



BELMIRA MARIA DOS SANTOS GOMES COUTINHO **HÁ MORTE NAS CATACUMBAS? UM ESTUDO SOBRE TURISMO NEGRO**



**BELMIRA MARIA DOS
SANTOS GOMES
COUTINHO**

**HÁ MORTE NAS CATACUMBAS? UM ESTUDO
SOBRE TURISMO NEGRO**

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 Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

À Dra. Teresa, sem a qual muito pouco teria sido possível.

o júri

Presidente

Professora Doutora Elizabeth Kastenzholz
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogal – Arguente Principal

Professor Doutor João José Saraiva da Fonseca
Professor Com Vínculo: Celetista Formal, Faculdades Inta - Brasil

Vogal – Orientador

Professora Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

À Prof. Dra. Maria Manuel Baptista, que acreditou em mim mais do que eu, me manteve no trilho certo, e nunca deixou que eu me sabotasse.

Aos meus pais, fonte de motivação constante.

Um agradecimento muito especial à Uiara e à Denise, que em tão pouco tempo se tornaram tão importantes na minha vida. Não há palavras que cheguem para vos agradecer.

Aos professores e colegas do mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo, por me terem ajudado a alargar os horizontes.

À Eng.^a Arnaldina Riesenberger que, sem querer, deu o rumo a esta investigação, e ao Prof. Dr. Francisco Queiroz, pela sugestão da atracção.

A todos os que tornaram possível esta dissertação: Dra. Clementina Quaresma, Sr. Domingos e Dra. Ana da Ordem Terceira de São Francisco, e todos os entrevistados.

Aos meus amigos, por todo o apoio apesar da minha ausência a todos os níveis.

Ao Gonçalo, pelas dádivas sem preço.

palavras-chave

Morte, Turismo Negro, representações e percepções dos visitantes.

resumo

Na sociedade contemporânea, em que a morte é simultaneamente presente e ausente do quotidiano dos indivíduos, é importante identificar as principais instituições que permitem o contacto entre o indivíduo e a morte e as relações que podem ser estabelecidas entre eles.

O Turismo Negro, ou seja, a actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento, é uma das mais importantes instituições mediadoras da morte. O Turismo Negro é um objecto de interesse recente entre a comunidade académica. Não obstante, tem vindo a ser abordado por alguns autores, e é um tipo de turismo com variadas manifestações por todo o mundo.

A presente dissertação consiste num estudo exploratório, de carácter qualitativo, sobre o modo como os visitantes de uma atracção de Turismo Negro a representam enquanto local ligado à morte. Pretendemos por este meio perceber se a morte é retirada da experiência turística dos sujeitos, tanto de uma atracção específica como de outras que possam ter visitado. Ao mesmo tempo, procurámos conhecer a atitude dos sujeitos em relação ao Turismo Negro e ao seu papel como mediador da morte na sociedade contemporânea.

keywords

Death, Dark Tourism, visitors' perceptions and representations.

abstract

In contemporary society, where death is simultaneously absent and present from our daily lives, it is important to identify both the main institutions that allow for the contact between individuals and death to take place, and the relationships that can be established between them.

Dark Tourism, in other words, tourist activity in places of or associated with death and suffering, is one of the most important institutions that mediate death. Dark Tourism has only recently become an object of interest amongst academics. Nevertheless, there is some work produced on this matter, and Dark Tourism has many manifestations throughout the world.

This dissertation consists of a qualitative exploratory study about the way visitors of a Dark Tourism attraction represent it as a place connected to death. Our aim was to understand if death is subtracted from the subjects' tourist experience, both of a specific attraction and of others they may have visited. At the same time, we intended to know the subjects' attitude towards Dark Tourism and its role as a mediator of death in contemporary society.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO	12
1. A MORTE, OS TURISTAS, E O TURISMO	16
1.1. EVOLUÇÃO DAS ATITUDES PERANTE A MORTE: DA MORTE DOMESTICADA À MORTE SEQUESTRADA. 16	
1.1.1. A MORTE NA CONTEMPORANEIDADE E O PARADOXO DA MORTE AUSENTE/PRESENTE	21
1.2. OS VIVOS E OS MORTOS: MEDIADORES E RELAÇÕES.....	23
2.1. ANÁLISE CONCEPTUAL: EVOLUÇÃO E PROBLEMÁTICA DA DEFINIÇÃO DO TURISMO NEGRO	32
2.2. PROPOSTAS DE CATEGORIZAÇÃO.....	35
2.2.1. SEGUNDO A OFERTA	36
2.2.2. SEGUNDO A PROCURA	42
2.2.3. PROPOSTA INTEGRADA.....	45
2.3. MANIFESTAÇÕES DE TURISMO NEGRO NO MUNDO.....	47
2.3.1. CAMPOS DE GENOCÍDIO NEGROS	47
2.3.2. LOCAIS DE CONFLITO NEGROS.....	51
2.3.3. SANTUÁRIOS NEGROS.....	53
2.3.4. LOCAIS DE DESCANSO NEGROS.....	55
2.3.5. MASMORRAS NEGRAS	56
2.3.6. EXPOSIÇÕES NEGRAS	59
2.3.7. FÁBRICAS DE DIVERSÃO NEGRAS	62
3.1. HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO.....	65
3.2. RECOLHA DE DADOS	67
3.2.1. INSTRUMENTO	68
3.2.2. SUJEITOS	70
3.3. TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS	73
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO EMPÍRICO.....	76
4.1. APRESENTAÇÃO DOS DADOS	77
4.1.1. GÉNERO	77
4.1.2. CONVICÇÕES RELIGIOSAS.....	84
4.1.3. NACIONALIDADE	90
4.1.4. IDADE	103
4.2. ANÁLISE COMPARATIVA	114
4.2.1. GÉNERO	114
4.2.2. CONVICÇÕES RELIGIOSAS.....	119

4.2.3. NACIONALIDADE	124
4.2.4. IDADE	131
4.3. DISCUSSÃO DOS DADOS	136
5. CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E LIMITAÇÕES DO PRESENTE ESTUDO.....	144
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	150
APÊNDICES	158
ANEXOS	214

ÍNDICE DE TABELAS

<i>Tabela 1 - Divisões do Negro de Dann (adaptado de Sharpley, 2009).....</i>	36
<i>Tabela 2 - Hipóteses explicativas da investigação</i>	66
<i>Tabela 3 - Caracterização geral dos sujeitos do pré-teste</i>	68
<i>Tabela 4 - Guião da entrevista com indicação das temáticas e informação pretendida</i>	69
<i>Tabela 5 - Descrição geral dos sujeitos entrevistados.....</i>	71
<i>Tabela 6 - Caracterização dos sujeitos segundo a escolaridade</i>	72
<i>Tabela 7 - Caracterização dos sujeitos segundo a idade.....</i>	72
<i>Tabela 8 - Caracterização dos sujeitos segundo o género</i>	72
<i>Tabela 9 - Caracterização dos sujeitos segundo a nacionalidade</i>	73
<i>Tabela 10 - Caracterização dos sujeitos segundo as convicções religiosas.....</i>	73
<i>Tabela 11 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género masculino</i>	77
<i>Tabela 12 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género feminino.</i>	80
<i>Tabela 13 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos que se consideram cristãos</i>	84
<i>Tabela 14 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos</i>	87
<i>Tabela 15 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade portuguesa</i>	91
<i>Tabela 16 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade espanhola.....</i>	93
<i>Tabela 17 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de outros países europeus.....</i>	96
<i>Tabela 18 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de países anglófonos</i>	98
<i>Tabela 19 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos latino-americanos</i>	101
<i>Tabela 20 - sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos</i>	104
<i>Tabela 21 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos.....</i>	107
<i>Tabela 22 - Sinopse geral das entrevistas</i>	110
<i>Tabela 23 - Sinopse comparativa da variável género</i>	115
<i>Tabela 24 - Sinopse comparativa da variável convicções religiosas</i>	119
<i>Tabela 25 - Sinopse comparativa da variável nacionalidade</i>	124

<i>Tabela 26 - Sinopse comparativa da variável idade</i>	131
--	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 - Consumo do Turismo Negro numa perspectiva tanatológica (adaptado de Stone, 2009).</i>	28
<i>Figura 2 - Contínuo de Intensidade de Thanaturismo de Seaton (adaptado de Seaton, 1996).</i> .	33
<i>Figura 3 - Espectro de tonalidades da Oferta de Turismo Negro de Stone (adaptado de Stone, 2006)</i>	39
<i>Figura 4 - Matriz da procura e da oferta do Turismo Negro de Sharpley (adaptado de: Sharpley, 2009)</i>	45

INTRODUÇÃO

Desde que o turismo começou a ser alvo de interesse por parte da comunidade académica que se vêm tentando encontrar padrões comuns aos turistas, no sentido de identificar tendências e comportamentos que permitam um melhor planeamento e uma maior compreensão da actividade turística e dos que a praticam.

À medida que o estudo do Turismo se intensificou e novas perspectivas de análise foram sendo nele incluídas, várias tipologias de Turismo foram identificadas ou pelo menos propostas. Fala-se hoje em Turismo de Negócios, Turismo Rural e de Natureza, Turismo Comunitário, Turismo Extremo, Turismo Pro-poor. Como é lógico, estas categorizações surgem do agrupamento de comportamentos e motivações comuns a grupos de turistas, os quais, como seres humanos, só se poderão comportar no reflexo da sociedade em que vivem.

Há tipos de Turismo que só recentemente começaram a ganhar popularidade entre os estudiosos da área a nível mundial. Nesta dissertação pretendemos analisar especificamente uma delas: o Turismo Negro.

Esta é uma área de estudos ainda muito nova dentro do estudo académico do Turismo, e que atravessa actualmente um crescendo de popularidade junto dos académicos e dos turistas (Sharpley, 2009).

O que é, então, o Turismo Negro? À partida e apenas pela adjectivação podemos adivinhar: negro tem a ver com coisas fúnebres, tétricas, escatológicas e obscuras (Priberam Informática, S.A., 2012). O Turismo Negro terá então algo a ver com um interesse ou oferta de produtos turísticos relacionados com a morte. Stone (2006:146) define o Turismo Negro como “o acto de viajar para locais associados com morte, sofrimento, e o aparentemente macabro” – coisa aparentemente marginal e retida apenas por meia-dúzia de atracções e grupos específicos da sociedade.

E se disséssemos que, segundo a definição apresentada acima, várias das atracções turísticas mais visitadas em todo o mundo podem constituir locais de Turismo Negro? Pensemos rapidamente em três ou quatro destinos: Paris, Nova Iorque, Egipto, Índia. Algumas das atracções turísticas mais famosas de cada um desses destinos estão inegavelmente associadas a morte e sofrimento.

Em Paris, a Torre Eiffel era em 2009 um dos locais mais populares para suicídios da Europa (Paris365Days.com, 2009), e é também em Paris que se situa um dos cemitérios mais visitados

do mundo – o Cemitério do Père Lachaise (ver página 55 desta dissertação). No Egipto, atracções tão populares como as pirâmides ou o Vale dos Reis são, na realidade, túmulos ou compostas por eles; mesmo a arte exposta no Museu do Cairo é em grande parte funerária, para não mencionar as múmias (Hawkins, s.d.). O Taj Mahal, na cidade indiana de Agra, é vulgarmente considerado um local romântico e muito adequado para pedidos de casamento (Squidoo, LLC, 2012) – no entanto trata-se do local de descanso final da muito amada esposa do Xá Jahan (Taj Mahal, 2012). E em Nova Iorque, um dos locais mais visitados pelos turistas é o Ground Zero (NYCTourist.com, 2012), palco de um dos atentados mais mediatizados dos últimos tempos, onde milhares de pessoas viram outras morrer em directo.

Não foi preciso recorrer a exemplos obscuros e pouco populares de atracções com uma ligação à morte – os exemplos dados são de destinos e atracções largamente visitados e conhecidos. E, tal como estes, podíamos ter dado outros: a Grande Muralha da China, considerada o maior cemitério do mundo (Rodriguez, 2011), o Coliseu de Roma, que acolhia espectáculos de morte para entretenimento das massas, o campo de concentração de Auschwitz-Birkenau.

Tendo isto em conta, ficará mais fácil compreender que o Turismo Negro não é apenas “para certas pessoas” – é, sim, uma nova perspectiva que incide sobre a relação com a morte de variadas atracções e uma grande quantidade de visitantes.

O objectivo inicial desta dissertação era o de fazer um estudo sobre o Turismo Negro numa cidade portuguesa, identificando o interesse dos turistas potenciais e o seu perfil. Seleccionámos então a cidade do Porto pela sua imagem cosmopolita e, principalmente, pela relativa popularidade na cidade das visitas aos cemitérios Românticos. Foi nesse contexto que procurámos entrevistar uma das responsáveis e principais impulsionadores das visitas aos cemitérios Românticos portuenses: a Eng^a. Arnaldina Riesenberger, Técnica Superior do Departamento Municipal de Parques Urbanos e Higiene Pública da Câmara Municipal do Porto.

Esta entrevista teve um carácter exploratório e foi composta de perguntas abertas. Segundo Quivy e Campenhout (1992:67), a utilidade das entrevistas exploratórias reside no facto de elas revelarem “luz sobre certos aspectos do fenómeno estudado, nos quais o investigador não teria espontaneamente pensado por si mesmo”, e foi isso mesmo que aconteceu com esta.

De facto, a entrevista exploratória que fizemos à Dra. Arnaldina Riesenberger veio ditar um novo rumo para a nossa investigação. Como se pode ler na transcrição da entrevista em anexo (Anexo 1), houve da parte da Dra. Arnaldina uma total disponibilidade em colaborar com a nossa investigação, fornecendo-nos toda a informação de que dispunha sobre o Turismo

Cemiterial no Porto. Mas, ao mesmo tempo, verificámos que havia, no seu discurso, uma ausência de referências à morte (a palavra foi mencionada apenas duas vezes em cerca de 40 minutos de entrevista) que nos pareceu curiosa, uma vez que se estava a falar sobre cemitérios, e uma profusão de termos como “cultura”, “arte”, “história” associados aos mesmos.

Foi esta entrevista que causou uma mudança de rumo na investigação, que tão bem se resume nas palavras de Ariès (1988:12): “O objectivo inicial da minha pesquisa tinha perdido o seu poder de motivação, recoberto por outros problemas mais essenciais que me levavam ao fundo do ser.”

Centrámos a nossa investigação em torno de uma nova pergunta de partida: De que modo os visitantes de uma atracção de Turismo Negro a representam enquanto local ligado à morte?

Procurámos responder a essa pergunta através de uma revisão de literatura e de um estudo empírico.

A revisão de literatura aborda, no primeiro capítulo, a evolução das atitudes perante a morte na ocidentalidade. Este capítulo inicial aprofunda a atitude contemporânea perante a morte, que é paradoxal: temos a morte ausente, por um lado, pois ela é remetida para locais e situações marginais ao quotidiano, e por outro lado a morte presente, que nos chega através dos meios de comunicação e da cultura popular (Stone, 2009b). Ao mesmo tempo, fazemos uma abordagem aos principais mediadores e relações entre os indivíduos e a morte, com particular destaque para o papel do Turismo Negro enquanto um desses mediadores.

O segundo capítulo é dedicado ao Turismo Negro. Este é um conceito novo para a comunidade académica, o que faz com que haja ainda opiniões e perspectivas de análise muito dispersas, pelo que, neste capítulo, fizemos uma recolha dessas diferentes opiniões e perspectivas com o objectivo de oferecer um panorama da evolução do conceito de Turismo Negro. Incluímos também neste capítulo as principais propostas de categorização do Turismo Negro, quer pelo lado da oferta como pelo da procura, além da única proposta de classificação encontrada que integra essas duas dimensões. É também neste segundo capítulo que, baseados na proposta de classificação do Turismo Negro de Stone (2006), apresentamos vários exemplos de manifestações de Turismo Negro no mundo e, sempre que possível, também em Portugal.

O terceiro capítulo desta dissertação contém a explicação sobre a metodologia por nós utilizada. Em primeiro lugar é clarificada a natureza do estudo – exploratória, destinada a

trazer mais luz sobre um fenómeno ainda pouco estudado. De seguida são explicitadas as hipóteses da investigação, tanto as que surgiram da revisão de literatura e serviram como guia de toda a investigação empírica, como as hipóteses explicativas que surgiram apenas no decorrer do estudo empírico. São depois apresentados os sujeitos que forneceram os dados para a nossa investigação, não sem antes se explicar o processo de selecção dos mesmos. O método de recolha de dados usado para esta investigação foi a entrevista e é abordado a seguir: são considerados os aspectos relevantes à realização de entrevistas e mencionado o local e o período de análise. Seguidamente referimos a elaboração do instrumento usado para as entrevistas – o guião – e explicamos as fases por que passámos até chegarmos ao guião definitivo. A parte final do capítulo sobre a metodologia é dedicada à técnica de análise de dados utilizada nesta dissertação: a análise de conteúdo.

O quarto capítulo é o que contém o estudo empírico propriamente dito. Na primeira parte deste capítulo fazemos uma apresentação dos dados obtidos na investigação. Primeiramente são apresentados os dados específicos das diferentes variáveis independentes em análise: género, nacionalidade, idade, e convicções religiosas e é feita uma caracterização geral, para depois passarmos a uma análise comparativa dos dados, por variável. Posteriormente a esta apresentação fazemos uma discussão dos resultados obtidos, procurando relacionar os dados do estudo empírico com a revisão de literatura que efectuámos, reflectindo sobre a plausibilidade das nossas hipóteses.

O capítulo final da dissertação contém as conclusões da investigação, bem como as recomendações que delas nos são permitidas retirar. Incluímos também neste capítulo a menção às limitações do presente estudo, e às recomendações e sugestões que fazemos para estudos futuros.

1. A MORTE, OS TURISTAS, E O TURISMO

Neste capítulo procuramos em primeiro lugar resumir a evolução das atitudes perante a morte na sociedade ocidental, desde a Idade Média até ao Romantismo, a partir da obra *Sobre a História da Morte no Ocidente desde a Idade Média*, de Philippe Ariès (1988). Este resumo servirá de enquadramento à atitude contemporânea perante a morte, que iremos abordar a seguir. Em seguida analisamos os constructos sociais e científicos usados para evocar o conceito de morte actual, concretamente o Turismo Negro, e quais são as relações que se estabelecem aquando da utilização dos diferentes mediadores sociais e científicos.

1.1. EVOLUÇÃO DAS ATITUDES PERANTE A MORTE: DA MORTE DOMESTICADA À MORTE SEQUESTRADA

Até à segunda Idade Média, ou seja, sensivelmente até ao século XII, a morte não era, à falta de melhor expressão, nada de especial. Ariès (1988) chama-lhe a **morte domesticada**.

Nesta altura a morte era uma cerimónia pública, organizada pelo moribundo que chefiava o protocolo, ajudado pelo padre e pelos familiares. O mesmo moribundo aguardava a morte jazendo doente no leito, tendo plena consciência de que a sua morte se aproximava. A cerimónia a que o moribundo presidia era assistida por quem quisesse, fossem parentes, amigos, vizinhos, ou pessoas que simplesmente fossem a passar e se apercebessem de que alguém estava a morrer em determinada casa (Ariès, 1988). As crianças não eram, de modo algum, afastadas destes rituais, mas antes assistiam a eles como todos os outros.

De facto, os ritos da morte eram aceites e cumpridos num cerimonial sem dramatismo, já que a morte era vista como natural e esperada, “simultaneamente familiar, próxima e atenuada, indiferente” (Ariès, 1988:25).

Na época romana e pré-cristã, os mortos eram afastados dos vivos, ou seja, os locais de enterramento situavam-se longe das cidades. Contudo, havia lugar à homenagem, às sepulturas e aos rituais, para que os mortos não voltassem para junto dos vivos e seguissem o seu caminho.

Na idade média, e até aos sécs. XVI e XVII, o corpo era confiado à igreja, que o conservaria em recinto sagrado (sepultura *ad sanctos*). O importante era que os ossos ficassem perto de um altar, o que seria garantia de que as almas dos defuntos seriam salvas. Depois, quando a área de enterramento se expande e surgem os cemitérios, estes tornam-se locais públicos. Aí se construía casas que desfrutavam de certos privilégios fiscais ou dominiais, e o cemitério tornou-se local de encontro ou de reunião, com habitações, lojas e mercadores, em que a vida

e morte coabitavam lado a lado. Esta coabitação chegou a tal ponto que, em 1405, um concílio papal proibiu que no cemitério se dançasse, jogasse fosse o que fosse, e que actores, malabaristas, músicos e charlatães exercessem a sua actividade suspeita. É que, antes desta proibição, era no meio de toda esta actividade que se tinha que “proceder a inumações, abrir túmulos e levantar cadáveres que não estavam ainda decompostos” (Ariès, 1988:30).

“O espectáculo dos mortos, cujos ossos afloravam à superfície dos cemitérios como o crânio de Hamlet, não impressionava mais os vivos do que a ideia da sua própria morte. Estavam tão familiarizados com os mortos como com a sua própria morte”. (ibidem: 30).

A partir do século XII, começa a formar-se uma nova atitude perante a morte. Ela deixa de ser domesticada e passa a ser a **morte de si próprio**. Mas a mudança do paradigma da morte domesticada não aconteceu de repente. Tratou-se de um processo, com subtis alterações introduzidas progressivamente que levaram a uma nova atitude perante a morte. Não estamos, portanto, perante uma ruptura, mas sim perante uma evolução:

Não se trata – convém esclarecer desde o início – duma atitude nova que substituirá a precedente que acabámos de analisar, mas de modificações subtis que, pouco a pouco, vão conferir um sentido dramático e pessoal à familiaridade tradicional do homem e da morte. (Ariès, 1988: 31)

Esta familiaridade tradicional estava ligada à ideia de um destino colectivo: a morte era apenas a “ordem natural das coisas”, algo justo que, mais cedo ou mais tarde, acontecia a todos. O que acontece a partir dos sécs. XI-XII é o surgimento gradual de uma preocupação com a individualidade.

A primeira das alterações acima mencionadas tem a ver com a representação do Juízo Final. Nos primeiros séculos do cristianismo acreditava-se que o Juízo Final aconteceria no final dos tempos e só os membros da Igreja, que lhe tinham confiado o seu corpo, seriam salvos. Os membros da Igreja, colectivamente, repousariam em paz até essa altura: “não havia lugar, nesta concepção, para uma responsabilidade individual, para uma contagem das boas e más acções” (Ariès, 1988:32).

As coisas mudam a partir do séc. XII, começando a dar-se mais importância ao julgamento das acções do indivíduo – à pesagem das almas, ao balanço que é feito entre as boas e as más acções da vida dele. Este balanço seria registado e carregado por cada alma até ao último dia do mundo ou o final dos tempos, o que, segundo Ariès (1988:33), significa uma recusa de ver a morte física como o fim do ser.

Também muda a altura em que o Juízo Final aconteceria: já não no final dos tempos, mas no final da vida de cada um, o que constitui mais uma manifestação da passagem para uma visão mais individualista da morte. Segundo esta nova concepção, o Juízo Final teria lugar no quarto do moribundo, que como vimos anteriormente, aguarda a morte no leito. Este juízo assume um carácter de provação final, que o moribundo deve superar para alcançar a vida eterna. O moribundo continua a ter um papel central na cerimónia da sua própria morte, mas este ritual tornou-se dramático e revestiu-se de um carácter emocional.

Outra alteração que levou à mudança para a morte de si mesmo foi o aparecimento do cadáver na arte e na literatura. A representação do cadáver não era comum na arte e literatura até ao séc. XVI ou XVII. A morte como cadáver semidecomposto “nunca foi verdadeiramente admitido como tema comum da arte funerária” (Ariès, 1988:36). A vulgarização dos objectos macabros só acontece no século XVII, quando a morte passa a ser representada não como cadáver em decomposição mas sim como um esqueleto, a *morte secca*.

O horror da morte física e da decomposição torna-se um tema comum na poesia, que assume um novo sentido macabro, como sinal da ruína do homem. Esta ruína, por sua vez, assume novos contornos: surge a ideia de fracasso. Mais, surge a ideia de que “o nosso fracasso vital e a nossa mortalidade” estão relacionados (Ariès, 1988:38). O homem do final da Idade Média sentia a permanente presença da morte em si mesmo, sabia que era um “morto adiado” (Ariès, 1988:38), e por isso tinha uma enorme paixão pela vida.

Por estes motivos podemos, antes de analisar a terceira alteração, afirmar que as representações da morte, do conhecimento autobiográfico, e do amor pela vida se aproximaram, graças a uma noção de autoconsciência causada pela presença/ideia da morte.

Esta terceira alteração diz respeito às sepulturas, mais concretamente à sua individualização. Na Roma antiga, toda a gente tinha uma sepultura, normalmente assinalada. Isso começa a desaparecer a partir do século V, e as sepulturas tornam-se anónimas, para o que também contribui o advento da sepultura *ad sanctos*. Por volta do século XII, as inscrições funerárias e as efígies reaparecem, inicialmente nas sepulturas de santos e pessoas ilustres. A personalização é crescente, espalhando-se dos túmulos dos poderosos para os das pessoas mais simples.

Salienta-se também o papel dos testamentos, que nesta altura transmitiam as indicações do defunto não só sobre o modo do seu enterro mas também sobre os serviços religiosos a serem efectuados pela salvação da sua alma.

Em jeito de conclusão, podemos dizer que se estabelece, “a partir do século XII, uma relação anteriormente desconhecida entre a morte de cada um e a consciência que possuía da sua individualidade” (Ariès, 1988:41).

A partir do século XVIII, dá-se uma nova mudança na atitude perante a morte, que passa a ser exaltada, dramatizada, lamentada e objecto de culto nos cemitérios. Mas esta nova morte já não é a do próprio, e sim a **morte do outro**. Mais uma vez, esta mudança não foi repentina, e sim o resultado das alterações que iam acontecendo na sociedade e na cultura.

Uma dessas alterações foi a associação entre Thanatos e Eros na arte e na literatura: a morte ganhou um sentido erótico. Esta associação assemelha a morte ao acto sexual no sentido em que ambos representariam uma ruptura com a racionalidade do quotidiano - ideia que é inteiramente nova, já que até então a morte (mesmo individualizada), era algo corriqueiro, familiar. No entanto, o erotismo não se manteve como elemento cru nesta atitude perante a morte: ele foi sublimado e transformado em Beleza. Surge a morte Romântica, tantas vezes referida na literatura do mesmo período.¹

Para além disso, também a relação ente o moribundo e a família se altera. Por exemplo, os testamentos, que até então constituíam o meio onde o moribundo expressava os seus sentimentos e vontades, tornam-se, ou reduzem-se a “um acto legal de distribuição de fortunas” (Ariès, 1988:47). Segundo este autor, isto deve-se em parte à laicização da sociedade, e sobretudo à evolução das relações familiares. O moribundo podia agora depositar na família parte do poder que reunia na condução das suas cerimónias fúnebres.

Continua a esperar-se a morte no leito, na cerimónia ritualizada já referida, mas o comportamento dos assistentes altera-se. A ideia de separação do ente querido torna-se intolerável, mas ao mesmo tempo encarada com alguma complacência. Nas palavras de Ariès (1988:45), “uma paixão nova se apodera dos presentes”, que se desfazem agora em prantos, rezas e outras manifestações de dor exagerada.

1 Alguns exemplos: *Fausto* (Goethe, 1808), *Escuridão*, *O Enterro* (Lord Byron, 1816 e 1819), *Monte dos Vendavais* (Emily Brontë, 1847), *Viagens na Minha Terra* (Almeida Garrett, 1846), *Amor de Perdição* (Camilo Castelo Branco, 1862).

O espectáculo do luto assume nesta altura o seu expoente máximo. Tratava-se de um luto exagerado e nem sempre muito sentido, mas que então era levado a cabo da forma mais ostentosa possível: chorava-se, desmaiava-se, definhava-se e morria-se de tristeza com a morte do ente querido. A morte temida não era, por conseguinte, a própria, e sim a do outro.

Uma vez que a atitude vigente era a morte do outro, o enterramento *ad sanctos* já não podia ser tolerado, tampouco os cemitérios sobrelotados nos adros das igrejas, dos quais emanariam perigosos miasmas e que violariam a dignidade dos mortos. Estes deveriam ser venerados, a exemplo dos antigos. Esta “repugnância em aceitar a morte do ente querido” (Ariès, 1988:50), traduziu-se em práticas que hoje podem ser consideradas peculiares, tais como conservar os cadáveres de entes queridos em álcool para serem vistos ou enterrá-los em propriedade privada. Tudo isto é feito com o intuito de permitir o acesso ao morto, que deve agora ser visitado regularmente. A própria sepultura torna-se em propriedade perpétua da família. Esta tudo faz para imortalizar o ente querido, que morreu, mas não foi esquecido e estará sempre presente na sua memória e nos seus corações.

O culto dos cemitérios e dos túmulos é talvez uma das mais conhecidas e evidentes manifestações desta nova atitude perante a morte. Se até à segunda metade do século XVIII, mesmo com a crescente individualização da morte e das sepulturas, “a visita piedosa ou melancólica ao túmulo de um ente querido era um acto desconhecido” (Ariès, 1988:49), nesta altura a situação muda radicalmente.

Um aspecto curioso da visita aos cemitérios é o seu carácter laico. Mesmo quem não frequentava a igreja ia ao cemitério; mitigar a saudade do defunto não era necessariamente uma obrigação religiosa. O culto dos mortos é, então, fortemente enraizado na sociedade, e tanto privado como público. De facto, o culto público em particular é extremamente importante. Os cemitérios assumem-se como um espelho da cidade e uma parte dela de pleno direito.

O culto dos mortos foi rapidamente adoptado pelo catolicismo, embora seja de origem positivista (Ariès, 1988). Não obstante, é mais forte nos países do Sul da Europa mais influenciados pela religião católica, como Espanha, Itália, e Portugal. Em países com maior influência do protestantismo, como a Inglaterra e os EUA, este culto não foi tão significativo.

1.1.1. A MORTE NA CONTEMPORANEIDADE E O PARADOXO DA MORTE AUSENTE/PRESENTE

Vimos desde já desenvolverem-se tendências que darão origem à atitude contemporânea perante a morte: a progressiva retirada de poder ao moribundo, a individualização da morte, e uma certa secularização, nomeadamente no culto aos mortos. Mas, e mais importante, a morte começa a tornar-se algo que perturba o normal decorrer da vida das pessoas.

Ariès (1988) chama-lhe a morte interdita. Para este autor, a atitude contemporânea perante a morte é pautada principalmente pela recusa em abordá-la: a morte passou a ser um tabu na sociedade. Giddens (1991) chama-lhe a morte sequestrada: ela é retirada da normal vivência do ser humano e remetida para locais e circunstâncias excepcionais. Stone (2009b) diz que se trata de um sequestro institucional, já que desses locais e circunstâncias excepcionais fazem parte instituições especializadas como hospitais, morgues, funerárias, etc.

Actualmente procura-se que a morte seja discreta, bem como os rituais subsequentes. O funeral quer-se sóbrio, e sem dramatismos, já que “um desgosto demasiado visível não inspira piedade mas repugnância; (...) é mórbido” (Ariès, 1988:57). Mesmo na época Romântica, em que o luto era uma instituição social obrigatória, ele mascarava muitas vezes uma resignação rápida: era comum que os viúvos voltassem a casar rapidamente. Contudo, para os que sofriam verdadeiramente, este período de luto instituído era uma preciosa ajuda para que pudessem lidar com o seu desgosto com a ajuda de familiares e amigos. Nos nossos dias isto não acontece: o sofrimento deve ser mantido em privado, as suas manifestações controladas, e talvez por isso o trauma seja muito mais profundo (Ariès, 1988).

Gorer (1955, citado por Ariès, 1988:58), no seu artigo “The Pornography of Death”, compara o luto à masturbação, e cunha a ideia de que, se antes o sexo era o principal tabu na sociedade ocidental, a morte assume agora esse papel. Por exemplo, até ao séc. XX, as crianças participavam normalmente nos rituais da morte, mas agora quando morre um familiar ou mesmo um animal, elas são afastadas e é-lhes dito que esse familiar ou animal “foi para um sítio melhor” (Ariès, 1988). Não obstante, desde pequenos têm acesso a educação sobre a sexualidade.

Ariès (1988) acha curioso que um interdito estabelecido durante séculos, como era o do sexo – obviamente ligado à religiosidade – seja tão subitamente substituído por este outro, o da morte, a qual tantas vezes até então fora um espectáculo público. A explicação avançada por este autor é que a substituição brusca de um interdito para outro tem a ver com o imperativo da felicidade: a sociedade ocidental actual diz-nos que a vida tem que ser feliz, nada mais lá

cabe senão a felicidade, e só devemos contribuir para a felicidade dos outros. Ora, a morte, obviamente, vem perturbar esta felicidade.

Como já referimos, a morte sequestrada é, também, secularizada ou des-sacralizada (Ariès, 1988, Giddens, 1991). O processo de des-sacralização da morte, segundo Giddens (1991), privou a morte de significado, ao mesmo tempo que privou o indivíduo dos tradicionais mecanismos para lidar com ela. Obviamente que, como refere Ariès (1988), isso não acontece com a mesma intensidade em todos os países, nomeadamente nos países sob forte influência do catolicismo como é o caso de Portugal.

O que sucedeu na sociedade contemporânea foi que não foram criadas novas verdades científicas para substituir as religiosas. Segundo Giddens (1991), a ciência não conseguiu criar novos valores ou sequer significados para a morte, deixando o indivíduo sozinho em confronto com ela – a morte passou então do domínio público para a esfera pessoal de cada um, e cada um tem agora que encontrar maneira de fazer sentido da sua vida. Embora a diversidade cultural que existe actualmente possa contribuir com maior número de recursos para que os indivíduos criem os seus próprios mecanismos para lidar com a morte, isso significa mais uma vez que o indivíduo é forçado a criar *sozinho* os seus próprios mecanismos para lidar com a morte e responder à sua necessidade intrínseca de estabilidade e segurança, ou segurança ontológica (Giddens, 1991).

Para esse efeito, a sociedade vai recorrer a um processo de exclusão de tudo aquilo que pode ameaçar a continuidade do enquadramento social em que decorre a vida humana. Por outras palavras, o indivíduo vai procurar afastar da sua vida quotidiana todos os elementos que lhe causem uma ansiedade primordial, ou, apoiando-nos em Kierkegaard (1944, citado por Giddens, 1991), angústia. Ora, a morte será certamente um deles (Stone, 2009b).

Contudo, esse processo de exclusão nem sempre é bem-sucedido, porque é muito difícil excluir algo tão poderoso como a morte – o que irá dar origem ao contacto com a angústia, que por sua vez vai causar o que Giddens (1991) intitula de “insegurança ontológica”, tornando-se um verdadeiro problema. Este problema é resolvido pela sociedade através de um compromisso, que consiste em negar a morte até certo ponto, focando-se ao invés na celebração da vida, e da beleza (Stone, 2009b).

Não podemos deixar ainda de falar da medicalização da morte. Esta é agora um fenómeno médico e não algo natural, que acontece a todos. De facto, a morte é por vezes uma decisão médica, agora que um corpo pode ser mantido em funcionamento muito tempo depois de as

funções cerebrais terem parado – a morte é decomposta em vários momentos, desde a perda de consciência até ao desligar das máquinas (Ariès, 1988). De qualquer modo, a morte é vista como uma falha da medicina.

No entanto, não se poderá afirmar que a morte está completamente ausente da cultura popular (Durkin, 2003). De facto, a morte entra-nos em casa todos os dias através da televisão, imprensa, cinema, música, literatura, etc. (vide ponto 1.2 desta dissertação). Basta, por exemplo, vermos a exploração feita pelos *media* (TV e imprensa) na cobertura de guerras, desastres, morte e funerais dos famosos para percebermos que a morte não está assim tão ausente da nossa vida. Walter (1991:295, citado por Stone, 2009b:31) explica que esta morte que nos é transmitida é “abstracta, intelectualizada, e despersonalizada”, e não uma verdadeira morte. Mas, em todo o caso, continua a ser morte.

Estamos então perante um paradoxo, que Stone (2009b) chama o paradoxo da morte ausente/presente. Morte ausente porque é sequestrada, privada de significado público, medicalizada. Morte presente porque é diariamente veiculada nos meios de comunicação e na cultura popular.

1.2. OS VIVOS E OS MORTOS: MEDIADORES E RELAÇÕES

“Horror has a face... and you must make a friend of horror. Horror and moral terror are your friends. If they are not, then they are enemies to be feared.”
(Coronel Walter E. Kurtz, *Apocalypse Now*)

Como vimos anteriormente, a atitude contemporânea perante a morte consiste em retirá-la da vida quotidiana, escondê-la e torná-la tabu. Contudo, mesmo numa tal sociedade há mecanismos e instituições que permitem um certo contacto entre vivos e mortos (Walter, 2009): são os chamados mediadores da morte. Estes mediadores são na verdade nada mais que um filtro, que permite às pessoas não lidarem com a morte directamente.

A **família**, por exemplo, constitui um destes filtros. É na família que tradicionalmente se contam histórias e se partilham memórias dos antepassados que já morreram, fazendo assim uma ligação entre eles e o mundo dos vivos (Walter, 2009).

Interessa aqui salientar que a morte não é toda igual. Mais propriamente, a memória da morte não é toda igual, e isso terá influência no modo como nos relacionamos com ela. Walter (2009) faz um resumo dos vários tipos de memória: ela pode ser de primeira geração, ou seja, de

acontecimentos e pessoas que presenciámos e conhecemos; pode também ser de segunda geração, a qual, como o nome indica, diz respeito às memórias dos nossos pais e educadores, que são a fonte primária de socialização. A memória de terceira geração é mais distante já requer determinados instrumentos para entrar na nossa consciência, como a genealogia e a História (Walter, 2009).

Na sociedade actual, frequentemente constituída por diásporas (Walter, 2009), a **genealogia** é um importante mediador entre a vida e a morte. Muitas vezes os indivíduos não se sentem perfeitamente enquadrados ou até sentem-se desenraizados no local para onde se deslocaram (ou foram deslocados), o que pode dar origem a um interesse crescente pela genealogia – para o qual contribui a qualidade dos registos que existem actualmente. Walter (2009) faz uma distinção entre a genealogia e a ascendência: para este autor, a genealogia permite reconstituir a nossa linhagem familiar, mas é permeada por um certo distanciamento. Já a ascendência significa o conhecimento dos antepassados que deram origem àquilo que somos hoje enquanto pessoas.

A **História** e a **arqueologia** são dois outros mediadores entre a vida e a morte, sendo que a morte é nestes casos uma morte mais antiga, que não faz parte da memória da nossa geração. O registo do passado amplamente acessível que é a História permite que o cidadão anónimo reveja o passado com desprendimento e sem estabelecer relações de familiaridade; esse desprendimento acontece também na arqueologia, que analisa e reconstrói o passado através dos vestígios que dele permanecem – vestígios esses que pertencem à Humanidade e não a nenhum grupo em particular, ainda que comprovadamente descenda dos que deixaram esses vestígios².

A **religião** é outra das instituições que tradicionalmente proporcionava algum tipo de mediação entre os vivos e os mortos, já que cada religião tem os seus rituais e crenças específicos que permitem ao indivíduo lidar com a morte. Contudo, como já vimos anteriormente, a secularização da sociedade levou a que o papel da religião como mediadora fosse absorvido em grande parte pela medicina (Ariès, 1988, e Walter, 2008), e pelos mass media: “Já não é para o padre ou para o médico que nos viramos à procura de informação e ajuda para fazer sentido do que aconteceu, mas sim para o jornal e os noticiários” (Walter, 2009:43). Os próprios **cemitérios e sepulturas** constituem um outro mediador, ao serem locais

2 Talvez o caso mais conhecido seja a luta do estado Egípcio, encabeçada pelo arqueólogo Zahi Hawass, pela devolução dos artefactos e restos mortais da antiga civilização egípcia que estão espalhados pelo mundo.

em que o mundo dos vivos e o dos mortos se confundem (Walter, 2009) - ainda que estejam despojados de muita da importância que já lhes foi atribuída (Ariès, 1988).

Também já falámos anteriormente sobre a importância dos **testamentos**, os quais constituem um meio de comunicação entre os mortos e os vivos, talvez o último momento em que os desejos dos mortos são ouvidos (Ariès, 1988).

Se estes mediadores são de certa forma óbvios, há outros em que não se pensa num primeiro momento. Mas, para Walter (2009), as fotografias, a música, e a literatura são também instituições que medeiam o contacto entre vivos e mortos. Permitimo-nos acrescentar a esta lista a televisão, a imprensa e o cinema, que, para Durkin (2003), constituem também meios através dos quais nos é possível contactar com a morte.

As **fotografias** são um meio que permite registar momentos e pessoas do passado, permitindo-nos revê-los, mas ao mesmo tempo lembrando-nos que nós, também, morreremos um dia - *memento mori*³ (Walter, 2009).

Segundo Walter (2009), a **música** é um mediador privilegiado e amplamente difundido, já que a morte é um tema recorrente e até tradicional em vários estilos musicais, como a Ópera e a música clássica. Também os modernos hip-hop e rock contém uma abundância de referências à morte, quer seja através de letras violentas como as de Snoop Dogg, Eminem, Rammstein (entre muitos outros), ou mesmo do nome das bandas: Pagan Death, Et Moriemur, Anthrax, Megadeath... (Durkin, 2003). Mesmo o pop não é imune à temática tanatológica. Damos o exemplo da artista Lana del Rey, que recentemente alcançou sucesso internacional com um álbum intitulado “Born to die”, do qual fazem parte músicas como “Born to die” e “Dark Paradise” – esta última fala da dificuldade em superar a morte de um ser amado.

A morte e o sofrimento têm também sido temas amplamente tratados na **Literatura** (Durkin, 2003 e Walter, 2009), por exemplo por autores clássicos como Shakespeare (exs.: *Hamlet*, *Romeu e Julieta*) e Victor Hugo (exs.: *Os Miseráveis*), e também por autores contemporâneos premiados como José Saramago (*As Intermitências da Morte*). Mas a temática tanatológica

3 Expressão latina que significa literalmente “lembra-te da morte” mas que é comumente traduzida como “lembra-te que és mortal” ou “lembra-te que vais morrer”. É também o nome que era dado às fotografias tiradas post-mortem, hábito comum no século XIX em alguns países. O corpo era muitas vezes posicionado de forma a simular que estava vivo, com auxílio de suportes e arames. Crianças de várias idades, com ou sem os pais, são também visões comuns nestas fotografias, que muitas vezes eram as únicas que a pessoa tirava em toda a sua vida (ou morte). Para mais informações sobre este tema sugerimos a consulta do sítio do “Museum of Mourning Photography & Memorial Practice” em <http://mourningphotography.com/>, onde para além de informação mais detalhada se podem

está presente também na literatura menos elitista. De facto, a lista de best-sellers em várias cadeias de lojas inclui livros cuja temática assenta em grande parte na morte e no sofrimento como *Os homens que odeiam as mulheres*, de Stieg Larsson (2008), *O Último Segredo*, de José Rodrigues dos Santos (2011), e *Raposas Inocentes* de Torey Hayden (2012) (Fnac, 2012, e Grupo Porto Editora, 2012).

A **televisão** é outro dos mediadores da morte. Se pensarmos em algumas das séries de TV com mais sucesso internacional nos últimos anos, verificamos que muitas delas têm um tema tanatológico (Durkin, 2003): CSI, Serviço de Urgência (E.R.), Mentos Criminosas, Dr. House, Spartacus, The Walking Dead...

Para além disso, as estações de televisão esforçam-se por transmitir com o máximo de pormenor informação sobre a morte dos famosos e dos anónimos que morreram em situações peculiares, quer tenham sido crimes, acidentes ou desastres naturais. Veja-se por exemplo os casos recentes das mortes de Whitney Houston, Amy Winehouse, Angélico Vieira, mas também de Khaddaffi, Saddam Hussein, Osama bin Laden, que foram alvo de ampla cobertura noticiosa tanto por parte da televisão como da **imprensa**, a qual é também um mediador da morte (Durkin, 2003).

Há, contudo, uma diferença entre as notícias sobre morte produzidas pela televisão e pela imprensa. Segundo Durkin (2003), a representação da morte na imprensa tende a ser menos explícita e até a não conter referências explícitas à morte, recorrendo-se ao invés ao uso de eufemismos. A exceção a esta regra serão os tablóides e publicações sensacionalistas (Durkin, 2003).

Outro dos mediadores da morte apontados por Durkin (2003) é o **cinema**, que com as mais recentes e avançadas técnicas e efeitos especiais mostra a morte com maior realismo. Mais que isso, Durkin (2003) afirma que os temas tanatológicos ou mórbidos fazem parte da tradição do cinema, não só em filmes de guerra e de terror como mesmo em comédias.

Em resumo, e aproveitando uma frase de Walter (2009:43), as instituições mediadoras entre os vivos e os mortos na sociedade ocidental contemporânea são: “arqueologia, sepulturas, genealogia, música, literatura, Lei, família, língua (oral e escrita), fotografias, História”. O mesmo autor afirma que serão os três últimos que dão origem às duas principais instituições mediadoras na nossa sociedade: os *mass media* e o Turismo. Para Walter (2009) estes estão

consultar várias galerias destas imagens.

intimamente relacionados: ambos constituem um meio de divulgação e interpretação de morte e sofrimento para milhares de pessoas. Em séculos passados saía-se em família para assistir a execuções públicas, agora elas são transmitidas na TV ou Internet para todo o mundo⁴; agora podemos com relativa facilidade visitar os locais da morte e sofrimento de que tomámos conhecimento pelos *media*.

Segundo Giddens (1991), a maneira de se adquirir segurança ontológica consiste no recurso a instituições e experiências que vão intermediar o contacto com o que poderá ameaçar essa segurança, como por exemplo a morte e o sofrimento. Mas nem todos os destinos, atracções e outras manifestações turísticas podem cumprir este papel. Ao conjunto dos locais, atracções e exposições relacionados com morte e sofrimento e à prática de os visitar chama-se Turismo Negro (Sharpley, 2009, Stone, 2009b, Lennon & Foley, 2000).

O Turismo Negro permite aos indivíduos darem azo à sua curiosidade e fascínio por objectos tanatológicos, num ambiente socialmente aceite e por vezes mesmo sancionado, constituindo uma oportunidade para a elaboração das próprias construções de mortalidade, e também para a contemplação da condição humana (Stone, 2009b).

O modelo adaptado de Stone (2009b) – figura 1 na página seguinte- procura esquematizar o modo como o Turismo Negro pode ajudar o indivíduo a lidar com a mortalidade.

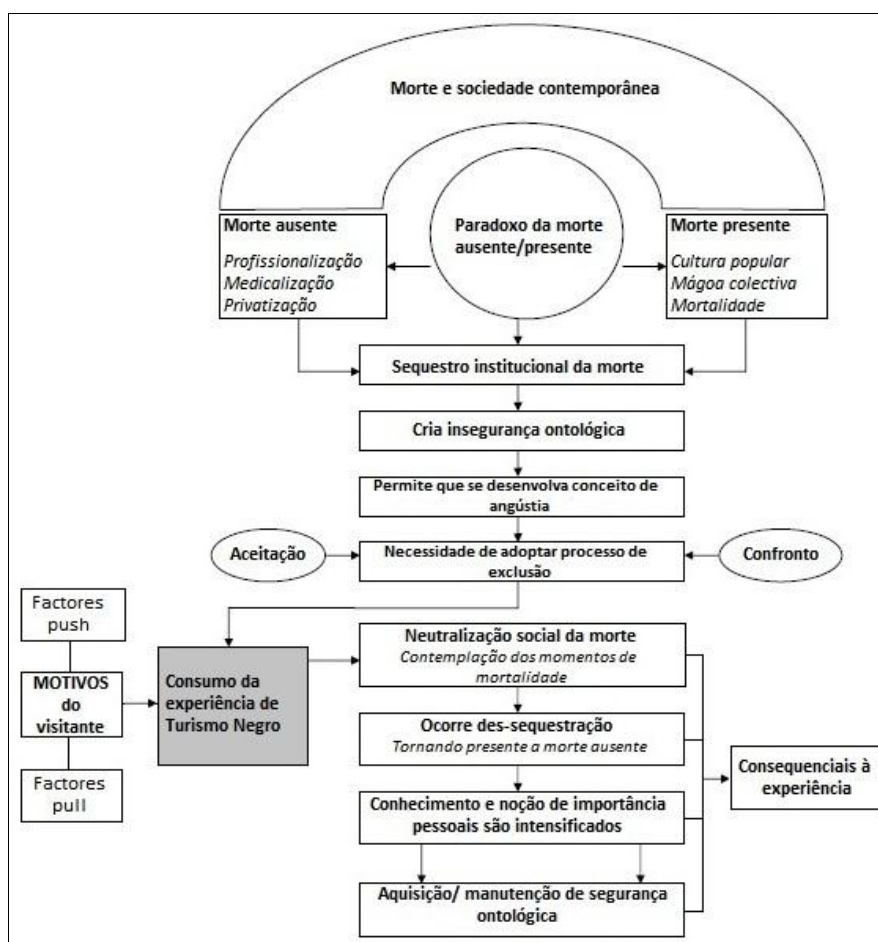
Partindo da atitude contemporânea perante a morte e do paradoxo da morte ausente/presente, o modelo evidencia a formação da insegurança ontológica e o surgimento da necessidade de contactar com a morte de alguma forma. O Turismo Negro surge então como um meio que permite esse contacto e a “reconceptualização da morte e mortalidade em formas que estimulam outra coisa que não a angústia e o terror primordiais” (Stone & Sharpley, 2008:585), promovendo desta forma a criação de alguma segurança ontológica.

Stone (2011:28) identificou quatro motivos que explicam o papel do Turismo Negro enquanto mediador da morte na sociedade contemporânea. O primeiro é o facto de o Turismo Negro representar e comunicar a morte. O segundo motivo apontado pelo autor é o facto de o Turismo Negro dar ao visitante a oportunidade de acumular “capital da morte”, que pode depois usar quando precisar de reflectir sobre ela. O facto de os locais de turismo negro constituírem locais onde a mortalidade contemporânea é reconfigurada e revitalizada,

4 Salientamos a execução de Saddam Hussein, que foi filmada clandestinamente por guardas. O vídeo foi depois amplamente divulgado, tanto na Internet - onde chegou a ser um dos vídeos mais vistos (Celso, 2007) - como por estações de televisão em vários países, facto que Portugal e a União

mediando assim a complexidade da morte é o terceiro dos motivos apontados pelo autor para explicar porque é que o Turismo Negro é um mediador entre o indivíduo e a morte. O último motivo mencionado por Stone (2011) é o facto de o Turismo Negro mediar o que é aparentemente macabro ao exhibir simbolicamente a morte.

Figura 1 - Consumo do Turismo Negro numa perspectiva tanatológica (adaptado de Stone, 2009b).



O que o Turismo Negro e todas as outras instituições mediadoras da morte têm em comum é o facto de permitirem ou até potenciarem que os vivos estabeleçam algum tipo de relação com os mortos. Walter (2009) procurou identificar e definir essas relações, que, segundo ele, serão as seguintes: informação, intercessão, orientação, cuidado, recordação, educação, entretenimento, *memento mori* e assombração.

Os estudos que actualmente se podem fazer aos restos mortais e outros vestígios que os rodeiam permitem obter **informação** detalhada sobre o modo como aquelas pessoas viveram

e morreram. Essa informação é depois facultada ao público e pode também ser alvo de estudos posteriores, nos campos da medicina, sociologia, ciência, etc. Walter (2009) refere ainda a possibilidade de existirem conflitos entre investigadores (médicos-legistas/patologistas nos casos de morte recente, arqueólogos e antropólogos nos casos de morte mais antiga) e os parentes em luto ou descendentes do povo a que pertencem aqueles restos mortais.

A **intercessão** é a relação tradicionalmente estabelecida nos templos religiosos, especialmente os que estão ligados ao catolicismo. A intercessão consiste no pedido feito aos mortos, normalmente santos ou familiares, para que levem as orações e pedidos dos vivos e intercedam por eles junto da divindade. Outra relação que é muitas vezes estabelecida nos templos e outros santuários é a **orientação**, mais propriamente o pedido que os vivos fazem aos mortos para que os ajudem e guiem na sua vida, nas suas escolhas. Segundo Walter (2009:45) “há tempos e lugares em que as linhas de comunicação entre os mortos e os vivos são particularmente claras”, o que acontece não só nos templos religiosos mas também, por exemplo, em sessões espíritas, leituras de testamentos, entre outros locais.

A relação de **cuidado** com os mortos é mais fortemente estabelecida nos países orientais como por exemplo o Japão, onde os familiares conversam com os seus antepassados em santuários domésticos, embora também exista na sociedade ocidental (Walter, 2009). Apesar da secularização da sociedade que já temos vindo a assinalar, o cuidar dos mortos na sociedade ocidental é feito por exemplo através da manutenção e limpeza das campas nos cemitérios (Walter, 2009).

A **recordação** é outra relação que os vivos podem estabelecer com os mortos. Esta relação é normalmente estabelecida em memoriais, por exemplo às vítimas de desastres, ao soldado desconhecido, etc. Importa estabelecer que recordação é diferente de memória (King, 1998, citado por Walter, 2009): “a recordação implica uma comemoração daqueles cujo sofrimento ou morte podemos não ter testemunhado pessoalmente, mas que ainda não é história” (Walter, 2009:47).

A **educação** outro dos modos de relacionamento com os mortos, quer seja através da leitura de livros de História, do uso de cadáveres por estudantes de medicina e outras ciências, ou de visitas de estudo a locais ou exposições históricos (Walter, 2009). Há mesmo exposições, como a exposição “O Corpo Humano” que esteve recentemente na Alfândega do Porto, e muitas outras atracções, que potenciam não só a educação mas também o **entretenimento** na relação

com os mortos. Walter (2009) faz um paralelismo entre estas exposições e atrações e as execuções públicas, dizendo que ambas servem o duplo propósito de educar e entreter as massas.

O contacto com os mortos pode também servir para lembrar-nos da nossa própria mortalidade – *memento mori*. Contudo, são poucos os locais e exposições relacionados com a morte e o sofrimento que aceitam este papel (Walter, 2009), preferindo assumir uma função educativa ou de entretenimento.

O último tipo de relação com os mortos identificado por Walter (2009) é a **assombração**. Esta está relacionada com a dificuldade da sociedade em integrar mortes que considera sem sentido, como as resultantes de atentados, desastres, crimes especialmente hediondos, genocídio. Estas mortes são depois alvo de extensa cobertura por parte dos *media*. No momento em que escrevemos este capítulo, a comunicação social portuguesa esforça-se trazer à luz novos detalhes do caso do homem de Beja que terá morto a família e os animais domésticos e que depois se suicidou. Mas estes casos de extensa cobertura mediática de mortes extraordinárias vêm a ser também objecto de Turismo Negro – veja-se o caso do Ground Zero, que mesmo antes de ter um memorial às vítimas era já um dos maiores locais de Turismo Negro a nível mundial (Walter, 2009).

2. TURISMO NEGRO

Neste capítulo iremos enquadrar os principais discursos feitos sobre a temática do Turismo Negro desde que este se tornou alvo de atenção da comunidade académica. Serão abordadas as principais perspectivas de análise e identificados os factores que contribuem para a complexidade de definição do conceito. De seguida, apresentamos propostas de categorização do Turismo Negro de vários autores, tanto do ponto de vista da oferta como da procura e das suas motivações.

Por fim, apresentamos vários exemplos de manifestações de Turismo Negro pelo mundo, numa tentativa de ilustrar a dificuldade de definição e categorização do conceito.

2.1. ANÁLISE CONCEPTUAL: EVOLUÇÃO E PROBLEMÁTICA DA DEFINIÇÃO DO TURISMO NEGRO

O Turismo Negro é uma área de estudos bastante recente no seio da comunidade académica. Terá sido só na década de 90 do século passado que o turismo relacionado com temas mórbidos começou a despertar o interesse dos investigadores (Sharpley, 2009). Embora a literatura seja ainda muito dispersa, é possível encontrar um número considerável de autores que, em algum ponto da sua actividade, abordaram o assunto do turismo ligado a morte e sofrimento, ainda que com diferentes denominações.

Um desses autores é Rojek, que em 1993 sugeriu a ideia de que existiriam “Pontos Negros” no turismo, que ele considera serem “os desenvolvimentos comerciais de locais de inumação e locais onde celebridades ou grande número de pessoas encontraram mortes súbitas e violentas” (Rojek, 1993:136).

Segundo este autor, os “Pontos Negros” não são todos iguais. Rojek (1997) cita os exemplos da vigília anual pela morte de Elvis Presley em Graceland ou a comemoração do aniversário da morte de John F. Kennedy em Dallas como espectáculos pós-modernos, cuja popularidade está fortemente dependente da divulgação feita pelos meios de comunicação, e que são no fundo reconstruções repetidas do que de facto terá acontecido. Em oposição estão os locais nostálgicos, como cemitérios de relevância local e nacional. Rojek (1997:23) faz ainda uma outra distinção entre os “Pontos Negros”, e os locais de catástrofe, os quais são, para o autor, “analiticamente diferentes” dos primeiros e não podem ser considerados como tal.

Turismo Mórbido é a denominação dada por Blom (2000) ao turismo relacionado com a morte. Para o autor, o Turismo Mórbido assume duas formas principais: aquela que “se foca na morte

súbita e que atrai rapidamente grande número de pessoas”, por um lado, e, por outro, o turismo “baseado em atracções e relacionado com uma morbidez artificial” (Blom, 2000).

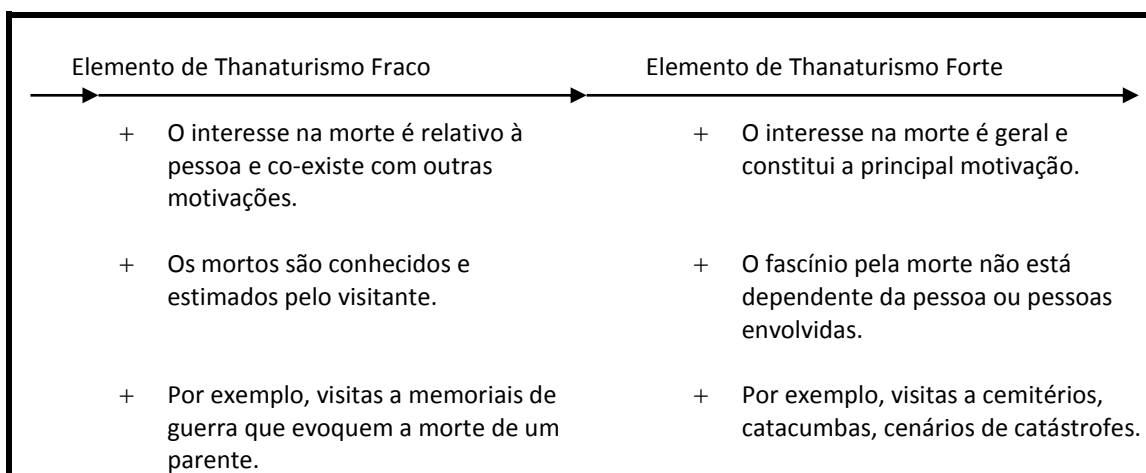
Seaton (1996) introduz o conceito de Thanaturismo, ou seja, o turismo em que a “thanatopsis” (contemplação da morte) é o principal interesse dos turistas. Para Seaton (1996), este interesse terá as suas raízes na Idade Média, embora se tenha vindo a intensificar desde o Romantismo.

A definição de Thanaturismo dada pelo autor é:

“a viagem a um local, completa ou parcialmente, motivada pelo desejo de [estabelecer] encontros reais ou simbólicos com a morte, particular mas não exclusivamente com a morte violenta, que podem ser activados em grau variável pelas características específicas das pessoas cujas mortes são os seus objectos focais” (Seaton, 1996:40)

Desta definição podemos retirar duas ideias principais. Uma delas é a de que o que define o Thanaturismo são os motivos do turista e não as características das atracções, sendo então o Thanaturismo um fenómeno predominantemente comportamental. A outra ideia é a de que o Thanaturismo não é um conceito absoluto, mas antes contém um contínuo de intensidade (vide figura 2). Este contínuo assenta em dois valores: a medida em que o interesse na morte é relativo à pessoa ou à escala da morte, e se o interesse na morte é a única motivação da visita ou uma entre várias (Seaton, 1996).

Figura 2 - Contínuo de Intensidade de Thanaturismo de Seaton (adaptado de Seaton, 1996).



O que todos estes conceitos e definições têm em comum é o facto de, de alguma forma, associarem a actividade e os locais turísticos com a morte e o sofrimento. Lennon e Foley cunharam o termo “Turismo Negro”, que desde então é o mais amplamente aceite e utilizado

na literatura. Stone (2006) explica que a escolha do adjetivo “Negro” simplesmente pretende aludir a práticas aparentemente perturbadoras bem como a produtos e experiências mórbidos, que constituirão a base deste tipo de turismo.

Para Foley & Lennon (1996:199), Turismo Negro é “o fenómeno que engloba a apresentação e consumo (pelos visitantes) de morte e locais de catástrofe reais e mercantilizados”. Os autores vêem o Turismo Negro como algo recente, uma “intimação da pós-modernidade” (Lennon & Foley, 2000:11), e apresentam três motivos para essa sua convicção.

Um desses motivos é que o interesse do público nas mortes ou catástrofes está dependente de uma compressão espaço-temporal, ou seja, directamente relacionado com a capacidade dos *media* em as difundir.

Outro dos motivos apontados pelos autores é que, tal como o conceito de pós-modernidade, a maioria dos locais de Turismo Negro põe em causa a racionalidade, ordem e progresso inerentes à modernidade.

Finalmente, Lennon & Foley (2000) defendem o argumento de que há uma crescente perda de definição da fronteira entre a mensagem (política e/ou educacional) que se quer passar e a comercialização dos locais de Turismo Negro.

Assim sendo, para estes autores é necessário que os eventos que dão origem às atracções possam ser validados, isto é, que haja alguém que os tenha testemunhado e que possa atestar a sua veracidade, e que elas induzam no visitante um sentimento de ansiedade em relação à modernidade (Lennon & Foley, 2000). Por estes motivos, Lennon e Foley (2000:23) encaram o Turismo Negro como um fenómeno recente e principalmente ocidental, baseado em visitas “por serendipidade⁵, itinerários de companhias turísticas, ou [d]os meramente curiosos que por acaso estavam nas redondezas” de um local de Turismo Negro.

Vemos que, ao contrário do que defende Seaton (1996), que encara o Thanaturismo como partindo da motivação dos turistas, para estes autores (Lennon & Foley, 2000) essa motivação não é importante, mas sim o local que visitam e a reacção que ele provoca nos visitantes.

A ideia defendida por Lennon & Foley (2000), e em parte também por Rojek (1997) que enquadra o Turismo Negro num horizonte temporal recente é bastante contestada na literatura. Por exemplo Beech (2000, citado por Sharpley, 2009) afirma que os edifícios

⁵ “Serendipidade” vem do inglês “serendipity”, e diz respeito à descoberta de algo agradável por acaso (Priberam

militares são desde há muito atracções turísticas, e Stone (2006:147) defende que “os exemplos iniciais de Turismo Negro podem ser encontrados no patronato dos jogos gladiatoriais Romanos”, tendo o Coliseu de Roma sido uma das primeiras atracções de Turismo Negro. O mesmo autor afirma ainda que as execuções públicas “desde o período medieval até ao século XIX” constituem também manifestações de Turismo Negro. MacCannel (1989, citado por Sharpley, 2009:5) relata que as visitas a morgues faziam normalmente parte das visitas à cidade de Paris no século XIX.

Sharpley (2009:4) sintetiza do seguinte modo a visão dos autores que defendem a antiguidade da prática de Turismo Negro:

“desde que as pessoas são capazes de viajar, elas são atraídas – propositadamente ou não – para locais, atracções ou eventos que estão ligados de uma forma ou de outra com morte, sofrimento, violência ou catástrofe.”

Actualmente, uma das definições de Turismo Negro mais utilizadas pelos académicos é de Stone (2006:146), que define o Turismo Negro como “o acto de viajar para locais associados com morte, sofrimento, e o aparentemente macabro”. No mesmo artigo, o autor apresenta uma outra definição que nos parece ser mais expressiva: “o fenómeno pelo qual as pessoas visitam, intencionalmente ou como parte de um itinerário recreativo mais amplo, a diversa gama de locais, atracções e exposições que oferecem uma (re/a)apresentação de morte e sofrimento” (Stone, 2006: 146).

Nesta dissertação, optou-se pela elaboração de uma definição operacional de Turismo Negro, a qual servirá de base para o estudo empírico que compõe a segunda parte do trabalho. Assim sendo, no âmbito desta dissertação, entendemos o Turismo Negro como a visita a locais cuja ligação com a morte é concreta e identificável, e que, acidental ou intencionalmente, se tornaram alvo de actividade turística.

2.2. PROPOSTAS DE CATEGORIZAÇÃO

Estabelecemos já que há perspectivas discordantes no estudo académico do Turismo Negro. Stone (2006:148) faz um resumo dos pontos de discórdia entre os estudiosos:

- A oposição ou comparação entre os locais de Turismo Negro de “sensação”, que emergem de forma imediata e espontânea, e as visitas programadas a atracções e exposições que retratam ocorrências mais ou menos distantes na História.

- A distinção entre locais de Turismo Negro intencionalmente construídos como tal e outros locais que se tornaram alvo de atenção do Turismo Negro por acidente ou de forma não propositada.
- A medida em que o motivo dominante da visita a locais de Turismo Negro é o interesse em morte e sofrimento, e a maneira como a oferta corresponde a este interesse.
- As razões que estão na origem do modo como as experiências e locais de Turismo Negro são produzidos e fornecidos.

São estas variáveis que, na opinião de Stone (2006), contribuem para a complexidade do conceito de Turismo Negro. Não será então difícil compreender que também as tentativas de categorização do Turismo Negro sejam variadas, já que elas reflectem divergências teóricas e conceptuais.

Assim sendo, procurámos agrupar as propostas de categorização do Turismo Negro consoante a perspectiva de categorização: oferta, procura, e uma proposta integrada.

2.2.1. SEGUNDO A OFERTA

Dann (1998) procurou elaborar um resumo das formas de Turismo Negro, enquadrando-as em cinco categorias principais (vide tabela 1).

Tabela 1 - Divisões do Negro de Dann (adaptado de Sharpley, 2009)

Divisões do Negro	
<i>Áreas Arriscadas</i> Destinos perigosos, presentemente ou no passado	<ul style="list-style-type: none"> • Cidades de Horror • Destinos de Desgraça
<i>Habitações de Horror</i> Edifícios associados com morte e horror, tanto reais como representados	<ul style="list-style-type: none"> • Masmorras da Morte • Hotéis Horrendos
<i>Campos de Fatalidade</i> Áreas/terrenos que comemoram ⁶ morte, medo, fama ou infâmia	<ul style="list-style-type: none"> • Campos de batalha Cruéis • Holocausto Horrível • Cemitérios de Celebidades
<i>Tours de Tormento</i> Visitas a ou circuitos de atracções associadas a morte, assassinio e caos	<ul style="list-style-type: none"> • Caos e Assassinio • os Famosos pela Fatalidade
<i>Thanatos Temático</i> Colecções e museus cujo tema é morte e sofrimento	<ul style="list-style-type: none"> • Museus Mórbidos • Monumentos à Moralidade

A primeira categoria apontada por Dann (1998) é a das Áreas Arriscadas, ou seja, os locais com uma associação ao perigo actual ou passado. Estas Áreas subdividem-se em Cidades de Horror,

⁶ Em português, “comemorar” diz respeito a uma cerimónia ou local feito com o intuito de relembrar e homenagear a memória de uma pessoa ou acontecimento. No entanto, ao ser muitas vezes usada como sinónimo de “festejar”, a palavra adquiriu uma conotação positiva que não faz sentido neste

que são as localidades onde ocorreram morte e sofrimento em circunstâncias notáveis, e Destinos de desgraça, que são aqueles onde o turista corre perigo.

A segunda categoria identificada pelo autor é a das Habitações de Horror, que podem por sua vez ser Masmorras da Morte ou Hotéis Horrendos. O que estes edifícios têm em comum é o facto de estarem associados com a morte, real ou representada (Dann, 1998).

A terceira das cinco Divisões do Negro de Dann (1998) chama-se Campos de Fatalidade, e engloba as subcategorias Campos de batalha Cruéis, Holocausto Horrível e Cemitérios de Celebidades. Em resumo, esta categoria diz respeito aos campos de batalha e outros locais que comemoram a morte (famosa ou infame) e o medo (Dann, 1998).

A quarta categoria identificada pelo autor intitula-se Tours de Tormento, ou seja, a visita a atracções associadas a Caos e Assassínio, por um lado, e aos Famosos pela Fatalidade, que são aqueles que se tornaram famosos devido às circunstâncias da sua morte (Dann, 1998).

Por fim, Dann (1998) identifica o Thanatos Temático como a quinta divisão do Negro. Esta categoria diz respeito aos museus ou exposições cujo tema principal seja morte e sofrimento e subdivide-se em Museus Mórbidos e Monumentos à Moralidade.

Não obstante a mestria de Dann (1998) no uso das palavras⁷, somos da opinião que estas Divisões do Negro deixam de fora um importante local alvo de visitas turísticas e onde é possível contactar com a morte e mortalidade em geral: os cemitérios. Apenas são mencionados os cemitérios dos famosos.

O Turismo Cemiterial é apontado como uma das formas de Turismo Negro por alguns autores, como Scott (2010), e tal como esta, têm vindo a ser identificadas outras formas de Turismo Negro ligadas à tipologia de atracção visitada, maioritariamente em estudos de caso. Após uma revisão de literatura conseguimos identificar, para além do Turismo Cemiterial, várias formas de Turismo cujas atracções estão relacionadas com a morte de alguma forma e que, por isso, consideramos poderem ser incluídas no Turismo Negro: Turismo de Guerra (Fraga, 2002), Turismo de Campos de Batalha (Lloyd, 1998), Turismo de Escravatura (Dann & Seaton, 2001, citados por Stone, 2006), Turismo Prisional (Strange & Kempa, 2003), Turismo de Holocausto (Ashworth, 1996, citado por Stone, 2006), Turismo de Mágoa (Trotta, 2006). Stone

contexto, pelo que chamamos a atenção para o seu verdadeiro significado.

⁷ Tentámos que fosse notório na tradução para português o jogo de palavras que o autor utilizou para nomear as categorias, quase todas aliteradas. Para a versão original do quadro, consulte-se o Anexo 1 desta dissertação.

(2006) refere ainda que o Turismo Negro também se faz em locais de desastres (como o Ground Zero em Nova Iorque e como Nova Orleães depois do furacão Katrina), opinião partilhada por Trotta (2006), que sugere o termo Turismo de Desastres para qualificar este tipo de Turismo.

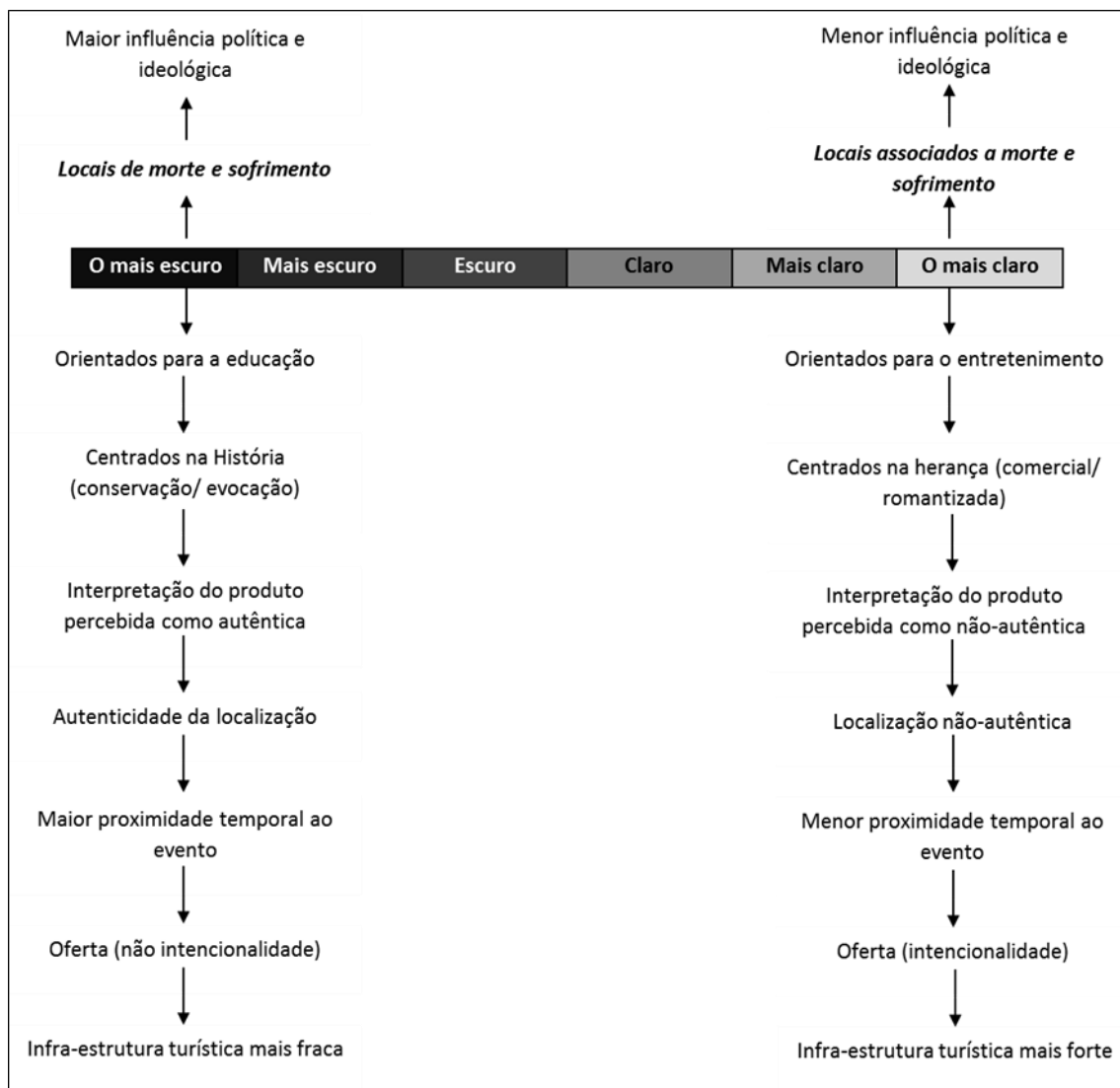
Stone (2006) desenvolveu um espectro de intensidades da oferta de Turismo Negro, com base no qual dividiu a oferta em sete categorias de produtos.

A ideia de diferentes intensidades da oferta de produtos de Turismo Negro não foi criada por Stone – já aqui mencionámos o contínuo de intensidades de Seaton (cf. página 33 desta dissertação). Miles (2002, citado por Stone, 2006) entende que há diferenças temporais e espaciais entre os locais de Turismo Negro que são reflectidas na distinção entre Turismo Negro mais claro e Turismo Negro mais escuro. O autor (*ibidem*) ilustra esta distinção com os exemplos do Museu do Memorial do Holocausto em Washington e do campo de concentração de Auschwitz-Birkenau: para Miles, o Turismo Negro feito em Auschwitz-Birkenau é mais escuro que o que se faz no Museu, já que no primeiro a morte é real e o segundo apenas está associado a ela. O mesmo autor (Miles, 2002, citado por Stone, 2006:152) afirma ainda que as situações de morte e sofrimento que fazem parte da memória de primeira geração ou que podem ser validados por testemunhas vivas criam maior empatia e podem ser considerados produtos de Turismo Negro mais escuro.

Foi então a partir desta ideia de intensidades que Stone (2006) elaborou o seu Espectro de Tonalidades da Oferta de Turismo Negro (vide figura 3 na página seguinte).

Nos extremos deste espectro temos o Turismo Negro mais escuro e o Turismo Negro mais claro. O primeiro diz respeito a locais onde a morte e o sofrimento aconteceram mesmo, cuja principal vocação é a educação e que têm como objectivo o rigor histórico. Estes locais não foram criados intencionalmente para serem atracções turísticas, pelo que a infra-estrutura turística não é o aspecto mais trabalhado. O Turismo Negro mais claro é feito em locais que apenas estão associados à morte e ao sofrimento, os quais foram criados com a intenção de constituírem atracções turísticas, e que por isso possuem melhores infra-estruturas turísticas. A vocação destes locais é entreter, pelo que se focam em transmitir uma morte pensada para instigar sentimentos de hereditariedade e de pertença a uma herança romantizada e mercantilizada.

Figura 3 - Espectro de tonalidades da Oferta de Turismo Negro de Stone (adaptado de Stone, 2006)



É também a partir deste espectro que Stone (2006) identifica sete categorias de produtos de Turismo Negro. Partindo da categoria mais escura até à mais clara, temos: Campos de Genocídio Negros, Locais de Conflito Negros, Santuários Negros, Locais de Descanso Negros, Masmorras Negras, Exposições Negras e Fábricas de Diversão Negras.

Os Campos de Genocídio Negros são os locais que “têm o genocídio, a atrocidade e a catástrofe como principal tema tanatológico” (Stone, 2006:157). O autor reconhece que são poucos os locais com estas características que são alvo de actividade turística; ainda assim alguns existem com o objectivo de educarem o público e evocarem a memória do acontecimento.

Por serem, de facto, locais de morte e sofrimento em circunstâncias horríveis, os Campos de Genocídio Negros constituem os locais de Turismo Negro mais facilmente reconhecíveis como tal para o público em geral (Stone, 2006).

Os Locais de Conflito Negros têm a ver com “guerra e campos de batalha e a sua transformação em produtos turísticos potenciais” (Stone, 2006:156). Segundo este autor, a exploração turística destes locais está em crescimento; não obstante, continuam a constituir produtos cuja oferta não foi propositada e sim um aproveitamento posterior de algo pré-existente mas sem vocação para o Turismo. Stone (2006) refere também que os Locais de Conflito Negro continuam a ter como principal objectivo a educação e evocação com ênfase no rigor histórico.

O autor salienta ainda que “as batalhas que já não fazem parte da memória dos vivos tomam muitas vezes uma orientação mais romantizada e divertida, e que por este motivo podem ocupar o extremo mais claro” do espectro de tonalidades da oferta de Turismo Negro (Stone, 2006:156).

Os Santuários Negros “negoceiam essencialmente o acto de recordação e respeito pelos que morreram recentemente” (Stone, 2006:155), sendo normalmente construções formais ou informais perto de locais onde a morte e o sofrimento estão a decorrer ou decorreram recentemente. É nestes locais que as pessoas vão depositar flores e lamentar a morte de pessoas com as quais não tinham ligação directa (Stone, 2006).

Os Santuários Negros despertam muitas vezes o interesse político e têm normalmente uma grande cobertura mediática, mas a sua popularidade junto do público termina ou decresce fortemente quando a atenção dos *media* é desviada para outro local (Stone, 2006). O autor (ibidem) salienta o facto de estes locais servirem muitas vezes a curiosidade mórbida dos turistas, que apenas pretendem visitar o local sem darem grandes mostras de respeito pelo que lá sucedeu.

A categoria de Locais de Descanso Negro diz respeito a cemitérios e sepulturas. Segundo Stone (2006:155), os cemitérios estão a ser alvo de exploração turística crescente, servindo esta por vezes de alavanca para o desenvolvimento ou reabilitação de determinada área urbana. Apesar da crescente melhoria das infra-estruturas turísticas, os Locais de Descanso Negros continuam a estar focados no rigor histórico, comemoração e conservação, ocupando por isso uma posição central no espectro (Stone, 2006). O autor adverte, contudo, para a tendência de deslocação de alguns produtos desta categoria para o lado mais claro do espectro, já que

ênfatisam as componentes de entretenimento e comercialização, com pouca relevância dada à componente de evocação e ao respeito pelos falecidos.

As masmorras Negras são “locais e atrações que apresentam códigos penais e de justiça passados ao consumidor presente”, podendo ser prisões e tribunais antigos ou ainda em funcionamento (Stone, 2006:154).

Esta categoria apresenta características do lado mais claro e do lado mais escuro do espectro: os locais têm alto nível de infra-estruturas turísticas, foco na comercialização, o seu objectivo é o entretenimento (embora misturado com a educação), e ocupam lugares que não foram originalmente destinados para a actividade turística (Stone, 2006).

Stone (2006) refere que poderá haver diferenças no intuito da mensagem que é passada em diferentes Masmorras Negras, consoante elas representem locais de códigos penais mais antigos ou mais recentes, sendo que neste último caso haverá uma carga política e ideológica associada mais forte, e as componentes de educação e evocação assumem maior relevância.

As Exposições Negras “oferecem produtos que andam à volta da morte, do sofrimento ou do macabro” com uma mensagem comemorativa, educacional e reflexiva (Stone, 2006:153). Estas exposições e locais têm uma forte ênfase comercial e de entretenimento, misturada com um design de produto que “reflecte educação e potenciais oportunidades de aprendizagem”, sendo por isso percebido pelo público como relativamente sérios e localizados mais perto do lado escuro do espectro do que estão realmente (Stone, 2006:153). Na realidade, localizam-se no lado mais claro do espectro de tonalidades da oferta turística elaborado por Stone (2006).

Este autor evidencia o facto de as Exposições Negras possuírem boas infra-estruturas turísticas, já que pelo menos em parte foram pensadas para constituírem atrações turísticas. Na maior parte dos casos, estão localizadas longe dos sítios em que a morte e o sofrimento ocorreram (Stone, 2006). O autor argumenta que, na realidade, muitos destes locais procuram provocar reacções aos visitantes e não relatar um acontecimento com rigor histórico (Stone, 2006).

As Fábricas de Diversão Negras são, nas palavras de Stone (2006:152), “aqueles locais de visita, atrações e circuitos de visitas que têm predominantemente o entretenimento como foco e uma ética comercial, e que apresentam morte e eventos macabros reais ou ficticiais”. As Fábricas de Diversão Negras são locais construídos de raiz com o objectivo de serem atrações turísticas, pelo que são dotadas de uma forte infra-estrutura turística e retratam a morte e o sofrimento de forma divertida, sendo por isso percebidos como pouco autênticos (Stone, 2006).

O autor sugere ainda que, apesar desta forte componente de entretenimento, alguns destes locais oferecem um ambiente adequado para toda a família, que propicia a contemplação e reflexão sobre a morte e o sofrimento, mesmo que simulados.

2.2.2. SEGUNDO A PROCURA

Até aqui reproduzimos propostas de categorização do Turismo Negro sobre a perspectiva da oferta. Mas há também autores que procuraram categorizar a procura do Turismo Negro, baseando-se sobretudo no que supõem ser as motivações dos turistas para o consumo deste tipo de Turismo e o tipo de atracções que preferem.

Kotler (1994, citado por Wight, 2006), por exemplo, sugere uma análise do produto de Turismo Negro em termos de segmentos de Mercado e tipologias de visitantes, baseando-se no estudo dos campos de concentração enquanto atracções turísticas.

Para este autor, o produto divide-se em três níveis:

- O “core product” ou produto central, que é o que o consumidor de facto adquire;
- O produto tangível, ou seja, uma entidade que os consumidores adquirem para satisfazer as suas necessidades;
- O produto aumentado, que é constituído por todos os componentes tangíveis e intangíveis do produto, por outras palavras, o pacote completo, incluindo os serviços adicionais e eventuais benefícios que o consumidor recebe.

Kotler (1994, citado por Wight, 2006) fez também uma distinção entre os sobreviventes e os demais visitantes dos campos de holocausto, que, segundo o autor, estarão a consumir produtos distintos com ciclos de vida distintos. Para os sobreviventes, o ciclo de vida do produto acabará naturalmente nas primeiras décadas do século XXI, porque a memória e emoção ligadas ao acontecimento desvanecer-se-ão (1994, citado por Wight, 2006). Os demais visitantes, aqueles que visitam o local por motivos de lazer, serão mais sensíveis aos esforços de marketing, sendo então o ciclo de vida do produto mais difícil de prever.

Já Seaton (1996) agrupa os turistas negros em cinco categorias, consoante os locais de visita:

- Turistas que viajam para ver espectáculos públicos de morte (como execuções públicas).

- Turistas que viajam para ver locais de morte individual ou em massa (depois de terem ocorrido). Aqui se incluem vários tipos de atrações, desde campos de batalha, até às casas de homicidas e locais onde ocorreram homicídios mediáticos.
- Turistas que viajam para visitar locais de inumação ou memoriais. Esta categoria inclui visitas a cemitérios e outros locais de inumação, mas também memoriais de guerra e cenotáfios.
- Turistas que viajam para ver vestígios ou representações simbólicas da morte em locais sem ligação directa a ela. Estão aqui enquadrados os turistas que visitam museus e exposições que contêm armas e instrumentos de morte e/ou que recriam certos eventos e actividades ligados à morte e ao sofrimento.
- Turistas que viajam para ver recriações ou simulações de morte, como por exemplo peças de teatro e festivais subordinados a temas tanatológicos e recriações de batalhas famosas por grupos de entusiastas (comuns nos E.U.A.).

Várias têm sido as sugestões de motivações dos que praticam Turismo Negro dadas por diferentes autores. Rojek (1997:61) aponta para um sentimento colectivo de identidade ou sobrevivência “face a violentas disrupções das rotinas colectivas da vida”. Seaton e Lennon (2004, citados por Sharpley, 2009) referem a “schadenfreude”, expressão alemã para designar um sentimento de prazer face ao sofrimento dos outros, como a principal motivação dos que consomem produtos turísticos ligados a morte e sofrimento.

Sharpley (2009), contudo, faz uma análise diferente. O autor parte do princípio que as diferentes motivações dos turistas que visitam um mesmo local de Turismo Negro se traduzem em diferentes comportamentos de consumo, ou, como ele lhes chama, “Tons de Negro”. Por outras palavras, diferentes turistas que visitem o mesmo local turístico relacionado com morte e sofrimento poderão fazê-lo com diferentes motivações, podendo o interesse na morte não ser a principal motivação de visita. Na origem desta ideia está também o contínuo de intensidades de Seaton (1996), que já mencionámos anteriormente nesta dissertação (vide página 33), e no qual Sharpley enquadra as suas categorias.

Sharpley (2009) divide o comportamento de consumo dos turistas negros em quatro categorias principais: Turismo Negro como experiência, Turismo Negro como participação, Turismo Negro como integração, e Turismo Negro como classificação.

Os turistas que consomem o Turismo Negro como experiência procuram obter algum significado para a sua própria existência (Sharpley, 2009). O que é fundamental na experiência

destes turistas são as implicações da morte (individual ou em massa) com que estão a contactar em determinado local – o principal interesse é no significado da morte e não na maneira como ocorreu. Por tal motivo, Sharpley (2009) considera que a posição deste tipo de consumo de Turismo Negro no contínuo tende a localizar-se entre o central e o mais escuro.

O consumo de Turismo Negro como participação assume uma posição mais clara no contínuo (Sharpley, 2009). Para os turistas com este comportamento, o principal interesse em consumir um produto de Turismo Negro é a possibilidade de participarem na evocação e mágoa colectivas em relação à morte de um indivíduo ou grupo, ainda que essa morte tenha sido o factor que despoletou a atracção inicial (Sharpley, 2009). O autor (ibidem) vai mais longe ao afirmar que neste tipo de consumo o Turismo Negro é equiparado a uma peregrinação, em que o sentimento de comunidade é intensificado pelo sentimento de que se está a experienciar algo que outros também já puderam e poderão experienciar.

O consumo de Turismo Negro como integração divide-se em dois níveis de intensidade: um, mais claro, que é a integração no objecto de consumo, e outro, mais escuro, que é a integração na morte.

Os turistas que consomem Turismo Negro com o objectivo de se integrarem no objecto de consumo estão interessados não apenas na morte em si, mas também no contexto em que ela ocorre ou ocorreu (Sharpley, 2009). O autor afirma haver então uma certa componente de fantasia, já que o turista procura experienciar as circunstâncias em que ocorreu a morte de determinada pessoa ou em determinado local, tanto quanto possível sem que tenha de morrer também.

Para Sharpley (2009), o comportamento de consumo de Turismo Negro mais escuro ou intenso é o consumo de Turismo Negro como integração com a morte. Neste tipo de consumo, os turistas procuram experienciar morte verdadeira. Isto pode ser atingido através da visita a cenários de guerra, catástrofes e homicídios, casos em que a morte com que se contacta será a de outras pessoas, ou então através da viagem para um destino onde nos espera (ou é provável que espere) a nossa própria morte (Sharpley, 2009).

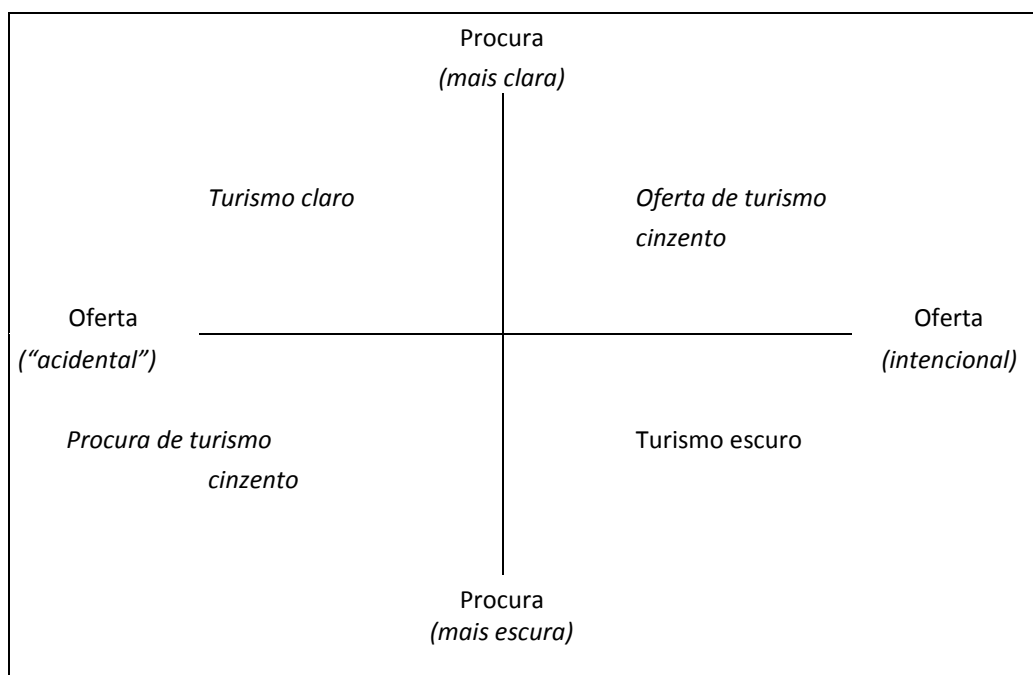
Bunyan (2003, citado por Sharpley, 2009) dá como exemplo desta última forma de consumo de Turismo Negro a viagem de doentes terminais para instituições que lhes permitam praticar a eutanásia em circunstâncias legais.

Por fim, Sharpley (2009) identifica uma outra forma de consumo de Turismo Negro, em que os turistas o fazem com o objectivo de obterem determinado estatuto ou classificação social. Este comportamento de consumo de Turismo Negro assume então uma posição mais clara no contínuo de intensidade, pois o principal interesse dos turistas é poderem dizer que fizeram determinada viagem perigosa ou visitaram determinado local perigoso e sobreviveram para contar a história (Sharpley, 2009).

2.2.3. PROPOSTA INTEGRADA

Numa tentativa de relacionar as dimensões da oferta e da procura, Sharpley (2009) desenvolveu o que intitula de Matriz da Procura e da Oferta de Turismo Negro (figura 4).

Figura 4 - Matriz da procura e da oferta do Turismo Negro de Sharpley (adaptado de: Sharpley, 2009)



Esta matriz integra a ideia do contínuo de intensidades de Seaton (1996) e a sua sugestão de diferenças entre atracções de Turismo Negro que assim se tornaram acidentalmente, e aquelas cujo intuito foi, desde o princípio, explorar o interesse dos turistas na morte e no sofrimento. Para além disso, a matriz integra também o conceito de que o interesse dos turistas na morte pode não ser o principal motivo pelo qual consomem determinado produto de Turismo Negro.

Assim sendo, podemos identificar quatro extremos opostos nesta matriz: a procura turística cinzenta, que se opõe à oferta turística cinzenta, e o turismo claro, que se opõe ao turismo escuro.

A procura turística cinzenta diz respeito aos turistas que têm o interesse pela morte como principal motivação de visita, mas que visitam locais que se tornaram atracções turísticas acidentalmente (Sharpley, 2009). A oferta turística cinzenta será então um espelho da procura turística cinzenta: a principal motivação dos turistas não é o interesse pela morte, mas os locais visitados foram concebidos para serem atracções de Turismo Negro (ibidem).

Segundo Sharpley (2009), o turismo claro é aquele em que turistas, cujo interesse na morte é mínimo, visitam locais que não se tornaram atracções de Turismo Negro intencionalmente. Do mesmo modo, o turismo escuro é aquele em que os locais visitados foram concebidos com o objectivo de proporcionarem ao turista o contacto com a morte, e esse contacto é a principal motivação do turista (Sharpley, 2009).

Não obstante esta matriz ser a primeira tentativa de categorização do Turismo Negro que integra as componentes da oferta e da procura, e por tal motivo ser muito importante para o estudo do Turismo Negro, ela apresenta dificuldades de aplicação. Parece-nos que a única maneira de utilizar esta matriz com rigor é caso a caso, ou seja, estudando cada atracção e medindo o interesse na morte por parte dos turistas que a visitam.

No entanto, como sabemos, o estudo das motivações dos turistas é complexo e exige estudos tanto de natureza intensiva como extensiva, e apesar disso muitas vezes as motivações identificadas pelos investigadores dizem respeito apenas a um caso específico de atracções, dificultando desse modo a comparação com outros. Para além disso, como foi referido por Sharpley (2009), diferentes turistas visitam a mesma atracção com diferentes motivações, pelo que será bastante limitativo dizer que determinada atracção de Turismo Negro é visitada por turistas com pouco ou muito interesse na morte. Estaremos, quando muito, a falar de tendências.

Por outro lado, muitas atracções que podem ser consideradas de Turismo Negro, pois estão associadas à morte e ao sofrimento, não assumem o seu papel de mediadores da morte (Walter, 2009), ao negarem ou subtraírem do produto que vendem a presença dessa associação, tanto quanto conseguem – mesmo tendo sido concebidas desde o início com o objectivo de serem atracções turísticas ou pelo menos objecto de visita. Estaremos, nestes casos, perante atracções de Turismo Negro acidentais ou intencionais?

Tendo em conta todas as propostas de categorização do Turismo Negro apresentadas e as questões que elas levantam, podemos concluir que ainda estamos longe de dispor de uma categorização que possa ser considerada completa e definitiva, ainda que aberta a revisões e aperfeiçoamentos. No entanto, podemos também constatar que o principal elemento que estas propostas de categorização têm em comum é a variedade de atracções que podem englobar, as quais podem por sua vez dar resposta às necessidades de turistas com diferentes motivações. Mais que isso, percebemos que a mesma atracção pode ser encarada e consumida de diferentes formas por diferentes turistas.

2.3. MANIFESTAÇÕES DE TURISMO NEGRO NO MUNDO

Como já tivemos oportunidade de referir, as atracções de Turismo Negro são muitas e variadas. Pretendemos neste subcapítulo ilustrar essa variedade através de exemplos, usando como forma de organização a proposta de categorização dos produtos de Turismo Negro de Stone (2006).

Não nos podemos referir a muitos desses exemplos como “boas-práticas”, uma vez que o modo como lidam com a sua inegável ligação com a morte é desconhecido ou puramente especulativo. Limitamo-nos a afirmar que essa ligação existe em locais que são alvo de visitas turísticas e que, por isso, eles podem ser classificados como atracções de Turismo Negro.

Apresentamos dois exemplos para cada uma das sete categorias de produtos de Turismo Negro definidas por Stone (2006). Sempre que possível, um desses exemplos será internacional, e o outro relativo a Portugal. Deste modo, ao mesmo tempo que ilustramos a variedade de produtos de Turismo Negro no mundo, mostramos se essa variedade existe também no nosso país. Uma vez que para algumas categorias não nos foi possível encontrar exemplos em território português, escolhemos exemplos com alguma ligação à História de Portugal ou que dizem respeito a recursos existentes no país mas que ainda não foram aproveitados.

Para além de descrevermos cada local em termos da sua história e características, procuramos identificar o principal objectivo de cada um (educação, comemoração, entretenimento, etc.) e relacioná-lo com a definição que Stone (2006) deu para a categoria a que pertencem.

2.3.1. CAMPOS DE GENOCÍDIO NEGROS

Na categoria de Campos de Genocídio Negros apontamos como exemplo o Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau (Polónia), talvez o produto de Turismo Negro mais

facilmente reconhecível (Stone, 2006), e o Cemitério de Santa Cruz em Timor. Este último constitui uma exceção nos nossos critérios de escolha, uma vez que, tanto quanto nos foi possível saber, não é oficialmente alvo de visitas turísticas. No entanto, acreditamos que seja um local notável para todos os que passam pela capital timorense, e entendemos que se trata de um local cujo significado e importância para o povo timorense (e também para o português) justificam que se torne num local de comemoração do massacre que lá ocorreu, dos que nele pereceram, e dos motivos para que tal tenha acontecido.

Segundo Stone (2006:157), os Campos de Genocídio Negros são locais onde a morte e atrocidade estão concentradas. O autor (ibidem) afirma também que nada é tão representativo dessa concentração como o que hoje conhecemos como o campo de concentração de **Auschwitz-Birkenau**, na Polónia. Para Stone (2006), Auschwitz-Birkenau é não só um campo de concentração do regime nazi, mas também uma representação simbólica dos horrores do Holocausto que assombra o imaginário contemporâneo.

O campo de concentração de Auschwitz-Birkenau foi estabelecido em 1940 pelos alemães e libertado pelas forças aliadas em 1945 (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012a). Abriu portas à actividade turística em 1955 (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012a). O local é na realidade composto por dois campos de concentração anexos: Auschwitz e Birkenau.

Auschwitz concentrava as chefias dos dois campos e os oficiais das SS. Foi em Auschwitz que se fizeram as primeiras experiências com o gás mortífero Zyklon B, que se procedeu aos primeiros homicídios em massa de judeus transportados em vagões de gado, onde começaram as inomináveis experiências médicas em prisioneiros (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012e).

Birkenau era o maior dos campos de concentração, com 300 barracões espalhados por cerca de 200ha (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012e). Era aqui que estava a maior parte dos instrumentos de extermínio em massa usados pelos nazis (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012e).

Os visitantes deste local passeiam-se entre os bem conservados edifícios originais, com informação detalhada sobre a história dos campos, as funções de cada edifício (incluindo crematórios e câmaras de gás), e as condições de vida e de higiene dos prisioneiros (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012d). Isto é conseguido com recurso a fotografias e vídeos do campo quando estava em funcionamento e no momento da

libertação, reconstruções digitais, objectos pertencentes aos prisioneiros, e painéis informativos que elucidam sobre o significado de todos estes elementos (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012d).

Há também exposições temporárias e exposições nacionais. Estas últimas são da responsabilidade dos países cujos cidadãos morreram em Auschwitz-Birkenau e pretendem ilustrar essa triste relação (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012c).

O campo, que em 2011 recebeu cerca de um milhão e 400 mil visitantes, oferece várias opções de visitas guiadas e informa ainda sobre um roteiro turístico da Marcha da Morte, ou seja, um roteiro que passa pelos locais onde passavam os milhares de prisioneiros de Auschwitz-Birkenau que a partir de meados de 1944 foram sendo evacuados para outros campos de concentração na Alemanha (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012b).

As regras para os visitantes são várias e regulamentam desde a admissão dos visitantes em determinadas áreas dos campos até à permissão de tirar fotografias. Incluem também uma espécie de código de conduta para os visitantes, com recomendações sobre o uso de vestuário e a adopção de uma postura comportamental adequados à “solenidade e respeito” que o local requer (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012f). Não são recomendadas visitas de menores de 14 anos.

Apesar de a actividade turística estar fortemente implementada em Auschwitz-Birkenau, o local pretende acima de tudo a educação sobre e a comemoração dos tristes acontecimentos que lá tiveram lugar e das circunstâncias que lhes deram origem. Foi mesmo criado o Centro Internacional para a Educação sobre Auschwitz e o Holocausto (ICEAH – International Center for Education about Auschwitz and the Holocaust), cujas valências vão desde a promoção de seminários e palestras até à edição de estudos e outras publicações (Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, 2012g).

Por tudo isto, podemos dizer que Auschwitz-Birkenau constitui o arquétipo que deu origem à categoria de Campos de Genocídio Negros de Stone (2006).

Em Portugal não há actualmente nenhum local com características que o enquadrem na categoria de Campo de Genocídio Negro. No entanto, há locais com forte ligação ao nosso país que podem constituir atracções desta categoria.

Referimo-nos, por exemplo, ao **Cemitério de Santa Cruz** na cidade de Díli, em Timor-Leste. Este local foi palco de um massacre por motivos políticos, o que se prende com a afirmação de Stone (2006:157) de que “as terríveis histórias de sofrimento e inflicção humanas” contadas pelos Campos de Genocídio Negros “têm um forte grau de ideologia política associado”.

A parte oriental da ilha de Timor foi uma colónia portuguesa até 1975, ano em que foi declarada a sua independência (Governo de Timor-Leste, s.d.). Isto aconteceu depois de um processo de descolonização em conjunto com o Governo português que previa um período de transição de três anos mas que não se chegou a concretizar (Governo de Timor-Leste, s.d.). A esta declaração de independência, feita unilateralmente pela FRETILIN e por Xavier do Amaral (primeiro Presidente da República de Timor-Leste), a Indonésia, que ocupa a parte ocidental da ilha, respondeu com uma invasão “a pretexto de proteger os seus cidadãos em território Timorense” (Governo de Timor-Leste, s.d.:s.p.) da guerra civil que entretanto se tinha instalado.

O massacre do Cemitério de Santa Cruz aconteceu em 12 de Novembro de 1991, quando o exército indonésio encurralou no cemitério e abateu a tiro cerca de 270 timorenses que participavam numa marcha de homenagem a Sebastião Gomes, morto for forças ligadas ao regime indonésio (Mariano, 2011). Este massacre foi presenciado por um operador de câmara chamado Max Stahl, que conseguiu divulgar ao mundo o filme que fez dos acontecimentos daquele dia (Kubiak, 1995).

Apesar de haver em Timor um Arquivo e Museu da Resistência Timorense⁸, este é uma “entidade especialmente vocacionada para a preservação da memória e do património histórico nacional e para a divulgação dos valores da Luta de Resistência do Povo de Timor-Leste” (Comissão Instaladora do Arquivo & Museu da Resistência Timorense, 2011), e não se foca especialmente no massacre do Cemitério de Santa Cruz nem está aí localizado. Não obstante, o cemitério poderia constituir uma dependência do Museu especialmente dedicada à comemoração e educação sobre o massacre que lá aconteceu.

Para transformar este local num Campo de Genocídio Negro seria necessário dotá-lo de infra-estruturas turísticas de apoio e informação para os visitantes, de que não dispõe no momento uma vez que se trata de um cemitério ainda em funcionamento (Mariano, 2011). À

⁸ Este Arquivo e Museu foi criado em 2005 com o apoio da Fundação Mário Soares e contém uma exposição permanente com documentos, imagens e objectos que retratam a luta pela independência de Timor-Leste, tendo também recebido algumas exposições temporárias sobre o mesmo tema. Para mais informações, sugerimos a consulta do sítio oficial do Arquivo e Museu da Resistência Timorense

semelhança de Auschwitz-Birkenau, fotografias, vídeos, objectos e relatos de sobreviventes, bem como painéis informativos, poderiam ser usados para oferecer ao visitante a necessária informação sobre o massacre do Cemitério de Santa Cruz e as circunstâncias em que aconteceu e promover a interpretação e educação sobre a luta pela independência de Timor-Leste.

2.3.2. LOCAIS DE CONFLITO NEGROS

Como exemplos de Locais de Conflito Negros, damos o Museu Sanctuary Woods em Ypres e o Centro Interpretativo da Batalha de Aljubarrota.

O **Museu Sanctuary Wood Colina 62** localiza-se na cidade belga de Ypres, que foi palco de sangrentas batalhas durante a I Guerra Mundial. Este local faz parte do rol de produtos turísticos relativos à I Guerra Mundial que se encontram plenamente estabelecidos e são incluídos em roteiros de operadores turísticos (Stone, 2006).

O sítio onde hoje se encontra o Museu Sanctuary Woods pertencia a um agricultor que foi forçado a abandonar as suas terras devido aos conflitos (Rembrella Ltd., 2009). Quando finalmente as pôde reclamar de volta, em 1919, o proprietário resolveu preservar uma parte das trincheiras do exército britânico com que se deparou (ibidem).

Actualmente é o neto desse agricultor quem tem a posse das terras e do museu. Este, para além da parte ao ar livre que contém as trincheiras e um túnel entretanto descoberto, tem também uma parte coberta, onde estão numerosos artefactos relativos à I Guerra Mundial, como armas e cápsulas recuperadas dos campos de batalha e outro material bélico e equipamento usado pelos soldados (Rembrella Ltd., 2009). Para além disso há também lápides funerárias alemãs (recolhidas depois que os corpos foram levados para um cemitério militar), e também fotografias da época (Rembrella Ltd., 2009). Entre estas contam-se fotografias 3d, colocadas em caixas especiais para possibilitar o visionamento (ibidem).

O Museu Sanctuary Woods permite visitas individuais ou em grupo, oferecendo também o serviço de visitas guiadas (Rembrella Ltd., 2009). O local já sofreu alguns efeitos da actividade turística, nomeadamente na relva que cobria o local das trincheiras e que agora desapareceu (ibidem).

em <http://amrtimor.org/amrt/index.php?lingua=pt> .

Também aqui a componente educativa é forte, sendo este local objecto frequente de vistas de estudo de escolas britânicas, mas a vertente comercial não é esquecida já que existe uma loja de souvenirs (Rembrella Ltd., 2009).

Apesar de a I Guerra Mundial ser considerada uma das guerras mais sangrentas da humanidade, já que opôs o homem à máquina, não estão patentes referências à morte nem ao sofrimento dos soldados e dos habitantes em nenhum dos sítios que consultámos para obter informação sobre este museu. Depreendemos que o assunto não é abordado abertamente no museu, embora aceitemos que possa ser abordado durante as visitas guiadas. A única menção implícita à morte ou ao sofrimento está na afirmação de que as fotografias 3d “podem conter imagens inadequadas para crianças” (Rembrella Ltd., 2009).

Em Portugal temos um bom exemplo de aproveitamento turístico de um campo de batalha. A Fundação Batalha de Aljubarrota (FBA), fundada por António Champalimaud, realizou um importante trabalho de recuperação e valorização do local da Batalha de Aljubarrota, tendo transformado o antigo Museu Militar que lá se encontrava no **Centro Interpretativo da Batalha de Aljubarrota** (CIBA) (Fundação Batalha de Aljubarrota, s.d. b).

O CIBA contém áreas expositivas para exposições temporárias e dois núcleos permanentes – um com a exposição propriamente dita e outro com um auditório onde se projecta uma reconstituição multimédia da Batalha e do que levou a que ela acontecesse (Fundação Batalha de Aljubarrota, s.d. b). Para além disso o Centro inclui ainda um parque de merendas e outro de Engenhos Medievais, uma loja, uma cafetaria, e uma grande área (1500m²) para serviços educativos. Estes promovem visitas guiadas para escolas e outros visitantes (individuais ou em grupo), e outras actividades, tais como oficinas e actividades ao ar livre (Fundação Batalha de Aljubarrota, s.d. c).

O campo de batalha em volta do CIBA também faz parte da visita, estando identificados os locais e os factos mais importantes – tais como a posição dos soldados (Fundação Batalha de Aljubarrota, s.d. b).

Verificamos mais uma vez que a educação e a preservação da História são os objectivos fundamentais do CIBA e da Fundação, que promove conferências e reconstituições históricas, procurando também estabelecer relações de colaboração e intercâmbio com instituições de carácter cultural e científico nacionais e internacionais (Fundação Batalha de Aljubarrota, s.d. a).

Outra constatação que mais uma vez somos forçados a fazer é a de que não existem menções à morte na informação veiculada pela FBA e pelo CIBA. Obviamente que muitas pessoas morreram e ficaram feridas na Batalha de Aljubarrota, mas o que é veiculado primordialmente são factos como a colocação das tropas, a importância da batalha, e a valentia dos portugueses. Isto prende-se com a afirmação de Stone (2006), já anteriormente referida, de que os locais de Batalhas mais antigas tendem a ser romantizados e sublimados quando são alvo de actividade turística.

2.3.3. SANTUÁRIOS NEGROS

O local de inumação da Princesa Diana, Althorpe House, e o ajuntamento de fãs de Angélico Vieira no Hospital de Santo António constituem exemplos de Santuários Negros.

A Princesa Diana morreu num acidente de viação em 1997, no Túnel da Alma em Paris que vitimou também o seu companheiro, Dodi Al Fayed, e o motorista do automóvel, Henri Paul. As causas exactas do acidente são desconhecidas, embora tenham sido apontadas duas possíveis causas: a alta velocidade com que o motorista do automóvel tentava escapar à perseguição dos paparazzi, e o facto de testes a Henri Paul terem revelado que ele conduzia sob o efeito de drogas e álcool (BBC News, 2008).

O fatídico acidente foi alvo de cobertura mediática, e em pouco tempo milhares de pessoas depositavam flores, velas, e mensagens de pesar à porta do Palácio de Kensington, residência oficial da princesa em Londres (BBC News, 2008). O local tornou-se num Santuário Negro, onde os visitantes podiam participar no “acto de recordação e respeito” (Stone, 2006, p. 155) por Diana de Gales, uma personagem que lhes era querida mas que não conheciam pessoalmente.

O aspecto mais curioso e ao mesmo tempo mais revelador desta categoria de atracções de Turismo Negro é que o Santuário Negro estabelecido em frente ao palácio de Kensington mudou-se automaticamente para o local onde a princesa Diana foi enterrada: Althorp Estate (Stone, 2006).

Althorp já era uma atracção turística antes da morte de Diana (Spencer, 2012). Os visitantes desta propriedade podem conhecer o interior da casa (Althorp House), e também os jardins, parques, e outros edifícios da propriedade (Spencer, 2012). Dentro de Althorp House estão valiosas peças de arte, mobiliário e outros artefactos que a família foi adquirindo ao longo dos cerca de 500 anos em que usou esta casa como habitação principal (Spencer, 2012).

Althorp organiza ainda vários eventos ao longo do ano, como um festival literário e espectáculos de teatro ao ar livre, entre muitos outros (Althorp, 2012a). A actividade turística está bem implementada neste local: é possível comprar bilhetes online, há visitas guiadas, loja de recordações, e muitas outras infra-estruturas de apoio aos visitantes (Althorp, 2012c).

Embora não sejam permitidas visitas ao local exacto onde Diana está enterrada (uma ilha no meio de um lago na propriedade), Althorp House construiu algo que se pode chamar de Santuário Negro à memória da princesa, com uma exposição premiada que comemora a sua vida e a sua morte (Althorp, 2012b). Esta exposição ocupa seis salas e inclui objectos que pertenceram à princesa, documentos relativos à sua vida e obra, e projecções multimédia (Althorp, 2012b).

Podemos observar que o principal foco do local é a comemoração e não a educação. Na altura da morte da princesa e do seu companheiro, Dodi Al Fayed, houve um mal-estar em relação aos paparazzi, por exemplo da parte do irmão da princesa, o Conde Spencer (BBC News, 2008). Foi mesmo instaurado um processo de investigação criminal sobre as causas deste acidente pelas autoridades francesas em que vários paparazzi foram interrogados (BBC News, 2008). Não obstante, a exposição sobre Diana em Althorp House não procura alertar para os perigos que a actividade dessas pessoas pode originar, nem sequer para os perigos da condução sob o efeito de álcool e drogas.

Em Portugal, algo de semelhante aconteceu aquando do acidente e posterior morte de **Angélico Vieira**. O actor e cantor teve um acidente de viação na A1, junto à saída para Estarreja, na madrugada do dia 25 de Julho de 2011 (Pinto, 2011). Sofreu um traumatismo crânio-encefálico que em poucos dias causou a sua morte (Pinto, 2011).

Durante o tempo em que Angélico esteve ligado a um sistema de suporte de vida, muitos foram os fãs que passaram pelo Hospital de Santo António no Porto para manifestarem o seu pesar (Pinto, 2011). O jornal Diário de Notícias (Pinto, 2011, p. s.p.) refere que cerca de 200 fãs se juntaram em frente ao Hospital na noite de 27 de Julho, «respondendo ao apelo da agência que representa Angélico Vieira, que pedia uma “corrente de luz”». Como se pode ver pelas imagens em anexo (Anexo 2), os fãs tinham consigo cartazes que transmitiam a sua esperança na recuperação do cantor e actor. Havia também um cartaz intitulado: “Todos os que te amam e que de alguma forma contribuíram para a tua felicidade, estão aqui presentes para te salvar!”; este cartaz podia ser assinado pelos fãs, que desta forma se sentiam unidos entre si e com todos os que estavam ali a sofrer por Angélico Vieira. Ao mesmo tempo, este cartaz

permitia-lhes acalantar a esperança de os seus nomes serem lidos e reconhecidos pela família e pelos amigos do actor e cantor ou mesmo por ele, na eventualidade da sua recuperação do coma.

Constituiu-se desta forma um Santuário Negro informal à porta do Hospital de Santo António, sem qualquer infra-estrutura turística, e que desapareceu simplesmente depois que o corpo de Angélico deixou o local. À semelhança do que aconteceu com a Princesa Diana, as circunstâncias que levaram à morte de Angélico Vieira e o seu funeral tiveram ampla cobertura mediática.

2.3.4. LOCAIS DE DESCANSO NEGROS

Os Locais de Descanso Negros que escolhemos como exemplos são o Cimetière du Père Lachaise (Paris, França) e o Panteão Nacional – Igreja de Santa Engrácia em Lisboa.

Na categoria de Locais de Descanso Negros é quase obrigatório mencionar o exemplo do **Cimetière du Père Lachaise**, em Paris. Este cemitério foi estabelecido em 1804 e alberga as sepulturas de personalidades famosas de várias áreas e de várias épocas, tais como: Chopin, Edith Piaf, Jim Morrison, Isadora Duncan, Gertrude Stein, Molière, Oscar Wilde (Paris Cemeteries, s.d.). É também neste cemitérios que estão sepultados Abelard e Heloise, trágicos amantes do século XII⁹ (Paris Cemeteries, s.d.). Outro factor de interesse do cemitério são os memoriais aos judeus franceses que morreram nos campos de concentração nazis (Paris Cemeteries, s.d.), e o Mur des Federés, que homenageia os membros da comuna de Paris fuzilados depois de confrontos com o Armé Versaillaise, força enviada para os deter (Lonely Planet, 2012).

O Cemitério do Père Lachaise foi assim chamado em homenagem ao Padre Jesuíta François de La Chaise, confessor do Rei Luís XIV de França; o Padre La Chaise foi o responsável pela reconstrução de uma casa de Jesuítas que existia no local antes de ter sido criado o cemitério (Paris Cemeteries, s.d.).

⁹ Pierre Abelard era um filósofo do séc. XII. Heloise era sobrinha de Canon Fulbert, Bispo de Chartres, que contratou Abelard como professor privado da sobrinha – a pedido do filósofo. Este e a sua pupila rapidamente se apaixonaram, tiveram um filho e casaram em segredo. Por causa da desgraça que isso trouxe à família, Heloise foi castigada pelo tio, que a obrigou a passar o resto da vida como freira. Abelard foi castrado a mando de Fulbert e eventualmente tornou-se monge. Apesar de separados, os dois amantes continuaram a comunicar-se, trocando cartas de amor que ficaram famosas. Ambos foram inicialmente sepultados no convento onde viveu Heloise, sendo depois trasladados para o Cemitério do Père Lachaise. (Lombardi, 2012).

Este cemitério constitui uma verdadeira atracção turística, sendo mencionado nos principais guias de viagem, como o Lonely Planet (2012), como um sítio a não perder em Paris. O Cemitério do Père Lachaise é considerado um dos cemitérios mais visitados do mundo (Paris Cemeteries, s.d). Bastará uma simples pesquisa na Internet para encontrar vários sítios dedicados ao cemitério, que providenciam não só informação sobre a sua história e principais pontos de interesse, como também outros dados importantes para o visitante, como visitas guiadas, guias, mapas, horários de funcionamento, etc. No sítio Meet me at Père Lachaise é mesmo possível descarregar uma aplicação para i-phone que é um guia do cemitério (Erikssön, 2012).

Com base na informação consultada, podemos dizer que a comemoração é o principal objectivo deste cemitério. Tal como o do exemplo nacional de Local de Descanso Negro que a seguir apresentamos: o **Panteão Nacional – Igreja de Santa Engrácia**.

Em Portugal, há dois locais que partilham a designação de Panteão Nacional: esta Igreja e o Mosteiro de Santa Cruz em Coimbra. O Mosteiro adquiriu este estatuto apenas em 2003, por albergar os túmulos de D. Afonso Henriques e D. Sancho I de Portugal (HistóriaDePortugal.info, s.d.).

A Igreja de Santa Engrácia é então o Panteão Nacional mais antigo e reconhecido. Nela estão sepultadas várias personagens ilustres de Portugal, entre presidentes da república, escritores e mesmo a cantora Amália (HistóriaDePortugal.info, s.d.). Neste Panteão Nacional estão também os cenotáfios de heróis da História de Portugal como o Infante D. Henrique, D. Nuno Álvares Pereira e Luís Vaz de Camões (HistóriaDePortugal.info, s.d.).

Este local parece ter como objectivo comemorar a memória dos que lá estão sepultados. Da sua morte é mencionada apenas a data em que aconteceu, preferindo exaltar-se antes a vida e a importância dos falecidos para o país. A infra-estrutura turística é mínima (há uma loja, estacionamento, e material informativo para os visitantes), contudo o local é mencionado em guias turísticos (por exemplo o Ezimut.com, 2012), e é alvo de visitas guiadas (Turismo de Portugal, s.d.). É ainda possível a realização de eventos e visitas privadas na Igreja de Santa Engrácia (Turismo de Portugal, s.d.).

2.3.5. MASMORRAS NEGRAS

No que diz respeito à categoria das Masmorras Negras, referimos os casos da Ilha de Alcatraz (Estados Unidos da América) e do Campo do Tarrafal (Cabo Verde).

É na **Ilha de Alcatraz** que se situa a penitenciária mais conhecida mundialmente, não só por ter albergado alguns dos criminosos americanos mais famosos, mas também por ter aparecido em vários filmes de Hollywood (Strange & Kempa, 2003).

A primeira prisão de segurança máxima e privilégios mínimos do sistema penal americano foi estabelecida em 1934 (Alcatraz Cruises, 2006). Anteriormente, a ilha alojou um forte defensivo e uma prisão militar (Alcatraz Cruises, 2006).

A prisão de Alcatraz era considerada à prova de fugas, não só devido aos sistemas e procedimentos de segurança de que dispunha, como também por causa das características do local onde se encontrava: uma ilha rochosa no meio da Baía de São Francisco, rodeada de águas gélidas e agitadas (Alcatraz Cruises, 2006).

A penitenciária esteve em funcionamento até 1963 e albergou prisioneiros como Al Capone e Machine Gun Kelly, que ao serem “inimigos públicos” eram também figuras públicas (Ruth, 1996, citado por Strange & Kempa, 2003). Strange & Kempa (2003:390) sintetizam as razões da fama da penitenciária de Alcatraz no seguinte motivo: “uma relação simbiótica que se desenvolveu entre o estatuto mítico de Alcatraz e a sua população única muito antes de a ilha se ter tornado um local turístico”.

De facto, nos dias de hoje Alcatraz é uma famosa atracção turística, cuja exploração foi concessionada à empresa Alcatraz Cruises pela entidade governamental responsável pela ilha – a National Park Service, Department of the Interior (Alcatraz Cruises, 2006a). Podemos dizer que toda a ilha foi convertida ao turismo, já que as visitas a Alcatraz focam não só a prisão como a fauna e a flora dos terrenos adjacentes (Alcatraz Cruises, 2006d). Há diversos tipos de visitas a Alcatraz, desde cedo na manhã até uma visita nocturna. Estas visitas incluem, entre outras coisas, a projecção de um documentário do Canal Discovery, e a audição de testemunhos de antigos reclusos e guardas e sons que simulam o ambiente da prisão enquanto os visitantes estão dentro das celas (Alcatraz Cruises, 2006d). Para além disso há exposições e programas especiais de visitas com temas específicos (por exemplo: Prisioneiros famosos, Fugas, 200 Anos da História de Alcatraz) que poderão por vezes incluir locais que normalmente não estão abertos ao público (Alcatraz Cruises, 2006c). Para além das visitas guiadas há também uma visita áudio (Alcatraz Cruises, 2006a).

Como facilmente podemos depreender, a ilha de Alcatraz está actualmente dotada de uma forte infra-estrutura turística que procura aproveitar mais do que o passado da ilha como

penitenciária, complementando-o com ofertas baseadas noutras valências como a paisagem e a riqueza histórica da ilha.

Não obstante, podemos facilmente perceber a força da componente de entretenimento nesta atracção. Não podemos esquecer que, ao contrário do que acontecia em outras prisões, por exemplo Robben Island na África do Sul, os prisioneiros da penitenciária de Alcatraz não o eram devido a crimes políticos de desobediência a regimes que hoje consideramos obsoletos (Strange & Kempa, 2003). Este factor, por si só, faz com que a tonalidade de Turismo Negro na ilha de Alcatraz seja mais clara do que a do Turismo Negro que se faz em antigas prisões políticas (ibidem).

É o caso do outro exemplo que escolhemos para ilustrar a categoria de Masmorras Negras: a **Colónia Penal do Tarrafal**. Esta não se localiza em território actualmente português, mas acreditamos que se trata do maior símbolo de um código penal e de justiça do regime ditatorial que o país viveu no passado, hoje apresentado aos turistas num ambiente seguro.

A Colónia Penal do Tarrafal, também chamada de Campo da Morte Lenta ou Campo de Concentração do Tarrafal, foi criada em 23 de Abril de 1936 pelo Estado Novo na ilha de Santiago (arquipélago de Cabo Verde) com o intuito de acolher “presos por crimes políticos e sociais” (Câmara Municipal do Tarrafal, 2010).

Por este local, construído à semelhança dos campos de concentração nazis, passaram centenas de presos políticos, inicialmente de Portugal, mas depois também das ex-colónias portuguesas em África (Morais, 2011). Embora as condições de vida dos prisioneiros do Tarrafal não fossem tão más como as dos prisioneiros dos campos de concentração nazis, havia trabalhos forçados, doenças, e violência – principalmente psicológica (Morais, 2011).

O Campo do Tarrafal esteve em funcionamento até 19 de Julho de 1975 - foi oficialmente encerrado em 1 de Maio de 1974, mas nos tempos conturbados que se seguiram à revolução de 25 de Abril, os governantes acharam por bem enviar para o Tarrafal indivíduos suspeitos de terem pertencido à PIDE ou de serem contra a unidade das ex-colónias (Morais, 2011).

Em 2009, a Colónia Penal do Tarrafal foi transformada no Museu da Resistência, e há planos de candidatura do local a Património Mundial da Humanidade (Câmara Municipal do Tarrafal, 2010).

Relatos de visitantes informam de que é cobrada a entrada no Museu, mas que apesar disso este se encontra “meio ao abandono” e contém pouca informação turística (Cabo Verde Contacta, 2011). Ainda assim, os visitantes podem circular pelo campo e conhecer as várias salas do Museu, as quais contêm informação sobre o seu propósito original: refeitório, oficina, celas de isolamento, até a infame “Frigideira¹⁰” (Cabo Verde Contacta, 2011). Há também painéis informativos sobre a história e o significado do campo, bem como sobre o seu funcionamento e as condições de vida dos prisioneiros (Cabo Verde Contacta, 2011). O Museu da Resistência também inclui fotografias e relatos de antigos presos, e listas com os nomes dos que por lá passaram - inclusive dos 37 portugueses que morreram no Campo (Cabo Verde Contacta, 2011).

A educação e a comemoração parecem ser os objectivos fundamentais do Museu. Pelas imagens em anexo (Anexo 3), observamos que a infra-estrutura turística é mínima, e que a mensagem é crua, com referências específicas a violência, sofrimento e mesmo morte.

Por tais motivos, podemos concluir que o Turismo Negro que se faz no Museu da Resistência é mais escuro do que se faz em Alcatraz. Segundo Strange e Kempa (2003), isto dever-se-á não só à maior proximidade temporal ao código penal e de justiça que a Colónia Penal do Tarrafal representa, como também à forte conotação ideológica que lhe é atribuída.

2.3.6. EXPOSIÇÕES NEGRAS

Para exemplificar a categoria de Exposições Negras apontamos o Museu Titanic Belfast e a exposição “Corpo Humano como nunca o viu”.

O **Museu Titanic Belfast** situa-se, como o nome indica, na cidade de Belfast, na Irlanda. Stone (2006:153) afirma que as Exposições Negras se localizam normalmente longe dos locais onde ocorreram a morte e o sofrimento que formam a base do produto turístico que oferecem. Apesar de estar longe do local onde o Titanic se afundou, este museu não foi construído num local completamente aleatório, e sim no sítio onde o navio foi construído no início do séc. XX (Titanic Foundation, s.d. d).

O edifício que alberga o Museu Titanic Belfast foi construído com esse fim de raiz, tendo um design arquitectónico interessante e moderno, inspirado em vários elementos ligados ao

¹⁰ A “Frigideira” ou “Holandinha” era uma cela de cimento rectangular sem janelas, com uma área total de cerca de 9m² e que tinha exposição solar durante todo o dia, chegando a atingir 60º no seu

Titanic (Titanic Foundation, s.d. b). Trata-se de um edifício acessível aos visitantes com problemas de mobilidade, e que oferece todas as comodidades aos visitantes: loja de recordações, cafetaria, restaurante, áudio-guia (Titanic Foundation, s.d. g). É mesmo possível o aluguer de salas que replicam o interior do Titanic para reuniões e banquetes (Titanic Foundation, s.d. e).

A componente de entretenimento do Museu tem o seu ponto alto na diversão que simula o estaleiro onde foi construído o Titanic: a Shipyard Ride. Esta é caracterizada como “uma diversão electrónica escura que usa efeitos especiais, animações e reconstruções à escala para recrear a realidade da construção naval no início do séc. XX” (Titanic Foundation, s.d. c).

O Museu é detido pela Titanic Foundation, fundação esta que define como objectivo primário “educar as pessoas sobre a herança marítima e industrial de Belfast” (Titanic Foundation, s.d. f:s.p.). Esse objectivo é atingido no Museu Titanic Belfast através de nove galerias que retratam a história do famoso navio, desde a sua concepção, passando pela construção, viagem inaugural, e obviamente o desastre (Titanic Foundation, s.d. d). Contudo, o Museu não se fica por aqui, retratando ainda as consequências do naufrágio, a descoberta dos destroços na década de 80 do século passado, e acompanhando os estudos actuais (Titanic Foundation, s.d. d).

O Museu Titanic Belfast assume-se então como uma instituição educacional (Titanic Foundation, s.d. a) que pretende integrar a comunidade e os visitantes, fazendo uso de maquetes e réplicas à escala, projecção de filmes e multimédia, fotografias, relatos, e mesmo objectos recuperados dos destroços do navio. O Museu dispõe ainda de um centro educativo dividido em três vertentes: uma zona de aprendizagem onde grupos podem usufruir de programas educativos específicos, uma galeria de exposições temporárias, e um Centro de Exploração do Oceano (Titanic Foundation, s.d. a). Este Centro é um verdadeiro centro de estudos que trabalha com universidades e centros de investigação de todo o mundo no sentido de dar a conhecer e estimular o estudo da geografia, biologia, vida animal, e arqueologia marinhas, bem como o mapeamento das áreas costeiras (Titanic Foundation, s.d. a).

Com base nesta descrição podemos concluir que o Museu Titanic Belfast se enquadra perfeitamente na definição de Exposições Negras de Stone (2006): a mensagem do produto

interior (Morais, 2011). Para aqui eram mandados até 12 presos ao mesmo tempo, por motivos muitas vezes absurdos que tinham como objectivo enfraquecer os presos (Morais, 2011).

que oferece é primordialmente educativa e comemorativa, o que faz parecer que se trata de um produto mais negro do que realmente é, e ao mesmo tempo tem uma forte ênfase no entretenimento e na vertente comercial.

A exposição **“O corpo humano como nunca o viu”** esteve em Portugal entre Setembro de 2010 e Janeiro de 2011 (Desejo Sem Limites - Events, 2012). Esta exposição é a versão portuguesa da exposição itinerante **“Bodies Revealed”**, que anda por todo o mundo e consiste na exibição de partes ou corpos humanos completos mumificados através de um moderno processo chamado polimerização, em que os tecidos do corpo são preservados com recurso a borracha de silicone líquida (Desejo Sem Limites - Events, 2012, e Premier Exhibitions, Inc., 2011).

Durante os meses em que esteve no Centro de Congressos da Alfândega do Porto, a exposição foi visitada por cerca de 135 mil pessoas (Desejo Sem Limites - Events, 2012). Um aspecto curioso em relação a esta exposição é o de que, apesar de nela figurarem cadáveres e fetos humanos, ser publicitada como **“uma exposição dirigida a todos, sem excepção”** (Câmara Municipal do Porto, 2010:s.p.). A Câmara Municipal do Porto (2010:s.p.) cita mesmo Roy Glover, presidente do Comité Médico e Científico Internacional, que afirmou que são as crianças **“quem melhor reage pela descoberta, interesse e curiosidade com os corpos expostos”**.

A exposição contém **“14 corpos humanos e mais de 200 fragmentos e órgãos, divididos em nove galerias, cada uma com um tema diferente: Esqueleto, Muscular, Nervoso, Respiratório, Digestivo, Reprodutivo, Circulatório, Corpo Tratado e Desenvolvimento Fetal”** (Desejo Sem Limites - Events, 2012:s.p.). Como se pode ver pelas imagens em anexo (Anexo 4), a exposição é indubitavelmente gráfica.

A Desejo Sem Limites, entidade organizadora da exposição em Portugal, afirma que o objectivo desta é **“mostrar o corpo humano como ele é”** (Desejo Sem Limites - Events, 2012:s.p.), pondo ao dispor do público em geral conhecimento a que normalmente apenas os médicos podem aceder, na esperança de estimular no visitante o respeito e consciência do seu próprio corpo e a adopção de estilos de vida saudáveis (Desejo Sem Limites - Events, 2012). Ora, isto coaduna-se com a afirmação de Stone (2006) de que as Exposições Negras, muitas vezes, procuram provocar reacções nos visitantes e não retratar um acontecimento com rigor histórico. Não obstante, não podemos esquecer a componente educativa, já que a exposição constitui um meio privilegiado para a aprendizagem e o ensino de **“anatomia, fisiologia, biologia, e ciências químicas”**, segundo entidade que é dona da exposição, a Premier Exhibitions, Inc. (2011:s.p.).

2.3.7. FÁBRICAS DE DIVERSÃO NEGRAS

Por fim, a London Dungeon (Londres, UK) constitui um exemplo de Fábricas de Diversão Negras. Em Portugal, escolhemos a visita guiada “Ghost Lisbon Tour” como exemplo desta categoria de atracções de Turismo Negro.

A **London Dungeon** é uma atracção turística que, como o nome indica, se situa em Londres. Apesar do nome (dungeon significa masmorra), a London Dungeon constitui um exemplo de Fábrica de Diversão Negra.

Esta é uma das atracções do conceito “Dungeon”, que pertence à Merlin Entertainments Group, um grupo baseado no Reino Unido que tem 58 atracções espalhadas por 12 países, e gere marcas como Madame Tussauds e London Eye (Stone, 2009a).

O objectivo das Dungeons é o de oferecer “um festival de horror ligado à sua localização – realçando as partes horríveis da história local” (Merlin Entertainments Group, s.d. c). Na London Dungeon, esse objectivo é atingido através de três diversões e 14 espectáculos com actores que retratam momentos e episódios marcantes da história de Londres, tais como: a epidemia de Peste Negra, o Grande Fogo (em 1666), o reinado de Maria Tudor – a Rainha Sangrenta, ou os crimes de Jack O Estripador (Merlin Entertainments Group, s.d. b). Há também salas que simulam câmaras de tortura, tribunais, e até o Hospital Psiquiátrico de Bedlam (Merlin Entertainments Group, s.d. b).

A London Dungeon oferece visitas específicas destinadas às escolas, em que se “mistura factos históricos cuidadosamente pesquisados com efeitos especiais excepcionais” (Merlin Entertainments Group, s.d. d:s.p.), e também serviços de festas de aniversário para crianças (Merlin Entertainments Group, s.d. a) e despedidas de solteiros (Merlin Entertainments Group, s.d. e).

Estamos perante uma atracção construída de raiz com o intuito de oferecer um produto turístico baseado na apresentação da morte e do sofrimento de uma forma divertida, ainda que exista alguma preocupação com a educação. Stone (2009a:171-172) afirma que a London Dungeon (e todas as outras atracções do conceito) dá uma nova roupagem a assuntos que costumavam ser tabu “num ambiente museológico/ de atracções”, como a tortura ou a morte. Mas, ao mesmo tempo, a London Dungeon proporciona aos visitantes um ambiente seguro, onde esses assuntos difíceis podem ser contemplados e reflectidos (Stone, 2009a).

Podemos então concluir que a London Dungeon encaixa na perfeição no molde que Stone (2006) usou para criar a categoria de Fábricas de Diversão Negras. Contudo, outros exemplos há de atracções que se enquadram nesta categoria. É o caso da visita guiada “**Haunted Lisbon Tour**”.

Trata-se de uma visita guiada à baixa de Lisboa que começou a realizar-se a partir de Fevereiro de 2012 (Ghost Tours Portugal, Lda., 2012) onde actores contam e recriam épocas sangrentas, crimes históricos e lendas urbanas da cidade (Ghost Tours Portugal, Lda., s.d.). Não há indicação exacta de quais são os episódios retratados, contudo pudemos perceber que incluirão menções a “crimes” de bruxaria, perseguição de judeus, execuções públicas e à Inquisição (Ghost Tours Portugal, Lda., 2012)

Trata-se de uma parceria entre a Ghost Tours Portugal e o Teatro Anónimo, que procura que os participantes nas visitas tenham “uma experiência única e arrebatadora, através da qual irão conhecer os episódios mais obscuros e secretos da história portuguesa, nunca fugindo à veracidade dos factos” (Ghost Tours Portugal, Lda., s.d.:s.p.). O objectivo principal desta visita será, então, o entretenimento dos participantes, aliado ao rigor histórico dos factos relatados.

A visita dura cerca de uma hora e meia a pé, e tem lugar, por marcação, às 21h ou às 21h30 (Ghost Tours Portugal, Lda., s.d.). Os bilhetes custam entre €10,00 e €18,00 e podem ser reservados pela internet, mas o pagamento é feito presencialmente no início da visita (Ghost Tours Portugal, Lda., s.d.).

Estas visitas que revelam o lado negro de uma cidade, normalmente chamadas de “Ghost tours”, existem em várias cidades pelo mundo, mas ainda não estão muito disseminadas em Portugal. Somos da opinião de que este produto poderia ser facilmente adaptado por muitas outras cidades portuguesas.

3. METODOLOGIA

Quivy & Van Campenhoudt (1992:29) referem que “não é fácil conseguir traduzir o que vulgarmente se apresenta como um foco de interesse ou uma preocupação relativamente vaga num projecto de investigação operacional.” Como tratar, então, o “foco de interesse ou preocupação relativamente vaga” desta dissertação, que é o Turismo Negro, tornando-o num estudo fundamentado e metodologicamente rigoroso?

Segundo os mesmos autores (Quivy & Van Campenhoudt, 1992), o primeiro passo é a definição de uma pergunta de partida. Esta vai constituir a linha condutora do trabalho, por outras palavras, o que lhe conferirá coerência. Assim sendo, definiu-se como pergunta de partida para esta dissertação: De que modo os visitantes de uma atracção de Turismo Negro a representam enquanto local ligado à morte?

Ao procurarmos conhecer o modo como os visitantes de uma atracção de Turismo Negro representam o local na sua relação com a morte, afastamo-nos da busca por causalidades e substituímo-la por uma investigação em que o objectivo é a análise do relacionamento hipotético entre variáveis; por outras palavras, a “compreensão dos sentidos da acção social, centrada em sujeitos concretos” (Guerra, 2008:8).

O trabalho que desenvolvemos constitui, então, uma pesquisa qualitativa. Esta adequa-se para os casos em que se pretende uma “identificação das práticas quotidianas e das emergências de novos fenómenos sociais” (Guerra, 2008:9), o que se coaduna com a juventude da nossa área de estudos – o Turismo Negro.

Segundo Deslauriers (1997, citado por Guerra, 2008:11), a pesquisa qualitativa prioriza o significado dos fenómenos e não a sua frequência. De facto, o objectivo da pesquisa qualitativa – que seguimos nesta dissertação – é o de identificar variáveis que sejam, simultaneamente, causas e efeitos, no reflexo da complexidade das relações de interdependência entre os fenómenos sociais (Guerra, 2008). Para esse efeito, escolhemos realizar um estudo empírico, aplicado nos visitantes de uma atracção de Turismo Negro: o complexo turístico da venerável Ordem Terceira de São Francisco, no Porto.

A pesquisa qualitativa parte de um “respeito pelo terreno empírico” (Guerra, 2008:23) que dita o subsequente entendimento da teoria. Isto exige que haja uma relação apertada entre teoria e empiria: se é verdade que o investigador irá construir a sua teoria com base nos dados que recolher, também o é o facto de que, antes do trabalho de campo, ele tem que ter já como referência um quadro conceptual (Guerra, 2008).

Tendo em conta a nossa pergunta de partida, levámos a cabo um levantamento bibliográfico que permitiu apontar as principais áreas temáticas que serviram de base à posterior investigação empírica e permitiram que se delimitasse as hipóteses de investigação. Estas áreas são as atitudes perante a Morte

e o Turismo Negro. Deste modo, desenvolvemos uma aprofundada revisão da literatura, que apresentamos nos dois capítulos anteriores, a partir das obras ou investigações dos principais teóricos destas áreas, tais como: Philippe Ariès, Philip Stone, Richard Sharpley, e Anthony Giddens. O segundo capítulo contém ainda uma recolha de exemplos de manifestações de Turismo Negro, tanto em Portugal como noutros países, que foi feito com recurso a pesquisa generalista na Internet.

O estudo empírico que desenvolvemos nos capítulos seguintes assenta numa postura ilustrativa, já que pretende ser um estudo exploratório sobre uma temática ainda pouco desenvolvida (Guerra, 2008) – o Turismo Negro, como já referimos.

3.1. HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

Segundo Quivy & Van Campenhoudt (1992: 119), “a organização de uma investigação em torno de hipóteses de trabalho constitui a melhor forma de a conduzir com ordem e rigor”. Na pesquisa qualitativa, as hipóteses podem surgir durante a investigação empírica, ou mesmo posteriormente a ela (Guerra, 2008). Foi este o caso nesta dissertação.

Não obstante, fomos guiados por hipóteses no nosso processo de investigação – as quais foram fundamentais para que conseguíssemos separar o fundamental e o acessório (Quivy & Van Campenhoudt, 1992) -, que foram elaboradas com base na revisão de literatura.

As hipóteses norteadoras da nossa investigação foram as seguintes:

H1 - Os visitantes da atracção de Turismo Negro negam ou subtraem a morte da sua experiência turística daquela atracção.

H2 – Os visitantes da atracção de Turismo Negro não conhecem o conceito de Turismo Negro.

H3 – Os visitantes da atracção de Turismo Negro não encaram os locais de morte e sofrimento como possíveis ou actuais atracções turísticas.

H4 – Os visitantes da atracção de Turismo Negro não reconhecem a importância do Turismo Negro como mediador da morte.

A Hipótese 1 faz eco da temática explorada no primeiro capítulo desta dissertação: a atitude perante a morte. Através desta hipótese pretendemos esclarecer se a atitude contemporânea perante a morte, que se pauta pela negação da morte e pelo seu remetimento para locais e situações longe da vida quotidiana (Ariès, 1988, Stone, 2009), está presente também na

percepção dos visitantes de uma atracção turística em que a ligação com a morte é facilmente demonstrável.

Através da Hipótese 2 pretendemos perceber se é os visitantes da atracção de Turismo Negro conhecem esse conceito. Por outras palavras, esta hipótese vai permitir identificar o(s) tipo(s) de Turismo em que os visitantes julgam que aquela atracção se insere, e perceber se o conceito de Turismo Negro é um deles.

A Hipótese 3 permitirá conhecer a opinião dos visitantes da atracção em relação ao Turismo Negro. Com esta hipótese pretendemos saber se os visitantes da atracção reconhecem o potencial turístico dos locais de morte e sofrimento. Como já vimos no segundo capítulo, o interesse pelo Turismo Negro tem vindo a crescer (Seaton, 1996, Sharpley, 2009, e Stone, 2006); esta hipótese permitirá saber se os visitantes desta atracção partilham e/ou conhecem esse interesse.

A Hipótese 4 diz respeito à importância e ao papel do Turismo Negro enquanto mediador entre o indivíduo e a morte. Stone (2011) e também Sharpley (Stone & Sharpley, 2008) identificam o Turismo Negro como um meio privilegiado em que as pessoas podem contactar com a morte num ambiente seguro que lhes causará menos insegurança ontológica – ainda que ela seja inevitável ao lidar com a perspectiva da mortalidade humana. O que se pretende saber com esta hipótese é se a importância deste meio como mediador da morte é reconhecida pelos visitantes da atracção de Turismo Negro, e quais são as funções que, segundo os visitantes, esses locais podem cumprir para com os indivíduos que os visitam.

Foi apenas no decorrer do trabalho de campo que definimos hipóteses específicas para a nossa investigação (vide Tabela 2). Estas constituem hipóteses explicativas para as relações entre as variáveis que observámos (género, idade, convicções religiosas, escolaridade, e nacionalidade), e as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro, e não devem ser generalizadas antes de serem inseridas em estudos posteriores (Guerra, 2008).

Tabela 2 - Hipóteses explicativas da investigação

Hipóteses explicativas
HE1 – A idade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.
HE2 – O género influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.
HE3 – A escolaridade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.
HE4 – As convicções religiosas influenciam as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.
HE5 – A nacionalidade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

3.2. RECOLHA DE DADOS

O método de recolha de dados que escolhemos para esta investigação foi a entrevista.

As entrevistas que realizámos tiveram lugar nos dias nove, dez, e quinze de Maio de 2012, no espaço entre o Museu da Venerável Ordem Terceira de São Francisco e a Igreja de São Francisco, que poderemos considerar os adros das Igrejas presentes no espaço. Registámos as entrevistas por intermédio de um gravador digital, com autorização verbal dos sujeitos.

A entrevista constitui um método de recolha de dados adequado a uma pesquisa compreensiva e permite ao investigador, simultaneamente, observar o sujeito na sua interacção com a sociedade e “os factos e emoções que os acompanham” (Guerra, 2008:19). Contudo, é necessário ter em conta que este método pressupõe interacção humana e que essa pode influenciar as respostas obtidas (Quivy & Van Campenhoudt, 1992, e Guerra, 2008). Torna-se fundamental que o entrevistador defina claramente o objectivo da sua investigação.

No nosso caso, a definição do objectivo da entrevista teve que ser feita com alguma prudência. Entendemos que explicar previamente aos sujeitos a área de estudos em que a investigação se insere – Turismo Negro – iria inevitavelmente condicionar e direccionar as suas respostas (vide guião da entrevista no Anexo 6). Deste modo, evitámos qualquer menção ao Turismo Negro, explicando que a entrevista era feita no âmbito de uma dissertação de Mestrado na área do Turismo e que iria incidir nas opiniões dos sujeitos sobre aquela atracção e outras que pudessem ou não ter visitado.

É também muito importante que o entrevistador interfira o menos possível nas respostas do entrevistado (Guerra, 2008). A nossa opção por gravar as entrevistas serve o objectivo de lhes conferir maior fluidez: pretendíamos que se assemelhassem, o mais possível, a conversas informais. De facto, a ordem dos temas da entrevista ia sendo alterada de acordo com o que ia sendo abordado pelo entrevistado. No entanto, as entrevistas tiveram um carácter semi-dirigido: havia áreas temáticas que tinham que ser abordadas, mas as perguntas constantes do guião serviam apenas de orientação para o entrevistador (Quivy & Van Campenhoudt, 1992).

Houve também a preocupação de valorizar o contributo dos entrevistados para a nossa investigação e de lhes assegurar que as suas respostas seriam tratadas de forma a assegurar o seu anonimato. Segundo Guerra (2008) estes são factores importantes para que se estabeleça uma boa relação entre entrevistador e entrevistado.

3.2.1. INSTRUMENTO

No Apêndice 1 pode ser encontrado o nosso guião de entrevista inicial. Este guião foi sujeito a um pré-teste, com o objectivo de perceber se as respostas obtidas eram coerentes entre si e correspondiam de facto às informações que se pretendiam obter. Segundo Quivy & Van Campenhoudt (1992: 184), esta operação consiste em apresentar as perguntas “a um pequeno número de pessoas pertencendo às diferentes categorias de indivíduos que compõem a amostra”.

Assim sendo, usou-se este primeiro guião em entrevistas de teste a cinco indivíduos (vide Tabela 3).

Tabela 3 - Caracterização geral dos sujeitos do pré-teste

Pré-sujeito	Idade	Género	Nacionalidade	Escolaridade	Convicções religiosas
1	32	Feminino	Francesa	Licenciatura	Catolicismo
2	27	Masculino	Inglesa	Mestrado	Ateísmo
3	64	Masculino	Holandesa	Licenciatura	Ateísmo
4	53	Feminino	Espanhola	Bacharelato	Catolicismo
5	46	Feminino	Portuguesa	Licenciatura	Catolicismo

Como a Tabela 3 demonstra, os sujeitos entrevistados para o pré-teste tinham idades entre os 32 e os 64 anos e eram de nacionalidades diversas. Todos estes sujeitos tinham habilitações académicas ao nível do ensino superior. As convicções religiosas dos sujeitos entrevistados para o pré-teste inseriam-se no Catolicismo (três sujeitos) e no ateísmo (dois sujeitos).

Após este pré-teste, foram feitas algumas alterações de palavras ao guião, no sentido de clarificar o significado das perguntas. Por exemplo, substituiu-se “complexo turístico-cultural da Ordem Terceira de São Francisco” por “esta atracção”. Foi retirada a pergunta sete, por se achar redundante em termos da informação obtida sobre a ligação à morte das atracções visitadas, e a pergunta 8.1 foi reformulada, passando a pergunta oito no novo guião.

A tabela 4 mostra o guião final com indicação das temáticas em análise e da informação pretendida com cada pergunta. Salientamos a intencionalidade de que a mesma temática fosse abordada por mais do que uma pergunta, de forma a, deste modo, obtermos dos sujeitos maior quantidade e qualidade de informação.

Tabela 4 - Guião da entrevista com indicação das temáticas e informação pretendida

Temáticas	Perguntas	Informação pretendida
Motivo da visita	1- Porque é que decidiu visitar esta atracção turística?	Se havia um interesse particular na atracção e porquê.
Parte da atracção favorita e justificação	2 - O que é que mais o impressionou/ mais lhe agradou? Porquê?	Se gostou mais da Igreja, do Cemitério Catacumbal ou do Museu Quais foram as características dessa componente que ditaram a opinião
Parte da atracção menos apreciada e justificação	3 - O que é que menos o impressionou/ menos lhe agradou? Porquê?	Se gostou menos da Igreja, do Cemitério Catacumbal ou do Museu Quais foram as características dessa componente que ditaram a opinião
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	4 - Como é que qualificaria o tipo de turismo em que esta atracção se insere?	Conhecimento da terminologia “Turismo Negro” Na ausência desse conhecimento, os conceitos porque ele é substituído
Percepção da ligação da atracção com a morte Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	5 - Sentiu, durante esta visita, a presença da morte? Porquê? Onde?	Reconhecimento da atracção como local ligado à morte Quais as áreas da atracção em que essa ligação é percebida Motivos para a percepção dessa ligação Motivos para a não percepção dessa ligação
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	6 - É frequente visitar locais turísticos com alguma ligação com a morte? Porquê? Quais?	Reconhecimento da ligação à morte das atracções que costumam visitar Reconhecimento da ligação à morte de variadas atracções Identificação de tipos de atracções com ligação à morte Pertinência da visita a essas atracções
Possibilidade/ pertinência do Turismo Negro (actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento)	7 - Pensa que os locais de morte e sofrimento podem ser alvo de visitas turísticas? Porquê?	Reconhecimento dos locais de Turismo Negro como atracções turísticas

Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	8 - Na sua opinião, qual seria o efeito que a visita a estes locais teria nas pessoas?	Pertinência da visita a essas atracções Identificação das funções que os locais de Turismo Negro podem ter na mediação entre os indivíduos e a morte
---	--	---

No Apêndice 2 podemos ver o guião definitivo nas suas versões portuguesa, inglesa, e castelhana. A versão francesa não dispunha de guião físico, sendo as perguntas traduzidas no momento com base nas outras versões.

3.2.2. SUJEITOS

Na pesquisa qualitativa, em que o foco na selecção dos sujeitos é a representatividade social e não a representatividade estatística, o conceito de “amostra” não é o mais adequado (Guerra, 2008). Por tal motivo, optámos por chamar conjunto de sujeitos ou apenas sujeitos ao que normalmente se chamaria amostra.

O processo de delimitação do conjunto de sujeitos levou em conta o nosso intuito de conseguir obter dados que permitissem comparar as diferentes posições dos sujeitos face ao objecto de estudo, posições essas que pensamos serem influenciadas por características que constituem as variáveis independentes em estudo: o género, a nacionalidade, a idade, a escolaridade e as convicções religiosas dos sujeitos. A variável dependente será, então, o conjunto de concepções dos sujeitos em relação ao Turismo Negro.

Havia uma outra variável que inicialmente se pretendia estudar: o motivo da visita à atracção. Contudo, depois das entrevistas verificámos que as respostas não apresentavam variedade relevante para o estudo. Resumiam-se a “porque estava no guia” ou no site informativo que visitaram, pelo que tivemos que abandonar o estudo desta variável.

Segundo Guerra (2008), o processo de selecção dos sujeitos que seguimos pode chamar-se de “amostragem por homogeneização”, e necessita normalmente de entre 30 a 50 entrevistas para lhe poder ser conferida validade. Tendo em conta os recursos e os meios disponíveis para esta investigação, decidimos fazer 30 entrevistas – número que é considerado limite para o tratamento por parte de um único investigador (Guerra, 2008).

Primeiramente seleccionou-se uma atracção que, pelas suas características, pudesse ser considerada como uma atracção de Turismo Negro, e que tivesse um fluxo de visitantes

constante durante o ano: o complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco, no Porto (vide caracterização da atracção no Apêndice 3).

A selecção dos sujeitos obedeceu a Segundo Guerra (2008), a capacidade do sujeito para verbalizar é um factor importante para o sucesso da investigação, pelo que os sujeitos tinham que obedecer a um critério base: a capacidade de comunicarem eficazmente em português, inglês, espanhol, ou francês - as línguas dominadas pelo entrevistador.

Houve também uma condicionante externa na selecção dos sujeitos. Inicialmente pensámos entrevistar quer os visitantes individuais, quer os inseridos em grupos organizados. No entanto, a observação dos mesmos e interacção com os guias que os acompanham vão mostrar que entrevistar estes sujeitos não seria viável. A inviabilidade deve-se não tanto à desconfiança dos guias em relação à nossa interacção com os membros do seu grupo, mas mais a questões de tempo. Os grupos que visitam este local têm normalmente um tempo muito limitado para a visita, o que significa que, na maioria, visitam apenas a Igreja e abandonam o local logo a seguir.

A Tabela 5 apresenta uma descrição geral de todos os sujeitos entrevistados.

Tabela 5 - Descrição geral dos sujeitos entrevistados

Sujeito	Idade	Género	Nacionalidade	Escolaridade	Convicções religiosas
1	61	Masculino	Irlandesa	Licenciatura	Catolicismo
2	62	Feminino	Inglesa	Licenciatura	Catolicismo
3	62	Masculino	Venezuelana	Doutoramento	Catolicismo
4	23	Feminino	Polaca	Licenciatura	Ateísmo
5	23	Feminino	Polaca	Licenciatura	Catolicismo
6	23	Masculino	Espanhol	Licenciatura	Ateísmo
7	46	Feminino	Inglesa	Licenciatura	Nenhumas
8	33	Masculino	Portuguesa	Ensino secundário	Nenhumas
9	31	Masculino	Francesa	Licenciatura	Nenhumas
10	50	Feminino	Holandesa	Ensino secundário	Nenhumas
11	53	Masculino	Brasileira	Licenciatura	Catolicismo
12	37	Feminino	Brasileira	Mestrado	Catolicismo
13	65	Feminino	Australiana	Ensino secundário	Anglicanismo
14	28	Feminino	Inglesa	Mestrado	Nenhumas
15	35	Masculino	Inglesa	Mestrado	Nenhumas
16	34	Masculino	Francesa	Licenciatura	Catolicismo
17	32	Masculino	Portuguesa	Ensino secundário	Nenhumas
18	56	Feminino	Espanhola	Bacharelato	Catolicismo
19	54	Feminino	Espanhola	Bacharelato	Catolicismo
20	58	Masculino	Espanhol	Bacharelato	Catolicismo
21	35	Feminino	Francesa	Licenciatura	Catolicismo
22	44	Feminino	Portuguesa	Licenciatura	Catolicismo
23	73	Feminino	Brasileira	Licenciatura	Catolicismo
24	63	Feminino	Americana	Licenciatura	Budismo

25	65	Masculino	Americana	Licenciatura	Budismo
26	29	Feminino	Croata	Licenciatura	Catolicismo
27	29	Masculino	Croata	Licenciatura	Catolicismo
28	36	Masculino	Portuguesa	Licenciatura	Nenhumas
29	29	Feminino	Portuguesa	Mestrado	Nenhumas
30	59	Masculino	Canadiana	Licenciatura	Nenhumas

Estes sujeitos foram agrupados, segundo as suas características, de acordo com as variáveis independentes definidas para o estudo: escolaridade, idade, género, nacionalidade, e convicções religiosas.

Tabela 6 - Caracterização dos sujeitos segundo a escolaridade

Escolaridade	Número de sujeitos	Total
Ensino Secundário	4	30
Bacharelato/ Licenciatura	20	
Mestrado/ Doutoramento	6	

Os sujeitos entrevistados tinham, na sua maioria, qualificações ao nível do ensino superior, como se pode ver na Tabela 6. Por este motivo, entendemos que não seria conclusivo estudar esta variável

Tabela 7 - Caracterização dos sujeitos segundo a idade

Idade	Número de sujeitos	Total
23 – 48	17	30
49 – 73	13	

A Tabela 7 ilustra a distribuição dos sujeitos por categorias de idade. Uma vez que as idades dos nossos sujeitos iam desde os 23 aos 73 anos – um intervalo de 50 anos – optámos por dividi-los em dois grupos, cujo intervalo de idades é de 25 anos. Assim sendo, no grupo com idades entre os 23 e os 48 anos estão 17 sujeitos, e no grupo com idades entre os 49 e os 73 anos incluem-se 13 sujeitos.

Tabela 8 - Caracterização dos sujeitos segundo o género

Género	Número de sujeitos	Total
Masculino	14	30
Feminino	16	

Como se pode observar na Tabela 8, o grupo de sujeitos entrevistados estava dividido de forma quase perfeita entre o género feminino (16 sujeitos) e o masculino (14 sujeitos), havendo uma maioria muito ligeira de sujeitos do género feminino.

Tabela 9 - Caracterização dos sujeitos segundo a nacionalidade

Nacionalidade	Número de sujeitos	Total
Portuguesa	5	30
Espanhola	4	
Outros países Europeus	8	
América Latina	4	
Países Anglófonos	9	

No que diz respeito à nacionalidade, optamos por enquadrar os sujeitos em categorias que, em alguns casos, englobam mais do que uma nacionalidade. Esta opção deveu-se à variedade de nacionalidades dos sujeitos entrevistados (vide Tabela 5), e, ao mesmo tempo, à noção de que algumas dessas nacionalidades teriam aspectos comuns que permitiriam que fossem consideradas em conjunto. Assim sendo, optou-se por inserir os sujeitos nas categorias demonstradas na Tabela 9.

Os sujeitos de nacionalidade portuguesa entrevistados foram cinco, e os de nacionalidade espanhola eram quatro. A categoria “Outros países Europeus” (oito sujeitos) engloba sujeitos da França, Croácia, Polónia, e Holanda. Na categoria “América Latina” (quatro sujeitos) incluíram-se sujeitos provenientes do Brasil e da Venezuela. Os países Anglófonos (nove sujeitos) de que os sujeitos entrevistados são originários são o Reino Unido, a Irlanda, o Canadá, os Estados Unidos da América, e a Austrália.

Tabela 10 - Caracterização dos sujeitos segundo as convicções religiosas

Convicções religiosas	Número de sujeitos	Total
Cristão	16	30
Agnóstico/ ateu/ não cristão	14	

A distribuição dos sujeitos relativamente às suas convicções religiosas também obrigou à criação de categorias. Para conseguirmos uma divisão equilibrada dos sujeitos optámos por considerar, por um lado, os cristãos (onde se incluem católicos e anglicanos), e, por outro, os que se disseram ateus, irreligiosos, ou crentes numa religião não cristã. A Tabela 10 esquematiza a distribuição dos sujeitos pelas categorias de convicções religiosas: 16 cristãos e 14 agnósticos/ ateus/ não cristãos.

3.3. TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS

O método que seleccionámos para o tratamento dos dados foi a análise de conteúdo.

Actualmente, a análise de conteúdo “evoluiu para um repertório de métodos de pesquisa que prometem render inferências de todos os tipos de dados verbais, pictóricos, simbólicos e de comunicação” (Krippendorf, 2004:17).

Guerra (2008:61) afirma que “não há um único tipo de análise de conteúdo”. Quivy & Van Campenhoudt (1992) agrupam os diferentes tipos de análise de conteúdo em três categorias: temática, formal, e estrutural.

A análise temática permite descobrir as representações sociais e os juízos dos entrevistados, e baseia-se nos elementos que constituem o discurso humano (Quivy & Van Campenhoudt, 1992). A análise formal foca-se nas formas do discurso e no modo como ele é encadeado (Quivy & Van Campenhoudt, 1992). A análise estrutural é a mais adequada para “revelar aspectos subjacentes e implícitos da mensagem”, já que analisa a disposição dos elementos que a compõem e a sua associação (Quivy & Van Campenhoudt, 1992:227).

Nesta dissertação escolhemos fazer uma análise de conteúdo temática, a qual permite “descrever o que foi dito pelos entrevistados de forma mais adequada e condensada” (Guerra, 2008:83). Segundo esta autora, a análise de conteúdo temática é de carácter descritivo e pode ser feita através da construção de categorias e também de tipologias.

A categoria é “uma rubrica significativa ou uma classe que junta, sob uma noção geral, elementos do discurso” (Poirier e Valladon, 1983, citado por Guerra, 2008: 80). A identificação de categorias não implica a quantificação da sua frequência ou variação (Guerra, 2008).

A construção de tipologias consiste em reagrupar os sujeitos de acordo com “critérios de proximidade de conteúdo” (Guerra, 2008:78). Neste caso, as tipologias foram criadas separando os tipos de opiniões dos sujeitos em relação a algumas temáticas, mencionando-se a frequência dos diferentes tipos dentro de cada grupo em análise.

Assim sendo decidimos usar estas duas construções na análise dos dados obtidos através das entrevistas. É a partir daqui que desenvolvemos uma análise mais crítica, que serve o objectivo de «organizar no final as “hipóteses explicativas” do fenómeno estudado» (Guerra, 2008:83), para assim se poder comentar a sua plausibilidade.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO EMPÍRICO

Neste capítulo apresentamos e analisamos os dados recolhidos no estudo empírico.

A primeira parte do capítulo contém a apresentação dos dados recolhidos. Estes são apresentados segundo cada uma das variáveis em estudo: género, convicções religiosas, nacionalidade, e idade.

De seguida é feita uma apresentação geral das representações dos sujeitos em relação às temáticas em análise. Como já referimos anteriormente (vide *Tabela 4*), são 13 as temáticas em análise: parte da atracção favorita, parte da atracção que agradou menos, opinião sobre a Igreja, opinião sobre o Cemitério Catacumbal, tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, percepção da ligação da atracção com a morte, local onde essa ligação foi sentida, motivos para sentir a ligação entre a atracção e a morte, motivos para não sentir essa ligação, hábitos de visita a atracções turísticas ligadas à morte, atracções turísticas ligadas à morte visitadas, possibilidade/ pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento, e avaliação do papel dos locais de morte e sofrimento.

Após esta apresentação dos resultados da nossa investigação, fazemos uma análise comparativa dos dados recolhidos e que dizem respeito a cada variável: sujeitos do género masculino versus sujeitos do género feminino, sujeitos cristãos versus sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos, sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos versus sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos. A variável nacionalidade obriga à comparação entre mais categorias: sujeitos de nacionalidade portuguesa, espanhola, de outros países europeus, de países anglófonos e de nacionalidades latino-americanas.

Na terceira parte do capítulo fazemos a discussão dos dados anteriormente apresentados. Para além do contraste entre as representações dos sujeitos em cada uma das variáveis (masculino/feminino, cristão/ateu, etc.) que fizemos na segunda parte deste capítulo, procuramos nesta parte estabelecer relações entre os resultados obtidos no estudo empírico e a teoria incluída nos primeiros capítulos desta dissertação. Confrontamos depois essa discussão com as nossas hipóteses explicativas e apresentamos outras, sugeridas por aspectos dos dados recolhidos que não foram objecto de aprofundamento neste estudo.

4.1. APRESENTAÇÃO DOS DADOS

A primeira variável a ser apresentada é o género. De seguida avançamos para as convicções religiosas, e daí para a nacionalidade. Os dados relativos à variável idade são os últimos a serem apresentados. Por fim fazemos um resumo dos dados recolhidos no nosso estudo.

4.1.1. GÉNERO

Na apresentação dos dados referentes à variável género, os resultados são apresentados primeiro para o género masculino e depois para o género feminino. Recordamos que a distribuição dos sujeitos por estes dois grupos é de 16 sujeitos do género feminino e 14 sujeitos do género masculino.

4.1.1.1. MASCULINO

A Tabela 11 contém a sinopse das entrevistas realizadas a sujeitos do género masculino.

Tabela 11 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género masculino

Temática	Categorias/ Tipologias (frequência)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (9) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (5)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta Opressiva
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Lugar tranquilo e agradável Único Desinteressante

Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (5)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (3)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas/ Santuários</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração (Auschwitz)</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (3)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Educação</p> <p>Assombração</p>

	<p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>
--	--

De acordo com a Tabela 11, podemos concluir que, em relação à temática “parte da atracção favorita”, os sujeitos do género masculino por nós entrevistados preferem, na maioria, a Igreja (tipo 1.1). Contudo, há uma minoria significativa que prefere o Cemitério Catacumbal (tipo 1.2).

O tipo 2.4 (não identifica uma componente de que tenha gostado menos) é o mais comum entre os sujeitos do género masculino na análise da temática “parte da atracção menos apreciada”. Apesar de a maioria dos membros do género masculino não conseguir identificar uma parte da atracção que tenha apreciado menos do que as outras, os que o fazem inserem-se fundamentalmente nos tipos 2.1 (gosta menos da Igreja) e 2.3 (gosta menos do Museu). O tipo 2.2 (gosta menos do Cemitério Catacumbal) foi identificado apenas num sujeito.

As categorias apontadas pelo género masculino sobre a Igreja foram as seguintes: impressionante, rica, de qualidade artística no interior, qualidade de construção do edifício, única/ distinta. Contudo, também a acharam opressiva.

Já o Cemitério Catacumbal foi caracterizado pelos homens como interessante/ desinteressante e como um local agradável, tranquilo, e único.

No que diz respeito ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, a maioria dos homens entende que a atracção se insere no Turismo Religioso (tipo 5.2). Os tipos 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural) e 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) são ligeiramente menos frequentes nos sujeitos do género masculino.

Na temática da percepção da ligação da atracção com a morte, o tipo 6.1 – que reconhece essa ligação – foi o mais frequente entre os sujeitos do género masculino entrevistados. O Cemitério Catacumbal foi a única área da atracção em que os sujeitos do género masculino perceberam a sua ligação com a morte.

Os motivos para os sujeitos do género masculino entrevistados terem reconhecido a ligação da atracção em estudo à morte são o facto de considerarem que a percepção dessa ligação é inevitável, tendo em conta as características do local (Cemitério Catacumbal), e o de fazerem corresponder a presença da morte à visão dos ossos no ossário.

Os sujeitos do género masculino entrevistados que não sentiram a ligação da atracção com a morte atribuem-no ao que consideram ser uma negação ou fuga da percepção da presença da morte no local (vide excertos da entrevista no Apêndice 4).

Em relação ao hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte, os sujeitos do género masculino entrevistados inserem-se principalmente nos tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde). Só 3 sujeitos se inserem no tipo 7.3, o qual afirma não visitar este tipo de atracções turísticas.

Os sujeitos do género masculino identificaram, Igrejas/ santuários, cemitérios, catacumbas e campos de concentração como os tipos de atracções turísticas ligadas à morte que já visitaram.

O tipo 12.1 é o mais frequentemente identificado nos sujeitos do género masculino na análise da temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”. Este tipo de sujeito é o que entende que estes locais devem ser ou já são alvo de actividade turística. Os restantes sujeitos dividem-se com semelhante frequência entre os outros tipos, contudo o tipo 12.3 (entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas) é ligeiramente mais frequente que os 12.2 (entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas) e 12.4 (entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas).

Os sujeitos entrevistados do género masculino consideram que as atracções de Turismo Negro podem servir como locais de educação, assombração, *memento mori* e informação para os visitantes no seu relacionamento com a morte.

4.1.1.2. FEMININO

A tabela 12 mostra a sinopse das entrevistas aos sujeitos do género feminino.

Tabela 12 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género feminino.

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14)
	<i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)
	<i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2)

	<p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (3)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p> <p>Opressiva</p>
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>Desinteressante</p> <p>Desagradável</p> <p>Único</p>
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (6)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (9)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra nouro tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à</p>

	<p>morte (8)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Casas-museu</p> <p>Campos de concentração (Auschwitz)</p> <p>Ghost-tours</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (10)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

Como é evidente na tabela 12, na análise da temática “parte da atracção favorita”, verificamos uma maior frequência quase total de sujeitos do tipo 1.1, ou seja, os sujeitos que têm a Igreja como parte favorita da atracção. Ao mesmo tempo, os sujeitos do género feminino dividiam-se principalmente entre os tipos 2.3 e 2.4, o que significa que gostaram menos do Museu ou não conseguem apontar uma área da atracção que lhes tenha agradado menos.

No que diz respeito à opinião dos sujeitos do género feminino sobre a Igreja, entendemos que ela é, no geral, positiva: desperta interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura, é rica (talha dourada), o interior é belo e de qualidade artística, e tem um carácter único e distinto. Não obstante, os sujeitos do género feminino identificaram também alguns aspectos negativos sobre a Igreja: necessita de restauro, falta informação turística no interior, e é opressiva. Já o

Cemitério Catacumbal foi caracterizado pelos sujeitos do género feminino como desinteressante, desagradável, e único.

Os sujeitos do género feminino enquadram-se principalmente nos tipos 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico), embora também tenhamos identificado sujeitos pertencentes ao tipo 5.1, que enquadra a atracção no Turismo Cultural.

Em relação à percepção da ligação da atracção com a morte, os sujeitos do género feminino dividem-se entre o tipo 6.1 (reconhece a ligação) e o tipo 6.2 (não reconhece a ligação) com quase a mesma frequência, no entanto o tipo 6.1 é ligeiramente mais frequente. Esta ligação foi sentida por estes sujeitos no Cemitério Catacumbal e na Igreja.

Os motivos apontados pelos sujeitos do género feminino para percepcionarem a ligação da atracção com a morte foram o facto de essa percepção ser inevitável tendo em conta as características dos locais, como também a visão dos ossos no ossário (Cemitério Catacumbal) e do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos na Igreja.

Os motivos apontados pelos sujeitos do género feminino para não percepcionarem a ligação da atracção com a morte prendem-se com a negação ou fuga a esse sentimento, bem como a um certo distanciamento do local (vide excertos da entrevista no Apêndice 5).

No que diz respeito à análise da temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte”, a maioria dos sujeitos do género feminino insere-se no tipo 10.1, o qual refere ter esse hábito. Os restantes sujeitos do género feminino dividem-se igualmente pelos tipos 10.2 (não evita estas atracções, mas a sua ligação à morte não é motivo de visita nem percebida à partida) e 10.3 (afirma não visitar este tipo de atracções).

As atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos do género feminino referiram já ter visitado foram: igrejas, cemitérios, catacumbas, casas-museu, campos de concentração (Auschwitz), e *ghost-tours*.

O tipo 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas) foi o mais comumente identificado entre os sujeitos do género feminino na análise da temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”. Houve também um número significativo destes sujeitos que se

inseriu no tipo 12.2, entendendo que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas.

Em relação à avaliação do papel dos locais de Turismo Negro, os sujeitos do género feminino consideram-nos locais de educação, assombração, *memento mori* e informação.

4.1.2. CONVICÇÕES RELIGIOSAS

Os resultados da análise a esta variável são apresentados primeiro para os sujeitos cujas convicções religiosas se inserem no Cristianismo (católicos e anglicanos), e depois para os sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos (budistas). Como já foi referido anteriormente, à primeira categoria pertencem 16 Sujeitos e à segunda pertencem 14.

4.1.2.1. CRISTIANISMO

Na tabela 13 encontramos a sinopse das entrevistas realizadas aos sujeitos que se consideram cristãos.

Tabela 13 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos que se consideram cristãos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)</p>
Parte da atracção menos apreciada	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (3)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (4)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (7)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Impressionante</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p> <p>Opressiva</p>

Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Desinteressante Interessante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (8) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (10) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (6)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (6) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas/ Santuários Cemitérios Casas-museu Campos de concentração (Auschwitz) Catacumbas
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (11) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)

	<i>Tipo 4: entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</i>
Avaliação do papel das atracções de Turismo Negro	Assombração Educação <i>Memento mori</i> Informação

A tabela 13 demonstra que os sujeitos que se consideram cristãos indicam maioritariamente a Igreja (tipo 1.1) como a parte da atracção favorita.

Em relação à parte da atracção de que menos gostaram, os sujeitos que se consideram cristãos pertencem mais frequentemente ao tipo 2.4, que não identifica uma componente da atracção de que tenha gostado menos. Os que o fazem, contudo, escolhem o Cemitério Catacumbal e a Igreja, inserindo-se respectivamente, nos tipos 2.2 e 2.1.

Na análise da opinião dos sujeitos que se consideram cristãos entrevistados sobre a Igreja encontrámos as seguintes categorias de significação iminentemente positivas: interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura, impressionante, rica (talha dourada), com beleza no interior, e de qualidade artística do interior. Ao mesmo tempo, os sujeitos que se consideram cristãos referiram que a Igreja necessita de restauro, falta informação turística no interior, e é opressiva. Os sujeitos que se consideram cristãos consideram o Cemitério Catacumbal desinteressante/ interessante.

Em relação ao tipo de Turismo em que a atracção se insere, os sujeitos que se consideram cristãos dividem-se igualmente pelos tipos 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural), 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso), e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

Os sujeitos que se consideram cristãos pertencem com maior frequência ao tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte) do que ao tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte), e percebem esta ligação apenas no Cemitério Catacumbal.

Os motivos apontados por estes sujeitos para terem percebido esta ligação são a noção de que esse sentimento é inerente ao local e a visão dos ossos no ossário. Em contrapartida, os sujeitos que se consideram cristãos que não perceberam a ligação da atracção com a morte devem-no ao facto de a negarem ou fugirem dela, e de se distanciarem do local (vide excertos da entrevista no Apêndice 6).

No que diz respeito ao hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte, os sujeitos que se consideram cristãos entrevistados inserem-se com igual frequência nos tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde). Não obstante, há uma frequência significativa de sujeitos que pertencem ao tipo 10.3: não visita atracções turísticas ligadas à morte.

As atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos cristãos entrevistados disseram já terem visitado foram: igrejas/ santuários, cemitérios, casas-museu, campos de concentração (Auschwitz), e catacumbas.

Na análise à temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, identificámos com maior frequência sujeitos do tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas.

Os sujeitos cristãos que entrevistámos entendem as atracções de Turismo Negro como locais de assombração, educação, *memento mori*, e informação para os que os visitam.

4.1.2.2. AGNOSTICISMO/ ATEÍSMO/ NÃO CRISTIANISMO

A tabela 14 contém a sinopse das entrevistas aos sujeitos sem convicções religiosas, ateus e não-cristãos.

Tabela 14 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (5) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	Qualidade de construção (do edifício) Rica (talha dourada) Impressionante Qualidade artística do interior Única/ distinta Opressiva
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante

	Local tranquilo e agradável Único Gostariam que tivesse mais ossos
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (5) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (7) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (3) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas Cemitérios Catacumbas Casas-museu Campos de concentração Ghost-tours
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e

	sofrimento devem ser atracções turísticas (4) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)
Avaliação do papel das atracções de Turismo Negro	Informação Educação <i>Memento mori</i> Assombração

Como a tabela 14 evidencia, os sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos pertencem com maior frequência ao tipo 1.1, que tem a Igreja como parte da atracção que mais gostou.

No que diz respeito à parte da atracção que os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos menos gostaram, verificámos que apenas estavam presentes os tipos 2.3 (gosta menos do Museu) e o tipo 2.4 (não identifica uma componente de que tenha gostado menos), sendo este último o mais frequente.

A análise da opinião dos sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos sobre a Igreja revela que ela é bastante positiva: estes sujeitos referiram-se à qualidade de construção do edifício, à riqueza e à qualidade artística do interior, ao facto de a acharem impressionante e única/ distinta. No entanto, os sujeitos irreligiosos/ ateus/ não cristãos também consideraram a Igreja opressiva.

Os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos consideram o Cemitério Catacumbal como interessante, único, e um local tranquilo e agradável, mas ao mesmo tempo gostariam de ter visto mais ossos.

Os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos dividem-se com idêntica frequência pelos tipos 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural), 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso), e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

Em relação à percepção da ligação da atracção com a morte, os sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos inserem-se principalmente no tipo 6.1, que reconhece essa ligação, não obstante termos identificado com alguma frequência o tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte).

A ligação da atracção à morte foi sentida pelos sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos tanto na Igreja como no Cemitério Catacumbal, devendo-se esse facto à visão dos ossos no ossário e

do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos, e também à inerência desse sentimento em locais com aquelas características. Os sujeitos do tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte) devem-no à sua negação ou fuga da ligação com a morte (vide excertos da entrevista no Apêndice 7).

O tipo 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) foi o mais frequentemente identificado entre os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos na análise à temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte”. Os tipos 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) e 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte) foram identificados no mesmo número de sujeitos (vide tabela 14).

Os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos identificaram igrejas, cemitérios, catacumbas, casas-museu, campos de concentração, e *ghost-tours* como as atracções turísticas ligadas à morte que já visitaram.

A análise à temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)” revelou que os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos pertencem principalmente ao tipo 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas). Encontrámos também sujeitos pertencentes ao tipo 12.2 (entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas) em frequência relevante, e muito poucos sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos do tipo 12.3 (entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas). Não encontrámos sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos do tipo 12.4, que entende que os locais ligados à morte e ao sofrimento não devem ser atracções turísticas.

Na avaliação do papel das atracções de Turismo Negro, os sujeitos agnósticos / ateus/ não cristãos identificam as funções de informação, educação, *memento mori* e assombração.

4.1.3. NACIONALIDADE

Apresentamos agora os dados recolhidos segundo a variável Nacionalidade. Recordamos as categorias definidas para a nacionalidade: portuguesa, espanhola, latino-americana, anglófona e outros países europeus.

4.1.3.1. PORTUGUESA

Na tabela 15 apresentamos a sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade portuguesa.

Tabela 15 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade portuguesa

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (5)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1)
	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)
Opinião sobre a Igreja	Falta informação turística no interior Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Impressionante Qualidade de construção (do edifício)
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Lugar tranquilo e agradável
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (2)
	<i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (2)
	<i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (3)
	<i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (2)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga
	Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (2)
	<i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (1)
	<i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (2)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Cemitérios

	Catacumbas Igrejas Campos de Concentração
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)
Avaliação do papel das atracções de Turismo Negro	Informação Educação

Analisando a temática “parte da atracção de que mais gostaram”, verificámos que todos os portugueses preferiam a Igreja (tipo 1.1). Houve uma maior distribuição pelas tipologias da segunda temática: parte da atracção de que menos gostaram. Na temática “parte da atracção de que menos gostaram”, os sujeitos dividem-se igualmente pelos tipos 2.2 (gosta menos do Museu) e 2.3 (não identifica uma componente de que tenha gostado menos), havendo também um português do tipo 2.1 (gosta menos da Igreja).

Em relação à opinião dos portugueses sobre a Igreja, encontrámos as seguintes categorias: falta informação turística no interior, rica (talha dourada), qualidade artística do interior, única/ distinta, interesse nos estilos arquitectónicos, impressionante, qualidade de construção do edifício. O Cemitério Catacumbal foi considerado pelos portugueses como um local tranquilo e agradável.

Nos sujeitos de nacionalidade portuguesa entrevistados encontrámos os tipos 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural) e 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) com mais frequência do que o tipo 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico), no qual se insere apenas um sujeito.

Os portugueses inserem-se maioritariamente no tipo 6.1, que reconhece a ligação da atracção com a morte, contudo esta é uma maioria muito ligeira. Esta ligação foi por eles sentida apenas no Cemitério Catacumbal, devido ao facto de as características do local tornarem inevitável que se sinta essa ligação.

Ao mesmo tempo, verificámos que os motivos para os portugueses não reconhecerem a ligação da atracção à morte são a negação ou fuga do sentimento e um certo distanciamento em relação ao local (vide excertos da entrevista no Apêndice 8).

Na análise dos hábitos de visita a atracções turísticas ligadas à morte por parte dos sujeitos de nacionalidade portuguesa, encontrámos uma preponderância dos tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte), contudo, também estava presente o tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde).

Os portugueses referiram já ter visitado as seguintes atracções turísticas ligadas à morte: cemitérios, catacumbas, igrejas, e campos de concentração.

No que diz respeito à temática “Possibilidade/ pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, os sujeitos de nacionalidade portuguesa inserem-se maioritariamente no tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas. Os restantes sujeitos dividem-se igualmente pelos tipos 12.2 (entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas) e 12.3 (entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas).

Os portugueses consideram que as atracções de Turismo Negro podem cumprir funções de informação e educação junto aos que as visitam.

4.1.3.2. ESPANHOLA

Na tabela 16 encontramos a sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade espanhola.

Tabela 16 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade espanhola

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (3) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (1) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (3)
Opinião sobre a Igreja	Beleza do interior Necessita de restauro Interesse na mistura de estilos

Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (1) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (2) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (2)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal.
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (1) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (2) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (1)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas Cemitérios
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Educação Assombração <i>Memento mori</i>

Através da análise à tabela 16 podemos verificar que os sujeitos de nacionalidade espanhola têm a Igreja como parte favorita da atracção (tipo 1.1). Estes sujeitos, na sua maioria, inserem-se no tipo 2.4, ao não conseguirem identificar uma parte da atracção de que tenham gostado menos.

Os sujeitos de nacionalidade espanhola têm interesse nos estilos arquitectónicos da Igreja e consideram que ela tem um interior belo, mas que necessita de ser restaurado. O Cemitério Catacumbal é visto por estes sujeitos como interessante/ desinteressante.

No que diz respeito ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, os sujeitos de nacionalidade espanhola são principalmente dos tipos 5.1 e 5.2, na medida em que consideram que a atracção se enquadra no Turismo Religioso e no Turismo Histórico, respectivamente.

A ligação da atracção com a morte foi percebida (tipo 6.1) e não percebida (tipo 6.2) em partes iguais pelos sujeitos de nacionalidade espanhola. Esta ligação foi percebida apenas no Cemitério Catacumbal, cujas características tornam inevitável para estes sujeitos a percepção de uma ligação com a morte.

Os sujeitos do tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte) negam ou fogem da percepção dessa relação, pelo que não a sentiram também nesta atracção (vide excertos da entrevista no Apêndice 9).

Em relação ao hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte, encontramos nos sujeitos de nacionalidade espanhola mais sujeitos do tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) do que dos outros dois tipos (vide tabela 16). Podemos dizer que a maioria destes sujeitos visita atracções turísticas ligadas à morte ou pelo menos não as evita.

Cemitérios e Igrejas foram as atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos de nacionalidade espanhola referiram já ter visitado.

No que diz respeito à temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, a maioria dos sujeitos de nacionalidade espanhola é do tipo 12.1: entende que estes locais devem ser/já são atracções turísticas. Encontrámos também um sujeito para o qual os locais de morte e sofrimento ou associados a eles podem ser atracções turísticas, mas só poderão atrair algumas pessoas (tipo 12.3). Os restantes tipos não foram encontrados nos sujeitos de nacionalidade espanhola.

A educação, a assombração, e o *memento mori* foram as funções dos locais de Turismo negro identificadas pelos sujeitos de nacionalidade espanhola.

4.1.3.3. OUTROS PAÍSES EUROPEUS

Na tabela 17 encontramos a sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidades de outros países europeus. Nesta categoria estão incluídos sujeitos da França, Polónia, Croácia, e Holanda.

Tabela 17 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de outros países europeus

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (7) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (3) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (4)
Opinião sobre a Igreja	Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Local agradável Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (1)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A presença da morte é inerente ao local. A visão dos ossos no ossário.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga.
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (3) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é

	percebida mais tarde (2) <i>Tipo 10.3: não visita atracções turísticas ligadas à morte (3)</i>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas Cemitérios Casas-museu Catacumbas
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (7)</i> <i>Tipo 12.2: entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1)</i> <i>Tipo 12.3: entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</i>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Assombração <i>Memento mori</i> Informação Educação

Os sujeitos de outros países europeus indicaram quase exclusivamente a Igreja como a sua parte favorita da atracção (tipo 1.1). A parte da atracção menos apreciada pelos sujeitos de outros países europeus foi o Museu (tipo 2.3), embora a maioria dos sujeitos não tenha conseguido apontar uma área da atracção que tenha apreciado menos.

A Igreja foi considerada pelos sujeitos de outros países europeus como impressionante, rica, e com um interior de qualidade artística. O Cemitério Catacumbal foi considerado pelos sujeitos de outros países europeus, por um lado, como interessante e um local tranquilo e agradável, e, por outro lado, como desinteressante.

No que diz respeito à temática “tipo de Turismo em que a atracção se enquadra”, o tipo 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural) foi o mais frequente entre os sujeitos de outros países europeus. Os tipos 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico) estão também presentes, mas com menor frequência.

Os sujeitos de outros países europeus inserem-se quase exclusivamente no tipo 6.1, que reconhece a ligação da atracção com a morte, no Cemitério Catacumbal. Segundo estes

sujeitos, isso deve-se ao facto de a presença da morte ser inerente ao local, e também à visão dos ossos no ossário.

O motivo apontado pelos sujeitos que não reconhecem a ligação da atracção com a morte para não terem essa percepção é o facto de a negarem ou procurarem fugir dela (vide excertos da entrevista no Apêndice 10).

A análise à temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte” revela que os sujeitos de outros países europeus se inserem com igual frequência nos tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte). No entanto, a existência de sujeitos de outros países europeus do tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) faz com que a maioria dos sujeitos de outros países europeus visite atracções turísticas ligadas à morte.

Os sujeitos de outros países europeus afirmaram já ter visitado as seguintes atracções turísticas ligadas à morte: igrejas, cemitérios, casas-museu, e catacumbas.

Em relação à opinião dos sujeitos de outros países europeus sobre a pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento, concluímos que o tipo 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas) é o prevalente.

Para os sujeitos de outros países europeus, as atracções de Turismo Negro podem constituir locais de assombração, *memento mori*, informação e educação para as pessoas que os visitam.

4.1.3.4. PAÍSES ANGLÓFONOS

A tabela 18 contém a sinopse das entrevistas aos sujeitos de países anglófonos. Recordamos que nesta categoria incluímos sujeitos provenientes do Reino Unido, Irlanda, Canadá, Estados Unidos da América, e Austrália.

Tabela 18 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos de países anglófonos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (6)
	<i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (2)
	<i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2)

	<p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (1)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Opressiva</p> <p>Qualidade de construção (do edifício)</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Rica (talha dourada)</p>
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>Interessante</p> <p>Local tranquilo e agradável</p> <p>Gostavam que houvesse mais ossos</p>
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (3)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (4)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra nouro tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (3)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Negação/ fuga</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (4)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> (3)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (2)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p>

	Catacumbas Ghost tours
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Informação Educação Assombração

Os sujeitos de países anglófonos consideram maioritariamente a Igreja como a parte da atracção favorita (tipo 1.1). No entanto, a maioria destes sujeitos não conseguiu identificar uma parte da atracção de que tivesse gostado menos.

A opinião dos sujeitos de países anglófonos sobre a igreja é composta principalmente por categorias positivas: rica, única/ distinta, e com uma qualidade de construção admirável. Ao mesmo tempo, estes sujeitos consideram a igreja opressiva.

O Cemitério Catacumbal foi considerado um local tranquilo, agradável e interessante pelos sujeitos de países anglófonos, que não obstante gostariam de ter visto mais ossos.

Os sujeitos de países anglófonos dividem-se de forma semelhante pelos tipos 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural), 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso), e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

No que diz respeito à percepção da ligação da atracção com a morte, a maioria dos sujeitos de países anglófonos reconhece-a, o que corresponde ao tipo 6.1. Esta ligação foi percebida tanto no Cemitério Catacumbal como na Igreja.

Os sujeitos de países anglófonos do tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte) afirmaram que esse reconhecimento se deve à visão dos ossos no ossário no Cemitério Catacumbal e à visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos na igreja; ao mesmo tempo, as características destes locais fazem com que a percepção da sua ligação à morte seja inevitável para os sujeitos de países anglófonos.

Os motivos apontados pelos sujeitos de países anglófonos para não perceberem a ligação da atracção à morte prendem-se com a sua fuga ou negação do assunto (vide excertos da entrevista no Apêndice 11).

A maioria dos sujeitos de países anglófonos insere-se no tipo 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) ou no tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde).

Igrejas, cemitérios, catacumbas e *ghost-tours* foram as atracções ligadas à morte que os sujeitos de países anglófonos referiram terem já visitado.

A análise da temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, concluímos que os sujeitos de países anglófonos enquadram-se com maior frequência no tipo 12.2, que entende que só alguns desses locais devem constituir atracções turísticas. Os restantes tipos identificados entre os sujeitos de países anglófonos na análise desta temática encaram o Turismo Negro como pertinente ou já estabelecido (tipo 12.1), ou como passível de apelar apenas a algumas pessoas (tipo 12.3).

Segundo os sujeitos de países anglófonos, as atracções de Turismo Negro poderão ser locais de informação, educação e assombração para os visitantes.

4.1.3.5. LATINO-AMERICANAS

A tabela 19 mostra a sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidades latino-americanas (brasileira e venezuelana) que entrevistámos.

Tabela 19 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos latino-americanos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (4)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)
Opinião sobre a Igreja	Impressionante Rica (talha dourada) Interesse nos estilos arquitectónicos Única/ distinta
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no

	Turismo Religioso (2) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra nouro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (1) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (3)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga.
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (3) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (1)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas/ Santuários Cemitérios Catacumbas Campos de Concentração (Auschwitz) Casas-museu
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Educação Assombração <i>Memento Mori</i>

A partir da análise da tabela 19, concluímos que os sujeitos latino-americanos preferem a Igreja (tipo 1.1) e, ou não conseguem identificar a parte da atracção de que menos gostaram (tipo 2.4), ou gostaram menos do Cemitério Catacumbal (tipo 2.2).

A igreja é caracterizada por estes sujeitos como impressionante, rica, única/ distinta, e com estilos arquitectónicos que despertam interesse. Já o Cemitério Catacumbal é considerado desinteressante pelos sujeitos latino-americanos.

A atracção é enquadrada principalmente no Turismo Histórico (tipo 5.3) e no Turismo Religioso (tipo 5.2) pelos sujeitos latino-americanos. O tipo 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural) não foi identificado entre os sujeitos latino-americanos.

Analisando as respostas dos sujeitos latino-americanos na temática “percepção da ligação da atracção com a morte”, concluímos que a maioria desses sujeitos não reconhece essa ligação (tipo 6.2). Os que o fazem, contudo, apontam o Cemitério Catacumbal como o local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida, porque é inerente ao local.

Contudo, a maioria dos sujeitos latino-americanos revelou não reconhecer a ligação da atracção à morte porque nega ou foge dessa percepção (vide excertos da entrevista no Apêndice 12).

No que diz respeito ao hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte, encontramos apenas os tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) entre os sujeitos latino-americanos.

As atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos latino-americanos disseram já ter visitado foram: igrejas/ santuários, cemitérios, catacumbas, campos de concentração, e casas-museu.

A opinião prevalente entre os sujeitos latino-americanos sobre a pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro) é a de que eles devem ser ou já são atracções turísticas (tipo 12.1). Houve, contudo, um destes sujeitos que afirmou não concordar com a actividade turística nestes locais.

Os sujeitos latino-americanos entendem que as atracções de Turismo Negro podem ter funções de assombração, educação e *memento mori* para com os seus visitantes.

4.1.4. IDADE

De seguida apresentamos as sinopses das entrevistas agrupadas segundo a variável idade. Dentro desta variável definimos dois grupos: um para os sujeitos dos 23 aos 48 anos, composto por 17 sujeitos, e outro para os sujeitos entre os 49 e os 73 anos, do qual fazem parte 13 sujeitos.

4.1.4.1. 23-48 ANOS

Na tabela 20 podemos encontrar a sinopse das entrevistas aos sujeitos entre os 23 e os 48 anos.

Tabela 20 - sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (8)
Opinião sobre a Igreja	Qualidade de construção (do edifício) Rica (talha dourada) Impressionante Qualidade artística do interior Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Falta informação turística no interior
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Local tranquilo e agradável Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (13) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (4)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi	Cemitério Catacumbal

sentida	Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (9) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Cemitérios Catacumbas Casas-museu Igrejas Campos de Concentração Ghost-tours
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (14) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Educação Assombração <i>Memento Mori</i> Informação

Como a tabela 20 revela, nos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos é possível encontrar com frequência quase absoluta o tipo 1.1 (prefere a Igreja).

No que diz respeito à parte da atracção menos apreciada, os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos mostraram ter dificuldade em identificar uma parte da atracção de que tenham gostado menos (tipo 2.4). Os que o fizeram inserem-se no tipo 2.3 (gosta menos do Museu).

Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos referiram como único aspecto negativo da Igreja a falta de informação turística no seu interior. As restantes categorias sobre a Igreja referidas por estes sujeitos foram a qualidade de construção do edifício, a qualidade artística e a riqueza do interior, os estilos arquitectónicos interessantes, e o carácter único e distinto da Igreja, revelando-se ainda impressionados com ela.

A opinião dos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos sobre o Cemitério Catacumbal é ambivalente: houve sujeitos que o consideraram um local tranquilo, agradável e interessante, mas ao mesmo tempo encontrámos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 que consideraram o Cemitério Catacumbal desinteressante

Em relação ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos entendem que a atracção se enquadra maioritariamente no Turismo Cultural (tipo 5.1). Não obstante, também encontrámos com relativa frequência os tipos 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

A ligação da atracção à morte foi percebida pela maioria dos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos, tanto no Cemitério Catacumbal como na Igreja. Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos referem que esta percepção é inerente a esses locais, mas relacionam-na também à visão dos ossos no ossário (Cemitério Catacumbal) e do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (Igreja).

Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos do tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte) devem-no à sua negação ou fuga da percepção da ligação da atracção com a morte, e também a um distanciamento para com o local (vide excertos da entrevista no Apêndice 13).

A análise da temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte” permite-nos concluir que a maioria dos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos pertence ao tipo 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte). Os tipos 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) e 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte) foram encontrados com igual frequência entre si nos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos. Não obstante, podemos dizer que a maioria destes sujeitos não recusa visitar atracções turísticas ligadas à morte, quer essa ligação lhes seja conhecida ou só se apercebam dela durante a visita.

Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos referiram já ter visitado as seguintes atracções turísticas ligadas à morte: cemitérios, catacumbas, casas-museu, igrejas, campos de concentração, e *ghost-tours*.

O tipo 12.1, que entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas, foi encontrado na maioria dos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos. Estes sujeitos entendem que as atracções de Turismo Negro servem as funções de educação e assombração para com os visitantes.

4.1.4.2. 49 – 73 ANOS

A tabela 21 contém a sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos.

Tabela 21 - Sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos

Temática	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	Opressiva Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Necessita de restauro Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (4) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (7) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no

	<p>Turismo Histórico (7)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Negação/ fuga.</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (4)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (6)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p>

Como podemos observar na tabela 21, os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos preferem, na maioria, a Igreja a qualquer outra parte da atracção (tipo 1.1). Em contrapartida, a maioria destes sujeitos não consegue identificar uma parte da atracção que lhe tenha agradado menos (tipo 2.4), embora tenham havido algumas referências à Igreja (tipo 2.1) e ao Cemitério Catacumbal (tipo 2.2).

Os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos têm uma opinião globalmente positiva sobre a Igreja: consideram que ela é impressionante, rica, tem um interior de qualidade artística, estilos arquitectónicos que despertam interesse e um carácter único e distinto. Não obstante, classificam-na de opressiva e afirmam que ela necessita de restauro.

No que diz respeito ao Cemitério Catacumbal, os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos vêem-no como interessante/ desinteressante.

Em relação ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos são com igual frequência dos tipos 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

A ligação da atracção com a morte é percebida e não percebida com semelhante frequência pelos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos, havendo uma maioria muito ligeira de sujeitos do tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte).

Não obstante esta tendência, os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos identificaram tanto a Igreja como o Cemitério Catacumbal como os locais onde perceberam a ligação da atracção com a morte. Os motivos que causam essa percepção, para os sujeitos, são a visão dos ossos no ossário e do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos, mas também o facto de os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos considerarem que as características de ambos os locais (Cemitério Catacumbal e Igreja) tornam inevitável a percepção da sua ligação com a morte.

A negação ou fuga à percepção da ligação da atracção com a morte é o motivo para a não percepção dessa ligação por parte dos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos (vide excertos da entrevista no Apêndice 14).

Analisando o hábito de visita dos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos a atracções turísticas ligadas à morte, verificamos que há uma frequência significativa de sujeitos que recusam visitar estas atracções (tipo 10.3). No entanto, considerando os sujeitos do tipo 10.1

(costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e do tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) em conjunto, podemos dizer que este constitui a maioria.

Igrejas, cemitérios, catacumbas, e campos de concentração foram as atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos referiram já ter visitado.

No que diz respeito à temática “Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, verificamos que os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos se inserem com maior frequência nos tipos 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas) e 12.3 (entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas).

Para os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos, as atracções de Turismo Negro poderão constituir locais de educação, assombração e *memento mori* para os que as visitam.

A tabela 22 contém a sinopse das 30 entrevistas realizadas para esta investigação e a identificação das categorias e tipologias encontradas na análise às diferentes temáticas.

Tabela 22 - Sinopse geral das entrevistas

Temática	Categorias/ tipologias (frequência)
Parte da atracção favorita	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (23)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (6)</p> <p><i>Tipo 3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)</p>
Parte da atracção menos apreciada	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (4)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (4)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (8)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (14)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Impressionante</p> <p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Rica (talha dourada)</p>

	<p>Qualidade artística do interior</p> <p>Qualidade de construção (do edifício)</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Opressiva</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p>
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>Interessante</p> <p>Lugar tranquilo e agradável</p> <p>Único</p> <p>Desinteressante</p> <p>Desagradável</p>
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (11)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (14)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (14)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra nouro tipo de turismo (2)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (18)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (12)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (14)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (9)</p>

	<i>Tipo 10.3: não visita atracções turísticas ligadas à morte (7)</i>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas/ Santuários</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração (Auschwitz)</p> <p>Casas-museu</p> <p>Ghost-tours</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (18)</i></p> <p><i>Tipo 12.2: entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (6)</i></p> <p><i>Tipo 12.3: entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4)</i></p> <p><i>Tipo 12.4: entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</i></p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

No que diz respeito à parte da atracção favorita, verificámos, no geral, a prevalência do tipo 1.1, ou seja, dos sujeitos que preferem a Igreja de S. Francisco em relação às restantes componentes da atracção. Não obstante, encontrou-se um segundo tipo de visitantes (tipo 1.2), que prefere o Cemitério Catacumbal a qualquer outra parte da atracção.

Os sujeitos dividiram-se mais na escolha da parte da atracção que menos lhes agradou. Foram identificados quatro tipos de sujeitos: os que gostaram menos da Igreja (tipo 2.1), os que gostaram menos do Cemitério Catacumbal (tipo 2.2), os que gostaram menos do Museu (tipo 2.3), e os que não conseguiram seleccionar uma parte da atracção que lhes tivesse agradado menos que as outras (tipo 2.4.). Este último tipo de sujeitos foi o mais frequente. O tipo 2.3 (gosta menos do Museu) foi o mais frequente dos que identificaram uma componente da atracção que não lhes agradou tanto como as outras.

A opinião sobre a Igreja é, no geral, positiva. A maioria das categorias de opinião sobre a Igreja diz respeito à sua qualidade artística e ao seu interior belo e impressionante, que demonstra riqueza pela profusão de talha dourada. É também admirada a qualidade de construção do edifício, tal como o seu carácter único e distinto. A mistura de estilos presente no monumento despertou também o interesse dos sujeitos.

As únicas categorias menos positivas classificam a Igreja como “opressiva”, devido à quantidade de ornamentação e à talha dourada no seu interior, e consideram que ela está em estado de degradação e que há uma falta de informação turística no interior do monumento que impede que ele seja compreendido devidamente.

A opinião dos sujeitos sobre o Cemitério Catacumbal foi menos verbalizada e é formada essencialmente por categorias opostas: interessante/ desinteressante, local tranquilo e agradável/ desagradável, sendo também identificado o seu carácter único.

Identificámos quatro tipos de sujeitos na análise da opinião sobre o tipo de turismo em que a atracção se insere. O tipo 5.1 considera que ela se insere no Turismo Cultural. O tipo 5.2 enquadra a atracção no Turismo Religioso. O tipo 5.3 insere-a no Turismo Histórico e o tipo 5.4 em outros tipos de Turismo que não os já mencionados. Salientamos que estes tipos se sobrepõem, podendo um sujeito ser incluído em mais do que um tipo.

Os tipos 5.2 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso) e 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico) foram encontrados com maior frequência do que o tipo 5.1 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural). O tipo 5.4 (entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo) foi encontrado em apenas 2 sujeitos.

Na temática da percepção da ligação da atracção com a morte encontrámos dois tipos de sujeitos. O tipo 6.1, que reconhece a ligação da atracção com a morte, foi o mais frequente. O tipo 6.2 foi menos frequente e inclui os sujeitos que não reconhecem a ligação da atracção à morte.

Esta ligação foi reconhecida na Igreja e no Cemitério Catacumbal. Os motivos para esse reconhecimento são, em primeiro lugar, a concepção de que as características do local tornam inevitável a percepção da presença da morte lá, e em segundo lugar, a ligação entre a presença da morte e a visão dos ossos no ossário (Cemitério Catacumbal) e do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (Igreja).

A negação ou fuga ao contacto com a morte é o principal motivo para os sujeitos afirmarem não terem sentido a ligação da atracção com a morte, embora também tenhamos verificado um certo distanciamento por parte de alguns sujeitos em relação ao local (vide excertos da entrevista no Apêndice 15).

Na temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte” identificaram-se três tipos de sujeitos. O tipo 10.1 é aquele que costuma visitar estas atracções e é o mais frequente. O tipo 10.2 não evita as atracções turísticas ligadas à morte, contudo afirma que essa ligação não constitui motivo de visita ou só é percebida mais tarde, durante a visita. O tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) foi menos frequente que o 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte), mas mais do que o 10.3 – os que dizem não visitar atracções turísticas ligadas à morte.

As categorias de atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos disseram já ter visitado foram igrejas e santuários, cemitérios, catacumbas, campos de concentração, casas-museu, e *ghost tours*.

O tipo de sujeitos que considera que os locais de morte e sofrimento já são atracções turísticas ou deviam sê-lo (tipo 12.1) foi o mais frequente na análise da temática “possibilidade/pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”. O tipo 12.2, que entende que só alguns desses locais devem ser alvo de actividade turística, vem em segundo lugar, seguido do tipo 12.3, para o qual os locais de morte e sofrimento podem ser atracções turísticas, mas só atrairão certas pessoas. O tipo 12.4, que considera que estes locais não devem constituir atracções turísticas, foi encontrado apenas em um sujeito.

Os sujeitos entrevistados entendem que os locais de Turismo Negro cumprem os seguintes papéis: educação, assombração, *memento mori*, e informação.

4.2. ANÁLISE COMPARATIVA

Apresentamos nesta parte sinopses comparativas entre as diferentes dimensões de cada variável. Procuramos deste modo identificar as diferenças e as semelhanças que se podem encontrar entre os grupos de sujeitos definidos para cada variável independente.

4.2.1. GÉNERO

A tabela 23 contém a sinopse comparativa da variável género.

Tabela 23 - Sinopse comparativa da variável género

Temática	Categorias/ tipologias (referências)	
	Género Masculino	Género Feminino
Parte da atracção favorita	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (9)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (5)</p>	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)</p>
Parte da atracção menos apreciada	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)</p>	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (3)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Impressionante</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Qualidade de construção (do edifício)</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Opressiva</p>	<p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p> <p>Opressiva</p>
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>Interessante</p> <p>Lugar tranquilo e agradável</p> <p>Único</p> <p>Desinteressante</p>	<p>Desinteressante</p> <p>Desagradável</p> <p>Único</p>
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (5)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)</p>	<p><i>Tipo5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (6)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (9)</p> <p><i>Tipo5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9)</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9)</p>

atracção com a morte	<i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)	<i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local.	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (3)	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (8) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas/ Santuários Cemitérios Catacumbas Campos de Concentração (Auschwitz)	Igrejas Cemitérios Catacumbas Casas-museu Campos de concentração (Auschwitz) Ghost-tours
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (3) <i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (10) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)
Avaliação do papel dos locais	Educação	Educação

de Turismo Negro	Assombração <i>Memento mori</i> Informação	Assombração <i>Memento mori</i> Informação
------------------	--	--

A análise da tabela 23 revela que existem algumas diferenças nos dados recolhidos para o género masculino e para o feminino.

No que diz respeito à primeira temática – “parte da atracção favorita” – podemos observar que tanto os sujeitos do género masculino como os do género feminino preferem a Igreja. Todavia a frequência de sujeitos do tipo 1.2 (prefere o Cemitério Catacumbal) é mais elevada entre os sujeitos do género masculino.

A maioria dos sujeitos do género masculino afirmou não conseguir identificar uma parte da atracção que tivesse apreciado menos (tipo 2.4). Embora este tipo também tenha sido identificado frequentemente entre os sujeitos do género feminino, o tipo 2.3 (gosta menos do Museu) foi o mais frequente entre os sujeitos deste género.

Os sujeitos do género feminino foram mais expansivos na expressão da sua opinião sobre a Igreja. Para além de terem mencionado mais categorias, os sujeitos do género feminino referiram-se à beleza do interior do edifício e ao interesse que lhes despertavam os estilos arquitectónicos e a sua mistura na Igreja. Os sujeitos do género masculino, por seu lado, preferiram apontar a qualidade de construção do edifício. Os sujeitos de ambos os géneros referiram o carácter único e distinto da Igreja e consideraram-na de certa forma opressiva. No entanto, foram apenas os sujeitos do género feminino a referir que, na sua opinião, falta informação turística no interior da Igreja e que ela beneficiaria de obras de restauro.

A opinião dos sujeitos dos dois géneros sobre o Cemitério Catacumbal também apresenta diferenças. Os sujeitos do género masculino identificam mais características agradáveis neste local do que os do género feminino, que consideram o Cemitério Catacumbal um local sem interesse e desagradável. Não obstante, os sujeitos de ambos os géneros classificam o Cemitério Catacumbal como único.

Os sujeitos do género feminino revelaram uma maior tendência a enquadrarem a atracção no Turismo Histórico e no Turismo Religioso. Já os sujeitos do género masculino enquadram a atracção no Turismo Religioso, Cultural, e Histórico com semelhante frequência.

A ligação da atracção com a morte não foi percebida pelos sujeitos do género masculino e do género feminino da mesma forma. Os sujeitos de ambos os géneros inserem-se com maior frequência no tipo 6.1, que reconhece a ligação da atracção com a morte. Contudo, a proporção de sujeitos do tipo 6.2 (não reconhece a ligação da atracção com a morte) em relação aos do tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte) é maior no género feminino.

Os sujeitos do género feminino perceberam a ligação da atracção com a morte na Igreja e no Cemitério Catacumbal, enquanto que os sujeitos do género masculino apenas o fizeram na Igreja. Os sujeitos de ambos os géneros atribuem a sua percepção desta ligação ao facto de a presença da morte ser inerente ao local e à visão dos ossos no ossário, contudo apenas os sujeitos do género feminino se referiram à visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos, que fica na Igreja de S. Francisco.

Tanto os sujeitos do género masculino como os do género feminino manifestaram negar ou fugir da percepção da ligação da atracção à morte, no entanto apenas os sujeitos do género feminino afirmaram que o seu distanciamento em relação ao local era um dos motivos para não terem essa percepção.

O hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte é mais vincado entre os sujeitos do género feminino, mas ao mesmo tempo a frequência de sujeitos que afirmam não visitar este tipo de atracções é mais elevada nos sujeitos deste género. Entre os sujeitos do género masculino, a frequência dos tipos 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) e 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde) é praticamente igual.

Mais uma vez, os sujeitos do género feminino referiram mais categorias dentro de uma temática: estes sujeitos referiram já ter visitado Igrejas, cemitérios, catacumbas, campos de concentração, casas-museu e já terem participado em *ghost-tours*, enquanto que os sujeitos do género masculino disseram ter visitado apenas as quatro primeiras categorias.

Em relação à temática “Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)”, os sujeitos do género feminino revelam uma atitude mais favorável. A maioria destes sujeitos enquadra-se no tipo 12.1, para o qual os locais de morte e sofrimento já são ou devem ser atracções turísticas, encontrando-se com menor frequência o tipo 12.2 (entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas). Nos sujeitos do género masculino, o tipo 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento

devem ser/já são atracções turísticas) continua a ser o mais frequente, mas existe uma maior distribuição de sujeitos pelos outros tipos, encontrando-se mesmo um sujeito do tipo 12.4 (entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas).

A avaliação do papel dos locais de Turismo Negro é igual para os sujeitos de ambos os géneros. Tanto os sujeitos do género masculino como os sujeitos do género feminino encaram as atracções de Turismo Negro como locais em que os visitantes experienciam momentos de educação, assombração, *memento mori* e informação na sua relação com a morte.

4.2.2. CONVICÇÕES RELIGIOSAS

Na tabela 24 podemos encontrar a sinopse comparativa segundo as convicções religiosas dos sujeitos.

Tabela 24 - Sinopse comparativa da variável convicções religiosas

Temática	Categorias/ tipologias (referências)	
	Cristãos	Agnósticos/ateus/não-cristãos
Parte da atracção favorita	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)</p>	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)</p>
Parte da atracção menos apreciada	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (3)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (4)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (7)</p>	<p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (5)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)</p>
Opinião sobre a Igreja	<p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Impressionante</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p> <p>Opressiva</p>	<p>Qualidade de construção (do edifício)</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Impressionante</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Opressiva</p>
Opinião sobre o	Desinteressante	Interessante

Cemitério Catacumbal	Interessante	Local tranquilo e agradável Único Gostariam que tivesse mais ossos
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (8) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (5) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (10) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (6)	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local.	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (6) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (7) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (3) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas/ Santuário Cemitérios Casas-museu Campos de concentração (Auschwitz)	Igrejas Cemitérios Catacumbas Casas-museu

	Catacumbas	Campos de concentração Ghost-tours
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (11)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Assombração</p> <p>Educação</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>	<p>Assombração</p> <p>Educação</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

Através da análise desta tabela é possível concluir-se que existem diferenças entre os sujeitos cujas convicções religiosas se inserem no cristianismo (católicos e anglicanos) e os agnósticos/ ateus/ não-cristãos no que diz respeito aos dados que obtivemos.

Tanto os sujeitos cristãos como os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos indicaram maioritariamente a Igreja como a sua parte favorita da atracção, contudo a frequência de sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos que pertence ao tipo 1.2 (prefere o Cemitério Catacumbal) é superior à de sujeitos cristãos.

Tendo em conta a temática “parte da atracção menos apreciada”, verificamos que entre os sujeitos cristãos se encontraram sujeitos de todos os tipos. O tipo 2.4 (não identifica uma componente de que tenha gostado menos) é o mais frequente entre os sujeitos cristãos, seguido do tipo 2.2 (gosta menos do Cemitério Catacumbal). Entre os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos encontramos apenas os tipos 2.4 (não identifica uma componente de que tenha gostado menos) – na maioria dos sujeitos – e o tipo 2.3 (gosta menos do Museu) para os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos que conseguiram identificar a parte da atracção que menos lhes agradou.

Os sujeitos cristãos referiram maior número de categorias sobre a Igreja. Consideraram-na um local impressionante, interessante devido à mistura de estilos arquitectónicos que contém, e

dotado de um interior belo, rico, e de qualidade artística. No entanto, apontam também algumas características negativas: a necessidade de restauro, a falta de informação turística no interior da Igreja, e o facto de esta ser um pouco opressiva.

Os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos têm uma opinião globalmente mais positiva sobre a Igreja do que os sujeitos cristãos. Os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos referiram-se à Igreja como impressionante, dotada de um interior rico, e de qualidade artística, tal como os sujeitos cristãos. A qualidade de construção do edifício da Igreja e o seu carácter único e distinto foram características apontadas apenas pelos sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos.

A única categoria identificada tanto pelos sujeitos cristãos como pelos sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos foi a percepção da Igreja como opressiva.

No que diz respeito à opinião sobre o Cemitério Catacumbal, os sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos identificaram quase só categorias positivas: encaram-no como um local interessante, tranquilo, agradável e único. A única categoria que pode ser vista como menos positiva é a do desejo dos sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos de terem visto mais ossos no Cemitério Catacumbal.

A opinião dos sujeitos cristãos sobre o Cemitério Catacumbal é ambivalente. Houve sujeitos que o classificaram de interessante, e outros que consideraram o Cemitério Catacumbal desinteressante.

Tanto os sujeitos cristãos como os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos enquadram a atracção, com quase a mesma frequência, no Turismo Cultural, Religioso, e Histórico. Podemos dizer que a opinião dos dois grupos de sujeitos sobre o tipo de Turismo em que a atracção se insere é semelhante. O mesmo acontece no que diz respeito à percepção da ligação da atracção com a morte. Tanto nos sujeitos cristãos como nos sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos verificámos uma prevalência do tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte).

Não obstante, a ligação da atracção com a morte foi percebida pelos sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos na Igreja e no Cemitério Catacumbal, enquanto os sujeitos cristãos perceberam esta ligação apenas na Igreja. Ambos os grupos referem que a percepção desta ligação é inerente aos locais, e que a visão dos ossos no ossário contribui para que a sintam, contudo só os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos se referiram também à visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos.

Os sujeitos cristãos revelaram tanto a sua negação ou fuga da percepção da ligação do local à morte como o seu distanciamento em relação ao local como motivos para não se aperceberem da ligação da atracção à morte. Os sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos referiram só o primeiro motivo.

Através da análise da temática “hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte”, retiramos algumas conclusões sobre as respostas destes sujeitos. O tipo 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) é o mais frequente em ambos os grupos de sujeitos, principalmente entre os sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos. Ao mesmo tempo, o tipo 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte) é igualmente frequente entre os sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos e os sujeitos cristãos. A principal diferença reside na frequência de sujeitos do tipo 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde), que é bem mais elevada entre os sujeitos cristãos.

Os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos referiram já ter visitado maior variedade de atracções turísticas ligada à morte do que os sujeitos cristãos. Estes últimos apontaram igrejas e santuários, cemitérios, casa-museu, campos de concentração e catacumbas como os tipos de atracções turísticas ligadas à morte que já visitaram. Os sujeitos agnósticos / ateus/ não-cristãos acrescentam as *ghost-tours* a esta lista.

A atitude dos sujeitos cristãos em relação à pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento é claramente favorável: a maioria destes sujeitos afirma que os locais de morte e sofrimento devem ser ou já são atracções turísticas. Não obstante, é entre os sujeitos cristãos que encontramos o sujeito do tipo 12.4 (entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas).

Esta tendência favorável ao Turismo Negro mantém-se também entre os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos, mas a maioria não é tão expressiva. Verifica-se entre estes sujeitos uma frequência significativa de sujeitos do tipo 12.2: entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas.

No que diz respeito à avaliação do papel dos locais de Turismo Negro, os sujeitos cristãos e os sujeitos agnósticos/ ateus/ não-cristãos identificam as mesmas categorias: assombração, educação, *memento mori* e informação.

4.2.3. NACIONALIDADE

A tabela 25 contém a sinopse das entrevistas aos sujeitos, separadas por categorias de nacionalidade, de forma a podermos comparar os dados relativos aos sujeitos pertencentes a cada uma das categorias.

Tabela 25 - Sinopse comparativa da variável nacionalidade

Temática	Categorias/ tipologias (referências)				
	Portuguesa	Espanhola	Outros países Europeus	Países anglófonos	Latino-americanas
Parte da atracção favorita	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (5)	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (3) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (7) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (6) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (4)
Parte da atracção menos apreciada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (1) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (3)	<i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (3) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (4)	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (1) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)	<i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)
Opinião sobre a Igreja	Falta informação turística no interior Rica (talha dourada) Qualidade artística do	Beleza do interior Necessita de restauro Interesse na mistura de estilos	Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior	Opressiva Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta	Impressionante Rica (talha dourada) Interesse nos estilos arquitectónicos

	interior Impressionante Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Qualidade de construção (do edifício)			Rica (talha dourada)	Única/ distinta
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Lugar tranquilo e agradável	Interessante Desinteressante	Interessante Local agradável Desinteressante	Interessante Local tranquilo e agradável Gostavam que houvesse mais ossos	Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (2) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (2) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (1)	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (1) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (3) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (4) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)	<i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (2) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a

atração com a morte	morte (3) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atração com a morte (2)	morte (2) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atração com a morte (2)	morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atração com a morte (1)	morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atração com a morte (3)	morte (1) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atração com a morte (3)
Local onde a ligação da atração com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal.	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal Igreja	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atração com a morte	A presença da morte é inerente ao local.	A presença da morte é inerente ao local.	A presença da morte é inerente ao local. A visão dos ossos no ossário.	A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atração com a morte	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local	Negação/ fuga	Negação/ fuga.	Negação/ fuga	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atrações turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (2) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (1) <i>Tipo 10.3:</i> não visita	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (1) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (2) <i>Tipo 10.3:</i> não visita	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (3) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (2) <i>Tipo 10.3:</i> não visita	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (4) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (3) <i>Tipo 10.3:</i> não visita	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (3) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (1)

	atracções turísticas ligadas à morte (2)	atracções turísticas ligadas à morte (1)	atracções turísticas ligadas à morte (3)	atracções turísticas ligadas à morte (2)	
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas Cemitérios Catacumbas Campos de Concentração	Igrejas Cemitérios	Igrejas Cemitérios Catacumbas Casas-museu	Igrejas Cemitérios Catacumbas Ghost tours	Igrejas/ Santuários Cemitérios Catacumbas Campos de Concentração (Auschwitz) Casas-museu
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (7) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4) <i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)	<i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3) <i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	Informação Educação	Educação Assombração <i>Memento mori</i>	Informação Educação Assombração <i>Memento mori</i>	Informação Educação Assombração	Educação Assombração <i>Memento Mori</i>

Através da análise da tabela 25, é possível verificar que, no que diz respeito à parte da atracção favorita, o tipo 1.1 (prefere a Igreja) é o mais comum entre os sujeitos de todas as nacionalidades. De facto, este foi mesmo o único tipo encontrado entre os sujeitos de nacionalidade portuguesa e de nacionalidades latino-americanas. O tipo 1.2 (prefere o Cemitério Catacumbal) está presente com uma frequência muito reduzida em sujeitos de nacionalidade espanhola, de outros países europeus e em sujeitos de países anglófonos (ligeiramente mais nestes).

Uma maioria de sujeitos de todas as nacionalidades manifestou não conseguir identificar uma parte da atracção que lhe tenha agradado menos do que as outras. O Museu foi considerado a parte menos apreciada da atracção para os sujeitos de nacionalidade portuguesa e para os de outros países europeus. Entre os sujeitos de nacionalidades anglo-saxónicas, a parte da atracção menos apreciada foi a Igreja, e os sujeitos de nacionalidades latino-americanas dividem-se entre a não identificação de uma parte da atracção que lhes tenha agradado menos e o afirmarem terem gostado menos do Cemitério Catacumbal.

A opinião sobre a Igreja é globalmente positiva entre os sujeitos de todas as nacionalidades, contudo houve categorias negativas identificadas por sujeitos de nacionalidade portuguesa (falta informação turística no interior da Igreja), espanhola (necessita de restauro), e de países anglófonos (é opressiva).

Sujeitos de todas as nacionalidades, excepto a espanhola, consideraram a Igreja rica, mas o seu carácter único e distinto foi reconhecido apenas por sujeitos de nacionalidade portuguesa, de países anglófonos, e de nacionalidades latino-americanas. Em contrapartida, foram só os sujeitos de nacionalidade espanhola que se referiram ao interior da Igreja como belo.

O interesse pelos estilos arquitectónicos e na sua mistura foi referido por sujeitos de nacionalidade portuguesa, espanhola, e de nacionalidades latino-americanas.

A qualidade artística do interior da Igreja foi referida por sujeitos de nacionalidade portuguesa e de outros países europeus. Já a qualidade de construção do edifício da Igreja foi mencionada também por sujeitos de nacionalidade portuguesa, mas desta vez acompanhados pelos de países anglófonos.

A Igreja foi considerada impressionante por sujeitos de nacionalidade portuguesa, de outros países europeus, e de nacionalidades latino-americanas, todavia foram os sujeitos de nacionalidade portuguesa que referiram mais categorias sobre a Igreja.

Os sujeitos de nacionalidade portuguesa e os sujeitos de nacionalidades latino-americanas foram os mais decididos na opinião sobre o Cemitério Catacumbal. No entanto, enquanto os sujeitos de nacionalidade portuguesa o consideram um local tranquilo e agradável, os sujeitos de nacionalidades latino-americanas classificam o Cemitério Catacumbal como desinteressante.

A opinião mais dicotómica sobre o Cemitério Catacumbal foi a dos sujeitos de nacionalidade espanhola: estes vêem o Cemitério Catacumbal como interessante e desinteressante. Os sujeitos de outros países europeus também têm uma opinião de certa forma ambivalente sobre o Cemitério Catacumbal, ao haver sujeitos que o consideram interessante e um local tranquilo e agradável e outros que o consideram desinteressante.

Os sujeitos com a visão mais positiva do Cemitério Catacumbal foram os de países anglófonos, que não referiram nenhuma categoria negativa sobre o local – mostraram apenas alguma desilusão com o facto de não terem visto mais ossos.

Em relação ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, as visões dos sujeitos de diferentes nacionalidades são também diversas.

Os sujeitos de nacionalidade portuguesa enquadram a atracção no Turismo Cultural e no Turismo Religioso, em partes iguais. O mesmo acontece com os sujeitos de países anglófonos, contudo nestes há uma maior frequência de sujeitos do tipo 5.3 (entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico).

Os sujeitos de nacionalidade espanhola e os sujeitos de nacionalidades latino-americanas entendem que a atracção se enquadra mais no Turismo Religioso e no Turismo Histórico, sendo que nenhum sujeito entre os de nacionalidades latino-americanas enquadrou a atracção no Turismo Cultural.

Foram os sujeitos de outros países europeus os que, com mais frequência, enquadraram a atracção no Turismo Cultural.

No que diz respeito à percepção da ligação da atracção com a morte, vemos que os sujeitos de nacionalidade portuguesa, de outros países europeus e de países anglófonos se inserem maioritariamente no tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte). Ainda que no caso dos sujeitos de nacionalidade portuguesa essa maioria seja muito ligeira, ela assume maior expressão entre os sujeitos das outras duas categorias de nacionalidade.

Os sujeitos de nacionalidade espanhola encontram-se divididos quanto à percepção da ligação da atracção com a morte. O mesmo não acontece com os sujeitos de nacionalidades latino-americanas: verifica-se entre estes sujeitos uma clara preponderância do tipo 6.2: não reconhece a ligação da atracção com a morte.

A ligação da atracção à morte foi sentida apenas no Cemitério Catacumbal pelos sujeitos de todas as nacionalidades, excepto os de países anglófonos, que a sentiram também na Igreja.

O motivo para a percepção desta ligação que os sujeitos de todas as nacionalidades mencionaram foi o facto de considerarem que as características do local tornavam inevitável que se sentisse essa ligação. Os sujeitos de outros países europeus mencionaram ainda a visão dos ossos no ossário, e os sujeitos de países anglófonos acrescentam-lhe a visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).

A negação ou fuga à percepção da ligação da atracção com a morte foi o motivo apontado pelos sujeitos de todas as nacionalidades para não terem sentido essa ligação. O distanciamento do local foi mencionado apenas por sujeitos de nacionalidade portuguesa e de nacionalidades latino-americanas.

No que diz respeito ao hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte, em todas as nacionalidades há uma maioria de sujeitos que afirma ter o hábito de visitar estas atracções turísticas (tipo 10.1) ou pelo menos não as evitar (tipo 10.2), sendo que neste caso a ligação à morte não é o motivo de visita ou é percebida apenas durante a mesma. Podemos verificar também que, em todas as nacionalidades menos nas latino-americanas, houve uma minoria de sujeitos que afirmaram não visitar atracções turísticas ligadas à morte. Entre os sujeitos de nacionalidades latino-americanas, não encontramos nenhum sujeito do tipo 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte).

Em relação às atracções turísticas ligadas à morte já visitadas pelos sujeitos, foram os sujeitos de nacionalidade espanhola que identificaram menos categorias: apenas Igrejas e cemitérios. O resto dos sujeitos, de todas as nacionalidades, mencionou estas categorias e também catacumbas.

Os campos de concentração foram mencionados por sujeitos de nacionalidade portuguesa e de nacionalidades latino-americanas. Sujeitos de outros países europeus e de nacionalidades latino-americanas referiram as casas-museu como atracções turísticas ligadas à morte que já visitaram, e as *ghost-tours* foram referidas apenas por sujeitos de países anglófonos.

O único sujeito que afirmou que, na sua opinião, os locais de morte e sofrimento não deviam ser atracções turísticas era de uma nacionalidade latino-americana. Contudo, entre os sujeitos destas nacionalidades, bem como entre os de todas as outras excepto os de países anglófonos, verificámos uma maioria de sujeitos do tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas.

Os sujeitos de países anglófonos enquadram-se principalmente no tipo 12.2, para o qual a actividade turística só deve ser feita em alguns locais de morte e sofrimento.

No que diz respeito à temática “avaliação do papel dos locais de Turismo Negro”, a função mais referida pelos sujeitos de todas as nacionalidades foi a educação. A assombração é outra das relações com os mortos que foi referida por sujeitos da maioria das nacionalidades: apenas os de nacionalidade portuguesa não a referiram.

A informação é mencionada por sujeitos de nacionalidade portuguesa (que só identificaram a educação e a informação), de outros países europeus, e de países anglófonos. A função de local que propicia o *memento mori* foi identificada por sujeitos de nacionalidade espanhola, de outros países europeus e de nacionalidades latino-americanas.

4.2.4. IDADE

A tabela 26 contém a sinopse comparativa dos dois grupos definidos para a variável idade: um para os sujeitos entre os 23 e os 48 anos, e o outro para os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos.

Tabela 26 - Sinopse comparativa da variável idade

Temática	Categorias/ tipologias (referências)	
	23 – 48	49 – 73
Parte da atracção favorita	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)</p>	<p><i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11)</p> <p><i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)</p> <p><i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)</p>
Parte da atracção menos apreciada	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2)</p> <p><i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6)</p>	<p><i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2)</p> <p><i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2)</p> <p><i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado</p>

	<i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (8)	menos (9)
Opinião sobre a Igreja	Qualidade de construção (do edifício) Rica (talha dourada) Impressionante Qualidade artística do interior Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Falta informação turística no interior	Opressiva Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Necessita de restauro Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Local tranquilo e agradável Desinteressante	Interessante Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (4) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (7) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (7) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (13) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (4)	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal Igreja	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos.	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local	Negação/ fuga.
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (9)	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (4)

	<p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>	<p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração</p> <p>Casas-museu</p> <p>Ghost-tours</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (14)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (6)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p> <p>Informação</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p>

A análise da tabela 26 permite-nos concluir que, tanto nos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos, como nos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos, há uma clara prevalência do tipo 1.1, que tem a Igreja como a parte favorita da atracção. Os sujeitos que preferiram o Cemitério Catacumbal (tipo 1.2) são muito poucos, e encontram-se principalmente entre os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos.

Mais sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos demonstraram não conseguir identificar uma componente da atracção que lhes tenha agradado menos. Os poucos que o fizeram apontaram com igual frequência a Igreja e o Cemitério Catacumbal. O mesmo não acontece entre os sujeitos

com idades entre os 23 e os 48 anos. Embora a maior parte destes sujeitos também não tenha conseguido identificar a parte da atracção que lhe agradou menos, há uma frequência significativa de sujeitos do tipo 2.3 (gosta menos do Museu). Nenhum sujeito com idade entre os 49 e os 73 anos se insere neste tipo.

Foram os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos que referiram a falta de informação turística no interior da Igreja, tendo esta sido a única categoria negativa das que compõem a sua opinião sobre a Igreja. Os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos vêem a Igreja como opressiva e a necessitar de restauro.

Não obstante, a maioria das categorias sobre a Igreja identificadas pelos sujeitos de todas as idades é positiva. Ambos os grupos se mostraram impressionados com a Igreja, referindo a sua riqueza e a qualidade artística do seu interior, e interessados nos estilos arquitectónicos do monumento. A Igreja foi considerada única e distinta por sujeitos de ambas as categorias de idade, mas só os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos admiraram a qualidade de construção do edifício.

A opinião dos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos sobre o cemitério catacumbal assenta em duas dimensões opostas: interessante/ desinteressante. Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos têm também essa visão, contudo consideram o Cemitério Catacumbal como um local tranquilo e agradável, pelo que a sua opinião sobre o local é um pouco mais favorável.

No que diz respeito ao tipo de Turismo em que a atracção se enquadra, verificamos que tanto os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos como os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos enquadraram a atracção no Turismo religioso e no Turismo Histórico com a mesma frequência. No entanto, se essa constitui a maioria dos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos, os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos enquadram com maior frequência a atracção no Turismo Cultural.

A ligação da atracção com a morte é percebida de maneira diferente pelos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos e pelos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos. Enquanto que há uma clara maioria de sujeitos do tipo 6.1 (reconhece a ligação da atracção com a morte) entre os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos, os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos encontram-se divididos entre reconhecer e não reconhecer a ligação da atracção com a morte, com uma ligeira maioria de sujeitos que a não reconhece.

Não obstante, a ligação da atracção com a morte foi reconhecida tanto na Igreja como no Cemitério Catacumbal por ambos os escalões etários, que apontaram os mesmos motivos para que isso tenha acontecido: a visão dos ossos no ossário e do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos, e o facto de considerarem que a presença da morte é inerente aos locais.

Os motivos para a não percepção da ligação da atracção à morte referidos pelos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos foram a negação ou fuga a essa percepção e o distanciamento em relação ao local. Os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos referiram só o primeiro motivo.

No que diz respeito ao hábito de visita a atracções ligadas à morte, encontramos com a mesma frequência em ambos os escalões etários sujeitos do tipo 10.3 (não visita atracções turísticas ligadas à morte). Todavia, o tipo 10.1 (costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte) constitui uma maioria entre os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos, enquanto os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos se encontram mais divididos entre esse tipo e o 10.2 (não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde). Em ambos os escalões etários, contudo, a maioria é de sujeitos que visitam atracções turísticas ligadas à morte ou não as evitam.

Os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos referiram já ter visitado mais categorias e atracções turísticas ligadas à morte do que os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos. Ambos os escalões etários identificaram igrejas, cemitérios, catacumbas, e campos de concentração, mas foram só os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos que mencionaram casas-museu e *ghost-tours*.

A análise da temática “pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)” também revela diferenças de atitude entre os dois escalões etários. A maioria dos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos é do tipo 12.1, que entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas. Já os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos impõem mais condicionantes à actividade turística em locais de Turismo Negro: o tipo 12.1 (entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas) continua a ser o mais frequente, mas os tipos 12.3 (entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas) – principalmente – e 12.2 (entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas) foram por nós encontrados com significativa frequência entre os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos. Pertence a

este escalão etário o único sujeito que entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas.

Em relação à avaliação do papel dos locais de Turismo Negro, tanto os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos como os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos identificam as funções de educação, assombração, e *memento mori*. No entanto, a função de informação é reconhecida apenas pelos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos.

4.3. DISCUSSÃO DOS DADOS

Tendo em conta os dados do estudo empírico apresentados, e a análise comparativa que também já apresentámos, procedemos agora a algumas considerações sobre os resultados deste nosso estudo empírico, procurando relacioná-los com a nossa revisão de literatura e avaliar a plausibilidade das nossas hipóteses.

Ao questionarmos os sujeitos sobre as componentes favorita e menos apreciada da atracção em estudo, quisemos averiguar se, à partida, rejeitariam a apreciação do Cemitério Catacumbal – a área da atracção cuja ligação à morte é mais facilmente identificável. Apesar de a maioria dos sujeitos ter considerado a Igreja como a sua componente preferida da atracção, houve sujeitos que referiram ter preferido o Cemitério Catacumbal, e só uma minoria o considerou como a parte da atracção de que menos gostou. De facto, grande parte dos sujeitos falhou em identificar uma parte da atracção que não lhe tivesse agradado tanto como as outras, e os que o fizeram apontaram principalmente o Museu. Ora, esta componente da atracção não tem uma ligação óbvia à morte (vide Apêndice 3), e os motivos que os sujeitos apresentaram para ela lhes ter agradado menos não têm de forma alguma a ver com a morte: resumem-se ao facto de terem achado o Museu desinteressante.

A Igreja de S. Francisco é um monumento que deixou agradavelmente impressionada a maioria dos sujeitos. Todavia, também lhe foram atribuídas características negativas pelos sujeitos entrevistados. Alguns referiram-se à falta de informação no interior da Igreja, outros disseram que ela necessitava de restauro, outros que tinha um interior opressivo.

Como é mencionado na caracterização da atracção no Apêndice 3, os visitantes podem adquirir brochuras sobre esta atracção, com informação sobre a sua História e detalhes sobre cada um dos retábulos. Há também informação turística dentro da Igreja, que, não obstante, não é tão completa como aquela que consta na brochura. Assim sendo, consideramos que a afirmação dos

sujeitos têm algum sentido mas não é inteiramente verdadeira, reflectindo sim um desejo de obter informação mais detalhada e adaptada aos seus interesses pessoais.

No que diz respeito à afirmação de que a Igreja necessita de restauro, podemos dizer que não corresponde à realidade. Também como é referido no Anexo 7, a Venerável Ordem Terceira de São Francisco dedica grandes esforços à conservação do património móvel e imóvel do seu complexo turístico. Podemos então inferir que a afirmação dos sujeitos ilustra uma preocupação preventiva quanto ao futuro da atracção mais do que reflecte a situação presente.

Também houve sujeitos que classificaram a Igreja de opressiva, devido à quantidade de ornamentação e à profusão de talha dourada no seu interior. De facto, a Igreja de São Francisco é um dos mais ricos exemplares da ornamentação barroca em Portugal, mas a afirmação dos sujeitos deriva somente do seu gosto pessoal.

A única categoria identificada pelos sujeitos que a Igreja e o Cemitério Catacumbal têm em comum é o seu carácter único e distintivo em relação a outras atracções semelhantes já visitadas.

A opinião dos sujeitos entrevistados sobre o Cemitério Catacumbal é certamente ambivalente. Para além da já mencionada especificidade, os sujeitos identificaram categorias em dimensões opostas: interessante/ desinteressante, local tranquilo e agradável/ desagradável.

Segundo Giddens (1991), o modo como a sociedade contemporânea lida com a morte tem um grande potencial para causar insegurança ontológica no indivíduo, já que este é deixado com a responsabilidade de construir as suas próprias representações da morte. Havendo esta liberdade de escolha, não surpreende que as atitudes dos sujeitos variem daquela forma: uns conseguem construir mecanismos que lhes permitem lidar com locais de morte e sofrimento sem que estes lhes causem insegurança ontológica, mas outros não.

O enquadramento da atracção em tipos de Turismo pelos visitantes revelou que estes a vêem como multifacetada e capaz de apelar a vários públicos: foram mencionados o Turismo Cultural, o Turismo Religioso, e o Turismo Histórico, por vezes pelo mesmo visitante. O que não foi referido por nenhum visitante foi o conceito de Turismo Negro, o que comprova a nossa Hipótese 2 – Os visitantes da atracção de Turismo Negro não conhecem o conceito de Turismo Negro. Efectivamente, não só este conceito não foi mencionado, como também nenhum dos sujeitos referiu que a atracção estaria enquadrada num tipo de Turismo relacionado com a morte.

No entanto, isto não significa que os sujeitos entrevistados rejeitem a ideia da morte associada à atracção. A maioria dos sujeitos reconheceu a ligação da atracção à morte, desmentindo desta forma a nossa Hipótese 1: Os visitantes da atracção de Turismo Negro negam ou subtraem a morte da sua experiência turística daquela atracção.

Pelo contrário, os sujeitos consideram que a presença da morte é inerente a locais como a Igreja e o Cemitério Catacumbal – ambos contêm túmulos, e ambos contêm um elemento visual que, para os sujeitos entrevistados, evoca a ligação com a morte (os ossos no ossário do Cemitério Catacumbal, e o retábulo dos Santos Mártires de Marrocos, na Igreja).

Todavia, houve também sujeitos que negaram ter sentido a ligação da atracção com a morte. Na sua maioria, estes sujeitos afastam qualquer desejo de proximidade com a morte. Isto prende-se com a afirmação de Giddens (1991) de que a sociedade afasta das suas vivências tudo aquilo que pode perturbar a necessidade primordial dos indivíduos de segurança e estabilidade, sendo a morte um dos elementos que o pode fazer.

O distanciamento que alguns sujeitos manifestaram colocar entre si mesmos e a morte presente na atracção dá origem a uma questão que não nos ocorreu explorar à partida: “qual é a relação entre a alteridade e a negação da morte nas atracções turísticas?”

Com a temática “hábito de visita a atracções ligadas à morte”, procurámos conhecer, por um lado, as categorias de atracções de Turismo Negro que os sujeitos já visitaram, e, por outro lado, perceber se eles fazem a ligação entre a presença da morte e muitas das atracções que já visitaram.

A maioria dos sujeitos entrevistados afirmou visitar com regularidade atracções turísticas ligadas à morte, ou pelo menos não as evitar só por causa dessa ligação.

Os resultados do nosso estudo empírico vão de encontro ao pensamento de Lennon & Foley (2000), para os quais as visitas de Turismo Negro são feitas por um acaso fortuito e não motivadas por uma necessidade de contacto com a morte. Como já mencionámos anteriormente nesta dissertação, fomos obrigados a abandonar o estudo da variável “motivo de visita” em parte porque todos os sujeitos que entrevistámos disseram que o que os tinha levado a visitar a atracção foi a recomendação do guia de viagens ou página da internet que consultaram quando procuraram saber os pontos de interesse na cidade. Na análise à temática “hábito de visita a

atracções ligadas à morte” percebemos ainda que, para além de não constituir motivação de visita, o contacto com a morte por vezes só é percebido durante a visita à atracção.

Segundo Stone (2009b), o produto de Turismo Negro mais conhecido é talvez o campo de concentração de Auschwitz. No entanto, a categoria “campos de genocídio Negros” (Stone, 2006) não foi a que os sujeitos mais referiram ter visitado.

As atracções de Turismo Negro que os sujeitos mais referiram ter visitado foram igrejas, cemitérios, e catacumbas, que correspondem à categoria de Locais de Descanso Negros (Stone, 2006).

Somos obrigados a questionar o quanto esta resposta terá sido influenciada pelo facto de estarmos numa atracção da qual fazem parte uma igreja e um cemitério catacumbal a fazer perguntas sobre atracções turísticas ligadas à morte.

Outra das categorias de atracções de Turismo Negro de Stone (2006) identificada pelos sujeitos foi a das Fábricas de Diversão Negras, através da menção às *ghost-tours*. Segundo Stone (2006), estas posicionam-se do lado mais claro do espectro (cf. página 39 desta dissertação), mais vocacionado para o entretenimento.

Todas as outras categorias de atracções de Stone (2006) que identificámos nas respostas dos sujeitos entrevistados revelam a preferência destes por atracções de Turismo Negro mais escuro, ou seja, aquelas mais centradas na História, na educação, e com maior influência política e ideológica (vide página 30 desta dissertação).

Houve um outro tipo de atracções turísticas ligadas à morte que os sujeitos referiram já ter visitado: as casas-museu. Este facto é interessante, uma vez que estas atracções não estão contempladas na tipologia de Stone (2006) nem em nenhuma outra das que conseguimos encontrar (vide o ponto 2.2 desta dissertação). A explicação dos sujeitos para a ligação destas atracções com a morte é por demais óbvia: trata-se de casas de pessoas famosas que já morreram.

A atitude dos sujeitos entrevistados em relação à pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento – ou seja, em relação à pertinência do Turismo Negro – é, no geral, favorável. Isto vem desmentir a nossa Hipótese 3: os visitantes da atracção de Turismo

Negro não encaram os locais de morte e sofrimento como possíveis ou actuais atracções turísticas.

Não obstante, alguns sujeitos afirmaram que, na sua opinião, só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas: aqueles em que a morte e o sofrimento não são muito recentes, aqueles em que há um valor histórico e artístico. Esta ideia opõe-se à que é defendida por Miles (2002, citado por Stone, 2006), que diz que os locais de morte e sofrimento mais recentes são mais populares porque geram mais empatia. Ao mesmo tempo, estes dados do nosso estudo estão de acordo com uma outra ideia de Miles (2002, citado por Stone, 2006) que, baseado no contínuo de intensidades de Seaton (cf. página 33 desta dissertação), defende que são as diferenças temporais e espaciais entre os locais de Turismo Negro que os tornam mais claros ou mais escuros na percepção dos turistas.

A nossa Hipótese 4 (os visitantes da atracção de Turismo Negro não reconhecem a importância do Turismo Negro como mediador da morte) foi também desmentida pelos sujeitos. Estes não só reconhecem o Turismo Negro como um mediador entre o indivíduo e a morte, como também são capazes de identificar diferentes funções que ele pode ter ao desempenhar esse papel. Os sujeitos entrevistados referiram que as atracções de Turismo Negro podem servir funções de educação, informação, assombração e *memento mori*. Estas são algumas das relações que Walter (2008) considera que os vivos podem estabelecer com os mortos.

Assim sendo, os sujeitos entrevistados referem-se aos locais de Turismo Negro principalmente como locais onde se vai para saber o que aconteceu e que faz parte da história e não deve ser esquecido, o que corresponde à relação de educação defendida por Walter (2008).

Ao mesmo tempo, a assombração, que tem a ver com a dificuldade da sociedade em integrar mortes que considera sem sentido (Walter, 2008), é outra preocupação dos sujeitos entrevistados. Para eles, deve visitar-se locais de Turismo Negro não só para sabermos o que aconteceu, mas principalmente para não deixarmos que aconteça de novo. O nosso estudo indica que os sujeitos parecem considerar que a visita a locais de Turismo Negro ajuda a integrar essas mortes na sociedade – nas palavras de um dos sujeitos entrevistados, “talvez as pessoas vão à procura de redenção” quando visitam atracções turísticas ligadas à morte.

A informação é outra das funções referidas. Isto quer dizer que os sujeitos entrevistados vêem os locais de Turismo Negro como uma fonte de informação para estudiosos e técnicos, e também

para visitantes, que podem por aquele meio ficar a saber mais sobre a cultura de um povo (Walter, 2008).

Segundo Stone & Sharpley (2008), o Turismo Negro pode ajudar os indivíduos a construírem as suas reflexões sobre a mortalidade num ambiente seguro e menos passível de lhes causar insegurança ontológica. Os sujeitos por nós entrevistados têm noção dessa possibilidade, ao identificarem as atracções de Turismo Negro como locais de reflexão sobre a sua mortalidade – *memento mori* (Walter, 2008).

Podemos então fazer uma aproximação entre os sujeitos que entrevistámos e o comportamento de consumo dos turistas negros segundo Sharpley (2009): os sujeitos entrevistados vêem o Turismo Negro como uma experiência, no sentido em que procuram obter significado para a sua própria existência ao reflectirem sobre as implicações da morte que ocorreu nos locais que visitam.

Procuremos agora reflectir sobre as nossas hipóteses explicativas:

HE1 – A idade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

HE2 – O género influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

HE3 – A escolaridade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

HE4 – As convicções religiosas influenciam as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

HE5 – A nacionalidade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro.

Tendo em conta a análise comparativa que efectuámos no ponto 4.2 desta dissertação, todas estas hipóteses podem ser consideradas plausíveis excepto a terceira (a escolaridade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro), que foi abandonada devido à grande concentração de sujeitos com habilitações literárias ao nível do ensino superior.

No que diz respeito à HE1 (a idade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro), verificámos que os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos têm, no geral, uma atitude mais favorável em relação à morte e ao Turismo Negro do que os sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos.

Como vimos no primeiro capítulo desta dissertação, a morte está presente nas nossas vidas, por exemplo, através da cultura urbana mediática. Assim sendo, podemos dizer que os jovens, mais imersos nesta cultura, terão maior acesso à morte por ela veiculada. Segundo Walter (1991, citado por Stone, 2008), esta morte não é a verdadeira morte: é artificial, abstracta, o que pode fazer com que os jovens de facto tenham um maior reconhecimento da presença da morte à sua volta, mas que ao mesmo tempo a encarem como algo que não é real, e que não necessita de ser tomado como algo sério. Na nossa opinião, este é um assunto que necessita de ser aprofundado em estudos posteriores.

O nosso estudo permitiu-nos também concluir que homens e mulheres encaram a morte e a sua ligação com o Turismo de formas distintas, conferindo desta forma plausibilidade à HE2 (o género influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro). Os sujeitos do género masculino têm uma atitude mais favorável em relação à morte e ao Turismo Negro do que os sujeitos do género feminino. Não obstante, os sujeitos do género feminino foram mais sensíveis na identificação dos locais da atracção estudada onde perceberam a ligação com a morte, o que pode justificar o facto de terem uma atitude menos favorável em relação ao Turismo Negro. Todavia, ao mesmo tempo que manifestam essa maior sensibilidade, os sujeitos do género feminino foram mais veementes na afirmação de que os locais de morte e sofrimento já são ou devem ser atracções turísticas.

Não há nada na nossa revisão de literatura que nos permita explicar esta conclusão a que chegámos. Serão necessários estudos mais aprofundados para que possamos avançar com explicações para as diferenças que encontramos nos dados recolhidos para o género masculino e para o género feminino.

Embora os resultados que obtivemos no nosso estudo nos permitam considerar a HE4 (as convicções religiosas influenciam as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro) e a HE5 (a nacionalidade influencia as concepções dos visitantes em relação ao Turismo Negro) como individualmente plausíveis, inclinamo-nos para acreditar que não devem ser analisadas em separado.

Segundo Ariès (1988), o culto dos mortos é mais forte nos países mais influenciados pela religião católica, e mais fraco nos países com maior influência do protestantismo. Esta ideia parece justificar o facto de os resultados dos sujeitos cristãos e dos originários de países de maior influência do catolicismo serem tendencialmente semelhantes, e o mesmo acontecer com os dos

sujeitos irreligiosos/ ateus/ não cristãos e os dos originários de países com menor influência do catolicismo.

Efectivamente, os sujeitos portugueses, espanhóis e da América Latina e os sujeitos cristãos revelaram uma atitude menos favorável em relação à morte e ao Turismo Negro do que os sujeitos de outros países europeus e de países anglófonos e os sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos. Poderá ser inferido daqui que a maior influência do catolicismo faz com que os locais de morte e sofrimento sejam encarados com maior seriedade, no sentido em que os sujeitos revelam maior dificuldade em concebê-los como tendo alguma conotação lúdica e não como locais de respeito e cuidado com os mortos exclusivamente. O facto de os sujeitos cristãos terem manifestado um maior reconhecimento da presença da morte nas atracções turísticas que visitam não vem contrariar esta ideia: os cristãos podem não se sentir tão confortáveis a visitar atracções de Turismo Negro, mas nem por isso o deixam de fazer ou defendem que elas devam deixar de existir.

Por fim, somos obrigados a salientar o facto de os sujeitos de nacionalidade Brasileira (incluídos nas nacionalidades Latino-americanas juntamente com um sujeito de nacionalidade venezuelana) terem revelado uma atitude muito desfavorável em relação aos cemitérios em particular, aspecto que não conseguimos de momento explicar e que julgamos ser merecedor de estudos posteriores, nomeadamente na área da comunicação intercultural.

5. CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E LIMITAÇÕES DO PRESENTE ESTUDO

A atitude da sociedade ocidental para com a morte sofreu, desde a idade média, significativas alterações. Passámos progressivamente de uma sociedade que tinha a morte como algo natural, quotidiano, para uma sociedade que remete a morte para locais e situações marginais à vivência do dia-a-dia.

Esta mudança não aconteceu através de rupturas com os paradigmas anteriores, foi, sim, causada por um processo em que tendências como a individualização da morte e a mudança das relações familiares, aliadas à secularização e ao desenvolvimento e da medicina, foram ganhando mais importância, dando origem ao modo como a sociedade contemporânea lida com a morte.

Vivemos actualmente numa sociedade que encara a morte como algo anormal, uma falha da medicina, algo que vem perturbar o decorrer de vidas que se querem integralmente felizes e que por isso não deve fazer parte delas.

Ao mesmo tempo, a morte é algo tão poderoso que não pode ser simplesmente sequestrado das nossas vidas. Deste modo, a sociedade em que vivemos criou uma morte despersonalizada, que podemos ver todos os dias nos meios de comunicação.

A relação da sociedade contemporânea com a morte é, então, paradoxal: a morte está, simultaneamente, ausente e presente na vida dos indivíduos.

Mesmo numa sociedade que nega a morte até certo ponto, é necessário que existam meios que permitam aos indivíduos terem algum contacto com ela sem que sintam uma angústia primordial. O Turismo é uma das instituições que providencia aos indivíduos um ambiente seguro para poderem reflectir sobre a morte.

O Turismo Negro foca precisamente a ligação entre os visitantes e a morte, e é uma das mais importantes instituições mediadoras da morte na sociedade contemporânea. Esta instituição permite aos indivíduos estabelecerem várias relações com a morte, que vão desde pedidos de orientação aos antepassados até ao incómodo com mortes difíceis de aceitar, passando pela educação sobre as circunstâncias que levaram a ela.

Este tipo de turismo diz respeito às visitas a locais de alguma forma relacionados com morte e sofrimento. Pode ser encarado do ponto de vista dos turistas (as suas motivações), ou do ponto de vista das atracções (as suas características).

Nesta dissertação fizemos uma aprofundada revisão da literatura actualmente existente sobre o Turismo Negro. Uma vez que se trata de um campo de estudos ainda muito recente, a literatura existente não é muito extensa e é muito dispersa: é difícil encontrar mais que um ou dois autores que abordem o mesmo assunto dentro da temática geral. Não obstante, há já perspectivas discordantes em relação à definição do conceito, o que significa que o seu estudo está a ganhar popularidade progressivamente.

No entanto, a maioria dos estudos feitos até ao momento é de carácter teórico ou então qualitativo. Há estudos feitos do ponto de vista das motivações, das tipologias, do enquadramento sociológico do Turismo negro, há estudos de caso. Não existe, contudo, nenhum estudo que quantifique o real significado deste tipo de turismo ou sequer que agrupe dados secundários referentes a atracções e locais relacionados/veis a ele. Também não há ainda um estudo do perfil do turista negro. Talvez isto se deva à dificuldade de definição do conceito e ao facto de ele ser ainda praticamente desconhecido para os organismos públicos com capacidade financeira e de meios para levar a cabo esses estudos, mas o facto é que só o com este conhecimento mais aprofundado se poderá planear devidamente de modo a responder da melhor forma às necessidades do turista.

Mas mesmo os estudos ou perspectivas de abordagem já existentes beneficiariam de um aprofundamento ou alargamento. No nosso entender isso facilitaria a discussão, que actualmente se torna difícil, já que há poucas (ou por vezes nenhuma) perspectivas discordantes. Dentro deste assunto julgamos que a questão das tipologias de classificação beneficiaria especialmente de mais estudos, por forma a consolidar e unificar as propostas de classificação existentes.

A abordagem ao Turismo Negro do ponto de vista do marketing começa a emergir, mas é ainda insipiente. Contudo, estamos em crer que este é um ponto de partida especialmente interessante para estudar o Turismo Negro. Como será que a morte é abordada na estratégia de marketing dos lugares de Turismo Negro?

Procuramos complementar a revisão de literatura com a inclusão de exemplos de atracções de Turismo Negro existentes no estrangeiro e, sempre que possível, em Portugal.

Daqui podemos concluir que as manifestações que o Turismo Negro pode assumir são muito variadas, e muitas delas constituem já atracções turísticas mundialmente reconhecidas.

Podemos concluir também que Portugal tem atracções turísticas que podem ser enquadradas no Turismo Negro, mas que dispõe de recursos que ainda não são aproveitados. Referimo-nos, por exemplo, ao facto de Lisboa ser a única cidade portuguesa onde existem *ghost-tours*. Haverá decerto muitas outras cidades no país com uma história rica em acontecimentos “negros” que permitam estabelecer este tipo de visitas.

Para além disso, Portugal possui ligações antigas com outros países que fazem com que exista um património comum que deve ser aproveitado. O passado colonial nacional contém muitos elementos de morte e sofrimento, e existem ainda hoje locais que constituem evidências disso mesmo e que podiam ser explorados no âmbito do Turismo Negro, com a certeza de que apelariam a um público internacional.

Com o nosso estudo empírico quisemos compreender o modo como os visitantes de uma atracção turística que recebe milhares de visitantes por ano – o complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de S. Francisco – a representam enquanto atracção turística ligada à morte. Pretendíamos saber se o contacto com a morte constituía uma parte integrante da experiência da atracção para as pessoas que a visitam. Mais do que isso, procurámos conhecer a atitude destes visitantes para com o Turismo Negro.

Para esse efeito fizemos um estudo qualitativo que nos permitiu conhecer os sentidos da acção dos sujeitos. Recorremos à entrevista como técnica de recolha de dados, a qual nos permitiu obter dados compreensivos sobre as representações que os sujeitos faziam daquela atracção dos locais de morte e sofrimento em geral. Submetemos esses dados à técnica de análise de conteúdo, que é particularmente adequada quando o objectivo do investigador é descortinar atitudes.

O nosso estudo empírico permitiu-nos concluir que o contacto com a morte não está ausente da experiência dos visitantes da atracção. De facto, o nosso estudo indica que a maioria dos visitantes se apercebe da ligação entre a atracção que visita e a morte, e que isso não impede que considerem bonitos, interessantes, e agradáveis os locais em que essa ligação é mais evidente. Na atracção em estudo, esses locais são a Igreja de S. Francisco e o Cemitério Catacumbal.

Os sujeitos referiram até uma característica de significado iminentemente positivo comum a estes dois locais: o seu carácter distintivo, mesmo em relação a atracções semelhantes que já tinham visitado.

Parece-nos que esta característica não deve ser descurada pelos responsáveis da atracção nos seus esforços de marketing.

Um outro aspecto referido pelos sujeitos que julgamos que deve ser explorado pela Venerável Ordem Terceira de S. Francisco é a necessidade de um nível de interpretação da atracção mais elevado. Sugerimos o estabelecimento de horários diários de visitas guiadas para os visitantes da atracção que não pertencem a grupos organizados.

Os resultados do nosso estudo vêm também confirmar que a iniciativa da Venerável ordem Terceira de S. Francisco de aumentar o espaço visitável do Cemitério Catacumbal, abrindo salas com mais peças de arte e com iluminação e música ambiente (vide anexo 7), está de acordo com a opinião dos visitantes sobre o espaço. Não só foi por eles salientada a necessidade de conferir mais interesse ao Museu e ao Cemitério Catacumbal, como também este último foi considerado um local tranquilo e agradável, e um espaço com o projectado só irá contribuir para melhorar essa percepção.

Podemos também concluir, a partir dos resultados que obtivemos, que o desejo de contacto com a morte não constitui motivação de visita. Não obstante, os sujeitos reconheceram que esse contacto existe em muitas das atracções que visitam, pelo que não deve ser descurado pelos responsáveis das atracções.

Os resultados do nosso estudo indicam que os visitantes reconhecem a importância da actividade turística em locais de morte e sofrimento, e encaram o Turismo Negro como instituição mediadora da morte. Os sujeitos que entrevistámos referiram que o Turismo Negro constitui para si um meio de educação, informação, e reflexão sobre o que levou a que determinadas mortes tenham acontecido e sobre a sua própria mortalidade.

Na nossa opinião, a existência de espaços e momentos propícios à reflexão iria de encontro a estas características dos visitantes. No caso da atracção em estudo, os espaços são ou estão a ser providenciados: a Igreja e a nova sala no Cemitério Catacumbal. No entanto, o tempo para reflexão não é contemplado nas visitas guiadas à atracção, facto que julgamos que deve ser corrigido.

Será também necessário que a entidade responsável pela atracção tenha em conta factores que fazem com que os visitantes reajam de formas diferentes à existência de locais na atracção em que a morte está mais presente.

O nosso estudo permite-nos concluir que os sujeitos do género masculino, ateus/ agnósticos (ou cujas convicções religiosas não se incluem no cristianismo), com idade inferior a 50 anos e originários de culturas mais racionais irão provavelmente ter uma reacção mais favorável à presença da morte nas atracções que visitam, e maior interesse em visitar atracções com essa ligação.

Pelo contrário, os sujeitos do género feminino, com idade a partir dos 50 anos, cristãos e originários de culturas mais emocionais não reagirão tão bem à percepção de que a atracção turística que visitam está ligada à morte de forma evidente.

Recomendamos que os responsáveis da atracção tenham em conta estas diferenças e procurem antecipar o potencial mal-estar ou desagrado dos sujeitos em relação à questão do contacto com a morte durante uma parte da visita. Pensamos que seria benéfico oferecer um enquadramento histórico e artístico do local, reforçando a sua importância e significado.

Nesta dissertação optámos por não abordar assuntos como a moralidade, ética, e autenticidade da representação da morte nos locais de Turismo Negro. Esta exclusão foi intencional, uma vez que consideramos fundamental que, em primeiro lugar, se perceba se os visitantes desses locais têm a percepção de que eles podem estar e/ou estão ligados à morte. No nosso entender, só depois de termos esse conhecimento é que podemos explorar o modo como essa morte é apresentada aos visitantes, pelo que consideramos que será relevante agora efectuar estudos nesse sentido.

Outra das limitações do nosso trabalho foi o facto de apenas termos abordado as percepções dos visitantes sobre as atracções, e não as dos responsáveis pela atracção. Seria efectivamente muito interessante o estudo do modo como os responsáveis de uma atracção de Turismo Negro a representam enquanto atracção turística ligada à morte, e de como essas representações se assemelhariam ou não às dos visitantes.

Os resultados do nosso estudo permitem-nos ainda afirmar que existem diferenças no modo como os indivíduos de diferentes culturas representam o Turismo Negro, o que abre caminho à realização de estudos posteriores, nomeadamente no âmbito da comunicação intercultural, que permitam conhecer as razões para que essas diferenças existam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCATRAZ CRUISES. (2006a). *Beauty. History. Infamy*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Alcatraz Islands: An Inescapable Experience: <http://www.alcatrazcruises.com/index.aspx>
- ALCATRAZ CRUISES. (2006b). *History: Federal Penitentiary*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Alcatraz Island: an Inescapable Experience: <http://www.alcatrazcruises.com/website/history-federal-penitentiary.aspx>
- ALCATRAZ CRUISES. (2006c). *National Park Service Guided Tours*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Alcatraz Island: An Inescapable Experience: <http://www.alcatrazcruises.com/website/pprog-ranger-tours.aspx>
- ALCATRAZ CRUISES. (2006d). *Tour Comparison Chart*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Alcatraz Island: An Inescapable Experience: <http://www.alcatrazcruises.com/website/tour-comparison.aspx>
- ALTHORP. (2012a). *Events*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Althorp: http://www.althorp.com/visits_events.php
- ALTHORP. (2012b). *The Exhibition*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Althorp: http://www.althorp.com/visits_exhibition.php
- ALTHORP. (2012c). *Useful Information*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Althorp: http://www.althorp.com/visits_helpful.php
- ARIÈS, P. (1988). *Sobre a História da Morte no Ocidente desde a Idade Média*. Lisboa: Teorema.
- BBC NEWS. (2008). *1997: Princess Diana dies in Paris crash*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de BBC on this day: http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/august/31/newsid_2510000/2510615.stm
- BLOM, T. (2000). Morbid tourism – a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift–Norwegian Journal of Geography*, 54, pp. 29-36.
- CABO VERDE CONTACTA. (2011). *Campo de Concentração do Tarrafal!*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Cabo Verde Contacta: <http://caboverdecontacta.blogspot.pt/2011/04/campo-de-concentracao-do-tarrafal.html>
- CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO. (2010). *"O Corpo Humano como nunca o viu..." na Alfândega do Porto*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de CM Porto: <http://www.cm-porto.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=cmp.stories/15063>

- CÂMARA MUNICIPAL DO TARRAFAL. (2010). *Museu da resistência*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Município do Tarrafal:
http://www.cmt.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=64
- CELSON, L. (2007). *Vídeo da execução de Saddam Hussein está entre os mais vistos no YouTube*. Obtido em 15 de Março de 2012, de Total Security - O Seu Portal em Segurança da Informação e Tecnologia: <https://totalsecurity.com.br/noticia.php?cod=1614>
- COMISSÃO INSTALADORA DO ARQUIVO & MUSEU DA RESISTÊNCIA TIMORENSE. (30 de Agosto de 2011). *Carta de Princípios do Arquivo & Museu da Resistência Timorense*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Arquivo e Museu da Resistência Timorense:
http://amrtimor.org/amrt/amrt_carta_principios.php?lingua=pt
- DANN, G. (1998). The Dark Side of Tourism. *Etudes et Rapports*, 14, p. s.p.
- DESEJO SEM LIMITES - EVENTS. (2012). *Porto'10 O Corpo Humano Como Nunca o Viu*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Desejo Sem Limites:
<http://www.desejosemlimites.com/Trabalhos/OCorpoHumanocomonuncaoviuPorto/tabid/576/language/pt-PT/Default.aspx>
- DURKIN, K. (2003). Death, Dying, and the Dead in Popular Culture. In C. Bryant (Ed.), *Handbook of Death and Dying* (pp. 43-49). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- ERIKSSÖN, A. (2012). *Paris Père Lachaise iPhone App*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Meet me at Père Lachaise: <http://www.perelachaiscemetery.com/pere-lachaise-app/>
- FNAC. (2012). *Os Mais Vendidos Ficção*. Obtido em 13 de Março de 2012, de Fnac:
<http://www.fnac.pt/Os-Mais-Vendidos-Ficcao/l17334>
- FOLEY, M., & LENNON, J. (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination With Assassination. *International Journal*, 2, pp. 198-211.
- FRAGA, N. (2002). Turismo de Guerra: a possibilidade de novo tipo de turismo para o Brasil. Marco Inicial – Guerra do Contestado (1912-1916). *Percurso*, 1 (1), pp. 43-76.
- FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA. (s.d. a). *A Fundação*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Fundação Batalha de Aljubarrota: <http://www.fundacao-aljubarrota.pt/?idc=10>
- FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA. (s.d. b). *Centro de Interpretação*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Fundação Batalha de Aljubarrota: <http://www.fundacao-aljubarrota.pt/?idc=15>
- FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA. (s.d. c). *Visitas Orientadas*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Fundação Batalha de Aljubarrota: <http://www.fundacao-aljubarrota.pt/?idc=3>
- GHOST TOURS PORTUGAL, LDA. (2012). *Ghost Tours Portugal*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de You Tube: <http://www.youtube.com/watch?v=oNCymNlphOs>
- GHOST TOURS PORTUGAL, LDA. (s.d. a). *Bilhetes*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Ghost Tours Portugal - Visitas guiadas assustadoras: <http://www.ghost-tours-portugal.pt/bilhetes>

- GHOST TOURS PORTUGAL, LDA. (s.d. b). *Sobre Nós*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Ghost Tours Portugal - Visitas guiadas assustadoras: <http://www.ghost-tours-portugal.pt/tours>
- GHOST TOURS PORTUGAL, LDA. (s.d. c). *Tours*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Ghost Tours Portugal - visitas guiadas assustadoras: <http://www.ghost-tours-portugal.pt/tours>
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity and Self Identity*. Cambridge: Polity.
- GOSÁLVEZ, P. (2009). *Turismo negro tras una raqueta: El Patronato estrena una Ruta Tenebrosa sobre asesinatos históricos*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de El País: http://elpais.com/diario/2009/07/06/madrid/1246879466_850215.html
- GOVERNO DE TIMOR-LESTE. (s.d.). *História*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de <http://timor-leste.gov.tl/?p=29&lang=pt>
- GRUPO PORTO EDITORA. (2012). *Home*. Obtido em 13 de Março de 2012, de Bertrand Livreiros - livraria online: <http://www.bertrand.pt/>
- GUERRA, I. C. (2008). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo - Sentidos e formas de uso*. Cascais: Príncípa Editora, Lda.
- HAWKINS, I. (s.d.). *Cairo*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de Akhet Egyptology - The horizon to the past: <http://www.akhet.co.uk/cairo.htm>
- HISTÓRIADEPORTUGAL.INFO. (s.d.). *Panteão Nacional*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de HistóriaDePortugal.info: <http://www.historiadeportugal.info/panteao-nacional/>
- KRIPPENDORF, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. E.U.A.: Sage Publications.
- KUBIAK, W. (1995). 20 Years of Terror: Indonesia in Timor – An Angry Education with Max Stahl. *Kyoto Journal*, 28, s.p.
- LENNON, J., & FOLEY, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. Londres: Continuum.
- LLOYD, D. W. (1998). *Battlefield Tourism: Pilgrimage and the Commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada, 1919-1939*. Reino Unido: Berg Publishers.
- LOMBARDI, E. (2012). *Abelard and Heloise: The Love Affair*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de About.com - Classic Literature: http://classiclit.about.com/cs/articles/a/aa_abelard.htm
- LONELY PLANET. (2012). *Paris: a ne pas manquer*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Lonely Planet: http://www.lonelyplanet.fr/_htm/destinations/index.php?mode=notice¶m1=paris¶m2=nepasmanquer
- LUSA AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE PORTUGAL, S.A. (3 de Janeiro de 2007). *Ministro Luís Amado condena exibição "gratuita" da execução de Saddam Hussein*. Obtido em 15 de Março de 2012, de

Público: <http://www.publico.pt/Pol%C3%ADtica/ministro-luis-amado-condena-exibicao-gratuita-da-execucao-de-saddam-hussein-1281429>

- MADRID VISITORS & CONVENTION BUREAU, S.A. (2012). *Madrid tenebroso (Visita teatralizada)*. Obtido em 15 de Abril de 2012, de esmadrid.com:
<http://www.esmadrid.com/visitasguiadas/cargarFichaRuta.do?texto=&identificador=165&idRuta=&fechaDesde=&fechaHasta=>
- MARIANO, F. (12 de Novembro de 2011). *Timorenses recordam vítimas do massacre de Santa Cruz*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Jornal de Notícias:
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Mundo/Interior.aspx?content_id=2117856&page=-1
- MERLIN ENTERTAINMENTS GROUP. (s.d. a). *Birthday Parties*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The London Dungeon: <http://www.the-dungeons.co.uk/london/en/groups-days-out/birthday-parties.htm>
- MERLIN ENTERTAINMENTS GROUP. (s.d. b). *London Attractions*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The London Dungeon: <http://www.the-dungeons.co.uk/london/en/attractions/london-attractions.htm>
- MERLIN ENTERTAINMENTS GROUP. (s.d. c). *Merlin Entertainments Group*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The London Dungeon: <http://www.the-dungeons.co.uk/london/en/about-merlin-group.htm>
- MERLIN ENTERTAINMENTS GROUP. (s.d. d). *School Trips*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The London Dungeon: <http://www.the-dungeons.co.uk/london/en/groups-days-out/school-trips.htm>
- MERLIN ENTERTAINMENTS GROUP. (s.d. e). *Stag and Hen parties*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The London Dungeon: <http://www.the-dungeons.co.uk/london/en/groups-days-out/stag-party-hen-do.htm>
- MORAIS, C. (2011). *Tarrafal, de Campo de Concentração a Museu da Resistência*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Sapo Notícias Cabo Verde:
<http://noticias.sapo.cv/info/artigo/1197253.html>
- NYCTOURIST.COM. (2012). *New York City Attractions | Top New York Attractions*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de NYCTourist.com: http://www.nyctourist.com/topten_alltime.htm
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012 a). *History*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau:
http://en.auschwitz.org/h/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=1
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012 b). *In the wake of Death March*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau:
http://en.auschwitz.org/z/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=6&Itemid=29

- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012c). *National Exhibitions* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau: http://en.auschwitz.org/z/index.php?option=com_content&task=view&id=53
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012d). *Permanent exhibition*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau: http://en.auschwitz.org/z/index.php?option=com_content&task=view&id=52&Itemid=3
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012e). *Plan a visit* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau: http://en.auschwitz.org/z/index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=6
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012f). *Rules for Visiting the Auschwitz-Birkenau Memorial and Museum* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Auschwitz-Birkenau Memorial and Museum: http://en.auschwitz.org/z/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=31
- PAŃSTWOWE MUZEUM AUSCHWITZ-BIRKENAU W OŚWIĘCIMIU. (2012g). *The International Center for Education about Auschwitz and the Holocaust* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau: http://en.auschwitz.org/e/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=1
- PARIS CEMETERIES. (s.d.). *Cimetière du Père Lachaise*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Les Cimetières de Paris: <http://www.pariscemeteries.com/pages/perelachaise.html>
- PARIS365DAYS.COM. (2009). *Eiffel Tower is named one of the most popular suicide sites in Europe*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de Paris365Days.com: <http://paris365days.com/eiffel-tower-is-named-one-of-the-most-popular-suicide-sites-in-europe/>
- PINTO, M. (2011). *Fãs de Angélico Vieira fazem corrente em frente ao hospital à espera de um “milagre”* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Público: http://www.publico.pt/Sociedade/fas-de-angelico-vieira-fazem-corrente-em-frente-ao-hospital-a-espera-de-um-milagre_1500476
- PREMIER EXHIBITIONS, INC. (2011). *About the Exhibition*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Bodies Revealed: <http://www.bodiesrevealed.com/about-the-exhibition.html>
- PRIBERAM INFORMÁTICA, S.A. (2012a). *negro*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de Dicionário Priberam da Língua Portuguesa: <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=negro>
- PRIBERAM INFORMÁTICA, S.A. (2012b). *serendipidade* . Obtido em 12 de Abril de 2012, de Dicionário Priberam da Língua Portuguesa: <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=serendipidade>
- QUIVY, R., & VAN CAMPENHOUDT, L. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

- REMBRELLA LTD. (2009). *Sanctuary Wood Museum (Hill 62)*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de The Great War 1914-1918: <http://www.greatwar.co.uk/ypres-salient/museum-sanctuary-wood.htm>
- RODRIGUEZ, J. (2011). *Great Wall of China (largest cemetery)*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de History Unleashed by group#4: <http://historyunleashedgroupfour.blogspot.pt/2011/11/great-wall-of-china-largest-cemetery.html>
- ROJEK, C. (1997). Indexing, dragging and the social construction of tourist sights. In C. Rojek, & J. Urry (Edits.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory* (pp. 52-74). London: Routledge.
- SCOTT, R. (2010). *Cemetery Tourism - Introducing Cemetery Tourism*. Obtido em 30 de Janeiro de 2011, de Dark Tourism: <http://www.dark-tourism.org.uk/>
- SEATON, A. (1996). Guided by the dark: From Thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2 (4), pp. 234-244.
- SHARPLEY, R. (2009). Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction. In Sharpley, R., & Stone, P. (Edits.), *The Darker Side of Travel - The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 3-32). Bristol: Channel View Publications.
- SPENCER, C. (2012). *A Short Introduction*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Althorp: http://www.althorp.com/visits_intro.php
- SQUIDOO, LLC. (2012). *Most Romantic Places to Propose Marriage* . Obtido em 14 de Maio de 2012, de Squidoo: <http://www.squidoo.com/top-places-to-propose>
- STONE, P. (2006). A Dark Tourism spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54 (2), pp. 145-160.
- STONE, P. (2009a). "It's a Bloody Guide": Fun, Fear and a Lighter Side of Dark Tourism at the Dungeon Visitor Attractions, UK. In R. Sharpley, & P. Stone (Edits.), *The Darker Side of Travel - The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 167-185). Bristol: Channel View Publications.
- STONE, P. (2009b). Making Absent Death Present: Consuming Dark Tourism in Contemporary Society. In R. Sharpley, & P. Stone (Edits.), *The Darker Side of Travel - The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 23-38). Great Britain: Channel View Publications.
- STONE, P. (2011). Dark Tourism in Contemporary Society: Mediating Life and Death Narratives. *Twilight Tourism: An International Symposium*, (pp. 1-29).
- STONE, P., & SHARPLEY, R. (2008). Consuming Dark Tourism: a Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35 (2), pp. 574-595.

- STRANGE, C., & KEMPA, M. (2003). Shades of Dark Tourism: Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research*, 30 (2), pp. 386–405.
- TAJ MAHAL. (2012). *Taj Mahal*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de Taj Mahal India: <http://www.tajmahal.com/11/places/taj-mahal.htm>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. a). *Education Facilities at Titanic Belfast*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Education.aspx>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. b). *The Birth of Titanic Belfast*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Navigation/A-propos-du-batiment/Project-Background.aspx>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. c). *The Shipyard* . Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Navigation/The-Titanic-Experience/The-Shipyard.aspx>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. d). *The Titanic Experience*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Navigation/The-Titanic-Experience.aspx>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. e). *Titanic Belfast - planning an event?* Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Navigation/Conference---Banqueting.aspx>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. f). *Titanic Foundation*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Foundation: <http://www.titanic-foundation.org/TitanicFoundation>
- TITANIC FOUNDATION. (s.d. g). *Visitor Information*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Titanic Belfast: <http://www.titanicbelfast.com/Visitor-Information.aspx>
- TROTTA, J. (2006). *Grief Tourism definition*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Grief Tourism: <http://www.grief-tourism.com/grief-tourism-definition/>
- TURISMO DE PORTUGAL. (s.d.). *Panteão Nacional Igreja de Santa Engrácia Lisboa*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Turismo de Portugal: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/ProdutoseDestinos/Documents/11%20-%20Panteao%20Nacional%20PT.pdf>
- WALTER, T. (2009). Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living. In R. Sharpley, & P. Stone (Edits.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 39-55). Great Britain: Channel View Publications.
- WIGHT, C. (2006). Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy, contention and the evolving paradigm. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (2), pp. 119-129.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Guião da entrevista antes do pré-teste

Idade: _____	Escolaridade: _____
Nacionalidade: _____	Profissão: _____
Género: _____	Convicções religiosas: _____
Morada (localidade): _____	

1. Porque é que decidiu visitar o complexo turístico da Ordem Terceira de S. Francisco?
2. O que é que mais o impressionou/ que mais lhe agradou? Porquê?
3. O que é que menos lhe agradou? Porquê?
4. Como é que qualificaria o tipo de turismo em que esta visita se insere? (pode dizer as palavras que associa ao tipo de visita que acabou de efectuar)
5. Sentiu, durante esta visita, a presença da morte? Porquê/como/onde?
6. É frequente visitar locais turísticos com alguma ligação com a morte? Porquê/quais?
7. Dos locais turísticos que já visitou, quais foram os que mais o impressionaram?
8. Pensa que os locais de morte e sofrimento podem ser alvo de visitas turísticas? Porquê?
 - 8.1. Se sim, qual deve ser o objectivo ou a mensagem desses locais?

APÊNDICE 2 – Guião da entrevista definitivo (português, castelhano e inglês)

PORTUGUÊS

Idade: _____ Escolaridade: _____
Nacionalidade: _____ Convicções religiosas: _____

1. Porque é que decidiu visitar esta atracção turística?
2. O que é que mais o impressionou/ mais lhe agradou? Porquê?
3. O que é que menos o impressionou/ menos lhe agradou? Porquê?
4. Sentiu, durante esta visita, a presença da morte? Porquê/ onde?
5. É frequente visitar locais turísticos com alguma ligação com a morte? Porquê/ quais?
6. Como é que qualificaria o tipo de turismo em que esta visita se insere?
7. É frequente visitar locais turísticos com alguma ligação com a morte? Porquê/ quais?
8. Pensa que os locais de morte e sofrimento podem ser alvo de visitas turísticas? Porquê?
9. Na sua opinião, qual seria o efeito que a visita a estes locais teria nas pessoas?

CASTELLANO

Edad: _____ Educación: _____
Nacionalidad: _____ Profesión: _____
Dirección (localidad): _____ Convicciones religiosas: _____

1. ¿Por qué decidió visitar el complejo turístico-cultural de la Orden Tercera de San Francisco?
2. ¿Qué más le ha impresionado/ más le ha gustado? ¿Por qué?
3. ¿Qué menos le ha gustado? ¿Por qué?
4. ¿Cómo calificaría el tipo de turismo en que esta visita se inserta? (puede decir las palabras que asocia al tipo de visita que acaba de hacer)
5. ¿Ha sentido, durante esta visita, la presencia de la muerte? ¿Por qué/como/donde?
6. ¿Es frecuente visitar lugares turísticos que tienen alguna relación con la muerte? ¿Por qué/cuáles?
7. ¿Piensa que los locales de muerte y sufrimiento pueden ser objeto de visitas turísticas? ¿Por qué?
8. ¿En su opinión, cual sería el efecto que la visita a esos lugares tendría en la gente?

ENGLISH

Age: _____ Education: _____
Nationality: _____ Profession: _____
Address (place): _____ Religious convictions: _____

1. Why did you decide to visit this tourist attraction?
2. What impressed you the most/ did you like the most? Why?
3. What did you like the least? Why?
4. How would you qualify the type of Tourism this visit falls into?
5. Did you feel the presence of death during the visit? Why/how/where?

6. Do you usually visit places with some connection to death? Why/ which ones?
7. Do you think that sites of death and suffering can be objects of tourism activity? Why?
8. In your opinion, what would be the effect on people of visiting such places?

APÊNDICE 3 – Caracterização do complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco

Em primeiro lugar, apresentamos uma breve descrição do complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco, no que diz respeito à sua História, valor artístico e patrimonial e caracterização física. Procuramos também indicar os pontos ou as áreas do complexo em que a ligação à morte é mais evidente.

De seguida oferecemos uma caracterização da actividade turística que actualmente se pratica no local, feita com base em entrevistas aos responsáveis, Dra. Analdina e Sr. Domingos.

ENQUADRAMENTO HISTÓRICO/ ARTÍSTICO E CARACTERIZAÇÃO DO ESPAÇO

O complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco (VOTSF) localiza-se na Rua Infante D. Henrique, no centro histórico do Porto (Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, 2011). Tem por trás o Palácio da Bolsa, e com ele forma um “conjunto de elevado valor patrimonial” (Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, 2011).

O complexo turístico é composto por três elementos distintos: a Igreja Monumento de São Francisco, a Casa do Despacho e o Cemitério Catacumbal. Para além destas componentes, há um que não está aberto ao público: a Igreja da Venerável Ordem Terceira de São Francisco. Trata-se de um edifício Neoclássico anexo à Casa do Despacho e que hoje em dia é usado apenas pelos membros da Ordem, ou, por vezes, para eventos privados como casamentos e baptizados.

A construção da Igreja Monumento de São Francisco teve início no séc. XIII, por iniciativa dos frades franciscanos. Os conflitos entre os frades e as autoridades religiosas tradicionais do Porto fizeram atrasar a construção, que culminou numa igreja simples e modesta, num estilo que ainda estava pouco disseminado no Norte de Portugal – o gótico (IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, s.d.). O edifício sofreu reconstruções e ampliações nos séculos XIV e XV, com patrocínio dos monarcas D. Fernando e D. João I (IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, s.d.).

Foi nos séculos XVII e XVIII, contudo, que a Igreja sofreu as maiores remodelações. O interior gótico foi convertido para o estilo barroco, fazendo-se uso da talha dourada em tal quantidade que a Igreja ganhou o estatuto de “igreja forrada a ouro” (IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, s.d.). O retábulo-mor é talvez o mais impressionante e retrata a “Árvore de Jessé”. Esta pretende ilustrar a ligação genealógica entre Jesus e Jessé, pai do Rei David (Porto Editora, 2003 - 2012).

A Igreja foi classificada em 1910 como Monumento Nacional, estando inserida numa ZEP desde 1960 (IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, s.d.). Actualmente o monumento pertence à Venerável Ordem Terceira de São Francisco, e é vocacionado apenas para o Turismo, não tendo serviços religiosos.

A ligação desta igreja com a morte manifesta-se de uma forma mais literal na existência de túmulos e capelas mortuárias no interior do monumento. Existem, ao todo: uma capela sepulcral, sete túmulos individuais, e três capelas mortuárias – sendo que uma delas é a capela-mor.

De uma forma figurada, a morte está presente também no retábulo dos Santos Mártires de Marrocos. Trata-se de 5 frades franciscanos que, no reinado de D. Afonso II de Portugal (séc. XIII), tentaram levar a fé cristã para Marrocos e terão sido assassinados por esse motivo a mando do miramolim¹¹. Como se pode ver na imagem abaixo, este retábulo mostra figuras decapitadas e em sofrimento.



Figura 5 - Retábulo dos Santos Mártires de Marrocos (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.)

A Casa do Despacho da Venerável Ordem Terceira de São Francisco fica directamente em frente à Igreja, do outro lado do adro e descendo uma escadaria.

O edifício está classificado como Imóvel de Interesse Público desde 1977 e começou a ser construído em 1726 (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.). Os arquitectos responsáveis pela obra, de estilo barroco, foram Nicolau Nasoni, Pinto de Miranda e Mazzoneschi (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.). Salienta-se a Sala das Sessões – onde hoje ainda se reúne a mesa da VOTSF – que possui um tecto pintado em caixotões com apliques em talha dourada e um retábulo de Cristo na Cruz na parede. Para além disso há ainda quadros

¹¹ Título religioso muçulmano: califa, ou chefe dos crentes (Priberam Informática, S.A., 2012).

com temas religiosos e outros que retratam antigos mesários e benfeitores da Ordem (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.).

Duas salas do piso térreo do edifício contêm ainda algumas peças de Arte Sacra que pertencem ao espólio da Ordem.

No piso inferior deste edifício há um Cemitério Catacumbal. É esta a componente da atracção com maior ligação à morte, já que se trata efectivamente de um cemitério que começou a ser usado em 1749 para sepultar os benfeitores da Ordem e esteve em uso até 1866 (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.).

Este cemitério constituía uma inovação na época em que foi construído, já que “todas as comunidades católicas portuenses continuavam a usar o chão das igrejas e capelas como sepultura” (Queiroz, 2000, p. 5). O Cemitério Catacumbal era uma opção mais saudável e higiénica, pois separava o local de culto dos fiéis do local de enterramento, não deixando que os cheiros da decomposição chegassem à Igreja (Queiroz, 2000). De facto, embora se tenha ampliado, por baixo do adro, desde a Casa do Despacho até à Igreja da Venerável Ordem de São Francisco, a única entrada continua a ser a da Casa do Despacho.

Este cemitério contém elementos decorativos neoclássicos, e, na parte mais antiga, um altar barroco e ornamentação em talha dourada (Noé, Sereno, & Santos, 1998). Os túmulos são em mármore branco e preto e estão organizados em gavetões de ambos os lados das galerias (Noé, Sereno, & Santos, 1998), havendo também as tradicionais sepulturas térreas. Há também um ossário, uma janela no chão de uma das galerias, que permite observar centenas de ossos em baixo.

CARACTERIZAÇÃO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA

A igreja de São Francisco recebe visitas desde há muito tempo, tendo sido considerada Monumento Nacional em 1910 (Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto, s.d.).

O Turismo não é o principal foco da VOTSF, mais vocacionada para a prestação de cuidados de saúde à população, através do seu Hospital – o qual, apesar de ser privado, tem acordos com o estado português para a realização de cirurgias gratuitas (Ministério da Saúde, 2010).

É em parte esta actividade, juntamente com outros contributos da obra e dos membros da VOTSF, que permite complementar os rendimentos obtidos com a cobrança de bilhetes aos visitantes do complexo turístico para financiar os elevados custos de manutenção que o complexo exige.

Não obstante, o Turismo não é deixado ao acaso. Embora a principal ênfase e formação dos responsáveis seja a conservação e restauro e a história de arte, há uma preocupação em disponibilizar os frutos desse trabalho aos visitantes. O local oferece visitas guiadas, por marcação, para além das visitas individuais. Actualmente está-se a remodelar uma ala do cemitério, que irá conter mais peças de arte sacra que sejam consideradas bem enquadradas no local, com recurso a música ambiente e iluminação específica.

Este complexo turístico está aberto todo o ano, tanto para grupos, como para visitantes individuais. Não há contratos com agências de viagens nem com operadores turísticos: cada guia (devidamente credenciado) deve avisar antecipadamente da chegada ao grupo e comprar o bilhete de grupo antes de entrar. Este bilhete tem um custo de €3,00 por pessoa. Os bilhetes para visitantes individuais custam €3,50 e as crianças pagam €2,00.

Segundo os dados obtidos na entrevista aos representantes da VOTSF, 80% dos visitantes é estrangeiro. A maioria dos visitantes portugueses é composta por estudantes de todos os ciclos que vão em visitas de estudo. De resto, a atracção recebe visitantes de várias nacionalidades, principalmente da Europa, com preponderância de espanhóis, italianos, franceses, alemães, e ingleses. A atracção é também popular junto de grupos japoneses. Muitos destes grupos estão a fazer cruzeiros e aproveitam a escala no Porto para fazerem excursões à cidade, e algumas delas incluem este local.

Esta atracção não faz publicidade, apostando sim na publicidade de boca-em-boca, a qual, segundo os responsáveis, “é a melhor publicidade”. De facto parece resultar, porque a atracção recebeu em média 150 000 visitantes por ano nos últimos 5 anos. Só em 2011 foram cerca de 180 000 as pessoas que visitaram o complexo turístico da VOTSF.

Esta estatística é rigorosa e diz respeito às vendas de bilhetes. No entanto, o mesmo rigor não é possível no registo das nacionalidades dos visitantes: apenas são registadas as nacionalidades dos grupos e de um ou outro visitante individual, por razões práticas. Os guias informam o número de pessoas e a nacionalidade dos grupos, mas muitas vezes os funcionários não conseguem perceber a nacionalidade dos visitantes individuais ou não conseguem, devido ao volume de visitantes, inserir esses dados no sistema informático.

As visitas guiadas que a atracção oferece são feitas por funcionários sem formação superior específica, mas que adquiriram formação em contexto de trabalho, sendo encorajados pelas chefias a procurar melhorar a sua formação geral e linguística a nível individual. No geral, todos os funcionários que atendem o público são capazes de comunicar eficazmente em, pelo menos, duas línguas (inglês ou francês e espanhol), sabendo ainda expressões e frases em muitas outras, entre elas o japonês. Isto surgiu não só do convívio com os turistas japoneses, mas também da preocupação dos próprios funcionários em responder às suas necessidades. De facto, os funcionários desta atracção procuram adaptar o seu serviço às especificidades dos clientes, o que se nota por exemplo no cuidado em adequar o conteúdo das visitas guiadas ao público-alvo.

Fontes:

IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico. (s.d.). *Pesquisa de Património*. Obtido em 22 de Maio de 2012, de IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico: http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=3944

Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana. (2011). *Convento de São Francisco / Igreja de São Francisco*. Obtido em 22 de Maio de 2012, de Sistema de Informação para o Património Arquitectónico: http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=3944

Ministério da Saúde. (12 de Maio de 2010). *Contactos SIGIC - Rede de Hospitais Convencionados*. Obtido em 22 de Maio de 2012, de Portal da Saúde: <http://www.min-saude.pt/portal/conteudos/informacoes+uteis/lista+de+inscritos+para+cirurgia/hospitais+convencionados.htm#A45>

Noé, P., Sereno, I., & Santos, J. (1998). *Casa do Despacho da Venerável Ordem Terceira de São Francisco*. Obtido em 15 de Maio de 2012, de Sistema de Informação para o Património Arquitectónico: http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=5506

Porto Editora. (2003 - 2012). *Árvore de Jessé*. Obtido em 22 de Maio de 2012, de Infopédia: [http://www.infopedia.pt/\\$arvore-de-jesse](http://www.infopedia.pt/$arvore-de-jesse)

Queiroz, F. (2000). *Cemitérios do Porto - Guide to oporto Cemeteries*. Porto: Direcção Municipal de Ambiente e Serviços urbanos da Câmara Municipal do Porto - Divisão Municipal de Higiene Pública.

Venerável Ordem Terceira de S. Francisco do Porto. (s.d.). *Igreja Monumento de S. Francisco - Roteiro*. Porto.

APÊNDICE 4 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género masculino com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ Tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (9) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (5)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	“é monumental” “a magnificência e o impacto visual” “demonstração de riqueza” “é impressionante” “o que me impressionou foi o ouro” “a talha dourada era impressionante” “o mais impressionante é a talha dourada” “toda a ornamentação, o trabalho todo, em geral” “perfeição do trabalho, como foi construída” “muito bem construída” “o edifício em si, o trabalho em pedra, o design” “comparado com todos os outros sítios que vi, é o mais interessante” “alguma da talha dourada é muito pesada e opressiva”	Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta Opressiva
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“o bocado que achei mais interessante” “achei interessante, não estava à espera” “pareceram-me interessantes” “é muito tranquilo” “não me pareceram muito mortais” “é claro e arejado” “estão em muito bom estado, muito claras, muito límpidas” “nunca tinha visto catacumbas como estas” “acho que não precisa visitar”	Interessante Lugar tranquilo e agradável Único Desinteressante

	<p>“a mim não me puxa” “gostava de ter visto mais ossos”</p>	
<p>Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra</p>	<p>Cultural Religioso Histórico Outro</p>	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (5) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)</p>
<p>Percepção da ligação da atracção com a morte</p>	<p>Sim Não</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)</p>
<p>Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida</p>	<p>Cemitério Catacumbal</p>	<p>Cemitério Catacumbal</p>
<p>Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte</p>	<p>“não há como fugir, a morte está em todo o lado” “a janela com os ossos das costelas” “porque eram túmulos de antigamente” “sempre que vejo um esqueleto penso na minha própria morte” “por causa dos esqueletos” “a vala, com os ossos lá em baixo” “as campas estão lá, então é normal sentir isso” “estamos no meio de mortos” “é inevitável”</p>	<p>A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local.</p>
<p>Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte</p>	<p>“deus me livre!” “não gosto” “eu não penso na morte” “eu não gosto muito disso” “eu penso no dia de hoje – viver” “eu gosto da vida, eu gosto de luz” “não é um sentimento que tenha”</p>	<p>Negação/ fuga</p>
<p>Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte</p>	<p>“sim” “não” “se estiverem ali provavelmente vou visitá-los, mas não faço por visitar” “o tema em si não me interessa verdadeiramente, o que não evita que os visite, quando estou a fazer uma visita e existe uma situação (...) que faz parte do próprio monumento”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (3)</p>
<p>Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas</p>	<p>“igrejas católicas” “as igrejas”</p>	<p>Igrejas/ Santuários</p>

	<p>“em Espanha o Escorial, as Catacumbas de São Pedro em Roma, o cemitério de la Chacarita em Buenos Aires, na Polónia os campos de extermínio nazi”</p> <p>“tenho interesse em catacumbas”</p> <p>“em São Paulo tem um cemitério que se chama Cemitério da Consolação (...) eu gosto de visitar”</p> <p>“visitei a casa da Amália Rodrigues”</p> <p>“já fui a algumas catacumbas”</p> <p>“as igrejas... já visitei cemitérios”</p> <p>“visito sempre igrejas e cemitérios importantes”</p>	<p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração (Auschwitz)</p>
<p>Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)</p>	<p>“não diria locais de morte e sofrimento presentes”</p> <p>“estaria interessado em visitar locais onde houve sofrimento”</p> <p>“sim, há interesse por esse tema”</p> <p>“as pessoas vão muito”</p> <p>“sim, claro”</p> <p>“sim, já são”</p> <p>“é algo que me interessa”</p> <p>“é normal que as pessoas se interessem”</p> <p>“a morte e o sofrimento mobilizam as vontades e as convicções de muita gente”</p> <p>“sim, com certeza que há gente interessada”</p> <p>“há de tudo, há de tudo... uns vão, outros não”</p> <p>“bem, há certo tipo de pessoas que gostam muito disso”</p> <p>“eu não diria que seria interessante”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (3)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“acho que se aprende mais sobre a cultura, sobre o país que se está a visitar”</p> <p>“normalmente inserem-se numa espécie de enquadramento cultural”</p> <p>“é parte da educação cultural”</p> <p>“vai-se para aprender a cultura das pessoas”</p> <p>“saber um pouco da História desse povo”</p> <p>“ver como as pessoas faziam, para enterrar os mortos”</p> <p>“as pessoas podem ir à procura de conhecimento... mas também de redenção”</p> <p>“em vez de um local onde vamos</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

	<p>só para ver, deve de facto aprender-se algo sobre eles”</p> <p>“deve ser uma experiência de aprendizagem”</p> <p>“as pessoas pensariam na morte, talvez”</p> <p>“estes locais fazem-me pensar na minha própria morte”</p> <p>“sente-se um bocado mais a morte, lembramo-nos um pouco...”</p> <p>“para algumas pessoas tem um significado muito profundo”</p> <p>“eu penso sempre que vou a estes sítios em como o valor da vida muda no tempo e no espaço”</p> <p>“nesses tempos (...) podia-se simplesmente matar alguém, se fosses um criado ou não fosses membro de...”</p> <p>“quando vejo este tipo de coisas faz-me pensar “oh meu deus, eles faziam isso às pessoas?”</p> <p>“se não se encara estas coisas, nunca mais se aprende”</p> <p>“devemos ver para sabermos que não é bom, que não devemos repetir”</p>	
--	---	--

APÊNDICE 5 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos do género feminino com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal Não sei	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (3) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)
Opinião sobre a Igreja	<p>“o estilo barroco, o gótico”</p> <p>“gosto muito de estilos arquitectónicos”</p> <p>“impressionou-me a mistura de estilos”</p> <p>“parte barroca monumental do interior”</p> <p>“gostei da arte barroca”</p> <p>“o ouro todo”</p> <p>“todo aquele ouro e a talha na Igreja”</p> <p>“gosto de talha dourada”</p> <p>“é simplesmente maravilhoso, muito deslumbrante lá dentro”</p> <p>“no geral a Igreja está muito bonita”</p> <p>“a igreja mais sumptuosa daqui, muito bem decorada”</p> <p>“as esculturas na Igreja, todos aqueles detalhes”</p> <p>“era imponente... um pouco fascinante”</p> <p>“a árvore de Jessé, eu nunca tinha visto em lugar nenhum”</p> <p>“já estive na França, na Inglaterra, na Itália, e (...) os portugueses levaram isto a um nível superior a eles todos”</p> <p>“é única na Europa, ou um dos mais belos exemplares”</p> <p>“os desenhos estão um pouco deteriorados”</p> <p>“devia-se restaurar em melhores condições”</p> <p>“alguma falta de informação”</p>	<p>Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura</p> <p>Rica (talha dourada)</p> <p>Beleza do interior</p> <p>Qualidade artística do interior</p> <p>Única/ distinta</p> <p>Necessita de restauro</p> <p>Falta informação turística no interior</p> <p>Opressiva</p>

	<p>“senti-me um bocado perdida ali na igreja”</p> <p>“há uma ou outra informação mas eu acho que não chega”</p> <p>“achei-a muito sobrecarregada”</p> <p>“um bocado opressiva, para dizer a verdade”</p> <p>“a escultura dourada dentro da igreja, é tão carregada...”</p>	
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>“acho que não há muita coisa a ver”</p> <p>“é um conjunto de túmulos e pronto”</p> <p>“não tem interesse para mim”</p> <p>“não faço questão de ver”</p> <p>“fiquei feliz por ver que os crânios não eram reais”</p> <p>“não gosto de cemitérios”</p> <p>“são muito deprimentes”</p> <p>“já partiram há muito tempo”</p> <p>“é muito tranquilo”</p> <p>“pensava que haveria mais ossos, como em Roma e em Paris”</p> <p>“nunca tinha visto nada assim”</p> <p>“adorei as catacumbas porque são meias arrepiantes”</p>	<p>Desinteressante</p> <p>Desagradável</p> <p>Único</p>
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p>Cultural</p> <p>Religioso</p> <p>Histórico</p> <p>Outro</p>	<p><i>Tipo5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (6)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (9)</p> <p><i>Tipo5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“sim”</p> <p>“não se pode realmente evitar, não é?”</p> <p>“já partiram há muito tempo”</p> <p>“não, porque haveria de sentir? Não sei, mas não senti a presença da morte”</p> <p>“não, eu não gosto, eu evito”</p> <p>“não, tanto que eu não quis visitar as catacumbas”</p> <p>“não... não é uma coisa que nos agrade de todo”</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>“só lá em baixo nas catacumbas”</p> <p>“nas catacumbas... e um bocadinho ali dentro [na igreja]”</p> <p>“na igreja, um pouco”</p>	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a	<p>“os ossos que foram preservados”</p> <p>“sempre que vejo esqueletos</p>	<p>A visão dos ossos no ossário</p>

morte	<p>penso na morte” “por causa dos esqueletos” “todos aqueles corpos...” “é esse o efeito que tem nas pessoas” “não se pode realmente evitar, não é?” “quando se visita catacumbas e cemitérios (...) claro que temos sempre mais consciência da morte” “porque são túmulos” “por causa dos túmulos, embora os monges decapitados também dêem um toque agradável” “o altar com os mouros, que tinha os santos decapitados”</p>	<p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>”não, porque haveria de sentir? Não sei, mas não senti a presença da morte” “são coisas separadas, a nossa morte, o nosso sofrimento, é separado daquelas pessoas” “eu não gosto, eu evito” “porque a morte é a continuação da vida, é algo que é natural “uma pessoa que é religiosa, pelo contrário” “a gente vive numa realidade muito distante” “não é uma coisa que nos agrada de todo” “a gente foge, foge a isso” “tanto que eu não quis visitar as catacumbas”</p>	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“se aparecerem, sim, mas não vou procurar” “sim, muito frequentemente” “não, não, não, a morte não me atrai”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (8)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“sei que a maioria das igrejas católicas são locais de sepultamento” “sempre visito igrejas” “igrejas, cemitérios, casas de pessoas famosas que já morreram” “igrejas e museus sobre pessoas que já morreram” “igrejas e locais como as catacumbas” “em Inglaterra temos cemitérios</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Casas-museu</p> <p>Campos de concentração (Auschwitz)</p> <p>Ghost-tours</p>

	<p>muito antigos (...) então eu ando pelos cemitérios”</p> <p>“se acontece ir a um cemitério, vou”</p> <p>“há cemitérios que são muito bonitos”</p> <p>“eu vou a muitas igrejas e todas têm sepulturas”</p> <p>“eu gosto de cemitérios (...) e as Igrejas têm sempre muitas morgues por baixo”</p> <p>“visitei as catacumbas de Roma e de Paris”</p> <p>“até temos Auschwitz”</p> <p>“é o caso de Auschwitz”</p> <p>“estive em Auschwitz”</p> <p>“por exemplo os campos nazis”</p> <p>“participo em ghost tours”</p>	
<p>Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)</p>	<p>“acho que, se for muito próximo a nós [temporalmente], não se gosta de ver”</p> <p>“sim, (...) se forem mais do que lugares de morte, (...) se existe um património arquitectónico e artístico”</p> <p>“claro”</p> <p>“sim, sim, acho que sim”</p> <p>“sim, acho muito válido”</p> <p>“talvez algumas pessoas gostem”</p> <p>“muitas pessoas parecem gostar”</p> <p>“já são alvo de visitas turísticas, muito mesmo”</p> <p>“sim, as pessoas são fascinadas por isso”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (10)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“diz algo da História”</p> <p>“faz pensar um pouco na morte”</p> <p>“faz pensar na própria morte”</p> <p>“tenho que ver estas coisas um dia para perceber que tenho esta vida para viver”</p> <p>“talvez as pessoas que visitem [esses locais] pensem mais na morte”</p> <p>“você deve visitar e saber o que aconteceu”</p> <p>“são coisas que fazem a gente pensar e... não deixar isso acontecer novamente”</p> <p>“faz pensar em quão cruéis éramos uns para os outros, em anos que já lá vão”</p> <p>“temos que ver para que não volte a acontecer”</p> <p>“eu acho que rejeitas a sociedade nesses momentos, por causa do</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

	<p>horror por que aquelas pessoas passaram” “para as pessoas saberem o que aconteceu” “acho que mostram a realidade de certas coisas” “acho que faria as pessoas tomarem consciência de não repetir as coisas” “acaba por ser as nossas memórias (...) a memória de uma nacionalidade, ao fim ao cabo” “faz com que a gente pense, medite...” “ver até onde pode chegar o pensamento humano para criar essas atrocidades, isso me revolta, me constrange” “algumas pessoas talvez ficassem com um sentimento da sua própria existência eterna” “dizem-nos como as pessoas viviam e como lidavam com os mortos” “o modo como as diferentes culturas lidam com os seus mortos”</p>	
--	--	--

APÊNDICE 6 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos que se consideram cristãos, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal Não sei	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (3) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (4) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (7)
Opinião sobre a Igreja	“alguma da talha dourada é muito pesada e opressiva” “muito bem construída” “achei-a muito sobrecarregada” “um bocado opressiva, para dizer a verdade” “é monumental” “o que me impressionou foi o ouro” “é impressionante” “gostei da arte barroca” “a igreja mais sumptuosa daqui, muito bem decorada” “é simplesmente maravilhoso, muito deslumbrante lá dentro” “o mais impressionante é a talha dourada” “no geral a Igreja está muito bonita” “os desenhos estão um pouco deteriorados” “impressionou-me a mistura de estilos” “devia-se restaurar em melhores condições” “era imponente... um pouco fascinante” “gosto muito de estilos arquitectónicos” “gosto de talha dourada” “alguma falta de informação” “senti-me um bocado perdida ali na igreja” “há uma ou outra informação mas	Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura Impressionante Rica (talha dourada) Beleza do interior Qualidade artística do interior Necessita de restauro Falta informação turística no interior Opressiva

	eu acho que não chega” “as esculturas na Igreja, todos aqueles detalhes”	
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“o bocado que achei mais interessante” “fiquei feliz por ver que os crânios não eram reais” “pareceram-me interessantes” “acho que não precisa visitar” “não gosto de cemitérios” “são muito deprimentes” “estão em muito bom estado, muito claras, muito límpidas” “a mim não me puxa” “acho que não há muita coisa a ver” “é um conjunto de túmulos e pronto” “não tem interesse para mim” “não faço questão de ver”	Desinteressante Interessante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico Outro	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (8) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (8) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (10) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (6)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	“só lá em baixo nas catacumbas”	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“a janela com os ossos das costelas” “os ossos que foram preservados” “porque eram túmulos de antigamente” “por causa dos esqueletos” “não se pode realmente evitar, não é?” “todos aqueles corpos...” “a vala, com os ossos lá em baixo” “porque são túmulos” “é esse o efeito que tem nas pessoas”	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	“deus me livre!” “eu não penso na morte” “eu penso no dia de hoje – viver” “são coisas separadas, a nossa	Negação/ fuga Distanciamento em relação ao local

	<p>morte, o nosso sofrimento, é separado daquelas pessoas” “eu não gosto, eu evito” “porque a morte é a continuação da vida, é algo que é natural” “uma pessoa que é religiosa, pelo contrário” “não é uma coisa que nos agrada de todo” “a gente foge, foge a isso” “a gente vive numa realidade muito distante” “tanto que eu não quis visitar as catacumbas”</p>	
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“não, não, não, a morte não me atrai” “se aparecerem, sim, mas não vou procurar” “sim, muito frequentemente”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (6)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (6)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“igrejas católicas” “sei que a maioria das igrejas católicas são locais de sepultamento” “em Espanha o Escorial, as Catacumbas de São Pedro em Roma, o cemitério de la Chacarita em Buenos Aires, na Polónia os campos de extermínio nazi” “nas igrejas e casas de pessoas que já morreram” “em São Paulo tem um cemitério que se chama Cemitério da Consolação (...) eu gosto de visitar” “visitei a casa da Amália Rodrigues” “sempre visito igrejas” “até temos Auschwitz” “as igrejas... já visitei cemitérios” “se acontece ir a um cemitério, vou” “há cemitérios que são muito bonitos” “estive em Auschwitz”</p>	<p>Igrejas/ Santuário</p> <p>Cemitérios</p> <p>Casas-museu</p> <p>Campos de concentração (Auschwitz)</p> <p>Catacumbas</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“não diria locais de morte e sofrimento presentes” “estaria interessado em visitar locais onde houve sofrimento” “acho que, se for muito próximo a nós [temporalmente], não se gosta de ver” “sim, acho que há interesse por</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (11)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p>

	<p>esse tema” “as pessoas vão muito” “eu não diria que seria interessante” “sim, sim, acho que sim” “já são alvo de visitas turísticas, muito mesmo” “isso depende de onde tu vens” “há de tudo, há de tudo... uns vão, outros não” “sim, acho muito válido”</p>	<p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atrações turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atrações turísticas (1)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“acho que se aprende mais sobre a cultura, sobre o país que se está a visitar” “se não se encara estas coisas, nunca mais se aprende” “tenho que ver estas coisas um dia para perceber que tenho esta vida para viver” “saber um pouco da História desse povo” “você deve visitar e saber o que aconteceu” “são coisas que fazem a gente pensar e... não deixar isso acontecer novamente” “faz pensar em quão cruéis éramos uns para os outros, em anos que já lá vão” “as pessoas pensariam na morte, talvez” “sente-se um bocado mais a morte, lembramo-nos um pouco...” “temos que ver para que não volte a acontecer” “eu acho que rejeitas a sociedade nesses momentos, por causa do horror por que aquelas pessoas passaram” “para as pessoas saberem o que aconteceu” “acho que mostram a realidade de certas coisas” “acho que faria as pessoas tomarem consciência de não repetir as coisas” “acaba por ser as nossas memórias (...) a memória de uma nacionalidade, ao fim ao cabo” “faz com que a gente pense, medite...” “ver até onde pode chegar o pensamento humano para criar essas atrocidades, isso me revolta, me constrange”</p>	<p>Assombração</p> <p>Educação</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

	<p>“dizem-nos como as pessoas viviam e como lidavam com os mortos”</p> <p>“devemos ver para sabermos que não é bom, que não devemos repetir”</p>	
--	--	--

APÊNDICE 7 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos agnósticos/ ateus/ não cristãos, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)
Parte da atracção menos apreciada	Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (5) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	<p>“o ouro todo” “perfeição do trabalho, como foi construída” “todo aquele ouro e a talha na Igreja” “o edifício em si, o trabalho em pedra, o design” “toda a ornamentação, o trabalho todo, em geral” “a escultura dourada dentro da igreja, é tão carregada...” “já estive na França, na Inglaterra, na Itália, e (...) os portugueses levaram isto a um nível superior a eles todos” “o estilo barroco, o gótico” “a talha dourada era impressionante” “a magnificência e o impacto visual” “demonstração de riqueza” “parte barroca monumental do interior” “é única na Europa, ou um dos mais belos exemplares” “comparado com todos os outros sítios que vi, é o mais interessante”</p>	<p>Qualidade de construção (do edifício) Rica (talha dourada) Impressionante Qualidade artística do interior Única/ distinta Opressiva</p>
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	<p>“achei interessante, não estava à espera” “já partiram há muito tempo” “é muito tranquilo” “nunca tinha visto catacumbas como estas” “adorei as catacumbas porque são meias arrepiantes” “nunca tinha visto nada assim” “não me pareceram muito mortais” “é claro e arejado” “pensava que haveria mais ossos,</p>	<p>Interessante Local tranquilo e agradável Único Gostariam que tivesse mais ossos</p>

	como em Roma e em Paris” “gostava de ter visto mais ossos”	
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico Outro	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (5) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (9) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (5)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	“nas catacumbas... e um bocadinho ali dentro [na igreja]” “na igreja, um pouco” “nas catacumbas”	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“sempre que vejo esqueletos penso na morte” “sempre que vejo um esqueleto penso na minha própria morte” “não há como fugir, a morte está em todo o lado” “por causa dos esqueletos” “por causa dos túmulos, embora os monges decapitados também dêem um toque agradável” “o altar com os mouros, que tinha os santos decapitados” “estamos no meio de mortos” “quando se visita catacumbas e cemitérios (...) claro que temos sempre mais consciência da morte”	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	“não, porque haveria de sentir?” Não sei, mas não senti a presença da morte” “não sei, não senti” “porque não havia caveiras nem ossos nas catacumbas” “eu gosto da vida, eu gosto de luz” “não é um sentimento que tenha”	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	“não, não, não, a morte não me atrai” “se aparecerem, sim, mas não vou procurar” “sim, muito frequentemente”	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (7) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (3)

		<i>Tipo 10.3: não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</i>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“igrejas, cemitérios, casas de pessoas famosas que já morreram”</p> <p>“as Igrejas”</p> <p>“em Inglaterra temos cemitérios muito antigos (...) então eu ando pelos cemitérios”</p> <p>“tenho interesse em catacumbas”</p> <p>“eu gosto de cemitérios (...) e as igrejas têm sempre muitas morgues por baixo”</p> <p>“participo em ghost tours”</p> <p>“já fui a algumas catacumbas”</p> <p>“visitei as catacumbas de Roma e de Paris”</p> <p>“catacumbas”</p> <p>“cemitérios”</p> <p>“igrejas e locais como as catacumbas”</p> <p>“por exemplo os campos nazis”</p> <p>“visito sempre igrejas e cemitérios importantes”</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Casas-museu</p> <p>Campos de concentração</p> <p>Ghost-tours</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“claro”</p> <p>“sim, claro”</p> <p>“talvez algumas pessoas gostem”</p> <p>“sim, as pessoas são fascinadas por isso”</p> <p>“com certeza que há gente interessada”</p> <p>“muitas pessoas parecem gostar”</p> <p>“bem, há certo tipo de pessoas que gostam muito disso”</p> <p>a morte e o sofrimento mobilizam as vontades e as convicções de muita gente”</p> <p>“é normal que as pessoas se interessem”</p> <p>sim, (...) se forem mais do que lugares de morte, (...) se existe um património arquitectónico e artístico”</p> <p>“sim, já são”</p> <p>“é algo que me interessa”</p>	<p><i>Tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (8)</i></p> <p><i>Tipo 12.2: entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4)</i></p> <p><i>Tipo 12.3: entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</i></p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“diz algo da História”</p> <p>“faz pensar um pouco na morte”</p> <p>“faz pensar na própria morte”</p> <p>“eu penso sempre que vou a estes sítios em como o valor da vida muda no tempo e no espaço”</p> <p>“nesses tempos (...) podia-se simplesmente matar alguém, se fosses um criado ou não fosses membro de...”</p>	<p>Informação</p> <p>Educação</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Assombração</p>

	<p>“estes locais fazem-me pensar na minha própria morte”</p> <p>“vai-se para aprender a cultura das pessoas”</p> <p>“ver como as pessoas faziam, para enterrar os mortos”</p> <p>“talvez as pessoas que visitem [esses locais] pensem mais na morte”</p> <p>“o modo como as diferentes culturas lidam com os seus mortos”</p> <p>“normalmente inserem-se numa espécie de enquadramento cultural”</p> <p>“em vez de um local onde vamos só para ver, deve de facto aprender-se algo sobre eles”</p> <p>“deve ser uma experiência de aprendizagem”</p> <p>“algumas pessoas talvez ficassem com um sentimento da sua própria existência eterna”</p> <p>“quando vejo este tipo de coisas faz-me pensar “oh meu deus, eles faziam isso às pessoas?”</p> <p>“as pessoas podem ir à procura de conhecimento... mas também de redenção”</p> <p>“é parte da educação cultural”</p> <p>“para algumas pessoas tem um significado muito profundo”</p>	
--	---	--

APÊNDICE 8 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade portuguesa, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (5)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)
Opinião sobre a Igreja	“a magnificência e o impacto visual” “demonstração de riqueza” “perfeição do trabalho, como foi construída” “toda a ornamentação, o trabalho todo, em geral” “gosto muito de estilos arquitectónicos” “gosto de talha dourada” “alguma falta de informação” “senti-me um bocado perdida ali na igreja” “há uma ou outra informação mas eu acho que não chega” “parte barroca monumental do interior” “é única na Europa, ou um dos mais belos exemplares”	Falta informação turística no interior Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Impressionante Qualidade de construção (do edifício)
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“é muito tranquilo”	Lugar tranquilo e agradável
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (2) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (2) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (3) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (2)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“não há como fugir, a morte está em todo o lado” “estamos no meio de mortos” “quando se visita catacumbas e cemitérios (...) claro que temos sempre mais consciência da	A presença da morte é inerente ao local.

	morte”	
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“não sei, não senti”</p> <p>“não é uma coisa que nos agrada de todo”</p> <p>“a gente foge, foge a isso”</p> <p>“a gente vive numa realidade muito distante”</p>	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“sim”</p> <p>“não”</p> <p>“se estiverem ali provavelmente vou visitá-los, mas não faço por visitar”</p> <p>“o tema em si não me interessa verdadeiramente, o que não evita que os visite, quando estou a fazer uma visita e existe uma situação (...) que faz parte do próprio monumento”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (2)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (1)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (2)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“é o caso de Auschwitz”</p> <p>“cemitérios”</p> <p>“igrejas e locais como as catacumbas”</p> <p>“por exemplo os campos nazis”</p>	<p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Igrejas</p> <p>Campos de Concentração</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“é normal que as pessoas se interessem”</p> <p>“a morte e o sofrimento mobilizam as vontades e as convicções de muita gente”</p> <p>“sim”</p> <p>“sim, com certeza que há gente interessada”</p> <p>“sim, (...) se forem mais do que lugares de morte, (...) se existe um património arquitectónico e artístico”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“acaba por ser as nossas memórias (...) a memória de uma nacionalidade, ao fim ao cabo”</p> <p>“as pessoas podem ir à procura de conhecimento... mas também de redenção”</p>	<p>Informação</p> <p>Educação</p>

APÊNDICE 9 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidade espanhola, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (3) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)
Parte da atracção menos apreciada	Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (1) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (3)
Opinião sobre a Igreja	“no geral a Igreja está muito bonita” “os desenhos estão um pouco deteriorados” “impressionou-me a mistura de estilos” “devia-se restaurar em melhores condições”	Beleza do interior Necessita de restauro Interesse na mistura de estilos
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“achei interessante, não estava à espera” “a mim não me puxa”	Interessante Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (1) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (2) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (2)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal.
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“sempre que vejo um esqueleto penso na minha própria morte”	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	“não gosto” “uma pessoa que é religiosa, pelo contrário” “porque a morte é a continuação da vida, é algo que é natural”	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	“sim, claro” “se aparecerem, sim, mas não vou procurar” “há cemitérios que são muito bonitos, (...) pelo que não sou supersticiosa” “não”	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (1) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (2)

		<i>Tipo 10.3: não visita atracções turísticas ligadas à morte (1)</i>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“as Igrejas”</p> <p>“se acontece ir a um cemitério, vou”</p> <p>“há cemitérios que são muito bonitos”</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“sim, claro”</p> <p>“há de tudo, há de tudo... uns vão, outros não”</p>	<p><i>Tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3)</i></p> <p><i>Tipo 12.3: entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</i></p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“eu penso sempre que vou a estes sítios em como o valor da vida muda no tempo e no espaço”</p> <p>“nesses tempos (...) podia-se simplesmente matar alguém, se fosses um criado ou não fosses membro de...”</p> <p>“estes locais fazem-me pensar na minha própria morte”</p> <p>“temos que ver para que não volte a acontecer”</p> <p>“eu acho que rejeitas a sociedade nesses momentos, por causa do horror por que aquelas pessoas passaram”</p> <p>“para as pessoas saberem o que aconteceu”</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p>

APÊNDICE 10 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos de outros países europeus, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (7) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1)
Parte da atracção menos apreciada	Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 1.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> gosta menos do Museu (3) <i>Tipo 1.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (4)
Opinião sobre a Igreja	“o ouro todo” “todo aquele ouro e a talha na Igreja” “o mais impressionante é a talha dourada” “era imponente... um pouco fascinante” “as esculturas na Igreja, todos aqueles detalhes”	Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“nunca tinha visto catacumbas como estas” “estão em muito bom estado, muito claras, muito límpidas” “acho que não há muita coisa a ver” “é um conjunto de túmulos e pronto” “não tem interesse para mim”	Interessante Local agradável Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (5) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (1)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“sempre que vejo esqueletos penso na morte” “por causa dos esqueletos” “por causa dos esqueletos” “a vala, com os ossos lá em baixo”	A presença da morte é inerente ao local. A visão dos ossos no ossário.

	<p>“porque são túmulos” “é esse o efeito que tem nas pessoas” “com os esqueletos” “as campas estão lá, então é normal sentir isso”</p>	
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>”não, porque haveria de sentir? Não sei, mas não senti a presença da morte”</p>	Negação/ fuga.
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“sim” “não, não, não, a morte não me atrai” “ao visitar os locais posso aperceber-me disso, mas não porque procure” “Não, eu visito os lugares mais característicos de cada local” Não, eu visito aquilo que, nos lugares, é importante”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (3)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (2)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (3)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“igrejas, cemitérios, casas de pessoas famosas que já morreram” “nas igrejas e casas de pessoas que já morreram” “tenho interesse em catacumbas” “as igrejas... já visitei cemitérios”</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Casas-museu</p> <p>Catacumbas</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“claro” “talvez algumas pessoas gostem” “isso depende de onde tu vens”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (7)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“diz algo da História” “faz pensar um pouco na morte” “faz pensar na própria morte” “tenho que ver estas coisas um dia para perceber que tenho esta vida para viver” “ver como as pessoas faziam, para enterrar os mortos” “talvez as pessoas que visitem [esses locais] pensem mais na morte” “sente-se um bocado mais a morte, lembramo-nos um pouco...” “acho que mostram a realidade de certas coisas” “acho que faria as pessoas tomarem consciência de não</p>	<p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p> <p>Educação</p>

	<p>repetir as coisas” “dizem-nos como as pessoas viviam e como lidavam com os mortos” “devemos ver para sabermos que não é bom, que não devemos repetir” “vai-se para aprender a cultura das pessoas”</p>	
--	---	--

APÊNDICE 11 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos de países anglófonos, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal Não sei/ nada	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (6) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada)	<i>Tipo 1.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 1.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> gosta menos do Museu (1) <i>Tipo 1.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (5)
Opinião sobre a Igreja	“alguma da talha dourada é muito pesada e opressiva” “muito bem construída” “achei-a muito sobrecarregada” “um bocado opressiva, para dizer a verdade” “o estilo barroco, o gótico” “o edifício em si, o trabalho em pedra, o design” “a escultura dourada dentro da igreja, é tão carregada...” “já estive na França, na Inglaterra, na Itália, e (...) os portugueses levaram isto a um nível superior a eles todos” “a talha dourada era impressionante” “comparado com todos os outros sítios que vi, é o mais interessante”	Opressiva Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta Rica (talha dourada)
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“o bocado que achei mais interessante” “fiquei feliz por ver que os crânios não eram reais” “já partiram há muito tempo” “é muito tranquilo” “são muito deprimentes” “adorei as catacumbas porque são meias arrepiantes” “nunca tinha visto nada assim” “não me pareceram muito mortais” “é claro e arejado” “pensava que haveria mais ossos, como em Roma e em Paris”	Interessante Local tranquilo e agradável Gostavam que houvesse mais ossos

	“gostava de ter visto mais ossos”	
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Cultural Religioso Histórico Outro	<i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (3) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (3) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (4) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (3)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal Igreja	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“a janela com os ossos das costelas” “os ossos que foram preservados” “não se pode realmente evitar, não é?” “todos aqueles corpos...” “por causa dos túmulos, embora os monges decapitados também dêem um toque agradável” “o altar com os mouros, que tinha os santos decapitados”	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	“porque não havia caveiras nem ossos nas catacumbas” “eu gosto da vida, eu gosto de luz” “não é um sentimento que tenha”	Negação/ fuga
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	“sim” “não necessariamente... quer dizer, não evito, mas não é por isso que vou visitar” “não os evito (...), mas não visito particularmente porque estão associados à morte” “sim, muito frequentemente” “se estiverem ali provavelmente vou visitá-los, mas não faço por visitar” “não”	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (4) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (3) <i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (2)
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	“igrejas católicas” “sei que a maioria das igrejas católicas são locais de sepultamento” “em Inglaterra temos cemitérios muito antigos (...) então eu ando pelos cemitérios” “eu vou a muitas igrejas e todas têm sepulturas”	Igrejas Cemitérios Catacumbas Ghost tours

	<p>“eu gosto de cemitérios (...) e as Igrejas têm sempre muitas morgues por baixo”</p> <p>“participo em ghost tours”</p> <p>“já fui a algumas catacumbas”</p> <p>“visitei as catacumbas de Roma e de Paris”</p> <p>“catacumbas</p> <p>“visito sempre igrejas e cemitérios importantes”</p>	
<p>Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)</p>	<p>“não diria locais de morte e sofrimento presentes”</p> <p>“estaria interessado em visitar locais onde houve sofrimento”</p> <p>“acho que, se for muito próximo a nós [temporalmente], não se gosta de ver”</p> <p>“já são alvo de visitas turísticas, muito mesmo”</p> <p>“sim, as pessoas são fascinadas por isso”</p> <p>“Sim”</p> <p>“muitas pessoas parecem gostar”</p> <p>“bem, há certo tipo de pessoas que gostam muito disso”</p> <p>“sim, já são”</p> <p>“é algo que me interessa”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (3)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (4)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“acho que se aprende mais sobre a cultura, sobre o país que se está a visitar”</p> <p>“se não se encara estas coisas, nunca mais se aprende”</p> <p>“faz pensar em quão cruéis éramos uns para os outros, em anos que já lá vão”</p> <p>“o modo como as diferentes culturas lidam com os seus mortos”</p> <p>“normalmente inserem-se numa espécie de enquadramento cultural”</p> <p>“em vez de um local onde vamos só para ver, deve de facto aprender-se algo sobre eles”</p> <p>“deve ser uma experiência de aprendizagem”</p> <p>“algumas pessoas talvez ficassem com um sentimento da sua própria existência eterna”</p> <p>“quando vejo este tipo de coisas faz-me pensar “oh meu deus, eles faziam isso às pessoas?”</p> <p>“é parte da educação cultural”</p> <p>“para algumas pessoas tem um significado muito profundo”</p>	<p>Informação</p> <p>Educação</p> <p>Assombração</p>

APÊNDICE 12 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos de nacionalidades latino-americanas, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (4)
Parte da atracção menos apreciada	Cemitério Catacumbal Não sei/ nada	<i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (2)
Opinião sobre a Igreja	“é monumental” “o que me impressionou foi o ouro” “é impressionante” “gostei da arte barroca” “a árvore de Jessé, eu nunca tinha visto em lugar nenhum”	Impressionante Rica (talha dourada) Interesse nos estilos arquitectónicos Única/ distinta
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“acho que não precisa visitar” “não gosto de cemitérios” “pareceram-me interessantes” “não faço questão de ver”	Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	Religioso Histórico Outro	<i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (2) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (3) <i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)
Percepção da ligação da atracção com a morte	Sim Não	<i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (1) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (3)
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal	Cemitério Catacumbal
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	“porque eram túmulos de antigamente”	A presença da morte é inerente ao local.
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	“deus me livre!” “eu não penso na morte” “eu penso no dia de hoje – viver” “são coisas separadas, a nossa morte, o nosso sofrimento, é separado daquelas pessoas” “eu não gosto, eu evito” “tanto que eu não quis visitar as catacumbas”	Negação/ fuga.
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	“sim” “isso não me leva a visitar, não em função disso... me leva porque eu gosto de arquitectura”	<i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (3) <i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é

		percebida mais tarde (1)
Atrações turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“em Espanha o Escorial, as Catacumbas de São Pedro em Roma, o cemitério de la Chacarita em Buenos Aires, na Polónia os campos de extermínio nazi”</p> <p>“em São Paulo tem um cemitério que se chama Cemitério da Consolação (...) eu gosto de visitar”</p> <p>“visitei a casa da Amália Rodrigues”</p> <p>“sempre visito igrejas”</p> <p>“até temos Auschwitz”</p> <p>“estive em Auschwitz”</p>	<p>Igrejas/ Santuários</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração (Auschwitz)</p> <p>Casas-museu</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“sim, acho muito válido”</p> <p>“sim, acho que há interesse por esse tema”</p> <p>“as pessoas vão muito”</p> <p>“eu não diria que seria interessante”</p> <p>“sim, sim, acho que sim”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atrações turísticas (3)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atrações turísticas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“as pessoas pensariam na morte, talvez”</p> <p>“saber um pouco da História desse povo”</p> <p>“você deve visitar e saber o que aconteceu”</p> <p>“são coisas que fazem a gente pensar e... não deixar isso acontecer novamente”</p> <p>“faz com que a gente pense, medite...”</p> <p>“ver até onde pode chegar o pensamento humano para criar essas atrocidades, isso me revolta, me constrange”</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p>

APÊNDICE 13 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (14) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (3)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (1) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (6) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (8)
Opinião sobre a Igreja	“o ouro todo” “o estilo barroco, o gótico” “perfeição do trabalho, como foi construída” “gostei da arte barroca” “o edifício em si, o trabalho em pedra, o design” “o mais impressionante é a talha dourada” “toda a ornamentação, o trabalho todo, em geral” “era imponente... um pouco fascinante” “gosto muito de estilos arquitectónicos” “gosto de talha dourada” “alguma falta de informação” “senti-me um bocado perdida ali na igreja” “há uma ou outra informação mas eu acho que não chega” “as esculturas na Igreja, todos aqueles detalhes” “a magnificência e o impacto visual” “demonstração de riqueza” “parte barroca monumental do interior” “é única na Europa, ou um dos mais belos exemplares”	Qualidade de construção (do edifício) Rica (talha dourada) Impressionante Qualidade artística do interior Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos Falta informação turística no interior
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“achei interessante, não estava à espera” “já partiram há muito tempo” “é muito tranquilo” “nunca tinha visto catacumbas como estas”	Interessante Local tranquilo e agradável Desinteressante

	<p>“não gosto de cemitérios” “adorei as catacumbas porque são meias arrepiantes” “nunca tinha visto nada assim” “não me pareceram muito “mortais”” “é claro e arejado” “estão em muito bom estado, muito claras, muito límpidas” “acho que não há muita coisa a ver” “é um conjunto de túmulos e pronto” “não tem interesse para mim” “a gente vive numa realidade muito distante”</p>	
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p>Cultural</p> <p>Religioso</p> <p>Histórico</p> <p>Outro</p>	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (8)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (6)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (6)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Sim</p> <p>Não</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (13)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (4)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>	<p>Cemitério Catacumbal</p> <p>Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“sempre que vejo esqueletos penso na morte” “por causa dos esqueletos” “sempre que vejo um esqueleto penso na minha própria morte” “não há como fugir, a morte está em todo o lado” “por causa dos túmulos, embora os monges decapitados também dêem um toque agradável” “a vala, com os ossos lá em baixo” “porque são túmulos” “é esse o efeito que tem nas pessoas” “com os esqueletos” “as campas estão lá, então é normal sentir isso” “estamos no meio de mortos” “quando se visita catacumbas e cemitérios (...) claro que temos sempre mais consciência da</p>	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>

	morte”	
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“são coisas separadas, a nossa morte, o nosso sofrimento, é separado daquelas pessoas”</p> <p>“eu não gosto, eu evito”</p> <p>“não sei, não senti”</p> <p>“não é uma coisa que nos agrada de todo”</p> <p>“a gente foge, foge a isso”</p>	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“sim”</p> <p>“não vou a esses locais especialmente por causa da morte”</p> <p>“se estiverem ali provavelmente vou visitá-los, mas não faço por visitar”</p> <p>“ao visitar os locais posso aperceber-me disso, mas não porque procure”</p> <p>“Não, eu visito os lugares mais característicos de cada local”</p> <p>“o tema em si não me interessa verdadeiramente, o que não evita que os visite, quando estou a fazer uma visita e existe uma situação (...) que faz parte do próprio monumento”</p> <p>“não evito, mas não procuro”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (9)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (4)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“igrejas, cemitérios, casas de pessoas famosas que já morreram”</p> <p>“nas igrejas e casas de pessoas que já morreram”</p> <p>“as Igrejas”</p> <p>“em Inglaterra temos cemitérios muito antigos (...) então eu ando pelos cemitérios”</p> <p>“tenho interesse em catacumbas”</p> <p>“sempre visito igrejas”</p> <p>“até temos Auschwitz”</p> <p>“eu gosto de cemitérios (...) e as igrejas têm sempre muitas morgues por baixo”</p> <p>“participo em ghost tours”</p> <p>“já fui a algumas catacumbas”</p> <p>“as igrejas... já visitei cemitérios”</p> <p>“é o caso de Auschwitz”</p> <p>“igrejas e locais como as catacumbas”</p> <p>“por exemplo os campos nazis”</p>	<p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Casas-museu</p> <p>Igrejas</p> <p>Campos de Concentração</p> <p>Ghost-tours</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“sim, claro”</p> <p>“sim, sim, acho que sim”</p> <p>“sim, as pessoas são fascinadas por isso”</p> <p>“isso depende de onde tu vens”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (14)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns</p>

	<p>“com certeza que há gente interessada”</p> <p>“a morte e o sofrimento mobilizam as vontades e as convicções de muita gente”</p> <p>“é normal que as pessoas se interessem”</p> <p>“sim, (...) se forem mais do que lugares de morte, (...) se existe um património arquitectónico e artístico”</p>	<p>locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (1)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (2)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“diz algo da História”</p> <p>“faz pensar um pouco na morte”</p> <p>“faz pensar na própria morte”</p> <p>“tenho que ver estas coisas um dia para perceber que tenho esta vida para viver”</p> <p>“eu penso sempre que vou a estes sítios em como o valor da vida muda no tempo e no espaço”</p> <p>“nesses tempos (...) podia-se simplesmente matar alguém, se fosses um criado ou não fosses membro de...”</p> <p>“estes locais fazem-me pensar na minha própria morte”</p> <p>“vai-se para aprender a cultura das pessoas”</p> <p>“ver como as pessoas faziam, para enterrar os mortos”</p> <p>“você deve visitar e saber o que aconteceu”</p> <p>“são coisas que fazem a gente pensar e... não deixar isso acontecer novamente”</p> <p>“o modo como as diferentes culturas lidam com os seus mortos”</p> <p>“normalmente inserem-se numa espécie de enquadramento cultural”</p> <p>“em vez de um local onde vamos só para ver, deve de facto aprender-se algo sobre eles”</p> <p>“deve ser uma experiência de aprendizagem”</p> <p>“sente-se um bocado mais a morte, lembramo-nos um pouco...”</p> <p>“acho que mostram a realidade de certas coisas”</p> <p>“acho que faria as pessoas tomarem consciência de não repetir as coisas”</p> <p>“acaba por ser as nossas</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p> <p>Informação</p>

	<p>memórias (...) a memória de uma nacionalidade, ao fim ao cabo” “dizem-nos como as pessoas viviam e como lidavam com os mortos” “devemos ver para sabermos que não é bom, que não devemos repetir” “as pessoas podem ir à procura de conhecimento... mas também de redenção”</p>	
--	--	--

APÊNDICE 14 – Sinopse das entrevistas aos sujeitos com idades entre os 49 e os 73 anos, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal Não sabe	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (11) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (1) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (2) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (2) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (9)
Opinião sobre a Igreja	“alguma da talha dourada é muito pesada e opressiva” “muito bem construída” “achei-a muito sobrecarregada” “um bocado opressiva, para dizer a verdade” “é monumental” “todo aquele ouro e a talha na Igreja” “o que me impressionou foi o ouro” “é impressionante” “a igreja mais sumptuosa daqui, muito bem decorada” “é simplesmente maravilhoso, muito deslumbrante lá dentro” “no geral a Igreja está muito bonita” “os desenhos estão um pouco deteriorados” “impressionou-me a mistura de estilos” “devia-se restaurar em melhores condições” “a árvore de Jessé, eu nunca tinha visto em lugar nenhum” “a escultura dourada dentro da igreja, é tão carregada...” “já estive na França, na Inglaterra, na Itália, e (...) os portugueses levaram isto a um nível superior a eles todos” “a talha dourada era impressionante” “comparado com todos os outros sítios que vi, é o mais interessante”	Opressiva Impressionante Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Necessita de restauro Única/ distinta Interesse nos estilos arquitectónicos
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	“o bocado que achei mais interessante”	Interessante

	<p>“fiquei feliz por ver que os crânios não eram reais” “pareceram-me interessantes” “acho que não precisa visitar” “são muito deprimentes” “a mim não me puxa” “não faço questão de ver” “pensava que haveria mais ossos, como em Roma e em Paris” “gostava de ter visto mais ossos”</p>	Desinteressante
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p>Cultural Religioso Histórico Outro</p>	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (4) <i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (7) <i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (7) <i>Tipo5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutra tipo de turismo (1)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Sim Não</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (6) <i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (7)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>Cemitério Catacumbal Igreja</p>	<p>Cemitério Catacumbal Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“a janela com os ossos das costelas” “os ossos que foram preservados” “porque eram túmulos de antigamente” “não se pode realmente evitar, não é?” “todos aqueles corpos...” “o altar com os mouros, que tinha os santos decapitados”</p>	<p>A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local. A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>
Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“não, porque haveria de sentir? Não sei, mas não senti a presença da morte” “deus me livre!” “eu não penso na morte” “eu penso no dia de hoje – viver” “porque a morte é a continuação da vida, é algo que é natural” “uma pessoa que é religiosa, pelo contrário” “não gosto” “tanto que eu não quis visitar as catacumbas” “porque não havia caveiras nem ossos nas catacumbas” “eu gosto da vida, eu gosto de luz” “não é um sentimento que tenha”</p>	<p>Negação/ fuga.</p>

Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte	<p>“sim”</p> <p>“não necessariamente... quer dizer, não evito, mas não é por isso que vou visitar”</p> <p>“não os evito (...), mas não visito particularmente porque estão associados à morte”</p> <p>“não, não, não, a morte não me atrai”</p> <p>“isso não me leva a visitar, não em função disso... me leva porque eu gosto de arquitectura”</p> <p>“sim, muito frequentemente”</p> <p>“se aparecerem, sim, mas não vou procurar”</p> <p>“há cemitérios que são muito bonitos, (...) pelo que não sou supersticiosa”</p> <p>“não”</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (4)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (5)</p> <p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (4)</p>
Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas	<p>“igrejas católicas”</p> <p>“sei que a maioria das igrejas católicas são locais de sepultamento”</p> <p>“em Espanha o Escorial, as Catacumbas de São Pedro em Roma, o cemitério de la Chacarita em Buenos Aires, na Polónia os campos de extermínio nazi”</p>	<p>Igrejas</p> <p>Cemitérios</p> <p>Catacumbas</p> <p>Campos de Concentração</p>
Pertinência da actividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)	<p>“não diria locais de morte e sofrimento presentes”</p> <p>“estaria interessado em visitar locais onde houve sofrimento”</p> <p>“acho que, se for muito próximo a nós [temporalmente], não se gosta de ver”</p> <p>“sim, acho que há interesse por esse tema”</p> <p>“as pessoas vão muito”</p> <p>“talvez algumas pessoas gostem”</p> <p>“eu não diria que seria interessante”</p> <p>“já são alvo de visitas turísticas, muito mesmo”</p> <p>“há de tudo, há de tudo... uns vão, outros não”</p> <p>“sim, acho muito válido”</p> <p>“muitas pessoas parecem gostar”</p> <p>“bem, há certo tipo de pessoas que gostam muito disso”</p> <p>“sim, já são”</p> <p>“é algo que me interessa”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atracções turísticas (6)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (2)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro	<p>“acho que se aprende mais sobre a cultura, sobre o país que se está a visitar”</p> <p>“se não se encara estas coisas, nunca mais se aprende”</p> <p>“as pessoas pensariam na morte,</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento Mori</i></p>

	<p>talvez”</p> <p>“talvez as pessoas que visitem [esses locais] pensem mais na morte”</p> <p>“saber um pouco da História desse povo”</p> <p>“faz pensar em quão cruéis éramos uns para os outros, em anos que já lá vão”</p> <p>“temos que ver para que não volte a acontecer”</p> <p>“eu acho que rejeitas a sociedade nesses momentos, por causa do horror por que aquelas pessoas passaram”</p> <p>“para as pessoas saberem o que aconteceu”</p> <p>“faz com que a gente pense, medite...”</p> <p>“ver até onde pode chegar o pensamento humano para criar essas atrocidades, isso me revolta, me constrange”</p> <p>“algumas pessoas talvez ficassem com um sentimento da sua própria existência eterna”</p> <p>“quando vejo este tipo de coisas faz-me pensar “oh meu deus, eles faziam isso às pessoas?”</p> <p>“é parte da educação cultural”</p> <p>“para algumas pessoas tem um significado muito profundo”</p>	
--	--	--

APÊNDICE 15 – Sinopse geral das entrevistas, com excertos

Temática	Excertos/ respostas	Categorias/ tipologias (referências)
Parte da atracção favorita	Igreja Cemitério Catacumbal Não sei	<i>Tipo 1.1:</i> prefere a Igreja (23) <i>Tipo 1.2:</i> prefere o Cemitério Catacumbal (6) <i>Tipo 1.3:</i> não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atracção menos apreciada	Igreja Cemitério Catacumbal Museu Não sei/ nada	<i>Tipo 2.1:</i> gosta menos da Igreja (4) <i>Tipo 2.2:</i> gosta menos do Cemitério Catacumbal (4) <i>Tipo 2.3:</i> gosta menos do Museu (8) <i>Tipo 2.4:</i> não identifica uma componente de que tenha gostado menos (14)
Opinião sobre a Igreja	“é monumental” “a magnificência e o impacto visual” “demonstração de riqueza” “é impressionante” “o que me impressionou foi o ouro” “a talha dourada era impressionante” “o mais impressionante é a talha dourada” “toda a ornamentação, o trabalho todo, em geral” “perfeição do trabalho, como foi construída” “muito bem construída” “o edifício em si, o trabalho em pedra, o design” “comparado com todos os outros sítios que vi, é o mais interessante” “alguma da talha dourada é muito pesada e opressiva” “o estilo barroco, o gótico” “gosto muito de estilos arquitectónicos” “impressionou-me a mistura de estilos” “parte barroca monumental do interior” “gostei da arte barroca” “o ouro todo”	Impressionante Interesse nos estilos arquitectónicos e na sua mistura Beleza do interior Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta Opressiva Necessita de restauro Falta informação turística no interior

	<p>“todo aquele ouro e a talha na Igreja” “gosto de talha dourada” “é simplesmente maravilhoso, muito deslumbrante lá dentro” “no geral a Igreja está muito bonita” “a igreja mais sumptuosa daqui, muito bem decorada” “as esculturas na Igreja, todos aqueles detalhes” “era imponente... um pouco fascinante” “a árvore de Jessé, eu nunca tinha visto em lugar nenhum” “já estive na França, na Inglaterra, na Itália, e (...) os portugueses levaram isto a um nível superior a eles todos” “é única na Europa, ou um dos mais belos exemplares” “os desenhos estão um pouco deteriorados” “devia-se restaurar em melhores condições” “alguma falta de informação” “senti-me um bocado perdida ali na igreja” “há uma ou outra informação mas eu acho que não chega” “achei-a muito sobrecarregada” “um bocado opressiva, para dizer a verdade” “a escultura dourada dentro da igreja, é tão carregada...”</p>	
<p>Opinião sobre o Cemitério Catacumbal</p>	<p>“o bocado que achei mais interessante” “achei interessante, não estava à espera” “pareceram-me interessantes” “é muito tranquilo” “não me pareceram muito mortais” “é claro e arejado” “estão em muito bom estado, muito claras, muito límpidas” “nunca tinha visto catacumbas como estas” “acho que não precisa visitar” “a mim não me puxa” “gostava de ter visto mais ossos” “acho que não há muita coisa a ver” “é um conjunto de túmulos e pronto”</p>	<p>Interessante Lugar tranquilo e agradável Único Desinteressante Desagradável</p>

	<p>“não tem interesse para mim” “não faço questão de ver” “fiquei feliz por ver que os crânios não eram reais” “não gosto de cemitérios” “são muito deprimentes” “já partiram há muito tempo” “é muito tranquilo” “pensava que haveria mais ossos, como em Roma e em Paris” “nunca tinha visto nada assim” “adorei as catacumbas porque são meias arrepiantes”</p>	
Tipo de Turismo em que a atracção se enquadra	<p>Cultural Religioso Histórico Outro</p>	<p><i>Tipo 5.1:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Cultural (11)</p> <p><i>Tipo 5.2:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Religioso (14)</p> <p><i>Tipo 5.3:</i> entende que a atracção se enquadra no Turismo Histórico (14)</p> <p><i>Tipo 5.4:</i> entende que a atracção se enquadra noutro tipo de turismo (2)</p>
Percepção da ligação da atracção com a morte	<p>Sim Não</p>	<p><i>Tipo 6.1:</i> reconhece a ligação da atracção com a morte (18)</p> <p><i>Tipo 6.2:</i> não reconhece a ligação da atracção com a morte (12)</p>
Local onde a ligação da atracção com a morte foi sentida	<p>“só lá em baixo nas catacumbas” “nas catacumbas... e um bocadinho ali dentro [na igreja]” “na igreja, um pouco”</p>	<p>Cemitério Catacumbal Igreja</p>
Motivos para a percepção da ligação da atracção com a morte	<p>“não há como fugir, a morte está em todo o lado” “a janela com os ossos das costelas” “porque eram túmulos de antigamente” “sempre que vejo um esqueleto penso na minha própria morte” “por causa dos esqueletos” “a vala, com os ossos lá em baixo” “as campas estão lá, então é normal sentir isso” “estamos no meio de mortos” “é inevitável” “por causa dos esqueletos”</p>	<p>A visão dos ossos no ossário</p> <p>A presença da morte é inerente ao local.</p> <p>A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos (vide imagem no anexo UH).</p>

	<p>“todos aqueles corpos...” “é esse o efeito que tem nas pessoas” “não se pode realmente evitar, não é?” “quando se visita catacumbas e cemitérios (...) claro que temos sempre mais consciência da morte” “porque são túmulos” “por causa dos túmulos, embora os monges decapitados também dêem um toque agradável” “o altar com os mouros, que tinha os santos decapitados” “os ossos que foram preservados” “sempre que vejo esqueletos penso na morte”</p>	
<p>Motivos para a não percepção da ligação da atracção com a morte</p>	<p>“deus me livre!” “não gosto” “eu não penso na morte” “eu não gosto muito disso” “eu penso no dia de hoje – viver” “eu gosto da vida, eu gosto de luz” “não é um sentimento que tenha” “não, porque haveria de sentir?” Não sei, mas não senti a presença da morte” “são coisas separadas, a nossa morte, o nosso sofrimento, é separado daquelas pessoas” “eu não gosto, eu evito” “porque a morte é a continuação da vida, é algo que é natural” “uma pessoa que é religiosa, pelo contrário” “a gente vive numa realidade muito distante” “não é uma coisa que nos agrade de todo” “a gente foge, foge a isso” “tanto que eu não quis visitar as catacumbas”</p>	<p>Negação/ fuga</p> <p>Distanciamento em relação ao local</p>
<p>Hábito de visita a atracções turísticas ligadas à morte</p>	<p>“sim” “não” “se estiverem ali provavelmente vou visitá-los, mas não faço por visitar” “o tema em si não me interessa verdadeiramente, o que não evita que os visite, quando estou a fazer uma visita e existe uma situação (...) que faz parte do próprio monumento” “se aparecerem, sim, mas não vou</p>	<p><i>Tipo 10.1:</i> costuma visitar atracções turísticas ligadas à morte (14)</p> <p><i>Tipo 10.2:</i> não evita estas atracções, mas a ligação da atracção à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (9)</p>

	<p>procurar” “sim, muito frequentemente” “não, não, não, a morte não me atrai”</p>	<p><i>Tipo 10.3:</i> não visita atracções turísticas ligadas à morte (7)</p>
<p>Atracções turísticas ligadas à morte já visitadas</p>	<p>“igrejas católicas” “as igrejas” “em Espanha o Escorial, as Catacumbas de São Pedro em Roma, o cemitério de la Chacarita em Buenos Aires, na Polónia os campos de extermínio nazi” “tenho interesse em catacumbas” “em São Paulo tem um cemitério que se chama Cemitério da Consolação (...) eu gosto de visitar” “visitei a casa da Amália Rodrigues” “já fui a algumas catacumbas” “as igrejas... já visitei cemitérios” “visito sempre igrejas e cemitérios importantes” “sei que a maioria das igrejas católicas são locais de sepultamento” “sempre visito igrejas” “igrejas, cemitérios, casas de pessoas famosas que já morreram” “igrejas e museus sobre pessoas que já morreram” “igrejas e locais como as catacumbas” “em Inglaterra temos cemitérios muito antigos (...) então eu ando pelos cemitérios” “se acontece ir a um cemitério, vou” “há cemitérios que são muito bonitos” “eu vou a muitas igrejas e todas têm sepulturas” “eu gosto de cemitérios (...) e as Igrejas têm sempre muitas morgues por baixo” “visitei as catacumbas de Roma e de Paris” “até temos Auschwitz” “é o caso de Auschwitz” “estive em Auschwitz” “por exemplo os campos nazis” “participo em ghost tours”</p>	<p>Igrejas/ Santuários Cemitérios Catacumbas Campos de Concentração (Auschwitz) Casas-museu Ghost-tours</p>
<p>Pertinência da actividade turística em locais de ou</p>	<p>“não diria locais de morte e sofrimento presentes”</p>	<p><i>Tipo 12.1:</i> entende que os locais de morte e sofrimento</p>

<p>associados a morte e sofrimento (Turismo Negro)</p>	<p>“estaria interessado em visitar locais onde houve sofrimento” “sim, há interesse por esse tema” “as pessoas vão muito” “sim, claro” “sim, já são” “é algo que me interessa” “é normal que as pessoas se interessem” “a morte e o sofrimento mobilizam as vontades e as convicções de muita gente” “sim, com certeza que há gente interessada” “há de tudo, há de tudo... uns vão, outros não” “bem, há certo tipo de pessoas que gostam muito disso” “eu não diria que seria interessante” “acho que, se for muito próximo a nós [temporalmente], não se gosta de ver” “sim, (...) se forem mais do que lugares de morte, (...) se existe um património arquitectónico e artístico” “claro” “sim, sim, acho que sim” “sim, acho muito válido” “talvez algumas pessoas gostem” “muitas pessoas parecem gostar” “já são alvo de visitas turísticas, muito mesmo” “sim, as pessoas são fascinadas por isso”</p>	<p>devem ser/já são atracções turísticas (18)</p> <p><i>Tipo 12.2:</i> entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atracções turísticas (6)</p> <p><i>Tipo 12.3:</i> entende que estes locais podem ser atracções turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4)</p> <p><i>Tipo 12.4:</i> entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atracções turísticas (1)</p>
<p>Avaliação do papel dos locais de Turismo Negro</p>	<p>“acho que se aprende mais sobre a cultura, sobre o país que se está a visitar” “normalmente inserem-se numa espécie de enquadramento cultural” “é parte da educação cultural” “vai-se para aprender a cultura das pessoas” “saber um pouco da História desse povo” “ver como as pessoas faziam, para enterrar os mortos” “as pessoas podem ir à procura de conhecimento... mas também de redenção” “em vez de um local onde vamos só para ver, deve de facto aprender-se algo sobre eles”</p>	<p>Educação</p> <p>Assombração</p> <p><i>Memento mori</i></p> <p>Informação</p>

	<p>“deve ser uma experiência de aprendizagem”</p> <p>“as pessoas pensariam na morte, talvez”</p> <p>“estes locais fazem-me pensar na minha própria morte”</p> <p>“sente-se um bocado mais a morte, lembramo-nos um pouco...”</p> <p>“para algumas pessoas tem um significado muito profundo”</p> <p>“eu penso sempre que vou a estes sítios em como o valor da vida muda no tempo e no espaço”</p> <p>“nesses tempos (...) podia-se simplesmente matar alguém, se fosses um criado ou não fosses membro de...”</p> <p>“quando vejo este tipo de coisas faz-me pensar “oh meu deus, eles faziam isso às pessoas?”</p> <p>“se não se encara estas coisas, nunca mais se aprende”</p> <p>“devemos ver para sabermos que não é bom, que não devemos repetir” “diz algo da História”</p> <p>“faz pensar um pouco na morte”</p> <p>“faz pensar na própria morte”</p> <p>“tenho que ver estas coisas um dia para perceber que tenho esta vida para viver”</p> <p>“talvez as pessoas que visitem [esses locais] pensem mais na morte”</p> <p>“você deve visitar e saber o que aconteceu”</p> <p>“são coisas que fazem a gente pensar e... não deixar isso acontecer novamente”</p> <p>“faz pensar em quão cruéis éramos uns para os outros, em anos que já lá vão”</p> <p>“temos que ver para que não volte a acontecer”</p> <p>“eu acho que rejeitas a sociedade nesses momentos, por causa do horror por que aquelas pessoas passaram”</p> <p>“para as pessoas saberem o que aconteceu”</p> <p>“acho que mostram a realidade de certas coisas”</p> <p>“acho que faria as pessoas tomarem consciência de não repetir as coisas”</p>	
--	--	--

	<p>“acaba por ser as nossas memórias (...) a memória de uma nacionalidade, ao fim ao cabo”</p> <p>“faz com que a gente pense, medite...”</p> <p>“ver até onde pode chegar o pensamento humano para criar essas atrocidades, isso me revolta, me constrange”</p> <p>“algumas pessoas talvez ficassem com um sentimento da sua própria existência eterna”</p> <p>“dizem-nos como as pessoas viviam e como lidavam com os mortos”</p> <p>“o modo como as diferentes culturas lidam com os seus mortos”</p>	
--	---	--

ANEXOS

ANEXO 1 – Divisões do Negro de Dann

Divisions of the dark	
<p><i>Perilous Places</i> Dangerous destinations from the past and present</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Towns of horror • Dangerous destinations
<p><i>Houses of Horror</i> Buildings associated with death and horror, either actual or represented</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dungeons of death • Heinous hotels
<p><i>Fields of Fatality</i> Areas/ land commemorating death, fear, fame or infamy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bloody battlegrounds • The hell of the Holocaust • Cemeteries for celebrities
<p><i>Tours of Torment</i> Tours/ visits to attractions associated with death, morder and mayhem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mayhem and murder • The now notorious
<p><i>Themed Thanatos</i> Collections/ museums themed around death and suffering</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Morbid museums • Monuments to morality

Fonte:

SHARPLEY, R. (2009). Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction. In Sharpley, R., & Stone, P. (Edits.), *The Darker Side of Travel - The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 3-32). Bristol: Channel View Publications.

ANEXO 2 – Santuário Negro para Angélico Vieira



Figura 6 - "Corrente de luz" pedida pela agência que representava Angélico Vieira



Figura 7 - Cartaz de apoio a Angélico feito pelos fãs do cantor

Fonte:

PINTO, M. (2011). *Fãs de Angélico Vieira fazem corrente em frente ao hospital à espera de um "milagre"*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Público:
http://www.publico.pt/Sociedade/fas-de-angelico-vieira-fazem-corrente-em-frente-ao-hospital-a-espera-de-um-milagre_1500476

ANEXO 3 – Museu da Resistência de Cabo Verde (Tarrafal)



Figura 1 - Mapa do Museu da Resistência de Cabo Verde



Figura 2 - Uma das salas do Museu



Figura 3 - Imagens de sobreviventes



Figura 4 - Painéis informativos do Museu



Figura 5 - Placa informativa da "Holandinha" ou "Frigideira"

Fonte:

CABO VERDE CONTACTA. (2011). *Campo de Concentração do Tarrafal!*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Cabo Verde Contacta: <http://caboverdecontacta.blogspot.pt/2011/04/campo-de-concentracao-do-tarrafal.html>

ANEXO 4 – Exposição “O corpo humano como nunca o viu”



Figura 1 - Múmia na exposição "O corpo humano como nunca o viu"



Figura 2 - Visitantes a observar múmia da exposição "O corpo humano como nunca o viu"



Figura 3 - Feto humano na exposição "O corpo humano como nunca o viu"

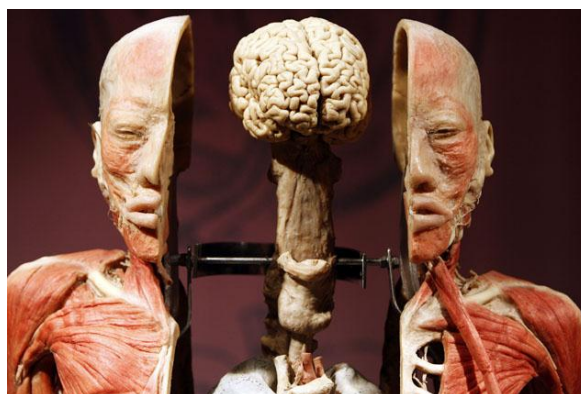


Figura 4 - Pormenor de múmia na exposição "O corpo humano como nunca o viu"

Fonte:

ADELINO MEIRELES/ GLOBAL IMAGENS. (2010). Exposição "O corpo Humano como nunca o viu...".
Obtido em 14 de Abril de 2012, de Jornal de Notícias:
http://www.jn.pt/multimedia/galeria.aspx?content_id=1653049