equidade. Visitar um lugar associado ao Turismo Negro evoca uma abordagem interna ou uma fuga do conflito que é muito pouco entendida (Biran e Hyde, 2013).

Ryan (1995), no seu trabalho de investigação declarou que as motivações, expectativas e a satisfação do turista estão inter-relacionadas. A experiência do passado do turista de um destino em particular pode alterar as expectativas e motivações o que pode modificar a satisfação.

Eric Daams referiu que o visitante deveria pensar sobre as motivações que se encontram por detrás da visita a atrações associadas ao macabro. Se a motivação é apenas um mero desejo de entretenimento, será que aqueles que sofreram se estão a transformar em bodes expiatórios?

Segundo Tarlow (2005), o Turismo Negro tem um lado comercial, ou seja, transforma os horrores do passado em negócios do presente. Por este motivo, lojas de *souvenirs* podem ser vistas em locais onde ocorreram tragédias, as memórias dos indivíduos são substituídas por

memórias coletivas e os que vão aquele local homenagear as vítimas, tornam-se consumidores (Tarlow, 2005:52).

Por sua vez, Daams (2007) interroga quem é que está no direito de julgar as motivações dos outros, especialmente se o próprio visitante não reconhece as suas próprias motivações.

Segundo Tarlow (2005), existem quatro emoções básicas que interagem com o estado psicológico do Turista de Turismo Negro - são elas a insegurança, a gratidão, a humildade e a superioridade. Visitar uma atração relacionada com esta tipologia turística pode influenciar o surgimento de imensos sentimentos assim como pode ser visto das mais diversas maneiras. O sentimento do romantismo pode ser estimulado, quando o visitante vai a um campo de batalha e se imagina a combater por uma determinada causa. Lugares atingidos por atos bárbaros fazem com que o visitante sinta compaixão pelas vítimas e constatar quão cruel o ser humano consegue ser. Tarlow (2005) usa como exemplo desta realidade os Campos de Concentração Nazi.

Muitos locais fazem parte da identidade nacional o que pode fazer com que o visitante sinta orgulho no *nós* que sobreviveu ao *eles*. Optar por visitar um local com importância pessoal ou social pode dar um significado de peregrinação. Visitar um local atingido pela tragédia pode aumentar a sensação do misticismo, especialmente quando existe uma ligação entre o visitante e a vítima. Quanto mais próxima for a relação entre estes dois lados mais forte será a experiência. Maior que uma experiência mística é o sentido de espiritualidade que é baseado mais no senso comum de humanidade do que na ligação com o local (Tarlow, 2005:54-57).

Segundo Moutinho (2000:49), existe uma nova geração de viajantes a emergir. Em vez de um turista, o viajante tornou-se num investigador. As motivações incluem encontrar-se a si próprio, de forma livre e espontânea; conhecer as diferentes culturas e a aura psicológica da área ou do país que visita; assim como a fauna e a flora. O investigador tem a necessidade de explorar, envolver-se em atividades excitantes e até arriscadas, para alimentar a necessidade relacionada com o conhecimento e a curiosidade

As pessoas que experienciam um menor estímulo nas suas vidas do que desejam têm tendência a procurar por esse estímulo nas férias, a invés daquelas que, sendo extremamente estimuladas, procuram tranquilidade e paz. A isto dá-se o nome de excitação ótima – encontrar o nível ideal entre os estímulos do dia-a-dia e os estímulos que ocorrem durante as férias (Hsu e Huang, 2007:22). Pode ser que a visita às atrações associadas ao Turismo Negro aumente a excitação ao providenciar aspetos educativos e emocionais. Visitar, por exemplo, o Museu e o Memorial de Auschwitz-Birkenau pode diminuir o desejo pelo conhecimento e curiosidade, ao mesmo tempo que dá a oportunidade de explorar a História do local e refletir sobre o passado.

Segundo Tarlow (2005:53), baseando-se no Modelo de Plog, a pessoa que procura Turismo de Nostalgia torna-se mais provável que se encontre no grupo dos viajantes psicocêntricos dependentes. Para o local ser atrativo para viajantes aventureiros a História do local deve ser apresentada com uma mistura de aventura e atividade física com emoções sentimentais. O autor sublinha, ainda, que isto não implica que os viajantes aventureiros iriam ignorar os locais associados ao Turismo Negro – a nostalgia consegue tocar todos os indivíduos ao longo do *continuum* de Plog.

Tarlow (2005) relembra qual a importância do efeito que os *media* têm nos visitantes: programas de televisão, filmes e a *internet* conseguem definir e selecionar o Turismo Negro moderno, com o qual as pessoas passam os seus tempos livres ao invés de terem que viajar para longe do seu local de conforto. Na sociedade contemporânea é possível alguém preocupar-se com acontecimentos distantes através do *output* dos *media* - o ser humano preocupa-se, sofre, e, por estes motivos, visita locais de Turismo Negro. Por outro lado, ao serem cidadãos de outro tempo e lugar, torna as pessoas visitantes em vez de participantes (Tarlow, 2005:57).

O ser humano decide quando pode ou não ver um determinado canal de televisão e quando pode ou não desligar a televisão se assim o pretender. Ao mesmo tempo que os turistas visitam locais associados ao Turismo Negro – existe sempre a opção de sair ou de deixar de ouvir.

Uma melhor forma de definir o modo contemporâneo de consumir o Turismo Negro é apresentado por Sartori (1998) - a expressão consiste no seguinte “Nós chegamos, nós vimos, nós partimos.”

Atualmente, porém, o Turismo Negro é manifestado sob diversas formas e divisões. Isto inclui: o Turismo de Holocausto (Tunbridge e Ashworth, 1996; Lennon e Foley, 2000), o Turismo de Campo de Batalha (Henderson, 2000), os cemitérios (Seaton, 2002), a herança-escravatura (Dann e Seaton, 2001), os locais onde morreram celebridades (Alderman, 2002) e o turismo de prisão (Strange e Kempa, 2003). Contudo, apenas recentemente o Turismo Negro, em todas as suas manifestações e diversas sombras, se tornou muito mais abrangente e muito mais popular. Contudo, mantém-se incerto se a proliferação do Turismo Negro pode levar ao aumento da oferta das atrações e dos locais ou quando é que os consumidores são cada vez mais exigentes pelo macabro, inspirados pelos *media*, uma vez que a morte como atração turística é uma característica do panorama contemporâneo.

A essência da experiência turística do “Espaço Morto” é a sua “narração” e isto é uma consequência da motivação. Dependendo se a motivação é educacional, religiosa ou relacionada com o entretenimento, o turista vai interpretar o “Espaço Morto” de modo

diferente, mas vai começar a pensar sobre a morte em qualquer situação, embora o faça num grau e de modos diferentes, como se pode constatar na figura que a seguir se apresenta.

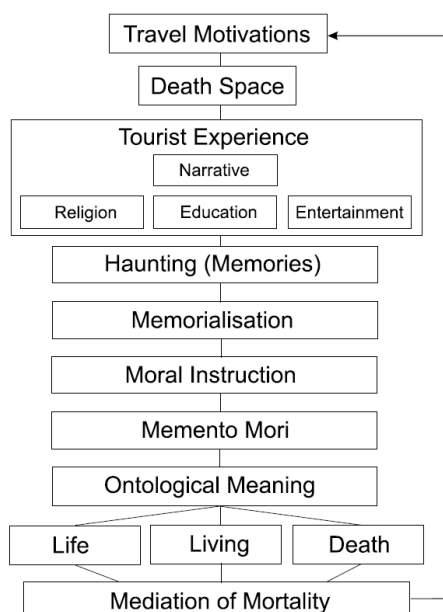


Figura 5: Consequências da Experiência Turística no "Espaço Morto"

O interesse pela morte é o resultado da oferta, do aumento do número de atrações turísticas que usam os recursos *Dark* (Lennon e Foley, 2000), do aumento pelo interesse sobre a morte e o macabro (Miles, 2002) ou por necessidades educativas? Certamente existem outras motivações, mas se for esse o caso será que as mesmas serão moralmente aceitáveis?

Lennon e Foley (2000) basearam a sua investigação na descrição do uso turístico dos campos de concentração na Polónia (Berbeka, 2012). A investigação, no âmbito do Turismo Negro, foi apresentada em diversos trabalhos descrevendo “Viagens Negras”, classificadas de acordo com o objeto do interesse turístico como “*black-spot*”, escravatura, genocídio, guerra, campos de batalha, terror, fénix e turismo de morte. Nas disciplinas que lidam com as causas e os efeitos do Turismo, o estudo do “Espaço Morto” é relativamente recente, uma vez que o trabalho que envolve a identificação de *thanatourism* e cemitérios foram conduzidos por Tanaś (2012), Stasiak e Tanaś, Buczkowska e Malchrowicz-Mośko (2012), Chylińska (2009), Grzesiak (2011), Muszel (2007), entre outros autores.

Os turistas procuram experiências diferentes daquelas que vivenciam todos os dias nas suas vidas; trata-se de consumidores que compram o produto turístico, usando os recursos do espaço geográfico e social, preparados para os próprios num modo apropriado. Os aspetos ontológicos e fenomenológicos da morte também proporcionam um aumento do interesse cognitivo.

Os organizadores do espaço Turístico usam o “Espaço de Morte” com o propósito de desenvolverem ou criarem atrações e produtos turísticos para satisfazer a procura no mercado. O “Espaço de Morte” é usado no processo educativo, como parte integrante do Turismo Histórico ou Educacional, ou a nível panorâmico.

Thanatourism torna possível reconsiderar a abordagem para com a morte, o estimular a necessidade de a contemplar (*thanatopsis*) para mudar para receio primitivo e repugnante para uma não percepção da preparação do mesmo. As atrações turísticas baseadas no fenómeno da morte podem diminuir o medo da mesma uma vez que esta é alvo de contemplação, educação, comemoração e entretenimento (Stone, 2012) - dependendo das necessidades e motivações para viajar, o turista enfrenta diversos aspetos da morte em numerosos locais e sob diversos modos.

Dunkley (2005) fez uma abordagem que tem como objetivo a compreensão da diversidade de motivações dos turistas, a saber:

- Visita a locais como cemitérios e sepulturas, com o intuito de contemplar e possivelmente ter propósitos espirituais e de retrospectiva.
- Adrenalina e busca pelo risco, para chegar a um determinado local.
- Afirmação e reconhecimento dos eventos que podem ter acontecido no local, tais como crimes, homicídios e desastres naturais.
- Coerência e necessidade do conhecimento e verdade para a atual existência para a pessoa ou lugar.
- Autodescobrimento e processo de aprendizagem.
- Necessidade para visitar locais que foram imortalizados com eventos históricos, como por exemplo um local onde ocorreu um homicídio ou importantes marcos.
- Visitar um local por conveniência, uma vez que se encontram perto do local.
- Curiosidade em conhecer os locais onde aconteceram desastres.
- Razões e propósitos religiosos.

Dunkley (2005) expressa que estas categorizações são adequadas apenas para certas atrações, propriedades e ou lugares e podem não ser classificadas apenas como as motivações para os turistas. A percepção das motivações turísticas para visitar atrações relacionadas com acontecimentos *dark* é um ato complexo. Singh (2004) foi mais longe até chegar ao ponto de comparar o conceito distinto do Turismo Negro como a aceitação de um novo planeta.

Diversos autores trabalharam anteriormente na identificação dos fatores por detrás das motivações dos turistas. Dann (1998) providenciou um número possível de influências como o medo dos fantasmas, a perseguição para distinção e/ou excentricidade ou até uma “sede de sangue” elementar.

Willis (2014) descreveu a sua experiência ao visitar locais de Turismo Negro e afirma que não foi a tristeza que surgiu ao visitar esses locais; o que emerge destas visitas é um tumulto de emoções que ninguém sabe como reagir. Contudo, todas as categorias se relacionam com locais exatos, atrações e atividades que são primariamente descritivas (Stone, 2005).

White e Frew (2013) discutiram que algumas pessoas gostam de satisfazer a sua curiosidade e fascínio com o conceito de Turismo Negro, numa definição social adequada, que dá a oportunidade de construírem o seu próprio reflexo de mortalidade. Wilson (2014) acrescentou que alguns visitantes escolhem as atrações de Turismo Negro devido a um interesse pelo macabro e entretenimento.

Segundo Craig e Thompson (2012:180), a morte ocupa um lugar central na consciência da sociedade atual. Com esta afirmação, os autores mais uma vez sublinham a realização da curiosidade e da atração pela morte, o que em alguns casos pode ser preocupante. Esta motivação é fortemente influenciada pelos *media* que levam as tragédias e o sofrimento diretamente para dentro das nossas habitações. O fascínio do público é fortemente influenciado pelos *media*. As pessoas estão habituadas a ver a morte, de forma cada vez mais violenta na televisão ou nos jornais, elevando o seu interesse, assim como a ânsia pela violência, morte e pelo macabro, que aumentou, consideravelmente, nestes últimos anos.

Até hoje, o que leva a que haja uma interação com o Turismo Negro “varia de uma simples curiosidade mórbida ou uma indulgência maliciosa com o sofrimento de terceiros, através da alegria (Seaton e Lennon, 2004), para um coletivo sentido de identidade ou sobrevivência” à face de disrupções violentas de rotinas coletivas de vida.

Robison *et al.* (2011) dizem que ninguém volta dos mortos para contar como é a vida por lá. Assim sendo, o desejo de estar próximo de locais onde ocorreram mortes pode estar relacionado com o medo do desconhecido e o desejo de ganhar experiência. Nesta perspetiva, Sather-Wagstaff (2003) declarou que a *thanatopsis* não é apenas sobre a ânsia de conseguir o toque com a morte e os mortos, mas é mais sobre o processo de chegar a um ponto em que se aceita a “morte como parte do ciclo da vida”.

Seaton (1996) sugere que o *thanatourism* seja a “dimensão da viagem *thanatopsis*, estabelecida como “viagem para um local completa ou parcialmente motivado pelo desejo de encontros com a morte, mas não exclusiva ou particularmente ligada a mortes violentas (Seaton 1996:240). Acrescenta, ainda, que o *thanatourism* é um paradoxo do comportamento humano, o que se define pelas motivações dos turistas. Adicionalmente, declara que a “intensidade do continuum” existe, de acordo com as diferentes razões para procurar um lugar e um grau do qual o fascínio dos turistas pela morte em geral ou relacionada com um indivíduo (Stone e Sharpley, 2008).

Embora Seaton (1999) reconheça que não só os casos de morte poderiam ser a única motivação para visitar determinados locais, persiste na ideia que todas as atividades, mencionadas

anteriormente, são parte integrante do *thanatourism* e o turismo é essencialmente compelido pela vontade e desejo de confrontar a morte.

Ashworth (2004) introduziu quatro argumentos diferentes que colocam o Turismo Negro num contexto familiar. O primeiro argumento lida com a curiosidade das pessoas, o que é um dos maiores condutores dos seres humanos. É ativado pela sensação de incerteza e o cérebro humano procura satisfazer esta necessidade - os turistas são fascinados pelo que é fora do comum, desconhecido e único, pelo que leva à conclusão de que pelo menos uma parte do interesse pelas atrações do Turismo Negro vem das mesmas motivações que levam as pessoas a reconhecer e a relembrar o excepcional. O excepcional e o fora do comum aumenta e satisfaz a curiosidade, o que não é incomum para o turista, mas devido às restrições de vida a sensação não é sentida com frequência. A curiosidade aparece em eventos como acidentes ou cenários de desastres naturais onde alguns podem considerar que é impróprio parar e olhar.

O segundo argumento de Ashworth (2004) é a identidade do argumento. O Turismo Negro pode ser muitas vezes relacionado com o Turismo de Herança, uma vez que muitas das atrações do Turismo Negro têm décadas ou séculos de História. Logo, têm um significado considerável, para além do acontecimento trágico que lá ocorreu. O Turismo de Herança é muitas vezes conhecido como Turismo de Raízes, o que implica que os turistas procurem encontrar o seu passado, tentem perceber-se a eles próprios e à sua história, encontrando uma peça da sua vida passada. Ashworth (2004) designa isto como a necessidade de autoconhecimento e autoidentidade e afirma que, uma vez que a *“história tem sido desagradável para muitos outros, não é surpreendente que tal procura quase inexplicável revele atrocidades com as quais o investigador se possa identificar (...)”*.

O que conduz a esta autoidentificação pode ser a natureza espiritual ou reflexiva, o que pode incluir a peregrinação para “dar os sentimentos” àqueles de quem o visitante se julga próximo. O terceiro argumento diz respeito aos comentários de horror que vêm à superfície. Ashworth realça e declara, aqui, que este argumento pode parecer menos aceitável, uma vez que implica que algumas pessoas podem ser atraídas e fascinadas por incidentes horrorosos. O facto de se entreterem com o sofrimento e tragédia é revoltante para muitos. Não obstante, o turismo de horror não é um acontecimento novo.

A ligação entre representações de violência e entretenimento pode ser um extremo de um modo mais comum e socialmente aceitável para a tragédia. A licitação intencional dos sentimentos de encantamento e medo por contacto *voyeuristic*, com a tragédia, não é só um produto

predominante de muitas atrações turísticas, mas também está presente em trabalho de investigação, *folktales*, arte e, mais tarde, em arte cinematográfica.

Assim sendo, a relação entre turista e atração de Turismo Negro pode ser vista como entretenimento para o turista se dirigir aos *media* referenciados anteriormente. Não devem ser colocados de parte as experiências emocionais que o visitante pode experimentar, por estar envolvido em atividades de Turismo Negro, pois também pode ser um contraste com o que acontece no dia-a-dia. Pode oferecer uma pequena escapatória e os turistas podem encontrar emoções que muito raramente vêm ao seu encontro.

O quarto e último argumento é o que lida com a empatia e depende da capacidade dos visitantes se identificarem com as histórias e os acontecimentos da atração. Torna-se mais fácil aceitar e viver quando são indivíduos conhecidos e/ou personificados, do que grupos complexos e substanciais. O argumento da empatia pode ser visto como mais aceitável para mostrar atrações de horror. Mesmo assim, a diferenciação entre o interesse aceitável, empático e o *voyeurism* inaceitável é confuso e difícil de desenhar ou de comunicar pela descrição.

Uma vez que os aspetos emocionais também abrangem a faceta emocional, Tarlow (2005) introduziu quatro emoções primárias que fazem parte de “estado psicológico do turista negro” quando visitam atrações *dark* ou se envolvem em atividades *dark*. Estas emoções consistem no sentido de insegurança, de gratidão, sentimento de humildade e de superioridade. Além disso, Rojek (1997) sugeriu que as motivações para o desejo dos turistas para visitar atrações negras estão relacionadas com o sentimento de integridade cultural e social. Ambos os autores começaram então a apresentar “preocupações socioculturais, emocionais e psicológicas do consumo do Turismo Negro.” (Stone, 2005:114).

Tendo em conta as facetas deste fenómeno, que é o consumo do Turismo Negro, e com as motivações-chave do consumo dos turistas, pode-se discutir que este campo ainda não tem investigação suficiente, sendo certo que estes estudos têm que ter continuidade e trabalho recorrente.

É evidente que este é um dos objetivos de investigação desta tese - tentar encontrar o porquê das razões destes turistas interagirem e consumirem este género de atrações, locais e atividades.

Tabela 3: Resumo das Motivações para a prática do Turismo Negro

Autor / Data	Motivações
Stone (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Psicologia. • Emoções relacionadas com a morte.
Dann (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Dançar com a morte. • Medo de fantasmas. • Novidade. • Nostalgia. • Sede de Sangue.
Dunkley, Morgan e Westwood (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse especial. • Validação. • Autodescobrimento. • Peregrinação. • Entre outros.
Biran <i>et al</i> (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio mórbido pela morte. • Motivações relacionadas com a mortalidade. • Procura por lazer.
Tarlow (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Insegurança. • Gratidão. • Humildade. • Superioridade.
Moutinho (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar-se a si próprio. • Conhecer diferentes culturas. • Aura psicológica da área ou do País que visita, fauna e flora.
Ashworth (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidade das pessoas. • Identidade do argumento. • Comentários de horror . • Lidar com a empatia.
Rojek (1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionadas com o sentimento de integridade cultural e social.
Dunkley (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a locais como cemitérios e sepulturas, com o intuito de contemplar e possivelmente ter propósitos espirituais e de retrospectiva. • Adrenalina e busca pelo risco, para chegar a um determinado local.

	<ul style="list-style-type: none">• Afirmação e reconhecimento dos eventos que podem ter acontecido no local, tais como crimes, homicídios e desastres naturais.• Coerência e necessidade do conhecimento e verdade para a atual existência face à pessoa ou lugar.• Autodescobrimento e processo de aprendizagem.• Necessidade para visitar locais que foram imortalizados com eventos históricos, como por exemplo um local onde ocorreu um homicídio ou importantes marcos.• Visitar um local por conveniência, uma vez que se encontram perto do local.• Curiosidade em conhecer os locais onde aconteceram desastres.• Razões e propósitos religiosos.
--	---

3.4. Conclusão

É importante perceber o modo como a concretização de determinadas necessidades básicas leva a que o visitante prossiga para os patamares seguintes da hierarquia das necessidades de Maslow. Após estarem concretizadas, o ser humano avança para outras que o impelem a que queira viajar e conhecer novos locais e, conseqüentemente, a que surjam motivações para esse efeito. Por exemplo, a motivação que leva alguém a querer ir para o destino Albufeira (Algarve) será, na sua integridade, diferente da motivação que leva alguém a querer visitar a Capela dos Ossos, em Évora.

Após uma análise de algumas teorias mais gerais sobre as motivações no Turismo, foi possível enviesar para a definição e esclarecimento das que se relacionam mais diretamente com o Turismo Negro.

Se existem motivações específicas para visitar locais de sol e mar, locais de turismo rural ou de montanha, as motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro também serão específicas para este tipo de Turismo, como é o caso da educacional ou a de relembração.

4. Experiências Turísticas e *Dark Tourism*

4.1. Introdução

Neste subcapítulo vai ser apresentado o conceito de experiência turística a nível mais generalizado, seguindo-se a apresentação do que é a experiência turística para o Turismo Negro.

Considerou-se importante definir o que é a experiência turística, assim como a apresentação da economia das experiências, definida e defendida por Pine e Gilmore (1998).

As experiências vivenciadas em locais *dark* são, tal como as outras experiências turísticas, únicas e intransmissíveis e encontram-se muitas vezes relacionadas com a dor da perda de alguém próximo ou, no caso do WTC, com a perda de uma grande densidade populacional, em que o interesse pelo local se deve maioritariamente ao atentado e respetivas consequências, assim como ao memorial que erguido em nome das vítimas, para que os familiares e outros visitantes possam fazer o luto e prestar uma homenagem.

Os locais que atraem visitantes usam a combinação identidade visual e singularidade, numa tentativa de criar a procura pelo espaço. Estas qualidades encontram-se presentes nos locais onde a história tem um papel importante na atração dos visitantes.

4.2. *Economia das Experiências*

De acordo com Pine e Gilmore (1998), o uso dos cinco princípios do *design*, mencionados na secção anterior, não implica uma garantia para o sucesso da experiência, ninguém repeliu as leis da oferta e da procura. O crescimento da economia industrial e da economia de serviços veio com a proliferação das ofertas, bens e serviços que não existiam antes dos *designers* e *marketers* as terem criado e desenvolvido.

Pine e Gilmore (1999), despertaram o interesse entre os provedores de serviços que estavam ansiosos para diferenciarem as suas ofertas num mundo cada vez mais competitivo. Os autores fazem um trabalho eloquente em reconhecer a emergência de uma economia de experiências. Deste modo, consideram que as experiências estão englobadas na quarta oferta económica - a experiência é distinta dos serviços, assim como os serviços são dos bens materiais. Acrescentam, ainda, que os bens e os serviços já não são suficientes, uma vez que as experiências serão a base do crescimento económico no futuro.

Schmitt (1999) vai ao encontro do que foi defendido por Pine e Gilmore, quando afirma que estamos no meio de uma revolução que vai tornar os princípios e os modelos do *marketing* tradicional obsoletos, levando à substituição do tradicional por um *marketing* experiencial. Cientes desta evolução, há já vários retalhistas que optaram por incorporar a experiência como parte da sua oferta de produtos.

A experiência comercial pode ser construída geralmente através de várias ofertas feitas por empresas de lazer e entretenimento. Enquanto que estas visualizações fazem todo o sentido, proponentes da economia de experiências discutem que a visualização da experiência neste ramo constitui uma miopia do *marketing* - contestam que o reino das experiências comerciais está a movimentar-se para áreas que não se encontram associadas com a economia das experiências, como é o caso do Turismo.

Com o Turismo os que procuram momentos de adrenalina estão a movimentar-se para territórios que anteriormente eram categorizados exclusivamente como pertencentes às experiências puramente intensivas.

Segundo Kruger (2001), a palavra-chave é “Experiência” - as pessoas não querem apenas ser entretidas, querem participar, querem intervir. Criar experiências é uma boa forma dos produtores se relacionarem com os consumidores.

É aconselhável descrever as experiências de um modo que pode ser útil quer aos académicos, quer aos *marketers*. Tal representação de uma experiência é, por definição, fenomenológica uma vez que lida diretamente com os eventos ao mesmo tempo que o consumidor os vive, em vez de se focar na estrutura anatómica, processos neuro químicos ou os motivos inconscientes que denotam a saliência das experiências.

O conceito de fenomenologia, segundo Csikszentmihalyi (1990, 26), assume “que o evento mental pode ser melhor interpretado se olharmos diretamente para o mesmo enquanto a experiência decorre, em vez de ser analisado através de uma disciplina específica”.

Discute-se que para um encontro ser definido como experiência, uma ou mais das seguintes sensações deve ser apreendida pelo consumidor, a saber:

- Relevância pessoal
- Novidade
- Surpresa
- Aprendizagem
- Envolvimento

Por norma, quanto melhor for a seleção destas sensações, mais intensamente vai ser vivida a experiência. Os cinco elementos de uma experiência bem sucedida serão discutidos de imediato.

O elemento Personal Relevance (relevância pessoal) corresponde ao estado da capacidade de excitação do indivíduo, ativação e preparação para interagir numa experiência específica. A relevância pessoal vai ter um impacto direto no envolvimento com a experiência, o que aumenta a influência da pessoa no nível de envolvimento dessa mesma experiência.

Firat (1991:72) afirma que “o consumo pode ser muitas das vezes um meio para produzir uma imagem pessoal”; assim sendo, a relevância pessoal terá um impacto direto na qualidade da experiência percebida.

Segundo Arnould e Price (2000), as experiências tidas como atos autênticos ou performances autoritárias vão atingir um *ranking* elevado no critério da relevância pessoal, considerando-se que as ações autênticas estão ligadas à expressão “verdadeiro eu, a nossa existência individual, não como pode ser apresentado aos outros, mas como é na realidade, estando à parte dos papéis que são por nós representados”.

Ainda na perspectiva dos mesmos autores, as atividades que vão induzir fluxo, o pico da experiência ou o pico da performance pode ser experienciado como autêntico. As performances autoritárias representam uma busca “primitiva” em busca da união entre o próprio e a sociedade (Cohen, 1988). Autoridade eficaz preforma uma integração através dos participantes, um sentimento coletivo de pertença, de segurança e os sentimentos da comunidade desenrolam-se através da integração. Um exemplo de integração nas performances autoritárias reside na maior parte dos espectadores de desporto, visto que providenciam a relevância pessoal para milhões de consumidores em todo o Mundo.

Segundo Bianchi (1998), o consumidor é um produtor ativo da seu bem-estar e essa tal produção corresponde ao um processo criativo onde a novidade, descoberta e a surpresa são valorizados, entendendo-se aqui, como novidade, a “mudança dos estímulos das experiências anteriores”. O princípio desta noção baseia-se em encontrar pessoas que estão atentas e são atraídas por algo que é novo e diferente.

Quando se considera o elemento “novidade”, é importante denotar que não é apenas quando a entidade é recente que interessa, mas sim quando é recente para o consumidor. A investigação indica que o estímulo da novidade tem um alcance muito amplo de efeitos. Dentro de determinadas situações, os estímulos à novidade atraem respostas adversas como o *stress* e o evitamento, enquanto que outras atraem respostas mais aproximativas. Para a experiência possuir novidade e utilidade, o alcance da mesma não deve exceder a zona de abordagem do consumidor.

Nas teorias que envolvem a emoção, a surpresa tem vindo a ser descrita como uma das seis ou oito emoções básicas (Plutchik, 1980) - uma experiência vai ser considerada surpreendente se obtiver resultados que são inesperados, os quais vão fazer a diferença com as expectativas dominantes do consumidor. Assim sendo, em termos matemáticos, a surpresa está associada ao evento se classificado como relativo, em vez das probabilidades absolutas de ocorrência desse mesmo evento.

Ao desenvolver surpresas apropriadas à oferta da experiência, é importante que o provedor da experiência tenha acesso á expectativa do consumidor e orquestre essa mesma expectativa sobre a experiência.

Os investigadores concordam que, para a aprendizagem ocorrer, certos elementos básicos têm que estar presentes, nomeadamente a motivação, as pistas, a resposta e o reforço.

A motivação age como um catalisador da aprendizagem, com necessidades e objetivos que se apresentam como estímulos; as pistas são que providenciam a direção para os motivos; a

resposta encapsula a reação de um indivíduo às pistas que são apresentadas; o reforço aumenta a probabilidade de obter respostas específicas no futuro.

Segundo Schernoff, *et al.* (2003), a aprendizagem adiciona a riqueza da experiência quando se apercebe do desafio da tarefa e das *skills* que vão ser exigidas ao consumidor, quando o assunto ou a atividade é pessoalmente relevante e quando o ambiente de aprendizagem está sob o controlo de quem faculta a experiência. Quando estes fatores se encontram em sintonia, a aprendizagem leva ao envolvimento. Pine e Gilmore (1999), por seu turno, afirmam que no atual ambiente bastante competitivo, não é suficiente apenas entreter o consumidor - uma empresa deve promover o envolvimento (pode ser induzido numa experiência) interagindo com o mesmo consumidor. Ao envolver ativamente o consumidor através de *inputs* e ao providenciar com *feedback* efetivo, esse mesmo envolvimento do consumidor com a experiência pode e vai crescer.

Schernoff, *et al.* (2003) caracterizam o envolvimento como um fluxo. Discute-se que o envolvimento é baseado na culminação da concentração, interesse e satisfação, dando a entender que o envolvimento resulta, pelo menos parcialmente, da relevância pessoal e do nível de interação percebida na experiência.

4.3. *Experiência Turística*

De acordo com Pine e Gilmore (1998), é necessário criar experiências que se vendam a elas próprias, o que muitas das vezes acarreta um risco associado à adulteração da história do local. Desta forma, defendem que uma experiência acontece quando a empresa utiliza, intencionalmente, os serviços como um palco e os bens como adereços, para relacionar clientes individuais de forma a criar um evento memorável. As comodidades são fungíveis, os bens tangíveis, os serviços intangíveis e as experiências são memoráveis.

Enquanto outras ofertas económicas são externas ao consumidor/comprador, as experiências são exclusivamente pessoais existindo apenas na mente do indivíduo, que teve uma interação a nível emocional, físico, intelectual ou mesmo espiritual. Contudo, duas pessoas não conseguem vivenciar, do mesmo modo, uma experiência que lhes é apresentada, visto que cada uma varia de acordo com a interação entre o evento criado e o estado psicológico de cada indivíduo.

Atualmente o conceito de vender uma experiência de carácter lúdico encontra-se cada vez mais presente em atividades económicas distantes dos teatros e parques de diversão, uma vez que são as experiências que moldam e definem o perfil do ser humano, neste caso particular o ser humano como turista. As viagens de um modo geral, geram uma experiência positiva ou negativa. Segundo Trigo (2010 *cit in* Silva, 2019), para que haja uma experiência positiva e marcante durante a viagem, há necessidade de superar a banalidade, os aspetos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que provenha da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam a história. Caso tal não aconteça, vai soar a promessa não cumprida, a frustração, uma felicidade dúbia contaminada pela incompreensão dos paradoxos. Por outro lado, as novas tecnologias, em particular, encorajam uma nova tipologia de experiências. O crescimento do poder necessário requer cada vez mais experiências imersivas, levando a uma procura pelos bens e serviços.

As experiências não são exclusivamente para o ramo do entretenimento. Diversas empresas criam experiências onde existe o relacionamento/ligação dos clientes de um modo pessoal, memorável. Atualmente o conceito de venda de experiências ultrapassa o mundo dos teatros e parques temáticos, uma vez que são as experiências que moldam e definem o perfil do ser humano, neste caso, em particular, o ser humano como turista. As viagens de um modo geral, geram uma experiência positiva ou negativa, segundo Trigo (2010 *cit in* Silva, 2019) para que haja uma experiência positiva e marcante durante a viagem, há necessidade de superar a

banalidade, os aspetos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que provenha da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam a história. Caso tal não aconteça, vai sobrar a promessa não cumprida, a frustração, uma felicidade dúbia contaminada pela incompreensão dos paradoxos.

De acordo com Altunel e Erkut (2015), o conceito de experiência é considerado um antecedente de intenções comportamentais, sendo particular e íntima de cada pessoa e essencial para a socialização, aprendizagem, articulação profissional e satisfação pessoal. Neste caso ela deve ser vista como um acontecimento que deixa uma impressão na mente. Isto porque o conceito de experiência não pode ser confundido com o conceito de entretenimento, pois não se trata simplesmente de entreter as pessoas, nem se deve, por sua vez, confundir o conceito de “sensação”, a qual é dada ao homem somente devido à sua relação com o objeto externo. A essa mesma relação os psicólogos chamam percepção.

Segundo Panosso e Gaeta (2010 *cit in* Silva 2019), viajar é a experiência única, o modelo de uma experiência genuína e direta que transforma a pessoa que a realiza. De igual modo, para Figueiredo e Ruschmann (2004), a viagem é uma necessidade transformadora e, enquanto experiência deve ser desfrutada, uma vez que o prazer dessa experiência é pessoal, único e intransmissível.

De acordo com as alegações de diversos autores não interessa ao turista que o lhe está a ser apresentado seja algo autêntico ou uma simulação. O que importa verdadeiramente é a qualidade e a intensidade da experiência que lhe permita vivenciar momentos aprazíveis nas três fases da viagem - o antes, o durante e o depois.

Segundo Pezzi e Vianna (2015), a viagem inicia-se *a priori*, com os preparativos e a procura de informação sobre o destino e *a posteriori* quando o indivíduo regressa e relembra a viagem através de relatos, fotos e vídeos. Krippendorff (2003, p.39) defende que “... os amigos e conhecidos, os vizinhos e colegas voltam das férias e contam-nos as suas aventuras como se não existisse nada mais belo sobre a Terra.”

Também Tung e Ritchie (2011:1369) definem experiência turística como uma avaliação individual subjetiva de eventos relacionados à sua atividade turística que começa *antes* (com o início do planeamento e a preparação), continua no *durante* (período da viagem) e termina com o *depois da viagem*, incluindo tudo o que um turista passa por um destino como experiência, tendo em conta os fatores comportamento, percepção, cognição e emoções.

Segundo Gosling *et al.* (2016), deve-se pensar nas experiências em duas dimensões: uma relativa à participação do cliente, a outra ligada à ligação com aquilo que irá ser vivenciado.

Face à primeira(participação do cliente), de um lado do espectro temos a participação passiva, na qual os clientes não afetam a performance; do outro lado encontram-se os participantes com a participação ativa, na qual os clientes têm um papel fundamental na criação da performance/evento que impulsiona a experiência. Face à segunda dimensão da experiência descreve-se a ligação (ou relação ambiental) que une os clientes ao evento ou *performance*. Neste caso, de um lado do espectro da conexão teremos a absorção; do outro, imersão.

Pine e Gilmore (1998), por sua vez, dividiram as experiências em quatro categorias de acordo com o local onde se situam no espectro de duas dimensões. Os tipos de experiências que a maioria das pessoas pensa como sendo de entretenimento têm tendência a ser aquelas em que os clientes participam mais passiva do que ativamente, uma vez que a sua ligação com o evento é mais provável que seja de absorção do que de imersão. Por outro lado, os eventos educativos tendem a envolver numa participação mais ativa, mas os “clientes” ainda se encontram muito exteriorizados do evento. Quanto às experiências escapistas, estas conseguem ter um elo educativo tão forte quanto as experiências educativas ou entreter tão bem como os eventos de entretenimento, mas envolvem a imersão do cliente. Porém, se minimizarmos a participação ativa dos clientes, o evento escapista torna-se numa experiência do quarto tipo – *esthetic*, onde os clientes/participantes são emergidos na atividade/ambiente, mas têm muito pouco efeito sobre a mesma.

As experiências, assim como os bens e serviços, têm que ir ao encontro da necessidade exposta pelo cliente. Assim como os bens e serviços existentes no mercado resultam de um processo de investigação interativo, *design* e desenvolvimento, as experiências derivam de um processo de exploração, “guião” e encenação.

É expetável que o *design* de uma experiência se venha a tornar num negócio como o *design* de um produto e/ou processo o é atualmente. De facto, os princípios do *design* são parentes das práticas e resultados obtidos pelas empresas que já tinham sido avançados dentro da economia de experiência.

Tabela 4: Cinco Princípios Chave do Design das Experiências

Cinco Princípios Chave do <i>Design</i> das Experiências
Tema da Experiência
Pistas positivas de impressões harmonizadas
Eliminação de pistas negativas
Mix na <i>Memorabilia</i>
Junção de todos os cinco sentidos

(Pine e Gilmore, 1998)

Pezzi e Santos (2012) corroboram a noção de experiência como sendo um agente transformador e formativo que “se inicia com choques de dor ou prazer vividos por um sujeito que, em seguida, procura dar sentido àquilo que percebeu” - é particularmente este segundo tipo de experiência turística que envolve um contexto novo e de mudança. Contudo, segundo Schmitt (2000) a dor e o prazer não são os únicos desdobramentos que uma experiência pode provar ao sujeito, devendo-se igualmente considerar um leque de sensações, sentimentos e formas de agir e de pensar.

Pezzi e Santos (2012), diferenciam os dois tipos de experiência por meio da passividade e aceitação dos acontecimentos, chamando a primeira de “mera” experiência e a segunda de “uma” experiência havendo uma maior participação do sujeito e “não tem início nem fim facultativo, desprendido da temporalidade cronológica”. No entanto, a experiência adquirida através do conhecimento pode remeter para a participação ativa do envolvente, já que se encontra associado ao *know how* do participante e pode representar um aspeto ativo-produtivo na trajetória humana. Deste modo, não se trataria da passividade do indivíduo, mas sim da rutura com o estabelecimento de sentidos e resinificação pessoal.

Segundo Maciel (2010), existe a diferenciação do conceito da experiência com base em dois conceitos de origem alemã: *Erlebnis* e *Erfahrung*, relacionados com a continuidade e rutura da experiência. Este último, *Erfahrung*, está associado à ideia de continuidade e onde o ser humano se encontra com as mesmas coisas para caracterizar a sua história de vida. Para o autor, a experiência como *Erfahrung* pode ser representada por uma seta longilínea, havendo um acúmulo de conhecimento por meio do contacto direto com o objeto ao longo do tempo. Já o *Erlebnis* é representado pelo autor como várias setas verticais, simbolizando ruturas e descontinuidade. Assim, *Erlebnis* iria corresponder à vivência de uma situação ou evento que qualifica a sua relação com o outro e consigo mesmo.

Segundo Cutler e Carmichael (2010), o conceito de *Erfahrung* deve ser o foco principal dos estudos relacionados com o Turismo, uma vez que está associado a uma avaliação da experiência; o conceito *Erlebnis* corresponde à experiência vivida momentaneamente. Daqui se infere que são necessários estudos empíricos para compreender se as dimensões da experiência se associam aos estudos de Turismo. Assim, pode-se aferir que a experiência é particular, mas acessível a todos dado a sua subjetividade; por conseguinte, duas pessoas não podem vivenciar a mesma experiência (Pine e Gilmore, 1998), mas podem interferir nas experiências dos outros.

Os turistas escolhem um destino consoante os atributos que consideram importantes, os quais influenciarão, de forma significativa, a formação da imagem do destino. Segundo Tan *et al.* (2014), alguns estudos têm demonstrado que embora a imagem do destino seja uma das mais fortes influências sobre o comportamento futuro, as experiências podem mudar as suas perceções após a viagem com base nas experiências no local.

A relação que se observa entre a imagem e o turista como fator que conduz à experiência, é uma relação criada, em muitos casos, por meios audiovisuais. Existem vários componentes das experiências turísticas, nomeadamente as fotografias e os vídeos desenvolvidos pelo local ou fotografado e filmado pelos turistas.

Segundo Lee, Chao e Lin (2016), tirar fotografias é uma forma dos turistas recordarem as suas experiências. Também para Figueiredo e Ruschmann (2004), o imaginário do turista parece que não se cria sem a presença de fotografias, de modo que passa a ser notório que elas compõem um dos elementos que possibilitam as experiências audiovisuais vivenciadas pelos viajantes.

Não é só deste século ou desta última década que as pessoas viajam e levam consigo as suas câmaras e fotografam a viagem de modo a poderem recordar mais tarde. As imagens invadem o nosso dia-a-dia e apresentam-se na relação entre o turista e a vida quotidiana. Pode-se dizer que a fotografia apresenta a sociedade embelezando uma realidade em movimento; a imagem possibilita *status*; e o desejo de viajar e fotografar sobrepõe-se cada vez mais ao intuito do viajante se exhibir e exhibir também o destino no qual está.

Dada a importância que as imagens têm, a fotografia tem sido uma ferramenta de expressão artística, retratando a relação entre turista, imagem e imaginário do destino visitado ou que se pretende visitar, visto que compõe o recorte paisagístico do mundo e fornece aos indivíduos ideias subjetivas para que possam atribuir significados ao local

Segundo Gomes (2007), a imagem fotográfica pode provocar novas percepções, produzir uma subjetividade inerente ao ato de olhar de quem se encontra a contemplar e, ao mesmo tempo, a imortalizar o acontecimento e o espaço captados, objetivando aquele momento e contextualizando-o com outros reportórios. De acordo com este ponto de vista, a fotografia é um dos elementos que compõe a construção da imagem de um determinado local.

O Turismo inseriu-se nessa relação não apenas pelo seu carácter cultural, mas também social, visto que se trata de uma das atividades que está ligada à evolução tecnológica, principalmente no que diz respeito às redes sociais, onde a partilha de imagens é uma constante.

Segundo Bezerra (2013), a imagem é como uma peça de um quebra-cabeças, possibilitando a imaginação do indivíduo, e é a partir dela que se tem um contato visual do local que pode ou não influenciar a sua visita. Consequentemente, as pessoas procuram entender e conhecer o local por meio das imagens que são disponibilizadas por diferentes canais de divulgação presentes no mundo contemporâneo.

Lembranças e imagens vão-se misturando e dando forma ao local e despertando ânsias e desejos de quem pretende visitar o mesmo. Para Debord (2003), o local depende das superfícies e aparências que são criadas pelo indivíduo por intermédio das relações sociais. Assim sendo, a vida quotidiana vai ganhando forma, os viajantes vão construindo a imagem de um local criando, deste modo, a identidade do mesmo, uma vez que elas configuram as informações do local. É neste momento que a relação entre imagem e viajante é encontrada.

Esta relação encontra-se conectada pela atividade turística que, para ser compreendida, torna-se crucial ser entendida na sua ligação com o imaginário.

Relativamente a este último ponto, segundo Gastal (2005) o imaginário corresponde a um sonho que se torna real, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos; corresponde a um motor que produz força no início da sua jornada, fornece o rumo da viagem de imaginações do viajante e proporciona a procura de conhecimento sobre o local para onde se pretende viajar. A este propósito, Salazar (2012) defende que o imaginário é uma reunião de representações sociais que interagem com a imaginação pessoal do indivíduo, encontrando-se dos dois lados da balança: quer como produtor de significados, quer como produto dessa mesma função. Para Silva (2006), o imaginário é uma distorção involuntária do que foi vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal - diferente do imaginado (projeção fictícia que poderá tornar-se real), o imaginário emana do real, estrutura-se como ideia e retorna ao real como elemento propulsor.

Gastal e Castrogiovanni (2003) afirmam que as pessoas não viajam para conhecer os lugares, mas para confirmar o imaginário que se tem do mesmo. O indivíduo, ao falar do local da sua

viagem, concretiza a ideia de que todo o imaginário é real e vice-versa, pois segundo Bezerra (2013), o ser humano crê e apega-se às imaginações, como uma maneira de ter um contacto mesmo que imaginário do mundo real, vislumbrando o contacto inicial com o destino final. É desta maneira que opera o imaginário do ser humano e é desta forma que se justapõe ao turismo. Segundo Barbas e Graburn (2012), o “imaginário dos lugares, dos destinos das viagens é produzido e consumido por diversas populações em todo o mundo, notoriamente por meio de papéis crescentes dos *media* e das oportunidades de viajar”. Esses fatores, influenciados pelos avanços tecnológicos, permitem a realização da atividade turística que desperta o desejo no ser humano para procurar locais que ainda não tenham sido visitados, reconhecidos como autênticos e que possibilitem transmitir ao viajante uma experiência única, permitindo a fuga ao cotidiano.

Segundo Uriely (2005), a noção atual da experiência turística como um fenómeno complexo é acompanhada da ideia de que a atenção é deslocada a partir dos objetos exibidos para o turista, criando percepções subjetivas de significados como determinantes da experiência vivenciada. Deste modo, ocorrem as relações complexas da atividade turística e a sociedade da imagem atrela-se ao Turismo, despertando no consumidor o imaginário dos locais e sensações que podem ser obtidas a partir das imagens. Aliás, são estas que estão diretamente relacionadas com as viagens ligando-se a ações capturadas no espaço e no tempo que trazem lembranças, desejos e anseios, adquirindo valores subjetivos para determinar se a imagem de um determinado lugar é melhor, mais atraente ou até mesmo mais desejada. Consequentemente, gera-se o formato de uma imagem de lugares a partir de um imaginário que, sendo outrora individual, passa para um imaginário grupal, caracterizando desta forma o local visitado.

Conclui-se, assim, que o imaginário está direcionado para a realidade, encontrando-se profundamente enraizado nas experiências do indivíduo face ao local que visita. Cada lugar desperta sensações e cria experiências diferentes de outros anteriormente visitados e assim sucessivamente; e, mesmo que se volte a visitar o mesmo destino, as sensações e as experiências nunca serão as mesmas.

4.4. Experiências no Dark Tourism

Os locais que atraem visitantes usam a combinação da identidade visual e a singularidade numa tentativa de criar procura (Human, 2009). Estas qualidades encontram-se presentes em espaços onde a História tem um papel importante na atração de visitantes. A imagem e a identidade do lugar são fatores chave que muitas das vezes são maiores e mais significativos do que o lugar em si (Zimmerbauer, 2011).

Durrell (1969:24) afirma que "o determinante importante de qualquer cultura é, afinal, o espírito do lugar", demonstrando como o lugar e as suas características podem ter um grande impacto na subcultura mais ampla de uma localidade.

Olhando para um macro ambiente turístico mais amplo, Pearce (1982; 36) afirma que "o ambiente turístico tem grandes populações transitórias e estrutura para controlar a acessibilidade do visitante". Na verdade, pode-se notar que estes fatores apresentam alguma similitude com ambientes escuros, onde os níveis de controle e acessibilidade são evidentes.

Ryan (1991) faz referência ao desenvolvimento de sentimentos associados ao lugar e onde os apresenta num grau de partilha em comunidade. Por isso, queremos expôr quais as ações do visitante enquanto se encontra no local e quais as suas expectativas antes da visita.

Shilling e Mellor (1998) afirmam que "as experiências emocionais destes grupos sociais reunidos permitem que os indivíduos interajam com base em ideias e conceitos compartilhados".

No contexto do World Trade Center, interesses partilhados relacionam-se com a perda coletiva das vidas de todos aqueles que morreram e dos que perderam entes queridos. O espaço disponibilizado ao visitante permite um memorial tangível para todos os que pereceram na sequência do atentado, mas também fornece um fórum para o luto coletivo, um recipiente através do qual as emoções podem ser expressas.

O termo 'efervescência coletiva', conforme detalhado por Shilling e Mellor (1998; 196), funciona bem na descrição de um processo pelo qual a reunião coletiva de indivíduos, sob a égide de crenças partilhadas, permite que os membros se familiarizem com um evento trágico específico e o partilhem, debatam e discutam o evento e as suas ramificações. Assim, a reunião de tais grupos tem implicações para o indivíduo, como afirma Durkheim (2001; 302) "apenas por serem coletivas, essas cerimônias elevam o tom vital do grupo, assim ficam tranquilos, se

animam e subjetivamente é como se o rito realmente repeliu o perigo temido”. No caso do Centro de Visitantes do WTC, os indivíduos têm permissão para exibir as suas opiniões coletivas numa sala específica onde "a natureza compartilhada da opinião individual está unida" (Durkheim 2001; 88) - a verdadeira natureza do luto partilhado é aqui claramente exibida.

Durante a experiência do lugar, o visitante pode procurar estabelecer algum tipo de ligação com aqueles que encontra (Bødker e Browning 2012). No contexto do ambiente escuro, as tentativas de estabelecer relações com visitantes de pensamento semelhante podem não ser exibidas de forma tão explícita, mas certamente a necessidade de com eles interagir é uma necessidade de visita (Pearce 2011). Na verdade, para muitos, a localização do consumo apresenta oportunidades para o estabelecimento de relações, tanto com visitantes de mentalidade semelhante como possivelmente com os locais. As percepções frequentemente obtidas ao interagir com a população anfitriã podem aprimorar a visita, com fragmentos de informações, mitos urbanos, folclore e histórias normalmente não disponíveis para o visitante pedestre, sendo fornecidos ao turista mais inquisitivo. Não só as ações dos turistas são afetadas por tais conversas, como também podem ser influenciadas pela entidade geográfica. Muitas vezes, um local por si só dirige e facilita as ações do visitante - a localização geográfica, a infraestrutura, os pontos de informação, os costumes locais, as restrições legais e os fatores ambientais irão, de certo modo, informar o visitante quanto ao *modus operandi* da visita (Gelbman e Maoz, 2012).

O caso do Campo de Concentração de Auschwitz, onde as condições ambientais opressivas, quer as tangíveis (tipo de construção, torres de vigia, ferrovia, sinalização militar dos anos de 1940), quer as intangíveis (sentimento de desolação, desespero e perda de vida) podem informar e direcionar a maneira comportamental no local de visitantes.

Além disso, as restrições de tempo no local também podem ter um impacto direto sobre a maneira e as ações do turista. Nesse caso, o mais ansioso pode estar interessado em compreender, aprender e explorar totalmente os contornos do local, resultando num estado de espírito calmo e questionador. Comparando isto com as ações do turista frustrado no local, onde o acesso é limitado, a oferta de visitantes é insuficiente e o serviço percebido é ruim, certamente as características comportamentais do visitante são modificadas pelo local (Ringer, 2013).

4.5. Conclusão

Esta secção teve como objetivo apresentar as diferentes definições do conceito Experiência e de que modo este tem influência na escolha de um destino turístico.

Sabe-se que duas pessoas que escolham o mesmo local exatamente com as mesmas condições nunca irão ter a mesma experiência visto que ela é única e intransmissível.

No caso concreto do Turismo Negro o mesmo se passa - nenhum dos visitantes vivencia o mesmo.

Por fim, as fotografias que podem ou não ser autorizadas nos locais a visitar, são uma mera memória da experiência aí vivida e é ao olhar para a imagem que se consegue vivenciar novamente a experiência, mas de um modo diferente do original, visto que não se encontra no local.

Capítulo III – Metodologia Adotada

3. Introdução

Este capítulo tem como objetivo apresentar e justificar a metodologia adotada para o presente estudo, principalmente como esta contribuiu para as conclusões que deram resposta ao problema de investigação.

Para tal, são apresentadas algumas considerações de ordem teórica relativamente aos diferentes métodos e técnicas de investigação, que forneceram as orientações necessárias para a seleção da metodologia mais adequada à questão em estudo. Neste sentido, foi efetuada uma abordagem global às diferentes fases que integram o planeamento de uma investigação que, no presente estudo se iniciou com a formulação da questão de investigação, resultante da análise da literatura assente no tema.

De seguida avançou-se para um processo de revisão de literatura, orientada pela definição do problema formulado pelo autor. O passo lógico seguinte passou a ser a construção das variáveis de estudo, traduzidas em objetivos específicos gerais e específicos. Posteriormente foram alvo de estudo os diversos métodos e técnicas de investigação existentes. Tendo em conta as vantagens, desvantagens e as características de cada um deles, sendo seguida da seleção daquele que é considerado o mais adequado à natureza da investigação, a escolha recaiu sobre a utilização de métodos qualitativos e quantitativos. Enquanto que com a obtenção de dados quantitativos foi elaborado um inquérito por questionário. Em função deste instrumento, passou-se à definição e caracterização do universo de estudo em que se optou pela definição de uma amostra específica.

Por fim, apresenta-se a metodologia aplicada ao nível dos procedimentos de análise dos dados recolhidos dos questionários aplicados.

3.1. Planeamento da Investigação

Segundo Pizam (1994), o processo de planeamento de uma investigação deverá assumir sete fases sequenciais, sendo elas as seguintes:

1. Formulação do problema de investigação.
2. Revisão de literatura selecionada.
3. Definição de conceitos, variáveis e hipóteses.
4. Seleção do modelo de investigação.
5. Seleção da técnica de pesquisa.
6. Seleção do objeto de pesquisa.
7. Planeamento do processamento dos dados e análise dos mesmos.

A Formulação do problema de investigação deverá ter origem no levantamento de informação através de uma pesquisa exploratória assente na literatura e na discussão com indivíduos dotados com conhecimento sobre a temática (Dencker, 1998).

Para a presente investigação, após a seleção do tema de pesquisa, efetuou-se uma pesquisa exploratória relativa aos locais associados ao Turismo Negro. Após esta fase foi definido o problema de investigação da seguinte forma:

“Quais são as motivações subjacentes à prática de Turismo Negro?”

A Revisão de literatura estabelece-se como o processo de identificação de investigações previamente efetuadas sobre o tema em análise.

Constituindo o Turismo Negro uma área relativamente recente ao nível da investigação científica e multidisciplinar na sua natureza, é necessário analisar com rigor o conhecimento existente, de forma a indicar o estado do mesmo relativamente ao assunto em estudo (Veal, 1997).

3.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa

Pizam (1994) agrupa os métodos de pesquisa em três categorias: exploratórios, descritivos e causais, que devem ser selecionados em função dos objetivos da investigação. Os métodos são caracterizados pelo o autor da seguinte forma:

Tabela 5: Métodos de pesquisa

<i>Método Exploratório</i>	Ocorre a familiarização do investigador com as características do problema de investigação.
<i>Método Descritivo</i>	Usa-se quando o objetivo é a descrição sistemática de factos e características de um universo ou área de interesse.
<i>Método Casual</i>	Usa-se um conjunto de técnicas experimentais que demonstram a relação causa/efeito entre variáveis independentes. Apesar de ser um método negligenciado no turismo, é útil para o estudo de fenómenos sociais.

Pizam (1994)

Em função da temática e objetivos de pesquisa, o investigador pode optar pela realização de estudos quantitativos e/ou qualitativos, no âmbito do processo de recolha de informação primária. Os estudos quantitativos pressupõem a apresentação dos dados em termos numéricos, o que permite a transformação de informação relativamente complexa numa forma mais sucinta e facilmente compreensível.

O inquérito constitui o instrumento mais comum neste método, ao qual Pizam (1994:97) acrescenta algumas vantagens:

- Flexibilidade na escolha das técnicas de recolha de dados.
- Possibilidade de generalização à totalidade da população e outras populações semelhantes.
- Custo reduzido por sujeito ou unidade de análise.
- Capacidade de recolha de informação em grandes quantidades.
- Rigor nos resultados.

3.3. Método de Análise Utilizado

3.3.1. Definição do problema, dos objetivos gerais e específicos da investigação

Previamente à fase de seleção dos métodos e técnicas de investigação, o investigador deve formular um problema de pesquisa específico, que consiste numa questão que interroga a relação entre duas ou mais variáveis.

O problema de investigação surgiu de uma pesquisa baseada essencialmente na literatura existente, o que permitiu estabelecer um conjunto de bases conceptuais que originaram a pergunta de partida e orientaram a metodologia utilizada na revisão de literatura. Neste contexto, o primeiro capítulo, a introdução, permitiu-nos melhor enquadrar, em termos globais, o fenómeno do Turismo Negro, através da clarificação de conceitos relacionados com a investigação. Considerando, como objetivo principal desta dissertação, a relação com as motivações dos turistas e os destinos de Turismo Negro, foram abordadas as definições de Turismo e Turismo Negro e posteriormente apresentadas as definições do que são as motivações.

O segundo capítulo, que resultou da revisão de literatura efetuada, incide essencialmente na apresentação das diversas definições de Turismo Negro e de como este tipo de Turismo surgiu, nas respetivas motivações e quais as teorias desenvolvidas pelos diversos autores. Embora a primeira definição de Turismo Negro tenha sido apresentada por Foley e Lennon (1996), a prática de Turismo Negro ocorre desde que o ser humano começou a deslocar-se para outros pontos do mundo ou do país.

Após a formulação do problema de pesquisa e a revisão de literatura, segue-se a fase de definição das variáveis e das hipóteses da investigação, que constituem o elo de ligação entre a teoria e o estudo empírico.

As variáveis definem-se como “unidades relacionais de análise que podem assumir um qualquer número de um determinado conjunto de valores” (Black and Champion, 1976, *cit in* Brandão, 2007) e podem ser classificadas de três formas diferentes: de acordo com a relação existente entre elas, de acordo com o desenho da pesquisa e, por fim, de acordo com o seu nível de mensurabilidade. No que diz respeito às relações entre as variáveis, estas podem classificar-se como independentes, dependentes, intervenientes e de controlo.

As variáveis independentes, apesar de o serem, podem influenciar o resultado; as dependentes dependem de si, isto é, constituem o efeito das mesmas. As intervenientes, localizam-se entre a variáveis independentes e as dependentes, podendo ser designadas também como moderadoras. Por fim, as variáveis de controlo devem ser conduzidas de forma constante ou aleatória, para que os seus efeitos sejam neutralizados ou compensados.

Quanto ao nível da mensurabilidade, podem ser discretas (porque possuem um conjunto de valores finitos e/ou fixos) ou são contínuas (quando a sua medição é realizada em intervalos de valores, isto é, existe um contínuo que representa, gradualmente, uma quantidade cada vez mais elevada de uma determinada característica ou qualidade).

Nesta presente investigação, optou-se por desenvolver objetivos gerais e específicos, em prol da formulação de hipóteses. Esta situação deriva do facto de o problema de pesquisa se direccionar essencialmente para as motivações dos turistas que se dirigem a locais de Turismo Negro.

Mais recentemente, a noção dos turistas que visitam locais associados com morte e destruição tem vindo a receber uma maior atenção a nível de literatura, com aspetos ao nível das motivações que devem ser abordados e estudados nesta pesquisa. Lennon e Foley (1996, p.200) descrevem o Turismo Negro como “o fenómeno que abrange a presença e o consumo; por parte dos visitantes, de locais morte e desastre real e mercantilizado”. A identificação destes fatores que guiam a seleção destes locais e uma revisão *on-site* das experiências e o conseqüente comportamento pós-visita é importante e requer uma maior atenção. Desta forma, e tendo por base o problema de pesquisa e da revisão da literatura efetuada, foram definidos um conjunto de objetivos nesta investigação.

O principal objetivo deste estudo envolve uma melhor perceção das motivações e das atividades feitas pelos visitantes no local da visita, tendo em conta que muitos destes turistas se englobam, na sua generalidade, em dois grandes grupos - os que são potencialmente curiosos

e demonstram interesse por tudo o que esteja relacionado com morte, desastre e destruição em massa ou os que têm algum tipo de ligação, quer tenha sido vivida pessoalmente, quer seja vivida por algum familiar.

Assim sendo, pretende-se também atingir, com este estudo, um conjunto de objetivos específicos:

- a) *Analisar a literatura existente sobre o Turismo Negro, Thanatourism e Motivações Turísticas.*
- b) *Identificar as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.*
- c) *Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua história e qual a sua importância.*
- d) *Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro.*

3.3.2. *Questionário*

Após a análise de diversas técnicas para a realização da recolha de informação, a seleção recaiu sobre o questionário. O motivo desta recolha prendeu-se com a necessidade de obter uma quantidade significativa de informação substancial e com o facto de este modelo se adaptar, na totalidade, às linhas desta investigação, especialmente no que se relaciona com o facto de as variáveis e as questões a analisar serem conhecidas e estarem perfeita e detalhadamente definidas, exigindo respostas simples, objetivas, capazes de serem quantificadas e que permitam a validação das conclusões retiradas da análise dos estudos de caso.

Para a construção de um questionário, é necessário realizar um processo de avaliação do modelo a adotar, especialmente no que se relaciona com os tipos de perguntas a colocar, de escalas a aplicar e da decisão de o formulário ser preenchido pelo entrevistador ou pelo inquirido.

No início do processo de elaboração do questionário, foram avaliadas as diferenças, vantagens e limitações entre perguntas abertas e fechadas. As perguntas abertas exigem uma resposta construída pelo inquirido, enquanto que as fechadas apresentam um conjunto de alternativas fornecidas pelo autor, devendo o inquirido selecionar um ou mais opções. As tipologias apresentam um conjunto de vantagens e desvantagens.

Segundo Hill e Hill (2000 *cit in* Brandão, 2007:131), um questionário construído com perguntas fechadas é útil quando o investigador conhece bem a natureza das variáveis mais relevantes na área da investigação e quer obter informação quantitativa sobre elas. Por outro lado, a inserção de perguntas abertas apelaria a níveis de conhecimentos e recordação demasiado elevados e que poderiam não estar totalmente presentes nos indivíduos, situação perfeitamente contornável através do desenho adotado para esta técnica. Contudo, para que as questões não reduzissem a quantidade e qualidade das respostas obtidas, optou-se pela inclusão de uma opção em todas as respostas com a categoria “Outro”, onde poderiam ser registadas as opiniões dos inquiridos e algumas respostas não contempladas na listagem apresentada, transformando as perguntas abertas em perguntas mistas.

Definidas as questões a colocar, foi necessário considerar os vários tipos de escalas de medida passíveis de aplicação às questões fechadas formuladas. Os dois tipos de escalas mais frequentemente utilizadas em questionários são as escalas nominais e ordinais. As primeiras consistem num conjunto de categorias de resposta qualitativamente diferentes e mutuamente exclusivas, do tipo sim/não, masculino/feminino, etc. Estas escalas são aplicadas quando o

objetivo é o cálculo de frequências. As escalas ordinais admitem uma ordenação numérica das categorias de resposta, estabelecendo uma relação de ordem entre elas. Neste tipo de escalas, o inquirido deve atribuir um valor ou grau de importância às opções fornecidas, sendo o objetivo principal medir as suas atitudes ou opiniões (Hill e Hill, 2000).

Surgiu a necessidade de optar entre os questionários serem preenchidos pelos indivíduos ou pelo investigador. O preenchimento pelo investigador torna a técnica mais dispendiosa, especialmente em termos de tempo, mas garante respostas mais completas e precisas. Pelo contrário, se forem os indivíduos a preencher o questionário, reduzem-se os custos e o tempo, mas diminuem as taxas de resposta ou por dificuldades na interpretação das questões ou porque os indivíduos optam por não responder, o que pode enviesar os resultados (Veal, 1997 *cit in* Brandão, 2007:133).

Após uma avaliação das vantagens e desvantagens de ambos os métodos, optou-se pelo preenchimento do questionário pelo inquirido, correndo o risco de obter não respostas.

3.3.2.1. Estrutura do Questionário Aplicado

O instrumento de recolha de dados selecionada para esta investigação foi, conforme mencionado, o questionário. A forma como este se desenhou resulta dos objetivos gerais e específicos da investigação e tem como principal objetivo a recolha de informação que responda ao problema de investigação previamente formulado. Tenta-se, através das questões, recolher dados que levem a conclusões que permitam conhecer e avaliar quais as principais motivações que levam à prática do Turismo Negro.

O questionário aplicado tem no seu total 18 questões, distribuídas por três grupos distintos: o primeiro correspondente às questões de carácter sociodemográfico; o segundo ligado às questões de carácter emocional e o terceiro correspondeu a um conjunto de questões de carácter pessoal e de opinião.

No início do questionário foi elaborado um conjunto de questões que pretendem caracterizar o indivíduo em termos demográficos, profissionais e habilitações literárias. Foram também integradas questões que apuram o género, a idade, a profissão, a formação académica, o rendimento e a nacionalidade do indivíduo. O objetivo fundamental destas questões é a formação de variáveis independentes que se possam relacionar com as restantes variáveis em estudo - as variáveis dependentes.

O questionário aplicado foi elaborado de acordo com as conclusões resultantes da revisão de literatura, pelo que as questões colocadas se relacionam com os objetivos do estudo a ser elaborado.

Tabela 6: Estrutura do Questionário e relação com os objetivos da investigação

	Conteúdos do Questionário	Objetivos da Investigação
<i>Dados gerais</i>	Dados sociodemográficos, como género, idade, rendimento, habilitações literárias, entre outros.	Construção de variáveis independentes para se relacionar com as restantes variáveis dependentes
<i>Dados de carácter emocional</i>	Relação com o local. Estratégias e/ou métodos de <i> coping</i> .	Identificar as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.
<i>Dados pessoais e de opinião</i>	Visitas a locais. Motivações. Questões de opinião.	Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua história e qual a sua importância. Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro

3.3.2.2. Constituição da Amostra

Qualquer investigação científica pressupõe uma recolha de dados. Estes constituem informação na forma de observações ou medidas dos valores de uma ou mais variáveis fornecidas por um conjunto de entidades (Hill e Hill, 2000 *cit in* Brandão, 2007:138). Após a seleção das técnicas de recolha de dados, é necessário definir os elementos dos quais a informação vai ser recolhida. Uma das formas de recolher informação é estudar o universo ou população; outra metodologia consiste na recolha de informação de uma amostra representativa da mesma, isto é, selecionando um subconjunto do universo que permita estimar as suas características (Pizam, 1994). Conforme referido por Hill e Hill, “é o objetivo da investigação que define a natureza e dimensão do universo” (2000:42).

A fase seguinte à definição do universo consiste em selecionar uma amostra.

Frequentemente, nas ciências sociais, é impossível ou inviável estudar a totalidade dos casos, o que conduz à seleção de um subconjunto representativo do mesmo (Pizam, 1994). Segundo Hill e Hill (2000), para que exista uma confiança razoável de que os resultados de uma investigação possam ser extrapolados para o universo, deve optar-se por uma das seguintes opções:

- Escolher um universo com dimensão suficientemente pequena para se poder recolher dados de cada um dos casos do universo.
- Escolher uma amostra representativa do universo utilizando métodos formais de amostragem, o que é particularmente útil quando este possui uma dimensão demasiado grande, que possa impossibilitar o estudo da totalidade dos casos.

No caso desta investigação após a elaboração e aprovação do questionário, o mesmo foi lançado numa plataforma online onde um conjunto de 136 indivíduos responderam às questões. Considerando que nem todas eram de carácter obrigatório, obtiveram-se algumas não respostas ou valores omissos. O período de recolha dos dados durou aproximadamente três meses, de abril a julho de 2020, tendo-se seguido a transformação dos dados de modo a ser possível a análise estatística.

3.4. Procedimentos de Análise dos Dados

A análise dos resultados obtidos do questionário aplicado foi realizada com o auxílio do programa *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 25.0 e conduzida segundo duas vertentes. Em primeiro lugar, todas as questões foram sujeitas a uma análise descritiva. Neste âmbito, foram analisadas as frequências absolutas e relativas. Ainda no contexto foram realizados cruzamento de variáveis (*crosstabs*), de forma a apurar qual a relação entre as variáveis através dos testes de independência do qui-quadrado.

Segundo Pestana e Gageiro (2014:239), os testes paramétricos testam afirmações sobre parâmetros do universo, como é o caso das médias, variâncias, proporções e correlações. Estes testes exigem que as variáveis sejam métricas, enquanto que os não paramétricos aplicam-se a variáveis de natureza qualitativa, nominal ou ordinal.

Segundo Pestana e Gageiro (2014), os testes paramétricos baseiam-se nos valores das observações, enquanto que os não paramétricos apenas se baseiam na ordem, nas frequências ou nos sinais das observações. Estes exigem que as distribuições populacionais pertençam a determinadas famílias paramétricas, como seja a família exponencial, contrariamente aos testes não paramétricos. Estes testes são muito usados em distribuições que não sejam normais e quando as amostras têm dimensão inferior a 30.

As aplicações indevidas de um teste paramétrico em vez de um não paramétrico, leva a que o seu nível de significância α seja duvidoso e em geral superior ao valor nominal pretendido. Quando se aplica um teste não paramétrico indevidamente embora o seu nível de significância α seja correto, há uma eventual perda de potência traduzida na menor confiança em aceitar a hipótese alternativa.

3.5. Conclusão

Ao longo deste capítulo foram expostos alguns conceitos relacionados com o processo de construção de uma metodologia de investigação científica, tendo sido abordadas, em simultâneo, as opções feitas no decorrer deste estudo e as respetivas justificações, que se encontram sempre relacionadas, em primeira instância, com os objetivos gerais e específicos propostos e, em segundo lugar, com as características dos métodos e técnicas estudados e a sua adequação aos mesmos.

Deste modo foi possível esclarecer o processo que conduziu à obtenção dos resultados e posteriores conclusões que permitiram, com uma base assente em pressupostos científicos, perceber quais as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.

Até se atingir esta fase, atravessámos um processo que se iniciou com a formulação de uma questão de pesquisa pertinente para a investigação científica da área do turismo, que resulta de um conjunto de leituras e análises, ainda que superficiais, de artigos científicos e dissertações semelhantes à que se pretende concluir.

Após a definição desta questão, pudemos estabelecer um fio condutor que orientou toda a revisão bibliográfica efetuada e a posterior fase de elaboração dos objetivos (gerais e específicos) para a investigação. Sem se desviar da linha orientadora inicial, e com o auxílio dos objetivos definidos, foi possível selecionar os métodos e técnicas a aplicar ao estudo empírico.

Procedeu-se, então, à análise dos dados resultantes do questionário, os quais foram submetidos a operações estatísticas de natureza descritiva, como a análise das frequências absolutas e relativas, medidas de tendência central e de dispersão, bem como testes estatísticos mais complexos, que pretenderam analisar a relação existente entre variáveis selecionadas e as diferenças de opinião estatisticamente significativas entre os inquiridos.

Finalmente, foi objetivo deste capítulo efetuar uma avaliação crítica à metodologia selecionada, na tentativa de resumir os pontos fortes e fracos da mesma, permitindo perceber que diferentes opções se tomariam, na hipótese de se iniciar novamente esta investigação.

Capítulo IV – Análise e Interpretação dos Dados

4. Introdução

Neste capítulo irão ser analisados e interpretados os dados obtidos através dos questionários lançados aos indivíduos.

Através de uma análise descritiva dos resultados dos questionários procura-se relacionar os destinos de Turismo Negro com as motivações presentes nos visitantes desses mesmos destinos. Inicia-se a caracterização dos elementos inquiridos, nas questões relacionadas com dados pessoais e sociais. De seguida, através da caracterização dos hábitos de utilização de estatísticas do Turismo, avaliam-se as principais necessidades de informação e a identificação das necessidades de informação propriamente ditas, nomeadamente as variáveis e indicadores estatísticos prioritários para estudar a relação entre as motivações e os destinos.

Neste capítulo procurou dar-se a resposta aos objetivos desta investigação, tendo em conta que os objetivos a) e c) já tiveram a sua resposta em capítulos anteriores, nomeadamente no capítulo de revisão de literatura:

- a) *Identificar as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.*
- b) *Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro*

Por fim, pretende-se avaliar as relações existentes entre variáveis, ou seja, compreender de que forma as variáveis independentes influenciam as respostas dadas pelos inquiridos, recorrendo-se, assim, à aplicação de um conjunto de testes que permitiram retirar as conclusões apontadas.

4.1. Análise Descritiva dos Questionários Aplicados

A análise descritiva dos questionários incidu sobre a análise da distribuição de frequências absolutas e relativas das diversas variáveis.

Considerou-se, ainda no contexto da análise descritiva, estimar se as questões de escala possuíam fiabilidade, medida através da existência (ou não) de níveis satisfatórios de consistência interna, sendo que esta se define de acordo com Pestana e Gageiro *cit in* Brandão (2007:201) como “a proporção da variabilidade nas respostas que resulta de diferenças nos inquiridos. (...) as respostas diferem não porque o inquérito seja confuso e leve a diferentes interpretações, mas porque os inquiridos têm diferentes opiniões”.

4.2. Caracterização dos Elementos Inquiridos

4.2.1. Variáveis sociodemográficas

4.2.1.1. Género

Inicialmente ponderou-se lançar um questionário em locais ligados ao Turismo Negro assim que os visitantes acabassem a sua visita. Foram estabelecidos alguns contactos a solicitar a autorização para o lançamento do questionário no local, contudo devido a diversos entraves tal não foi possível. Assim optou-se pelo lançamento de um questionário numa plataforma digital, tendo-se obtido, no total, 136 respostas ao inquérito, 75% (102 inquiridos) dos quais são do sexo feminino e 25% (34 inquiridos) do masculino.

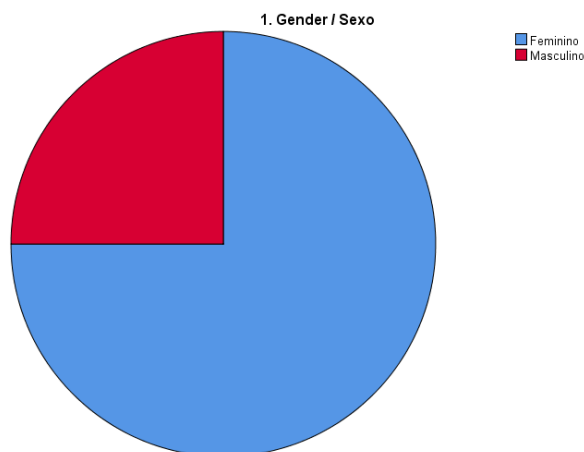


Gráfico 1: Género dos Inquiridos

4.2.1.2. Faixa Etária

Do total de inquiridos sabe-se que 50,7% (69 inquiridos) se encontram no intervalo aberto dos 18 e 30 anos; uma outra percentagem que deve ser tida em conta, corresponde aos inquiridos que se encontram na faixa etária dos 40 aos 50 anos.

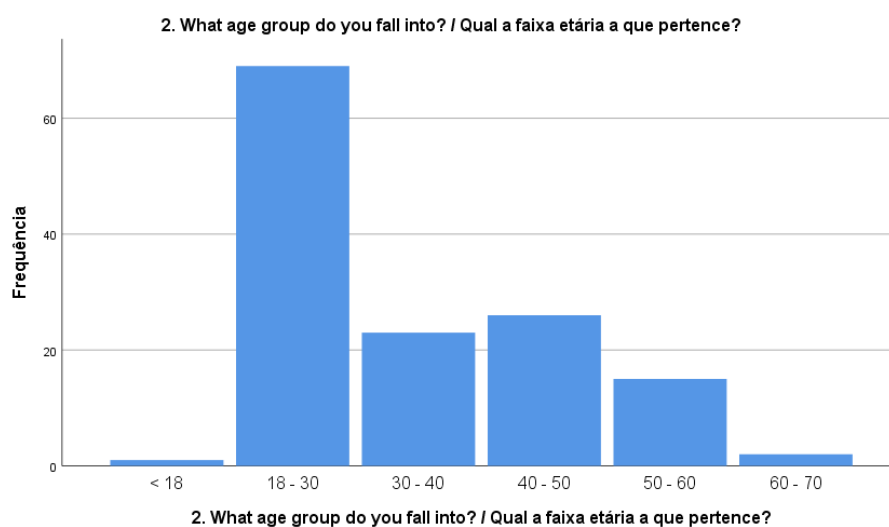


Gráfico 2: Faixa Etária dos Inquiridos

4.2.1.3. Habilitações literárias

Do total de inquiridos, quando questionados sobre as suas habilitações literárias, 43,4% (59 inquiridos) frequentaram um curso superior, licenciatura ou bacharelato; 18,4% (25 inquiridos) frequentaram o mestrado e 11,8% (16 inquiridos) concluíram um doutoramento. Uma minoria dos inquiridos 0,7% (1 inquirido) frequentou o 1º ciclo.

Importante referir que 73,6% dos inquiridos têm formação superior.

Tabela 7: Habilitações Literárias

	Frequência	Percentagem
Ensino Primário	1	0,7
Ensino Secundário	35	25,7
Licenciatura	59	43,4
Mestrado	25	18,4
Doutoramento	16	11,8
Total	136	100

73,6%

4.2.1.4. Rendimento

Relativamente ao rendimento mensal dos inquiridos, a distribuição é mais uniforme. Dos 136 inquiridos 30,1% estão com um rendimento mensal de 0 € - 500 €; 27,2% têm um rendimento entre os 500€ - 1 000€. Com um rendimento mensal superior a 2 500€, do total de inquiridos, apenas 11,8% estão abrangidos com este valor.

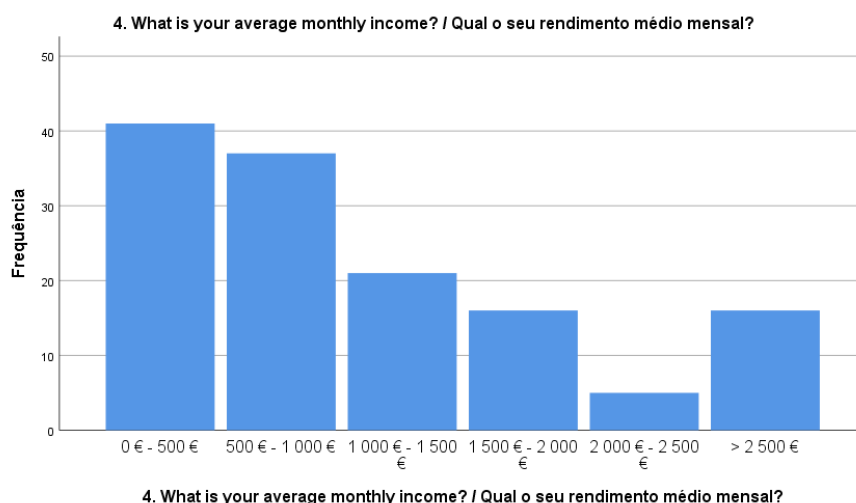


Gráfico 3: Rendimento Mensal

4.2.1.5. Situação Perante Trabalho

Até à data do lançamento do inquérito, todos os que responderam ao mesmo, na questão que se referia à sua situação perante trabalho, é de destacar que 6,6% (9 inquiridos) se encontravam na situação de desempregados. Contudo, 41,2% (56 inquiridos) encontravam-se empregados, ou por conta própria ou por conta de outrem. É de ressaltar também que 36% (49 inquiridos) são estudantes.

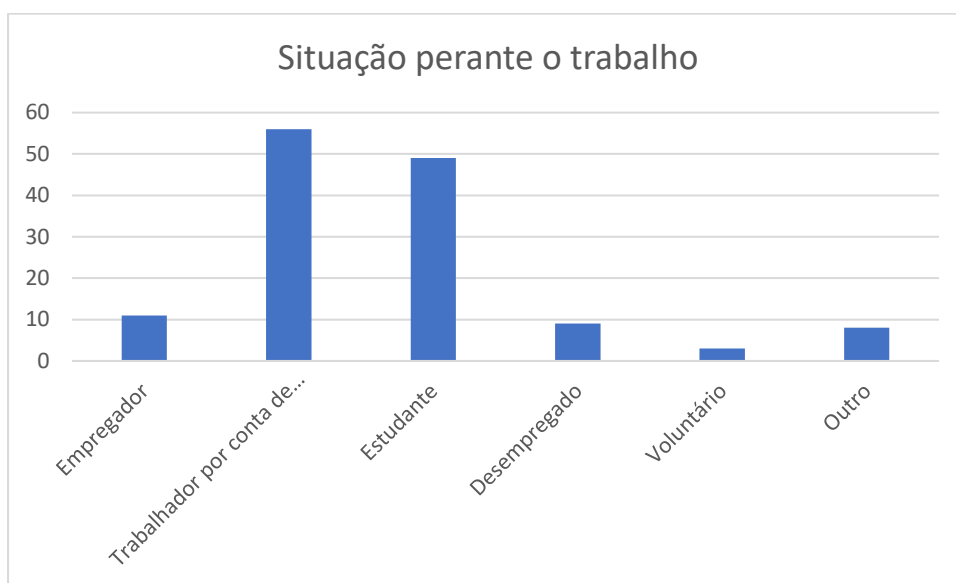


Gráfico 4: Situação perante o trabalho

4.2.1.6. Nacionalidade

Do total de inquiridos, quando questionados sobre a sua nacionalidade, na sua maioria (85,3 %) são de Portugal. Existem outras nacionalidades aqui presentes. Contudo, a portuguesa (85,3%), a brasileira (3,7%) e a dinamarquesa (2,2%) são a que têm mais peso do universo de inquiridos.

Tabela 8: Nacionalidade dos Inquiridos

	Frequência	Percentagem (%)
Portugal	116	85,3
Bolívia	1	0,7
Espanha	1	0,7
Brasil	5	3,7
País de Gales	1	0,7
Ucrânia	1	0,7
Burkina Faso	1	0,7
Venezuela	1	0,7
Índia	1	0,7
Roménia	1	0,7
Moçambique	1	0,7
Holanda	1	0,7
Lituânia	1	0,7
Alemanha	1	0,7
Dinamarca	3	2,2
Total	136	100

4.3. Perfil Sociodemográfico e motivações

Nesta secção iremos apresentar a relação entre os dados sociodemográficos e as motivações para a prática de Turismo Negro, através dos dados recolhidos pelo questionário. Iremos proceder à análise dos dados através de tabulações cruzadas entre as diversas variáveis de interesse. Cruzou-se as variáveis sociodemográficas (género, faixa etária, habilitações literárias, situação perante o trabalho e nacionalidade) com as diversas motivações para visitar os locais de Turismo Negro em estudo.

Como foi defendido por Harries (2016), os visitantes de locais de Turismo Negro procuram obter algum proveito da visita principalmente quando se encontra relacionado com um acréscimo na educação dos mesmo. Harries (2016) aponta também que muitas das vezes os visitantes têm presente duas ou mais motivações para visitar um determinado local.

De acordo com a análise dos dados recolhidos, como foi visto anteriormente sabe-se que 102 inquiridos são do sexo Feminino enquanto que 34 são do sexo masculino. Todos eles identificam-se com motivações diferentes para viajar para locais ligados ao Turismo Negro, constata-se que 47 mulheres seleccionaram a educação, 31 a relembração, 11 os artefactos e exposições. 7 a nostalgia, 6 a esperança e 34 a curiosidade. Já no caso dos homens 9 seleccionaram a motivação educação, 10 a relembração, 5 os artefactos e exposições, 5 a nostalgia, 2 a esperança e 16 a curiosidade. Estes dados encontram-se representados no gráfico seguinte.

Tabela 9: Motivações em função do Género

	Educação	Relembração	Artefactos e Exposições	Nostalgia	Esperança	Curiosidade
Feminino	47	31	11	7	6	34
Masculino	9	10	5	5	2	16

Alguns estudos apontam para que os indivíduos dos grupos mais jovens são os que mais procuram os destinos ligados ao Turismo Negro, ao estudar a relação entre as motivações subjacentes à prática do mesmo e as faixas etárias os resultados obtidos tornaram-se mais claros.

No que diz respeito à motivação educação os inquiridos que se encontravam na faixa etária de 18 -30 anos podemos contar com 21 indivíduos a seleccionarem esta motivação, seguindo-se a faixa etária de 30 – 40 com 18 e a faixa de 40 – 50 com 13. No que diz respeito à relembração temos a faixa etária dos 18 – 30 com 14 e as faixas etárias de 30 – 40 e 40 – 50 com 11 inquiridos. Nos artefactos e exposições temos 8 no intervalo de idades entre os 18 – 30, sendo seguido de 3 indivíduos na faixa etária dos 30 – 40. No que diz respeito à nostalgia temos 5 indivíduos na faixa etária dos 18 – 30, sendo seguido de 3 indivíduos na faixa etária dos 30 - 40 e 40 – 50. Outra motivação em estudo é a esperança e neste caso a constante da faixa etária dos 18 – 30 não se manteve, nesta motivação 5 inquiridos encontram-se na faixa dos 30 – 40 e 2 inquiridos na faixa dos 40 – 50. A curiosidade, outra motivação muito presente nos adeptos de Turismo Negro, foi seleccionada por 30 inquiridos na faixa etária dos 18 – 30, por 9 dos 30 – 40 e por 6 dos 50 – 60. O que foi descrito anteriormente pode ser comprovado no gráfico seguinte.

Tabela 10: Motivação em função da faixa etária

	Educação	Relembração	Artefactos e Exposições	Nostalgia	Esperança	Curiosidade
< 18	0	0	0	0	1	1
18 – 30	21	14	8	5	0	30
30 – 40	18	11	3	3	5	9
40 – 50	13	11	2	3	2	6
50 – 60	4	4	2	1	0	3
60 - 70	0	1	0	0	0	1

Nas habilitações literárias, também se considerou pertinente estudar a relação entre as mesmas e as diversas motivações para a prática de Turismo Negro. Assim quando estudada a motivação educacional, sabe-se que 9 dos inquiridos têm a escolaridade até ao ensino secundário, 26 inquiridos completaram a licenciatura e 14 têm pelo menos um mestrado, enquanto que 7 têm pelo menos um doutoramento. Na relembração, 7 inquiridos têm a escolaridade até ao ensino secundário, 23 inquiridos concluíram pelo menos uma licenciatura, 4 pelo menos um mestrado e 7 pelo menos um doutoramento. Nos artefactos e exposições 3 completaram o ensino secundário e pelo menos uma licenciatura enquanto que 4 completaram pelo menos um mestrado e 5 pelo menos um doutoramento. A nostalgia 5 inquiridos completaram pelo menos uma licenciatura e um doutoramento respetivamente, enquanto que 1 inquirido completou o ensino secundário e pelo menos um mestrado respetivamente. Quando analisada esta relação na motivação esperança, temos 2 inquiridos no ensino secundário, 4 na licenciatura, 1 no mestrado e doutoramento respetivamente. A curiosidade 16 inquiridos completaram o ensino secundário, 21 a licenciatura, 8 o mestrado e 5 o doutoramento.

Tabela 11: Motivações em função das habilitações literárias

	Educação	Relembração	Artefactos e Exposições	Nostalgia	Esperança	Curiosidade
Ensino Primário	0	0	1	0	0	0
Ensino Secundário	9	7	3	1	2	16
Licenciatura	26	23	3	5	4	21
Mestrado	14	4	4	1	1	8
Doutoramento	7	7	5	5	1	5

Na relação entre o rendimento mensal dos inquiridos (considere-se que os dados foram recolhidos durante o período do confinamento de março de 2020) e as motivações subjacentes à prática de Turismo Negro. Dos inquiridos que visitaram locais de Turismo Negro 12 fizeram-no por motivos educacionais e com um rendimento mensal até 500 €, 21 com um rendimento entre os 500 € - 1 000 €, 8 com um rendimento entre os 1 000 € - 1 500 € e 1 500 € - 2 000 € respetivamente, contudo apenas 5 têm um rendimento mensal superior a 2 500 €. O mesmo ocorre na relembração, a maior parte dos inquiridos que se identificaram com esta motivação para a prática de Turismo Negro têm um rendimento mensal entre os 500 € - 1 000 € dando um total de 15 indivíduos, no intervalo entre 1 000 € - 1 500 € temos presente cerca de 9 inquiridos. Nos artefactos e exposições 6 inquiridos têm um rendimento mensal os 500 € - 1 000 € enquanto que 4 inquiridos têm um rendimento mensal acima dos 2 500 €. Dos indivíduos que selecionaram a nostalgia como o principal motivo para visitar locais de Turismo Negro 7 têm um rendimento entre os 500 € - 1 000 € e 3 têm um rendimento entre os 1 500 € - 2 000 €. No que diz respeito à esperança, dos que se identificaram com esta motivação para visitar locais de Turismo Negro, 2 têm um rendimento entre os 500 € - 1 000 € e 3 com um rendimento entre os 1 000 € - 1 500 €. Na curiosidade, 19 têm um rendimento entre os 0 € - 500 €, 16 entre os 500 € - 1 000 €, 4 com 1 000 € - 1 500 €, 5 com 1 500 € - 2 000 €, 2 com um rendimento entre os 2 000 € - 2 500 € e 4 com um rendimento mensal superior a 2 500 €.

Tabela 12: Motivações em função de rendimento

	Educação	Relembração	Artefactos e Exposições	Nostalgia	Esperança	Curiosidade
0 € - 500 €	12	8	4	2	1	19
500 € - 1000 €	21	15	6	7	2	16
1000 € - 1500 €	8	9	2	0	3	4
1500 € - 2000 €	8	3	0	3	1	5
2000 € - 2500 €	2	0	0	0	0	2
>2500 €	5	6	4	0	1	4

No que diz respeito à relação entre a empregabilidade e as motivações, quando analisada a motivação educacional sabe-se que 6 inquiridos são empregadores, 27 são trabalhadores por conta de outrem (funcionários), 18 são estudantes, 4 encontram-se desempregados e 1 assinalou a opção *Outro*. Na relembração, 6 são empregadores, 21 são funcionários, 12 são estudantes, 2 no regime de voluntariado e 1 encontra-se na opção *Outro*. Nas exposições e artefactos, 8 são funcionários, 6 estudantes, 1 encontra-se desempregado e 1 em regime de voluntariados. Neste caso 7 inquiridos seleccionaram a opção *Outro*.

Na motivação nostalgia, 9 inquiridos são funcionários, 2 estudantes e 1 encontra-se em regime de voluntariado. Na motivação esperança, 2 inquiridos são empregadores, 5 funcionários por conta de outrem e 1 inquirido encontra-se em regime de voluntariado. No que concerne à motivação curiosidade 3 são empregadores, 17 são funcionários por conta de outrem, 23 são estudantes, 2 encontram-se desempregados, 2 encontram-se em regime de voluntariado e 3 inquiridos seleccionaram a opção *Outro*.

Tabela 13: Motivação em função da Situação Perante o Trabalho

	Educação	Relembração	Exposições e Artefactos	Nostalgia	Esperança	Curiosidade
Empregador	6	5	0	0	2	3
Funcionário por conta de outrem	27	21	8	9	5	17
Estudante	18	12	6	2	0	23
Desempregado	4	0	1	0	0	2
Voluntário	0	2	1	1	1	2
Outro	1	1	0	0	0	3

4.4. Relação com o local visitado

Quando questionados sobre a existência de algum tipo de relacionamento com alguém ou se o próprio (a) fora afetado por alguma Catástrofe Natural ou Humana, dos 136 inquiridos apenas 11% responderam afirmativamente. Os restantes 89% responderam “Não” a esse tipo de ligação.

7. Are you personally related to or connected to anyone affected by Natural or Human Catastrophes? / Está pessoalmente relacionado com alguém que tenha sido vítima de Catástrofes Naturais ou Humanas?

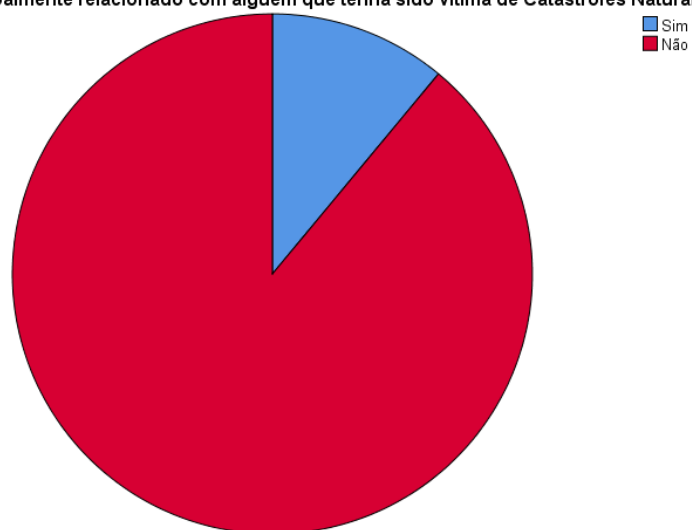


Gráfico 5: Relação com o local

4.4.1. Relação com locais associados a Catástrofes Naturais e Humanas

Se o objetivo principal desta dissertação é perceber o que motiva o indivíduo a visitar locais associados a Catástrofes Naturais e Humanas, é importante perceber também quantos é que o fizeram - porque vivenciaram esses acontecimentos ou por terem um familiar direto que foi afetado por esses mesmos acontecimentos.

Através da análise dos dados verificou-se que, dos 136 inquiridos, 1,5% (2) têm um relacionamento pessoal com o local; 5,1% (7) relacionam-se com estes locais devido a experiências vividas pelos progenitores; 5,9% (8) relacionam-se devido às experiências vividas pelos avós. De notar que do total de inquiridos, apenas 0,7% (1) está relacionado com estes locais devido ao seu cônjuge e 2,2% (3) devido às crenças religiosas.

Tabela 14: Relação com os locais associados ao Turismo Negro

	Sim (Frequência)	Sim (Porcentagem)	Não (Frequência)	Não (Porcentagem)
Próprio	2	1,5	134	98,5
Cônjuge	1	0,7	135	99,3
Pais	7	5,1	129	94,9
Avós	8	5,9	128	94,1
Irmãos	2	1,5	134	98,5
Familiares distantes	2	1,5	134	98,5
Amigos	4	2,9	132	97,1
Fé	3	2,2	133	97,8
Outro	1	0,7	135	99,3

4.5. Quais as melhores estratégias e métodos de *coping*

Como foi referido no Capítulo II – Revisão de Literatura existem diversas estratégias e métodos de *coping* - cada indivíduo escolhe o que melhor se adequa à sua personalidade e qual o método mais adequado para lidar com a dor da perda de alguém importante.

Quando os inquiridos se depararam com esta questão, as respostas à mesma foram diversificadas. Do total de inquiridos, 80,9% (110) confirmou que os amigos e os membros da família (próxima ou distante) são importantes no processo de luto (*coping*). Já 33,8% (46), confirmam que os profissionais da medicina são importantes no processo de luto; 16,9% (23) optam pelos consultores, enquanto que 16,2% (22) escolhem locais religiosos para o seu processo de luto.

Quanto aos *media* e à meditação como parte integrante do processo de *coping*, 5,1% (7) e 25% (34), respetivamente, têm estes métodos como elementos importantes do seu processo. Por outro lado, 5,9% (8) selecionam “Outros” métodos como elementos importantes desse processo.

Tabela 15: Métodos e Estratégias de Coping

	Sim (Freq)	Sim (Perc)	Não (Freq)	Não (Perc)
Amigos	110	80,9	26	19,1
Membros da família	110	80,9	26	19,1
Profissionais médicos	46	33,8	90	66,2
Consultores	23	16,9	113	83,1
Igreja	22	16,2	114	83,8
Espiritualidade	27	19,9	109	80,1
Media	7	5,1	129	94,9
Meditação	34	25	102	75
Outros	8	5,9	128	94,1

4.6. Visitas a locais associados a Catástrofes Humanas e/ou Naturais e quais os locais visitados

Como é sabido, existem diversos locais que têm uma conotação negativa devido à sua História, recente ou mais antiga, seja ela por conflitos armados e/ou homicídios ou até mesmo por catástrofes naturais

O caso do World Trade Center – Ground Zero é, muitas vezes, utilizado como exemplo de um local associado ao Turismo Negro devido ao ataque sofrido a 11 de setembro de 2001. Fala-se imenso da queda das Torres Gémeas principalmente após a construção do Memorial, mas não se esquece também o atentado que ocorreu no mesmo país e no mesmo dia junto ao Pentágono - o local onde se encontravam as Torres teve e continua a ter um maior impacto.

Estes acontecimentos não foram só nos Estados Unidos; temos casos bem recentes, quer em Portugal, quer no denominado velho continente.

Em Portugal podemos realçar a queda da ponte de Entre-os-Rios, a 4 de março de 2001, ou até mesmo o atentado ao Jornal Charlie Hebdo (França), a 7 de janeiro de 2015. Muitas vezes locais com potencial turístico negro não são aproveitados por receio de serem mal interpretados e, embora recebam visitas diárias de curiosos, não existe um usufruto económico do mesmo, por ainda existir o preconceito do aproveitamento do sofrimento do outro.

Assim sendo, foi lançada aos inquiridos a questão se tinham por hábito visitar locais associados ao Turismo Negro - 47,8% (65) responderam que “Sim”.

Tabela 16: Visitas a locais associados ao Turismo Negro

	Frequência	Percentagem
Sim	65	47,8

De seguida avançaram para a questão onde foi apresentada uma lista com diversos locais associados a catástrofes humanas e/ou naturais e se pedia que os inquiridos seleccionassem um ou mais locais que tivessem visitado.

Da listagem apresentada, os locais que não foram seleccionados foram o Memorial do JFK, o Ulucanlar Prison Museum e o Gallipoli Peninsula, os dois últimos situados na Turquia.

Do total de inquiridos, 26,1% (36) visitaram locais que não se encontravam na listagem apresentada nomeadamente: Killing Fields of Cambodia, Jerusalém, Museu de Guerra do Vietname, Memorial de Entre os Rios, entre outros locais.

Os lugares com mais visitas são o antigo Campo de Concentração Auschwitz-Birkenau, com 43,4% (59); a Capela dos Ossos, na Polónia, com 11% (15); o Ground Zero, com 9,6% (13); Pompeia, com 8,1% (11), seguido do Túnel Pont de l'Alma (Paris), com 3,7% (5); os Túneis de Cu Chi (Vietname) e Chernobyl, ambos com 2,2% (3); a Prisão de Robben Island e o Palácio de Dolmabahce, com 0,7% (1).

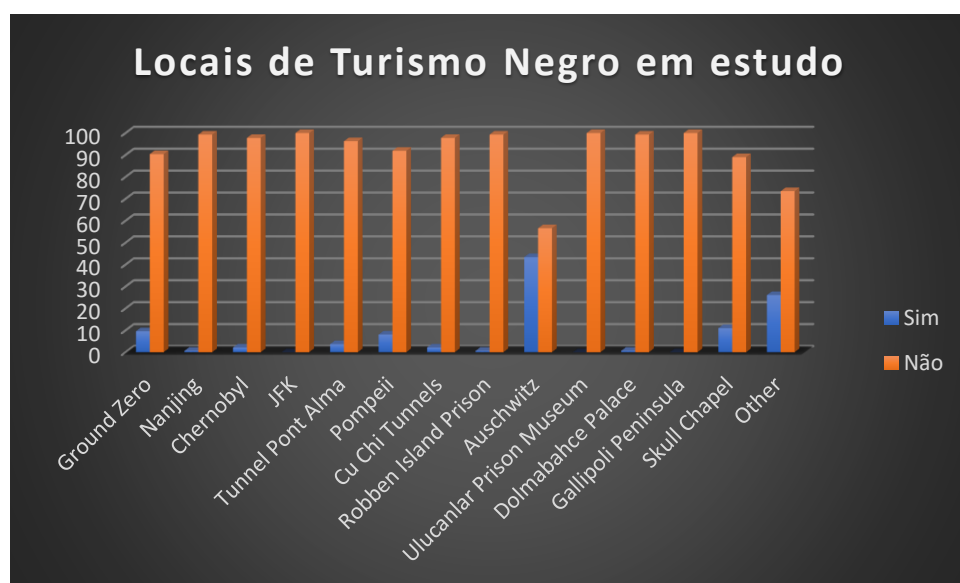


Gráfico 6: Locais de Turismo Negro em estudo

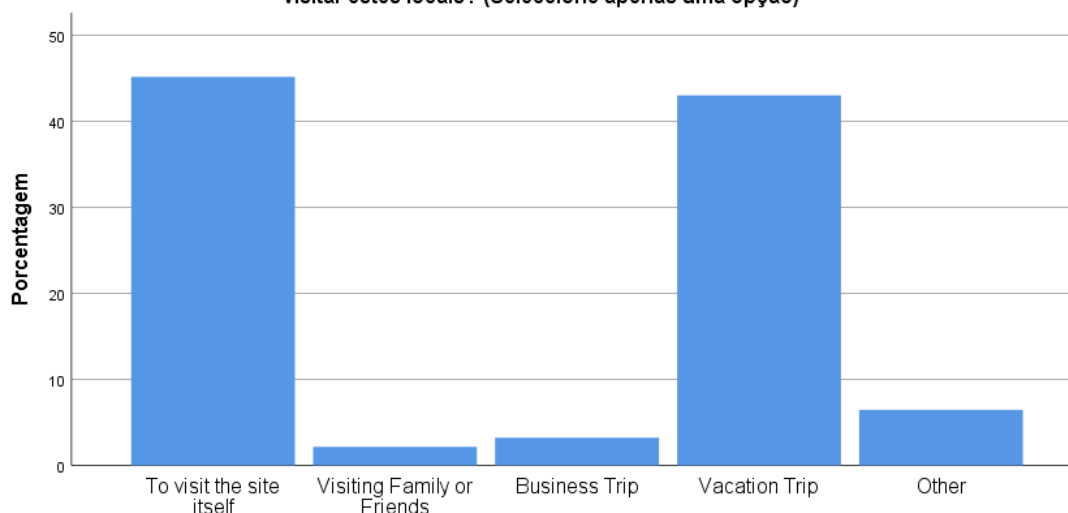
4.7. Motivações para visitar os locais associados a Catástrofes Naturais e Humanas

Posteriormente, os inquiridos eram questionados sobre a principal razão para visitar os locais associados a catástrofes humanas e ou naturais.

Nesta questão, dos 136 inquiridos (100% do universo), 43 (31,6%) apresentam respostas omissas. Note-se que esta questão não era de carácter obrigatório de resposta. Quanto aos restantes 93 inquiridos, 30,9% (42) tiveram como principal razão a visita ao local em si. No que diz respeito a viagens de lazer, 29,4% (40) escolheram essa opção como principal razão para a visita a estes locais. As viagens em negócios e a visita a familiares e amigos tem 2,2% (3) e 1,5% respetivamente; no entanto, 4,4% (6) selecionaram a opção “Outro” (no principal motivo) para visitar locais associados a catástrofes humanas e ou naturais.

Neste ponto, 30,9% dos inquiridos que responderam a esta questão, selecionaram a visita ao local como principal motivo para ir ao sítio ligado ao Turismo Negro, o que poderá ir ao encontro com o foi desenvolvido por Poria *et al* (2006:172) - muitos visitantes sentem que se trata de uma “obrigação” social as visitas a determinados locais.

12. What was your primary reason to visit such locations? (Check just one) / Qual foi o principal motivo para visitar estes locais? (Seleccione apenas uma opção)



12. What was your primary reason to visit such locations? (Check just one) / Qual foi o principal motivo para visitar estes locais? (Seleccione apenas uma opção)

Gráfico 7: Motivação para visitar os locais associados a Catástrofes Humanas e Naturais

Quando questionados sobre qual a principal motivação para visitar estes locais foram apresentadas uma série de opções sendo elas: Educação, Relembração, Artefactos e Exposições, Nostalgia, Esperança, Curiosidade.

Segundo Sharpley e Stone (2005), os visitantes de locais de Turismo Negro são muitas vezes estimulados pela procura de uma nova experiência ou uma aventura que lhes permita obter conhecimento e entendimento por algo que não o era anteriormente. Pela análise efetuada foi possível constatar que o motivo educação tem um papel importante na motivação dos diversos inquiridos na visita a locais de Turismo Negro.

Do total de inquiridos, 41,2% (56) responderam que um dos principais motivos para visitar um local associado ao Turismo Negro está relacionado com a Educação; para os restantes 58,8% (80) o mesmo não se aplica.

Ocasionalmente os locais de Turismo Negro podem ser alvo de atração para os indivíduos, devido ao facto de possibilitar a Relembração dos acontecimentos mais recentes ou mais antigos. Muitos visitantes vão aos locais para lembrar um ente querido ou um coletivo de pessoas que também ali sofreram uma tragédia. Seaton (2002) identificou a Relembração como sendo uma das motivações-chave para visitar os locais associados ao Turismo Negro, em especial campos de batalha. Segundo Thurnell-Read (2009), na investigação desenvolvida sobre o Campo de Concentração de Auschwitz, demonstra a importância da Relembração nos locais associados à morte.

Quanto à Relembração, 30,1% selecionou este como sendo o principal motivo para visitar locais de Turismo Negro. Contudo 69,9% (95) discordam.

Relativamente aos Artefactos ou Exposições que é possível encontrar nesses locais, 11,8% (16) selecionaram este como o principal motivo, enquanto que 88,2% (120) discordam.

Face à motivação Nostalgia, 8,8% (12) selecionaram este como o principal motivo para visitar os locais; contudo 91,2% (124) discordam do mesmo.

Relativamente à Esperança, 94,1% (128) não escolhem este como o principal motivo para visitar os lugares, ao invés de 8,8% (12) que selecionam esta motivação.

Quanto à Curiosidade, 36,8% (50) selecionam-no como o principal motivo ao invés dos 63,2% (86) que não o selecionam.

Tabela 17: Motivações em estudo para visitar locais de Turismo Negro

	Sim (Freq)	Sim (Perc)
Educação	56	41,2
Relembração	41	30,1
Artefactos/Exposições	16	11,8
Nostalgia	12	5,9
Esperança	50	30,6
Curiosidade	50	36,8

4.8. Tomada de conhecimento sobre os locais a visitar

Quando questionados sobre o modo como descobriram os locais que visitaram, as respostas não foram tão consensuais quanto se esperava. De outros estudos observa-se que o principal meio de influência em visitar um determinado local provem dos amigos e da família. Contudo, neste caso, o principal meio de tomada de conhecimento dos locais a visitar foram os Guias Intérpretes. Já o meio com menos relevância foram os sinais de trânsito.

Assim sendo, sabe-se que 17,6% (24) tiveram os amigos e família como principal influenciador na tomada de decisão para visitar um destino de Turismo Negro; por outro lado, 82,4% não baseiam a sua escolha neste tópico.

Quanto aos jornais, 12,5% (17) assinalou este como sendo o principal influenciador na sua tomada de decisão. Contudo 119 (87,5%), declara que estes não tiveram qualquer tipo de influência. Um cenário idêntico se vê nas revistas - 91,9% (125) não as assinalam como principal influenciador, contra 8,1% (11) que apontam o facto de terem sido as revistas as principais influenciadoras.

Os Guias Intérpretes 22,1% (30) foram apontados como sendo o principal influenciador na visita aos destinos seleccionados pelos visitantes; contudo 77,9% (106) discorda.

Quanto às Brochuras, 91,9% (125) não teve este como o principal influenciador na escolha dos destinos que visitou - neste caso, apenas 8,1% (11) é que as seleccionaram.

Os *websites*, os programas de televisão e os sinais rodoviários foram selecionados como sendo o principal influenciador na escolha de sítios para viajar por 24,3% (33); 20,6% (28) e 2,9% (4), respectivamente.

Do total de inquiridos, 22,8% (31) tiveram outros meios de influência na escolha dos seus destinos.

Tabela 18: Meios para a tomada de conhecimento dos destinos

	Sim (Freq)	Sim (Perc)
Amigos e/ou Família	24	17,6
Jornais	17	12,5
Revistas	11	8,1
Guias-Intérpretes	30	22,1
Brochuras	11	8,1
<i>Websites</i>	33	24,3
Programas TV	28	20,6
Sinais Rodoviários	4	2,9
Outros	31	22,8

4.9. Destinos de Dark Tourism

Foi apresentado, aos inquiridos, um conjunto de doze destinos e seis motivações em duas questões distintas do inquérito. Tentou-se proceder à análise conjunta dessas mesmas variáveis, ou seja, de que modo é que os destinos se relacionam com as motivações em estudo. Assim sendo, através das *Crosstabs* analisaram-se os destinos individualmente com cada uma das motivações apresentadas.

O que foi referenciado no ponto 4.6. Motivações para visitar os locais associados a Catástrofes Humanas e Naturais, encontra-se aqui representado. Uma vez mais verifica-se que as principais motivações para visitar locais de Turismo Negro são as educacionais e as de relembração, se bem que estas não têm o peso homogéneo que se pensava que teriam. Outra motivação de peso nestes destinos é a curiosidade, o que vai ao encontro do que é defendido por Krakover (2005): que os jovens indicaram a curiosidade como a principal motivação para visitar locais associados ao Turismo Negro. Em contraste estes locais também têm uma forte capacidade de atração a nível educacional, relembração e reminiscência.

No que diz respeito aos destinos *Ground Zero* e Memorial e Museu de Auschwitz-Birkenau, segundo Harries (2016) a educação e a relembração tiveram um papel importante na visita a estes dois locais. O estudo elaborado pelo autor sugeriu que, na identificação de numerosos fatores e razões que influenciaram os visitantes, se tornou claro que não existia uma motivação individual a influenciar a visita. Através da análise dos dados obtidos isso foi comprovado, demonstrando-se que a educação teve um papel importante na visita a estes dois locais assim como noutros destinos de Turismo Negro. A nível da relembração, motivação presente na visita destes dois locais, segundo Harries (2016:66), ocasionalmente esta motivação pode atrair as pessoas visto que o objetivo é “prestar os sentimentos a todos os que morreram (...)”.

No caso da Prisão de Robben Island, segundo Deutsch (2014), os turistas escolheram visitar memoriais do Apartheid com a intenção de aumentarem o seu conhecimento. Todos os participantes do estudo desenvolvido pela autora apontaram que os fatores educacional e informativo implicados na visita ao memorial, foram as principais razões para a visita a locais de Turismo Negro (em particular os memoriais do Apartheid).

O mesmo irá ocorrer na presente investigação. De acordo com os dados analisados verificou-se que, efetivamente, a motivação educacional e a relembração são as que mais peso têm no momento em que foi escolhido o destino a visitar. Muitas vezes há uma terceira motivação de peso - a curiosidade.

4.9.1. Ground Zero

Quanto ao destino *Ground Zero*, 5,9% dos inquiridos (13) teve como principal motivação a *Educação*, contra 3,7% que não partilhou da mesma motivação para visitar este destino.

Quanto à motivação *Relembração*, desses 9,6% que selecionaram o destino referido anteriormente, 5,9% selecionou-a como principal para visitar o Ground Zero. A nível de *Artefactos e Exposições*, relacionado também com o Ground Zero, dos 9,6% apenas 1,5% selecionou esta como sendo a principal motivação para realizar a visita ao local.

Quanto à *Nostalgia*, apenas 0,7% (o que equivale a uma pessoa inquirida), selecionou-a como principal motivação.

Com a motivação *Esperança*, notou-se a mesma situação - apenas um inquirido escolheu esta opção como sendo das principais na escolha do destino.

A nível da *Curiosidade*, dos 9,8% (seis dos treze inquiridos) selecionaram esta motivação como a principal para visitar este destino.

Nenhum dos inquiridos selecionou *Outras* motivações para visitar o destino em causa.

4.9.2. Nanjing

O próximo destino em análise é Nanjing, onde apenas um inquirido (0,7%) visitou o lugar. Relativamente à seleção das motivações que o levaram a este destino temos 0% na *Educação*, 0% na *Relembração*, 0,7% em *Artefactos e Exposições*, 0% na *Nostalgia*, 0% na *Esperança*, 0% na *Curiosidade* e 0% noutras motivações escolhidas pelo inquirido.

4.9.3. Chernobyl

O destino Chernobyl foi visitado por 3 dos 136 inquiridos, o que equivale a uma percentagem de 2,2%.

Relativamente ao que motivou estes visitantes pela escolha deste destino, temos 2,2% na *Educação*, 0,7% na *Relembração*, 0% nos *Artefactos e Exposições*, 0,7% na *Nostalgia*, 0% na *Esperança*, 0,7% na *Curiosidade* e 0% nas outras *Motivações*.

4.9.4. Túnel Pont de l' Alma

Do total de inquiridos, apenas 5 visitaram o Túnel Pont de l' Alma, local onde faleceu a Princesa Diana de Inglaterra. Destes, 2,2% fizeram-no por motivações educativas; 1,5% por motivos de relembrança; 0,7% devido aos artefactos ou exposições; 0,7% por nostalgia; 0% seleccionou a motivação esperança; 1,5% por curiosidade e 0% seleccionou outras motivações.

4.9.5. Pompeia

Relativamente ao destino Pompeia, cidade destruída pela erupção do vulcão Vesúvio em 79 D.C., do total de inquiridos apenas 11 seleccionaram este destino para visitar, o que corresponde a 8,1%. Destes, apenas 4,4% o fez por motivos educacionais, 2,9% por motivos de relembrança, 1,5% devido aos artefactos e exposições, 0,7% por nostalgia, 7,1% por curiosidade. Quanto à Esperança e Outras Motivações, nenhum dos 11 inquiridos as seleccionaram como o principal motivo.

4.9.6. Túneis de Cu Chi

Quanto aos Túneis de Cu Chi (Vietname), do total de inquiridos apenas 3 visitaram este destino. Relativamente às motivações escolhidas, sabe-se que 0,7% o fez por motivos educacionais e devido aos artefactos e exposições; quanto à curiosidade, 1,5% escolheu-a como principal motivação. Nenhum dos inquiridos seleccionou a Relembrança, Nostalgia, Curiosidade e Outros Motivos.

4.9.7. Prisão de Robben Island

O próximo destino em análise é a Prisão de Robben Island, antiga prisão da África do Sul onde esteve encarcerado Nelson Mandela.

Do total de inquiridos, apenas um a visitou, o que dá uma percentagem de 0,7%. Fê-lo por motivos educacionais e curiosidade. Todas as outras motivações em análise não foram selecionadas pelo inquirido.

4.9.8. Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau

Relativamente ao antigo Campo de Concentração, cerca de 43,4% dos inquiridos já visitou este lugar - 30,1% por motivos educacionais; 19,9% por relembração; 5,1% devido aos artefactos e exposições que lá se encontram; 5,1% por motivos nostálgicos e pela esperança; 19,9% por mera curiosidade e 2,2% mencionaram tê-lo feito por outros motivos.

4.9.9. Palácio Dolmahance

Quanto ao Palácio de Dolmahance (Turquia), o mesmo foi visitado por apenas um inquirido tendo referido que este destino foi selecionado por motivos educacionais e por mera curiosidade, tal como se apresenta na tabela seguinte.

4.9.10. Capela dos Crânios

Cerca de 15 pessoas do total de inquiridos selecionou a Capela dos Crânios (Polónia), para visitar. Assim sendo, teriam diversas motivações para o fazer - 5,9% fê-lo por motivos educacionais; 5,1% por motivos de relembração; 0,7% devido aos artefactos e às exposições e também à nostalgia. Relativamente à curiosidade, dos 15 inquiridos que escolheram este destino, 5,1% visitou-o por este motivo e 1,5% fê-lo por outras motivações.

Na tabela seguinte encontram-se os dados anteriormente apresentados.

Tabela 19: Destinos e Motivações

	Grou nd Zero	Nanji ng	Cherno byl	Túne l Pont de l'Al ma	Pomp eia	Túne is de Cu Chi	Prisã o de Robb en Islan d	Auschw itz	Dolmaha nce	Capel a dos Crâni os
Educação	5,9	0	2,2	2,2	4,4	0,7	0,7	30,1	0,7	5,9
Relembra nça	5,9	0	0,7	1,5	2,9	0	0	19,9	0	5,1
Artefacto s e Exposiçõe s	1,5	0,7	0	0,7	1,5	0,7	0	5,1	0	0,7
Nostalgia	0,7	0	0,7	0,7	0,7	0	0	5,1	0	0,7
Esperanç a	0,7	0	0	0	0	0	0	5,1	0	0
Curiosida de	4,4	0	0,7	1,5	5,1	1,5	0,7	19,9	0,7	5,1
Outro	0	0	0	0	0	0	0	2,2	0	1,5

4.10. Relações entre variáveis

Após ter-se efetuado uma análise baseada na estatística descritiva, considerou-se essencial complementá-la, avaliando a existência ou não de relações entre as variáveis em análise.

O Teste do qui-quadrado permite estudar a relação entre duas variáveis nominais ou entre uma variável ordinal e uma nominal que tenha mais do que duas categorias.

Os Testes de Independência usam-se para determinar se existe relação entre duas variáveis qualitativas. Porém, nenhum destes testes mede a intensidade ou a natureza dessa relação, as quais são objeto das medidas de associação. Por exemplo, a avaliação da existência de relação entre uma campanha publicitária e a mudança de atitudes faz-se através dos testes de independência, enquanto que a intensidade dessa mudança usa medidas de associação.

Embora o qui-quadrado apresente um conjunto de testes nele baseado, selecionou-se o teste do qui-quadrado de Pearson como método de avaliação da existência de correlação.

As hipóteses dos testes de independência são:

- ***H₀***: Não há relação entre as variáveis e, portanto, são independentes entre si.
- ***H₁***: Há relação entre as variáveis e, portanto, relacionam-se entre si.

Em *H₀* está implícito o sinal de igualdade entre as variáveis, pois a informação sobre uma variável em nada acrescenta ao conhecimento da outra.

O mesmo teste poderá servir para averiguar se as frequências se distribuem de forma homogênea em todas as linhas (ou colunas) da tabela. Nesse caso diz-se que estamos perante um teste de homogeneidade.

Uma outra forma de aplicar o teste é em situações de ajustamento, ou seja, quando se quer averiguar se uma amostra provem de uma certa população com distribuição especificada. Nesse caso pretende-se comparar as frequências observadas (numa tabela de frequências ou num conjunto de classes) com as frequências esperadas de acordo com a dita distribuição.

Para determinar a estatística do teste de qui-quadrado começa-se por determinar quais as frequências que seriam esperadas caso as variáveis fossem completamente independentes.

Esta frequência obtém-se multiplicando as margens da tabela e dividindo pelo número total de observações.

Quando o número de observações é elevado a distribuição da estatística X^2 é aproximadamente a do X^2 e daí o nome do teste. Rejeita-se a hipótese de independência entre as variáveis quando o valor da estatística de teste é superior a um certo valor.

O teste do qui-quadrado aplica-se sempre que quisermos averiguar a existência de dependência entre duas variáveis categóricas. Como qualquer teste, o qui - quadrado tem as suas limitações ou inconvenientes.

Uma vez que a distribuição da estatística de teste é apenas aproximada, ou seja, assintótica, para amostras pequenas o valor do *p-value* poderá conter um erro apreciável. No caso das tabelas 2×2 e sempre que $n \geq 20$ deve-se recorrer ao teste de Fisher que fornece dados exatos para os *p-values* do teste.

Devido à natureza discreta da contagem das frequências o valor da estatística do X^2 vem acrescida de um erro. No caso de tabelas 2×2 deve ser utilizada uma correção à continuidade. A estatística X^2 realizada com o teste do qui-quadrado é uma medida de associação entre duas variáveis já que assume valores próximos de zero quando as variáveis são independentes e valores elevados quando existe dependência. No entanto, ao contrário do que acontecia com os coeficientes de assimetria, esta medida não está limitada ao intervalo $[0; 1]$ e o seu valor máximo depende do número total de observações.

O teste do qui-quadrado de Pearson exige dois pressupostos:

- Que no máximo 20% das células tenham frequências esperadas inferiores a 5,
- Sejam raras as frequências esperadas iguais a 1.

As frequências observadas (F_o), comparam-se em cada célula com as F_e .

A aproximação entre de F_o com F_e sugere a existência da distribuição conter acontecimentos mais prováveis, que correspondem à H_o e, portanto, à inexistência de relação entre variáveis.

Já o seu afastamento sugere a existência da distribuição conter acontecimentos raros, que correspondem à aceitação de H_a e consequentemente à existência de relação entre as variáveis.

O qui-quadrado de Pearson tem duas expressões diferentes consoante o número de categorias das variáveis em linha e em coluna na tabela de contingência.

Todos os destinos associados ao Turismo Negro apresentados no inquérito e todas as motivações foram submetidos ao teste do qui-quadrado para demonstrar a existência de uma relação entre ambas, sendo esse a questão de partida para a elaboração desta dissertação.

“Quais são as motivações subjacentes à prática de Turismo Negro?”

É do nosso interesse, perceber quais as motivações que se encontram mais presentes na escolha do local a visitar, assim sendo, e como foi referido anteriormente, ver o modo como estas duas variáveis se relacionam.

Neste caso vamos delinear as nossas hipóteses *H0* e *H1* como:

H0: Não há relação entre o local visitado e as motivações.

H1: Há relação de dependência entre o local visitado e as motivações

Todos as variáveis foram alvo deste teste. Contudo devido à extensão dos quadros e pela quantidade de informação que estes contêm, apresenta-se de seguida apenas as variáveis ao nível das quais, após a aplicação dos testes de independência do qui-quadrado, foi possível rejeitar a hipótese nula de independência (*H0*), uma vez que o *p value* se manifestou inferior a 0,05 e, portanto, revelam uma relação de dependência entre elas.

Assim sendo, o destino que apresentou relação com algumas motivações foi o antigo Campo de Concentração Auschwitz-Birkenau. Nota-se que existe uma relação entre este local e duas motivações extremamente importantes, as motivações educativas e a de relembração.

A análise entre o destino e a motivação apresenta um valor de $p < 0,05$ o que permite excluir a *H0*. Assim sendo, pode-se afirmar que existe uma relação entre o destino Auschwitz e a motivação Educação ($X^2 = 34,493$).

Tabela 20: Teste do Qui-Quadrado ao destino Auschwitz e à motivação Educação

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-Quadrado de Pearson	34,493	1	0,000

O mesmo aconteceu com a motivação Relembração, uma vez que o valor de $p < 0,05$ foi permitido excluir a H_0 podendo assim afirmar que existe uma relação entre o destino e a motivação ($X^2 = 12,067$).

Tabela 21: Teste do Qui-Quadrado ao destino Auschwitz e à motivação Relembração

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-Quadrado de Pearson	12,067	1	0,001

Visto que todas as outras motivações em análise apresentavam um valor de $p \geq 0,05$ não foi possível rejeitar a hipótese nula; logo; estas variáveis são independentes entre si.

4.11. Conclusão

O presente capítulo teve como objetivo a apresentação, análise e discussão dos resultados obtidos ao questionário aplicado. A estrutura do instrumento de análise corresponde aos objetivos definidos para a investigação, pelo que se tornou possível, delinear um conjunto específico de motivações presentes na escolha do destino ou local a visitar.

Sabe-se que 75% dos inquiridos são mulheres; quanto à faixa etária mais predominante desta amostra sabe-se que 50,7% se encontra na faixa dos 18 – 30 anos.

Do total de inquiridos sabe-se que 73,6% tem formação no Ensino Superior. Quanto ao rendimento mensal, 30,1% auferem entre os 0 € - 500 €. Já uma pequena percentagem, 3,7%, tem um rendimento entre os 2 000 € - 2 500 €, enquanto que 11,8% tem o mesmo ou é superior a 2 500€.

Na situação perante o emprego, 6,6% encontra-se desempregado; 8,1% trabalha por conta própria e 41,2% por conta de outrem. É importante salientar que 36% se encontram a estudar.

Relativamente à nacionalidade, 85,3% são portugueses.

É do nosso conhecimento que, do total de inquiridos, 11% estão intimamente relacionados com locais de Catástrofes Humanas e/ou Naturais e que cerca de 2% tem uma relação própria com um ou mais locais desta tipologia.

O local com mais visitas é o Campo de Concentração Auschwitz-Birkenau, com 43,4% dos inquiridos a terem feito pelo menos uma visita.

Relativamente à motivação para visitar estes locais, as de maior peso são as Educativas, Esperança e Curiosidade, com 41,2%; 30,6% e 36,8%, respetivamente.

Após uma análise descritiva procedeu-se à elaboração do teste do qui-quadrado entre os destinos e as motivações, tendo o único destino mostrado um $p > 0,05$, o antigo Campo de Concentração Auschwitz-Birkenau, com duas motivações: a Educativa e a Relembração, ambas presentes na missão do Museu e Memorial.

Assim sendo, prova-se o oposto do que era pretendido com este trabalho de investigação - a não existência de relações de dependência entre os destinos e as motivações que se encontravam em análise, sendo a única exceção Auschwitz com duas motivações.

Capítulo V – Conclusões e Recomendações

5. Conclusões e Recomendações

5.1. Introdução

Este capítulo irá servir de conclusão a toda a investigação elaborada até aqui. Vai estar subdividido em três pontos: a conclusão, as limitações na investigação e recomendações para investigações futuras.

Na conclusão, vão ser expostos, de forma sucinta, todos os achados de forma a serem confrontados com os objetivos (geral e específicos) da investigação de modo a provar-se que os mesmos foram atingidos.

Nas limitações irão ser expostos os principais obstáculos na realização da investigação e o modo como foram contornados, quando tal foi possível.

No terceiro subcapítulo serão efetuadas as respetivas recomendações na elaboração de futuras investigações, de modo a ser possível contornar os entraves que foram encontrados nesta.

5.2. Conclusão

Durante a investigação surgiu um número variado de assuntos de interesse para a mesma. O objetivo inicial da investigação é a identificação das motivações subjacentes à prática de Turismo Negro.

De modo a identificar e a compreender as motivações dos visitantes praticantes de Turismo Negro. O objetivo foi facilmente atingido após a definição de um conjunto de objetivos específicos, enumerados de seguida:

- a) Analisar a literatura existente sobre o Turismo Negro, Thanatourism e Motivações Turísticas.*
- b) Identificar as principais motivações para visitar locais associados ao Turismo Negro.*
- c) Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua história e qual a sua importância.*
- d) Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro*

5.2.1. Analisar a literatura existente sobre o Turismo Negro, *Thanatourism* e Motivações Turísticas

Este objetivo específico foi cumprido no capítulo da Revisão de Literatura. Ao longo do mesmo foram apresentados diversos conceitos e pequenas noções históricas: sabe-se que o Turismo Negro, segundo Foley e Lennon (1996), é o ato de viajar para locais ligados à morte, tragédia e sofrimento. Já para Sharpley (2005), corresponde ao ato motivado pelo fascínio e interesse pela morte e ou pela atividade turística em locais a ela associados, quer individual, em massa, violenta, natural, prematura ou outra.

O conceito de *thanatourism* é muitas vezes usado como sinónimo do Turismo Negro. Este conceito é definido como sendo uma atividade turística relacionada com a morte ou contemplação da morte (Seaton, 1996). É, mais tarde, definido como uma viagem para um local, motivada pelo desejo de encontros reais ou simbólicos com a morte que poderá ter sido particularmente violenta. Este conceito, traduzido literalmente, significa a “personificação da morte” (Johnson, 2012) – neste caso, Turismo Negro desenvolve-se em torno da guerra, escravidão e memoriais ao homicídio.

Após as diversas definições, avançou-se para a análise de duas teorias usadas nas investigações sobre o Turismo Negro - a *Shades of Darkness* e o Espetro do Turismo Negro. Sabe-se que nem todos os destinos de Turismo Negro ocupam o mesmo lugar no espectro ou nas sombras, sendo necessário avaliar o grau de escuridão de cada um.

Passou-se, depois, para o estudo das motivações no Turismo, para percebermos quais são as que se ligam diretamente ao Turismo Negro, verificando-se que diversas motivações têm impacto no momento da escolha - um indivíduo que procure um destino que lhe proporcione um enriquecimento educacional não é necessariamente o mesmo que procura um que lhe proporcione a nostalgia. Muitas vezes diversas motivações são identificadas pelos visitantes, mas, na sua maioria, existe uma que apresenta ter maior peso.

5.2.2. Identificar as principais motivações para visitar os locais associados ao Turismo Negro

Ao analisar a diversa revisão de literatura existente sobre a matéria aqui em estudo, tomou-se consciência de que existem diversas motivações associadas à visita de locais ligados ao Turismo Negro. E, embora isso seja verdade, também é o é relativamente ao facto que muitos visitantes não têm conhecimento próprio do que os motivou a visitar especificamente aquele local.

Os locais de Turismo Negro são destinos onde muito se pode aprender da História do local, daí a motivação educacional. Muitos visitam estes lugares porque eles próprios (ou entes próximos) foram vítimas ou testemunharam o que aconteceu naquele espaço; portanto o que os motiva a viajar é a relembração e, em alguns casos, pode ser confundida com a nostalgia. Outros, por seu turno, fazem-no com uma convicção diferente: o que ocorreu no passado, relativamente a conflitos armados, genocídios, o Holocausto, não se pode repetir. Neste caso, têm presentes duas motivações - a educacional e a esperança.

As motivações identificadas após análise de diversos estudos relacionam-se com a educação , a relembração, a esperança, a nostalgia, o dançar com a morte, o facto de ser uma novidade, entre outras , e que foram objeto de esquematização na tabela 3 no Capítulo II – Revisão de Literatura.

5.2.3. Identificar os principais destinos do Turismo Negro e referir parte da sua história e qual a sua importância

Após uma análise dos diversos destinos de Turismo Negro, uns com uma história mais recente outros mais antiga, foi selecionada uma lista dos diversos destinos que constituem um marco importante para este tipo de Turismo.

Após a seleção de alguns destinos e ao confrontá-los com as duas teorias analisadas (Espectro do Turismo Negro e a *Shades of Darkness*), a lista em análise abrange treze destinos, a saber: Memorial do 11 de Setembro, Penitenciária de Moundsville, Missão de Santa Bárbara, Frank Slide, Catacumbas dos Capuchinhos de Palermo, Museu e Memorial de Auschwitz-Birkenau, Chernobyl, Pompeia, Capela dos Crânios, Prisão de Robben Island, Genocídio de Ruanda, Hellfire Pass e Mausoléu do Palácio do Sol Kumsusan. Foram tidos em conta os diversos locais de Turismo Negro nos cinco continentes, de modo a demonstrar um leque diverso de possíveis destinos.

Outros foram igualmente apresentados aos diversos inquiridos (136 pessoas, no total), tendo-se verificado que muitos tinham conhecimento sobre os destinos que se encontravam no questionário; contudo, nas respostas de opinião ou até mesmo quando surgia a oportunidade de identificarem outros que tivessem visitado, surgiam esses mesmos destinos, sendo que, na sua maioria, estão ligados a conflitos bélicos, como é o caso da Praia de Omaha, do Memorial do USS Arizona, do Campo de Dachau e do Monte de Sião, em Jerusalém.

Não existem destinos principais de Turismo Negro, existem sim destinos com maior peso, quer histórico, quer a nível de *marketing* em contraste com outros. Por exemplo, todos conhecem o Campo de Concentração de Auschwitz, por ser um local muito abordado nos livros e nos filmes, mas poucos conhecem a existência e o agregado de campos que existiram na Polónia.

5.2.4. Identificar de que modo as motivações estão relacionadas com os destinos de Turismo Negro

Destinos diferentes são visitados por pessoas com motivações específicas para aquele local em concreto. Contudo é sabido que nem todos os visitantes têm conhecimento do que os leva a viajar para um determinado local - muitos vão porque foram aconselhados, ou por um familiar ou amigo; porque viram o local na televisão durante um filme ou até mesmo por mero acaso. Certo é que há destinos que são maioritariamente educativos e que têm também associados a motivação de lembrança, como é o caso da cidade de Pompeia ou o *Ground Zero*. Em outros locais estão presentes a nostalgia e a esperança que não se volte a repetir em nenhum outro local o que ali ocorreu (genocídio do Ruanda ou acontecimentos da Prisão de Robben Island). Há, ainda, locais com motivações diversas associadas à sua visita à sua história. Foi, assim, importante definir e identificar quais são essas motivações e de que modo estão presentes nos visitantes desses locais, se bem que (e como foi apresentado na revisão de literatura) muitos dos visitantes desconhecem o que os motivou à visita daquele local, muitas das vezes deslocando-se a esses mesmos por mero acaso.

5.3. *Implicações práticas*

Tendo em conta que as principais motivações subjacentes à prática do Turismo Negro são a educação, relembração, curiosidade e esperança, sugere-se que quem é responsável por estes locais, no sentido de melhorar a atratividade e a eficácia da atividade invista na promoção do local sem esquecer e sem adulterar a História do mesmo. É lhes sugerido que façam inquéritos aos visitantes logo após o término da visita e outro inquérito passado um determinado período de tempo a ser definido pela própria empresa, só deste modo poderão saber quem visita o local, com que intenção e o que é o levou a fazer. Muitos locais recebem imensos visitantes, mas nem todas as entidades detentoras desses locais sabem o que leva às pessoas a lá estarem.

Deste modo é possível fazer uma melhor promoção do local, atingindo os visitantes desejados que correspondem ao perfil delineado pelas entidades. Como referido anteriormente os locais de Turismo Negro são destinos com um passado pesados onde grandes perdas humanas e/ou materiais ocorreram sendo deste modo importante definir, sem impedir que todos os interessados tenham a oportunidade de visitar os locais, quais os visitantes que se querem atingir de modo a que estes também influenciem outros a visitar e a respeitar a regulamentação imposta pelas entidades detentoras dos espaços.

5.4. *Limitações na investigação*

A nível de revisão de literatura foram encontradas algumas limitações, uma vez que, por um lado, os trabalhos com maior peso na especialidade são bastantes antigos; por outro, há a considerar o facto de o Turismo Negro ser uma área de estudo relativamente recente e, por conseguinte, não há grande disponibilidade de estudos desenvolvidos que possam ser analisados e abordados pelos investigadores que optem por esta área.

Nas definições dos conceitos, os trabalhos existentes são bastante concisos e coerentes no que apresentam e defendem; a maior dificuldade foi encontrada na apresentação das motivações para a prática do Turismo Negro. As investigações neste ramo são muito mais recentes, mas ainda escassas e os próprios autores apresentam uma série de limitações nas suas investigações nesta área, quer estejam relacionadas com a falta de literatura existente, quer com a falta de de

participação dos indivíduos na obtenção de respostas aos inquéritos, questionários ou entrevistas agendadas.

Considera-se que a seleção do tema para elaboração desta tese traz alguns contributos úteis no contexto da investigação na área do Turismo, uma vez que permite aprofundar o estudo sobre o Turismo Negro e as motivações subjacentes ao mesmo.

Inicialmente idealizou-se, para esta investigação, inserir um estudo de caso, mais concretamente o Memorial e Museu de Auschwitz-Birkenau. Contudo, a eventual aplicação dos questionários teria que ser feita fora do recinto do campo e o local não poderia ser tratado como uma atração turística - o contacto do campo repudiou a denominação daquele local como sendo uma atração devido ao acontecimento histórico ali vivido. Por diversos motivos não foi possível avançar com a aplicação dos questionários no Museu e Memorial optando-se pela não inserção um estudo de caso na presente investigação.

Relativamente à metodologia adotada, a mesma revelou-se adequada ao problema da investigação apresentado e aos objetivos definidos para a mesma, permitindo retirar conclusões importantes para a construção do questionário que foi aplicado. Também a escolha deste instrumento se revelou adequada, permitindo retirar conclusões ajustadas aos objetivos da pesquisa. A sua estrutura assentou em questões fechadas (o inquirido podia selecionar uma ou várias opções consoante a questão), facilitando a sua compreensão e adesão, mesmo por aqueles que não tinham visitado o local em estudo.

Na estrutura do questionário estava também presente um conjunto de questões abertas que permitia aos inquiridos, por um lado, darem o seu ponto de vista em determinados assuntos; por outro, fazerem sugestões sobre o que gostavam que tivesse sido abordado no questionário e não o fora. Ultrapassou-se, desta forma, as eventuais desvantagens de a estrutura do questionário ser composta unicamente por questões fechadas.

A opção por inquirir o universo de estudo revelou-se útil ao eliminar as desvantagens de uma amostra inicialmente reduzida, considerando a dimensão deste universo. O facto de se ter aplicado o questionário *online*, permitiu aumentar o número de inquiridos, recolhendo opiniões sobre o próprio local e estrutura do questionário. Contudo, e não obstante a disponibilidade demonstrada pelos inquiridos em colaborar com o estudo, surgiram alguns contratempos no contacto com alguns, obrigando a um prolongamento do tempo estipulado para a aplicação dos questionários.

Os contactos foram inicialmente efetuados através de uma solicitação ao gerente de um grupo relacionado com viagens, autorizando a partilha do questionário nesse mesmo grupo. Após esta fase, aguardou-se o retorno deste contato, o que demorou algumas semanas, tendo alterado o cronograma estipulado inicialmente.

No geral, muitos dos intervenientes que não conseguiriam responder ao inquérito porque nunca tinham feito uma viagem relacionada com Turismo Negro disponibilizaram-se para o partilharem com amigos e familiares.

Outra limitação encontrada foi na análise e interpretação dos dados - se o objetivo principal era encontrar a ligação entre os destinos de Turismo Negro e as motivações subjacentes à prática do mesmo, com esta investigação essa relação não foi possível com a exceção de um único destino e com duas motivações, não sendo comprovado, deste modo, o que era pretendido com esta investigação.

5.5. *Recomendações para futuras investigações*

Neste item serão apresentadas algumas recomendações para investigações futuras no que concerne às motivações subjacentes à prática do Turismo Negro.

Como já foi anteriormente referido, esta investigação tinha como principal objetivo descobrir qual a relação entre os destinos de *Dark Tourism* e as motivações que levavam os visitantes a esses locais. Ao elaborar um conjunto de testes de independência do qui-quadrado, presenciou-se que tal não acontecia visto que o único destino que obteve um $p < 0,05$ foi Auschwitz e duas motivações em estudo (educação e a relembração).

Estima-se que não tenha sido adotado o método mais adequado para a concretização do objetivo principal da investigação, pelo que se sugere que, em futuras investigações, se tente corrigir os erros desta, optando por métodos de recolha de diferentes dados, quer sejam entrevistas, quer questionários nos locais associados ao Turismo Negro logo após a realização da visita, assim como o foco ser num local específico e não ser tão disperso. Deste modo poderá ser possível a obtenção de dados mais satisfatórios e que irão ao encontro de objetivos traçados pelos futuros investigadores.

É sugerido, também, que se investiguem as relações entre as motivações e os destinos de Turismo Negro, de modo a tentar encontrar motivações específicas para a visita a locais específicos.

Quanto às empresas que detêm os locais é sugerido que façam inquéritos distintos aos visitantes – um, logo após o término da visita e um segundo passado um determinado período de tempo a ser definido pela própria empresa - só deste modo se saber quem visita o local, com que intenção o faz e qual (quais) a(s) motivação (ões) para tal. Muitos locais recebem imensos visitantes, mas nem todas as entidades detentoras desses locais sabem o que leva as pessoas até lá.

Referências Bibliográficas

Gonçalves, A. (2017); Dark Tourism – O lado sombrio do Turismo: Aplicação à cidade do Porto; ISCAP.

Robinson, N. (2015); Dark Tourism Motivations: An investigation into the motivations of visitors to sites associates with Dark Tourism; University of Salford, Salford, UK.

Yuill, S. (2003); Dark Tourism: Understanding visitor motivation at sites of death and disaster; Texas A&M University.

Mundt, C. (2015); Motivation and Behaviour in Cemetery Tourism: A Case Study of Glasnevin Cemetery, Dublin, Ireland; University College Dublin.

Harries, K. (2016); Dark Tourism: An investigation into students' motivations for visiting locations of death, using the case studies of Ground Zero and WWII concentration camp Auschwitz; Cardiff Metropolitan University.

Gadanhó, T. F. P. (2014); Relação entre as estratégias de coping e resiliência após a vivência de um acontecimento potencialmente traumático; Universidade de Lisboa.

Niemelä, T. (2010); Motivation factors in Dark Tourism – Case: House of Terror; Lathi University of Applied Sciences; 1 – 46.

Allman, H. R. (2017); Motivations and intentions of tourists to visit dark tourism locations; Iowa State University, 1 – 98.

Deutsch, B. (2014); Tourists' motivations for engaging in Dark Tourism – Case Study of Apartheid memorial in South Africa, Modul University Vienna; 1 – 54.

Brandão, F. (2007); Os Observatórios do Turismo como meios de apoio à gestão e à competitividade; Universidade de Aveiro; 1 – 305.

Dunkley, R., Morgan, N. e Westwood, S. (2010); Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism; *Tourism Management* 32 (2011); 860 – 868.

Hultman, J. (2009); Creating Experiences in the Experience Economy; *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*; 9 (4), 436 – 437.

Kale, S. H. e Poulson, S. H. G. (2004); The Experience Economy and Commercial Experiences; *The Marketing Review*, 4, 267-277.

Cheltenham, Elgar, E. (2008); Creating Experiences in the Experience Economy; *Tourism Management*, 31 (2010), 447 – 451.

Gosling, M. S., Silva, J. A., Mendes, J., Coelho, M. F. e Brener, I. (2017); Experiência turística em museus: percepções de gestores e visitantes; *Tourism & Management Studies*, 12 (2).

Coelho, M. F. e Gosling, M. S. (2016); Uma Revisão sobre Estudos de Experiência Turística (2005 – 2016); *Caderno Virtual de Turismo*, 2019, 19 (2).

Kaelber, L. (2007); A Memorial as Virtual Traumascape: Darkest Tourism in 3D and Cyber-Space to the Gas Chambers of Auschwitz; *e-Review of Tourism Research*, 5 (2).

Silva, F. F., Bezerra, L. T. e Nóbrega, W. R. M. (2019); Imagem e Imaginário como componentes da construção da Experiência Turística do viajante; *Caderno Virtual de Turismo*, 2019, 19 (2).

Dimitrovski, D., Lukovic, M. e Senic, V. (2019); Motives, Obsession with Death and Behavioral Intentions in Dark Tourism; *University of Kragujevac*.

Sharma, R. (2020); *Tourism Motivation and Satisfaction*; Department of Sociology, Guru Nanak Dev University; Volume 8 Nº 4 outubro 2019.

Stone, P. (2005); *Dark Tourism – An Old Concept in a New World*; *University of Central Lancashire*.

Hodgkinson, S. (2013); The concentration camp as a site of “Dark Tourism” ; University of Leicester, England; Open Edition Journals, 22 – 32.

Thurnell-Read, T. P. (2009); 'Engaging Auschwitz: an analysis of young travellers' experiences of Holocaust Tourism'; Journal of Tourism Consumption and Practice 1(1), pp. 26-52.

Dalton, D. (2015); Dark Tourism and Crime; Routledge Advances in Tourism – Edited by Stephen Page, School for Tourism, Bournemouth University.

Stone, P (2019); Dark Tourism; Institute for Dark Tourism Research.

Pine II, B. J. e Gilmore, J. H. (1998); Welcome to the Experience Economy; Harvard Business Review.

Stone, L. (2019); Quantifying the Holocaust: Hyperintense kill rates during the Nazi genocide; Science Advances.

Tanas, S. (2013); Tourism “Death Space” and Thanatourism in Poland; Current Issues of Tourism Research.

Sharma, N. e Ricky, J. M. (2017); Self-care for the researcher: dark tourism in Varanasi, India; Journal of Teaching in Travel & Tourism, 18:1, 41 – 57.

Collins-Kreiner, N. (2015); Dark Tourism as/is pilgrimage; Current Issues in Tourism, 2015; 02:05.

Rucinska, D. (2016); Natural Disaster Tourism as a Type of Dark Tourism; World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering Vol:10, No:5, 2016.

Zheng, C., Zhang, J., Jurowski, C., Zhang, H. e Yan, B. (2016); The inner struggle of visiting “Dark Tourism” sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations; Current Issues in Tourism, 2016; 18:57.

Topsakal, Y. e Ekici, R. (2014); Dark Tourism as a Type of Special Interest Tourism: Dark Tourism Potential of Turkey.

Dunkley, R. A. (2015); Beyond temporal reflections in thanatourism research; *Annals of Tourism Research*, 52, 177 – 179.

Knudsen, B. T. (2011); Thanatourism: Witnessing Difficult Pasts; *Tourism Studies* 2011; 11(1); 55 – 72.

Van den Berghe, P. (2006); Cruelty, age and thanatourism; *Behavioral, and Brain Sciences* (2006) 29; 211 – 257.

Miles, W. F. S. (2002); Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism; *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, N° 4; 1175 – 1778.

Chhabra, D. e Heuermann, K. (2014); The Darker side of Dark Tourism: An Authenticity Perspective; *Tourism Analysis*; Vol. 19; 000 – 000.

Stone, P. (2006); A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions; *University of Central Lancashire*; 54(2); 145 – 160.

Martini, A. e Buda, D. M. (2018); Dark Tourism and affect: framing places of death and disaster; *Current Issues in Tourism*.

Wu, M. (2006), Hofstede's Cultural Dimensions 30 Years Later: A Study of Taiwan and the United States; *Intercultural Communication Studies XV*: 1 2006.

Heřmanová, E. (2015); Holocaust tourism as a part of the dark tourism; *Czech Journal of Social Sciences, Business and Economics*; 4(1).

Tang, Y. (2018); Dark Tourism to Seismic Memorial Sites; P. R. Stone (eds.); *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies*.

Podoshen, J. S. (2013); Dark Tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic; *Tourism Management*, 35(2013); 263 – 271.

Sevinç, A. (2015); Prison Tourism as a form of Dark Tourism; *The Journal of International Social Research*; 8(40); 600 – 608.

Çakar, K. (2018); Experiences of visitors to Gallipoli, a nostalgia-themed dark tourism destinations: an insight from TripAdvisor; *International Journal of Tourism Cities*; 6(23).

Alderman, D. H. (2002). Writing on the Graceland wall: On the importance of authorship in pilgrimage landscapes. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 27–33.

Badone, E., e Roseman, S. (Eds.). (2004). *Intersecting journeys: The anthropology of pilgrimage and tourism*. Champaign: University of Illinois Press.

Biran, A., Y. Poria, e Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820–841.

Buda, D. M., e Shim, D. (2015). Desiring the dark: “A taste for the unusual” in North Korean tourism? *Current Issues in Tourism*, 18(1), 1–6.

Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18–35.

Coles, T., Hall, C. M., e Duval, D. T. (2006). Tourism and post-disciplinary enquiry. *Current Issues in Tourism*, 9(4–5), 293–319.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456.

Digance, J. (2003); Pilgrimage at contested sites; *Annals of Tourism Research*, 30(1), 143–159.

Eliade, M. (1969). *The quest: History and meaning in religion*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Hyde, K. F., e Harman, S. (2011). Motives for a secular pilgrimage to the Gallipoli battlefields, *Tourism Management*, 32(6), 1343–1351.

Isaac, R. K., e Ashworth, G. J. (2011). Moving from pilgrimage to “dark” tourism: Leveraging tourism in Palestine. *Tourism Culture & Communication*, 11(3), 149–164.

Isaac, R. K., e Çakmak, E. (2014). Understanding visitor’s motivation at sites of death and disaster: The case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 164–179.

Lennon, J., e Foley, M. (2000). *Dark tourism the attraction of death and disaster*. London: Cengage learning EMEA.

Margry, J. P. (Ed.). (2008). *Shrines and pilgrimage in the modern world: New itineraries into the sacred*. Amsterdam: University of Amsterdam Press.

Poria, Y., Butler, R., e Airey, D. (2003a). Tourism, religion and religiosity: A holy mess. *Current Issues in Tourism*, 6(4), 340–363.

Poria, Y., Butler, R., e Airey, D. (2003b). The core of heritage tourism: Distinguishing heritage tourists from tourists in heritage places. *Annals of Tourism Research*, 30, 238–254.

Poria, Y., Butler, R., e Airey, D. (2004). The meaning of heritage sites for tourists: The case of Massada. *Tourism Analysis*, 9(1–2), 15–22.

Reader, I., e Walter, T. (1993). *Pilgrimage in popular culture*. Basingstoke: Macmillan.

Seaton, A. 1996. Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234–244.

Seaton, A. V. (1999). War and thanatourism: Waterloo 1815–1914. *Annals of Tourism Research*, 26, 130–158.

Seaton, A. V. (2002). Thanatourism's final frontiers? Visits to cemeteries, churchyards and funerary sites as sacred and secular pilgrimage. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 73–82.

Sharpley, R., e Sundaram, P. (2005). Tourism: A sacred journey? The case of ashram tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, 7, 161–171.

Smith, V. L. (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1–17.

Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attraction and exhibition. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 52(2), 145–160.

Stone, P. R. (2011a). Dark tourism: Towards a new post-disciplinary research agenda. *International Journal of Tourism Anthropology*, 1(3/4), 318–322.

Stone, P. R. (2011b). Dark tourism and the cadaveric carnival: Mediating life and death narratives at Gunther von Hagens' body worlds. *Current Issues in Tourism*, 14(7), 685–701.

Stone, P. R. (2012). Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1565–1587.

Stone, P., e Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574–595.

Soja, E. (1980). Socio-spatial dialectic. *Annals of the Association of American Geographers*, 70, 207–225.

Turner, V., e Turner, E. (1969). *The ritual process*. London: Routledge.

Walter, T. (2009). Dark tourism: Mediating between the dead and the living. In R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 39–55). Bristol: Channel View Publications.

Winter, T. (2009). Asian tourism and the retreat of anglo-western centrism in tourism theory. *Current Issues in Tourism*, 12(1), 21–31.

Blom, T. (2000). Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 54(1), pp.29-36.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.

Anexos

Questionário

This questionnaire was developed as part of a Master's Degree thesis in Management and Planning in Tourism, at the University of Aveiro (Portugal), and focuses on the identification of the Motivations to visit places associated with Man-Made or Natural Disasters. Your cooperation is much appreciated. The answers are completely anonymous and will only be used for the purposes of this investigation. Thank you very much for your time!

1. Gender: Female _____ Male _____

2. What age group do you fall into?

< 18 _____
18 - 30 _____ 50 - 60 _____
30 - 40 _____ 60 - 70 _____
40 - 50 _____ > 70 _____

3. What is highest level of education you have completed?

Eighth Grade or less _____ College Graduate _____
High School _____ Post Graduate _____
College/University _____

4. What is your average monthly income?

0 € - 500 € _____ 1 500 € - 2 000 € _____
500 € - 1 000 € _____ 2 000 € - 2 500 € _____
1 000 € - 1 500 € _____ > 2 500 € _____

5. What is your situation before work?

Employer _____ Unemployed _____
Employee _____ Volunteer _____
Student _____ Other (please specify) _____

6. Where are you from? _____

7. Are you personally related to or connected to anyone affected by Natural or Human Catastrophes?

Yes _____ No _____ (If no, please skip to Question 9)

8. If Yes, please check all that apply:

Yourself _____ Brothers or Sisters _____
Spouse _____ Distant Family Members _____
Parent(s) _____ Friend(s) _____
Grandparents _____ Faith _____

Other (Please specify) _____

9. What do you think are the most effective aids in coping with death or dying in today's society? (Check all that apply)

Friends _____ Church _____ Personal Meditation _____
Family Members _____ Spirituality _____
Medical Profession _____ Media _____
Counselors _____ Museums _____
Other (Please specify) _____

10. Do you often visit places associated with Natural or Human Catastrophe?

Yes _____ No _____

10.1. If you answered *yes* on the previous question, how many times a year you do so?

10.2. If you answered *yes* on the previous questions, please specify

Ground Zero _____

Robben Island Prison _____

Nanjing Massacre site _____

Auschwitz - Birkenau _____

Chernobyl _____

Ulucanlar Prison Museum _____

JFK trail in Dallas _____

Dolmabahce Palace _____

Tunnel of the Pont de l' Alma _____

Gallipoli Peninsula _____

Pompeii _____

Skull Chapel _____

Cu Chi Tunnels (Vietnam) _____

Other (please specify) _____

11. What made you visit such places?

Education _____

Heritage _____

Remembrance _____

Knowledge _____

History _____

Other _____

12. What was your primary reason to visit such locations?

(Check just one)

To visit the site itself _____

Visiting Family or Friends _____

Business Trip _____

Vacation Trip _____

Other: _____

13. What motivated you to visit the site?

(Check all that apply)

Education ____

Nostalgia ____

Remembrance ____

Hope ____

Artifacts/Exhibits ____

Curiosity ____

Other (Please expand on 13.1.) _____

13.1. For any of the above reasons you checked, please explain how they influenced your decision to visit the site.

Education _____

Remembrance _____

Artifacts/Exhibits _____

Nostalgia _____

Hope _____

Curiosity _____

Other _____

14. How did you find out about these locations?
(Check all that apply)

Friends/Family _____ Travel Brochures ____
Newspapers _____ Website _____
Magazines _____ TV Program ____
Travel Guides _____ Road Sign ____
Other (please specify) _____

15. What are the reasons behind your decision to visit places associated with Man-Made or Natural Disasters?? (Check all that apply)

Family/Friends _____ Newspaper Articles ____
Television _____ Magazine Articles ____
Movies _____ Fiction Novel ____
Documentaries ____ Non-Fiction Book ____
Other _____

16. Is there anything else you would like to share about your experience?

17. Is there anything else you would like to share about your reasons for visiting?

18. Would you like to make any further comments on any relevant subject that has not been covered by the previous questions? _____

Thank you so much for your participations in this survey. Your assistance is greatly appreciated.

Testes do Qui-Quadrado

Tabela 22: Relação entre Ground Zero e a Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	2,460 ^a	1	,117		
Correção de continuidade ^b	1,619	1	,203		
Razão de verossimilhança	2,416	1	,120		
Teste Exato de Fisher				,143	,102
Associação Linear por Linear	2,442	1	,118		
N de Casos Válidos	136				
a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 5,35.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Tabela 23: Relação entre Ground Zero e a Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,726 ^a	1	,010		
Correção de continuidade ^b	5,179	1	,023		
Razão de verossimilhança	6,107	1	,013		
Teste Exato de Fisher				,021	,014
Associação Linear por Linear	6,677	1	,010		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,92.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 24: Relação entre Groun Zero e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,181 ^a	1	,670		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,169	1	,681		
Teste Exato de Fisher				,651	,470
Associação Linear por Linear	,180	1	,671		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,53.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 25: Relação entre Ground Zero e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,023 ^a	1	,880		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,024	1	,878		
Teste Exato de Fisher				1,000	,679
Associação Linear por Linear	,023	1	,880		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,15.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 26: Relação entre Ground Zero e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,085 ^a	1	,771		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,079	1	,779		
Teste Exato de Fisher				,562	,562
Associação Linear por Linear	,084	1	,771		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,76.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 27: Relação entre Ground Zero e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,545 ^a	1	,460		
Correção de continuidade ^b	,190	1	,663		
Razão de verossimilhança	,531	1	,466		
Teste Exato de Fisher				,549	,326
Associação Linear por Linear	,541	1	,462		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 4,78.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 28: Relação entre Ground Zero e Outro

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,549 ^a	1	,459		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	1,025	1	,311		
Teste Exato de Fisher				1,000	,600
Associação Linear por Linear	,545	1	,461		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,48.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 29: Relação entre Nanjing e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,705 ^a	1	,401		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	1,066	1	,302		
Teste Exato de Fisher				1,000	,588
Associação Linear por Linear	,700	1	,403		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,41.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 30: Relação entre Nanjing e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,435 ^a	1	,510		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,721	1	,396		
Teste Exato de Fisher				1,000	,699
Associação Linear por Linear	,432	1	,511		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,30.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 31: Relação entre Nanjing e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	7,556 ^a	1	,006		
Correção de continuidade ^b	1,419	1	,234		
Razão de verossimilhança	4,337	1	,037		
Teste Exato de Fisher				,118	,118
Associação Linear por Linear	7,500	1	,006		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,12.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 32: Relação entre Nanjing e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,097 ^a	1	,755		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,185	1	,667		
Teste Exato de Fisher				1,000	,912
Associação Linear por Linear	,097	1	,756		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,09.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 33: Relação entre Nanjing e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,063 ^a	1	,802		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,122	1	,727		
Teste Exato de Fisher				1,000	,941
Associação Linear por Linear	,062	1	,803		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,06.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 34: Relação entre Nanjing e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,586 ^a	1	,444		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,921	1	,337		
Teste Exato de Fisher				1,000	,632
Associação Linear por Linear	,581	1	,446		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,37.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 35: Relação entre Nanjing e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,038 ^a	1	,845		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,075	1	,784		
Teste Exato de Fisher				1,000	,963
Associação Linear por Linear	,038	1	,845		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,04.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 36: Relação entre Chernobyl e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	4,382 ^a	1	,036		
Correção de continuidade ^b	2,251	1	,134		
Razão de verossimilhança	5,421	1	,020		
Teste Exato de Fisher				,068	,068
Associação Linear por Linear	4,350	1	,037		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,24.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 37: Relação entre Chernobyl e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,015 ^a	1	,903		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,015	1	,904		
Teste Exato de Fisher				1,000	,662
Associação Linear por Linear	,015	1	,904		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,90.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 38: Relação entre Chernobyl e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,409 ^a	1	,522		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,760	1	,383		
Teste Exato de Fisher				1,000	,685
Associação Linear por Linear	,406	1	,524		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,35.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 39: Relação entre Chernobyl e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	2,291 ^a	1	,130		
Correção de continuidade ^b	,235	1	,628		
Razão de verossimilhança	1,457	1	,227		
Teste Exato de Fisher				,244	,244
Associação Linear por Linear	2,274	1	,132		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,26.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 40: Relação entre Chernobyl e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,192 ^a	1	,661		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,368	1	,544		
Teste Exato de Fisher				1,000	,833
Associação Linear por Linear	,190	1	,663		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,18.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 41: Relação entre Chernobyl e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,016 ^a	1	,901		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,016	1	,900		
Teste Exato de Fisher				1,000	,695
Associação Linear por Linear	,015	1	,901		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,10.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 42: Relação entre Chernobyl e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,117 ^a	1	,732		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,227	1	,634		
Teste Exato de Fisher				1,000	,893
Associação Linear por Linear	,116	1	,733		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,11.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 43: Tunél Pont d'Alma e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,759 ^a	1	,384		
Correção de continuidade ^b	,167	1	,683		
Razão de verossimilhança	,744	1	,388		
Teste Exato de Fisher				,402	,336
Associação Linear por Linear	,754	1	,385		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 2,06.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 44: Relação Túnel Pont d'Alma e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,239 ^a	1	,625		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,228	1	,633		
Teste Exato de Fisher				,637	,476
Associação Linear por Linear	,238	1	,626		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,51.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 45: Relação Pont d'Alma e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,339 ^a	1	,560		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,290	1	,590		
Teste Exato de Fisher				,471	,471
Associação Linear por Linear	,337	1	,562		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,59.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 46: Relação entre Túnel Pont d'Alma e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,806 ^a	1	,369		
Correção de continuidade ^b	,009	1	,925		
Razão de verossimilhança	,621	1	,431		
Teste Exato de Fisher				,374	,374
Associação Linear por Linear	,800	1	,371		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,44.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 47: Relação entre Túnel Pont d'Alma e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,324 ^a	1	,569		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,618	1	,432		
Teste Exato de Fisher				1,000	,735
Associação Linear por Linear	,322	1	,570		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,29.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 48: Relação entre Túnel Pont d'Alma e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,023 ^a	1	,878		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,023	1	,879		
Teste Exato de Fisher				1,000	,608
Associação Linear por Linear	,023	1	,879		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,84.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 49: Relação entre Túnel Pont d'Alma e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,198 ^a	1	,656		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,382	1	,537		
Teste Exato de Fisher				1,000	,827
Associação Linear por Linear	,197	1	,657		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,18.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 50: Relação entre Pompeia e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,883 ^a	1	,347		
Correção de continuidade ^b	,385	1	,535		
Razão de verossimilhança	,867	1	,352		
Teste Exato de Fisher				,360	,265
Associação Linear por Linear	,877	1	,349		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 4,53.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 51: Relação entre Pompeia e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,220 ^a	1	,639		
Correção de continuidade ^b	,016	1	,900		
Razão de verossimilhança	,213	1	,645		
Teste Exato de Fisher				,734	,435
Associação Linear por Linear	,218	1	,641		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,32.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 52: Relação entre Pompeia e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,475 ^a	1	,491		
Correção de continuidade ^b	,040	1	,841		
Razão de verossimilhança	,421	1	,516		
Teste Exato de Fisher				,619	,380
Associação Linear por Linear	,471	1	,492		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,29.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 53: Relação entre Pompeia e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,001 ^a	1	,974		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,001	1	,974		
Teste Exato de Fisher				1,000	,653
Associação Linear por Linear	,001	1	,974		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,97.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 54: Relação entre Pompeia e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,748 ^a	1	,387		
Correção de continuidade ^b	,039	1	,844		
Razão de verossimilhança	1,393	1	,238		
Teste Exato de Fisher				1,000	,500
Associação Linear por Linear	,742	1	,389		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,65.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 55: Relação entre Pompeia e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	3,717 ^a	1	,054		
Correção de continuidade ^b	2,566	1	,109		
Razão de verossimilhança	3,558	1	,059		
Teste Exato de Fisher				,098	,057
Associação Linear por Linear	3,690	1	,055		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 4,04.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 56: Relação entre Pompeia e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,457 ^a	1	,499		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,860	1	,354		
Teste Exato de Fisher				1,000	,652
Associação Linear por Linear	,453	1	,501		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,40.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 57: Relação entre Túneis Cu Chi e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,078 ^a	1	,780		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,080	1	,778		
Teste Exato de Fisher				1,000	,632
Associação Linear por Linear	,077	1	,781		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,24.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 58: Relação entre Túneis Cu Chi e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,324 ^a	1	,250		
Correção de continuidade ^b	,265	1	,607		
Razão de verossimilhança	2,182	1	,140		
Teste Exato de Fisher				,554	,338
Associação Linear por Linear	1,314	1	,252		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,90.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 59: Relação entre Túneis de Cu Chi e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,375 ^a	1	,241		
Correção de continuidade ^b	,071	1	,790		
Razão de verossimilhança	,992	1	,319		
Teste Exato de Fisher				,315	,315
Associação Linear por Linear	1,365	1	,243		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,35.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 60: Relação entre os Túneis de Cu Chi e a Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,297 ^a	1	,586		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,561	1	,454		
Teste Exato de Fisher				1,000	,756
Associação Linear por Linear	,295	1	,587		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,26.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 61: Relação entre os Túneis de Cu Chi e a Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,192 ^a	1	,661		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,368	1	,544		
Teste Exato de Fisher				1,000	,833
Associação Linear por Linear	,190	1	,663		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,18.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 62: Relação entre os Túneis de Cu Chi e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,180 ^a	1	,277		
Correção de continuidade ^b	,231	1	,631		
Razão de verossimilhança	1,126	1	,289		
Teste Exato de Fisher				,554	,305
Associação Linear por Linear	1,171	1	,279		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,10.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 63: Relação entre os Túneis de Cu Chi e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,117 ^a	1	,732		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,227	1	,634		
Teste Exato de Fisher				1,000	,893
Associação Linear por Linear	,116	1	,733		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,11.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 64: Relação entre a Prisão de Robben Island e a Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,439 ^a	1	,230		
Correção de continuidade ^b	,032	1	,857		
Razão de verossimilhança	1,785	1	,182		
Teste Exato de Fisher				,412	,412
Associação Linear por Linear	1,429	1	,232		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,41.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 65: Relação entre a Prisão de Robben Island e a Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,435 ^a	1	,510		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,721	1	,396		
Teste Exato de Fisher				1,000	,699
Associação Linear por Linear	,432	1	,511		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,30.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 66: Relação entre a Prisão de Robben Island e os Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,134 ^a	1	,714		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,251	1	,616		
Teste Exato de Fisher				1,000	,882
Associação Linear por Linear	,133	1	,715		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,12.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 67: Relação entre a Prisão de Robben Island e a Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,097 ^a	1	,755		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,185	1	,667		
Teste Exato de Fisher				1,000	,912
Associação Linear por Linear	,097	1	,756		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,09.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 68: Relação entre a Prisão de Robben Island e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,063 ^a	1	,802		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,122	1	,727		
Teste Exato de Fisher				1,000	,941
Associação Linear por Linear	,062	1	,803		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,06.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 69: Relação entre a Prisão de Robben Island e a Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,733 ^a	1	,188		
Correção de continuidade ^b	,076	1	,783		
Razão de verossimilhança	2,014	1	,156		
Teste Exato de Fisher				,368	,368
Associação Linear por Linear	1,720	1	,190		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,37.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 70: Relação entre a Prisão de Robben Island e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,038 ^a	1	,845		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,075	1	,784		
Teste Exato de Fisher				1,000	,963
Associação Linear por Linear	,038	1	,845		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,04.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 71: Relação entre Auschwitz e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	34,493 ^a	1	,000		
Correção de continuidade ^b	32,459	1	,000		
Razão de verossimilhança	35,755	1	,000		
Teste Exato de Fisher				,000	,000
Associação Linear por Linear	34,240	1	,000		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 24,29.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 72: Relação entre Auschwitz e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	12,067 ^a	1	,001		
Correção de continuidade ^b	10,793	1	,001		
Razão de verossimilhança	12,108	1	,001		
Teste Exato de Fisher				,001	,001
Associação Linear por Linear	11,978	1	,001		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 17,79.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 73: Relação entre Auschwitz e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,001 ^a	1	,975		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,001	1	,975		
Teste Exato de Fisher				1,000	,590
Associação Linear por Linear	,001	1	,975		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 6,94.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 74: Relação entre Auschwitz e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,198 ^a	1	,274		
Correção de continuidade ^b	,623	1	,430		
Razão de verossimilhança	1,185	1	,276		
Teste Exato de Fisher				,363	,214
Associação Linear por Linear	1,189	1	,276		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 5,21.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 75: Relação entre Auschwitz e Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,736 ^a	1	,009		
Correção de continuidade ^b	4,962	1	,026		
Razão de verossimilhança	7,199	1	,007		
Teste Exato de Fisher				,021	,012
Associação Linear por Linear	6,686	1	,010		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,47.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 76: Relação entre Auschwitz e Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	3,629 ^a	1	,057		
Correção de continuidade ^b	2,978	1	,084		
Razão de verossimilhança	3,622	1	,057		
Teste Exato de Fisher				,073	,042
Associação Linear por Linear	3,602	1	,058		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 21,69.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 77: Relação entre Auschwitz e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,584 ^a	1	,445		
Correção de continuidade ^b	,093	1	,761		
Razão de verossimilhança	,577	1	,447		
Teste Exato de Fisher				,652	,376
Associação Linear por Linear	,579	1	,447		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 2,17.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 78: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,439 ^a	1	,230		
Correção de continuidade ^b	,032	1	,857		
Razão de verossimilhança	1,785	1	,182		
Teste Exato de Fisher				,412	,412
Associação Linear por Linear	1,429	1	,232		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,41.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 79: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,435 ^a	1	,510		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,721	1	,396		
Teste Exato de Fisher				1,000	,699
Associação Linear por Linear	,432	1	,511		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,30.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 80: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e Artefactos e Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,134 ^a	1	,714		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,251	1	,616		
Teste Exato de Fisher				1,000	,882
Associação Linear por Linear	,133	1	,715		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,12.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 81: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,097 ^a	1	,755		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,185	1	,667		
Teste Exato de Fisher				1,000	,912
Associação Linear por Linear	,097	1	,756		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,09.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 82: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e a Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,063 ^a	1	,802		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,122	1	,727		
Teste Exato de Fisher				1,000	,941
Associação Linear por Linear	,062	1	,803		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,06.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 83: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e a Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,733 ^a	1	,188		
Correção de continuidade ^b	,076	1	,783		
Razão de verossimilhança	2,014	1	,156		
Teste Exato de Fisher				,368	,368
Associação Linear por Linear	1,720	1	,190		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,37.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 84: Relação entre o Palácio de Dolmabahce e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,038 ^a	1	,845		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,075	1	,784		
Teste Exato de Fisher				1,000	,963
Associação Linear por Linear	,038	1	,845		
N de Casos Válidos	136				

a. 3 células (75,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,04.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 85: Relação entre Capela dos Crânios e a Educação

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,029 ^a	1	,310		
Correção de continuidade ^b	,542	1	,462		
Razão de verossimilhança	1,012	1	,314		
Teste Exato de Fisher				,406	,229
Associação Linear por Linear	1,021	1	,312		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 6,18.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 86: Relação entre a Capela dos Crânios e a Relembração

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	2,185 ^a	1	,139		
Correção de continuidade ^b	1,392	1	,238		
Razão de verossimilhança	2,044	1	,153		
Teste Exato de Fisher				,148	,121
Associação Linear por Linear	2,169	1	,141		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 4,52.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 87: Relação entre a Capela dos Crânios e os Artefactos e as Exposições

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,422 ^a	1	,516		
Correção de continuidade ^b	,051	1	,822		
Razão de verossimilhança	,483	1	,487		
Teste Exato de Fisher				1,000	,447
Associação Linear por Linear	,419	1	,517		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,76.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 88: Relação entre a Capela dos Crânios e a Nostalgia

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,097 ^a	1	,755		
Correção de continuidade ^b	,000	1	1,000		
Razão de verossimilhança	,105	1	,746		
Teste Exato de Fisher				1,000	,608
Associação Linear por Linear	,097	1	,756		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,32.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 89: Relação entre a Capela dos Crânios e a Esperança

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,054 ^a	1	,305		
Correção de continuidade ^b	,198	1	,656		
Razão de verossimilhança	1,931	1	,165		
Teste Exato de Fisher				,598	,382
Associação Linear por Linear	1,046	1	,306		
N de Casos Válidos	136				

a. 1 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,88.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 90: Relação entre a Capela dos Crânios e a Curiosidade

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,711 ^a	1	,399		
Correção de continuidade ^b	,313	1	,576		
Razão de verossimilhança	,693	1	,405		
Teste Exato de Fisher				,409	,284
Associação Linear por Linear	,706	1	,401		
N de Casos Válidos	136				

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 5,51.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Tabela 91: Relação entre a Capela dos Crânios e Outros

Testes qui-quadrado					
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	4,440 ^a	1	,035		
Correção de continuidade ^b	1,904	1	,168		
Razão de verossimilhança	2,958	1	,085		
Teste Exato de Fisher				,094	,094
Associação Linear por Linear	4,407	1	,036		
N de Casos Válidos	136				

a. 2 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,55.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2