



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
LICENCIATURA EN TURISMO**

**MOTIVACIONES TURÍSTICAS EN SITIOS ASOCIADOS A LA
MUERTE EN MÉXICO**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN TURISMO**

**PRESENTA
JOSUE ENRIQUE AGUILAR ENCISO**

ASESOR:

DR. JUAN CARLOS MONTERRUBIO CORDERO

REVISORES:

L. EN T. JAVIER PÉREZ DÍAZ

DRA. EN C. JUANA MARÍA DURÁN BARRIOS

Texcoco de Mora, México, Abril 2018.



Universidad Autónoma del Estado de México
Centro Universitario UAEM Texcoco

Texcoco, México a 12 de Marzo de 2018

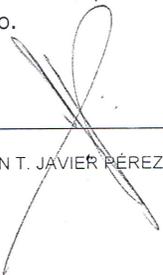
Asunto: Etapa de digitalización

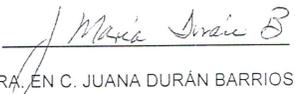
M. EN C. ED. VIRIDIANA BANDA ARZATE
SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
PRESENTE:

AT'N: M. EN C. LETICIA ARÉVALO CEDILLO
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "**Motivaciones turísticas en sitios asociados a la muerte en México**" que para obtener el título **Licenciado en Turismo** presenta el sustentante **Josue Enrique Aguilar Enciso** con número de cuenta **1225287**, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo **continuar con la etapa de digitalización** del trabajo escrito.

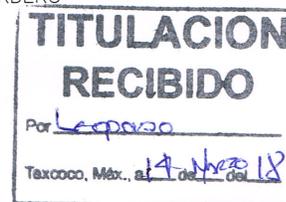
ATENTAMENTE


L. EN T. JAVIER PÉREZ DÍAZ


DRA. EN C. JUANA DURÁN BARRIOS


DR. EN T. JUAN CARLOS MONTERRUBIO CORDERO

c.c.p: Sustentante: Josue Enrique Aguilar Enciso
c.c.p: Asesor de trabajo terminal: Juan Carlos Monterrubio Cordero
c.c.p: Titulación, M. EN C. LETICIA ARÉVALO CEDILLO



Centro Universitario UAEM Texcoco
Av. Jardín Zumpango s/n. Fracc. El Tejocote
C.P. 56259 Texcoco, Estado de México.
Tels. (595) 9211216 - 9211247 - 9210368 - 9210493
e-mail: cutex.uaem@gmail.com.

CUTex

AGRADECIMIENTOS:

Una investigación tan importante para mi vida académica y profesional. Es un gran paso que el esfuerzo y dedicación merecen ser reconocidos tanto para mí como para aquellas personas que apoyaron e influyeron de manera directa o indirecta en la misma.

A mis padres:

Por haberme dado la vida, y por sus enseñanzas que me han hecho lo que soy, además de dedicarme tiempo y paciencia y entender que hacer una investigación como esta no es fácil. Sé que jamás existirá una forma de agradecerles todo lo que han hecho. Gracias, mamá y papá.

A mi Asesor:

Por dedicar su valioso tiempo a esta investigación, por su paciencia y consejos, y por exigirme siempre más. Gracias profesor por ser un buen guía en esta etapa de mi vida académica. Fue y sigue siendo la mejor opción para ser el asesor de esta tesis.

A mis Revisores:

Por su entrega y disposición, especialmente al profesor Javier que me introdujo en el tema del turismo oscuro.

A mis tíos:

Por darme buenos consejos y por los diversos apoyos que me han dado tanto económica como moralmente.

A mis familiares y amigos:

Por su compañerismo y sus palabras de apoyo en todo, muchas gracias.

DEDICATORIAS

A mi madre:

Por apoyarme durante toda mi carrera académica, por siempre dedicarme de su tiempo y su amor, recordándome que todas las cosas “pasan por algo”. Porque nunca me ha dejado solo y siempre está allí para mí. Por ser la persona más importante en mi vida. Mamá, esta investigación está dedicada a ti.

A mis hermanos:

Por su apoyo demostrado con su compañerismo y palabras de aliento en los momentos difíciles, y porque a pesar de todo seguimos unidos como siempre, gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	3
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
Antecedentes	4
Enfoques del turismo oscuro	10
Clasificación de los sitios de turismo oscuro	11
Motivaciones	16
Motivaciones turísticas	18
Estudios prácticos: Motivaciones en el turismo oscuro	27
CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL	30
Introducción	30
Modalidades de turismo en México	39
Sitios asociados a la muerte en México	45
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	57
Introducción	57
Metodología	59
CAPÍTULO IV. MOTIVACIONES EN EL TURISMO OSCURO	71
Introducción	71
Descripción de sitios de estudio	71
Motivaciones en sitios turísticos asociados a la muerte	82
CONCLUSIONES	95
ANEXOS	99
TRABAJOS CITADOS	102

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 El campo de concentración de Auschwitz.	32
Fotografía 2 London' s Dungeon.	33
Fotografía 3 La Ciudad de Chernobyl.....	33
Fotografía 4 Museo estadounidense conmemorativo del Holocausto.....	34
Fotografía 5 La casa de Anne Frank.....	35
Fotografía 6 El campo santo principal de Croacia, El Varazdin Cemetery.	36
Fotografía 7 La Ciudad de Pompeya y sus ciudadanos petrificados.....	37
Fotografía 8 Museo Memorial Choeung.	38
Fotografía 9 Cartel de advertencia en la entrada del bosque de Aokigahara.	39
Fotografía 10 La Riviera Maya.	41
Fotografía 11 La pirámide del sol, zona arqueológica de Teotihuacán.....	42
Fotografía 12 Basílica de Guadalupe, Ciudad de México.....	43
Fotografía 13 Basílica de Nuestra Señora, San Juan de los Lagos, Jalisco.	44
Fotografía 14 Sala de arte popular de calaveras, Museo nacional de la muerte. ...	47
Fotografía 15 Museo de la Muerte.	48
Fotografía 17 Museo de la tortura.....	50
Fotografía 18 Sala del Holocausto, Museo de memoria y tolerancia.	51
Fotografía 19 Museo del purgatorio.....	51

Fotografía 20 Casa de las Leyendas.	52
Fotografía 21 Panteón de Dolores.	53
Fotografía 22 Panteón de San Fernando.	53
Fotografía 23 Panteón Francés.	54
Fotografía 24 Exposición de asesinos seriales en el Museo del Policía.....	55
Fotografía 25 Panteón de San Fernando. Aquí se reúne el grupo conocido como seminario de la muerte.	84
Fotografía 26 Muro de máscaras artesanales. Museo Nacional de la Muerte.	85
Fotografía 27 Museo del purgatorio. A los visitantes les interesa generar experiencias nuevas y diferentes.....	87
Fotografía 28 Museo de la momias. A los visitantes les atrae observar cadáveres momificados.....	89
Fotografía 29 Mictlantecuhtli, dios prehispánico de le muerte. Sala subterránea del Museo Nacional de la Muerte.....	91
Fotografías 30 y 31 Sala de artesanía local, Museo Nacional de la Muerte.....	93

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social que tiene grandes repercusiones a nivel nacional e internacional. Su principal consecuencia suele reportarse en el incremento económico que se presenta en los destinos turísticos en donde tiene mayor influencia. Con frecuencia los sitios que más se benefician del turismo son las poblaciones aledañas a los destinos de sol y playa, aunque aquéllas con atractivos y recursos culturales también son influenciadas por el turismo. México es un país que goza de riqueza patrimonial; uno de estos patrimonios principales se centra en las festividades culturales y recintos patrimoniales asociados a la muerte.

El desplazamiento efectuado a sitios turísticos donde hubo muerte y masacre, o donde se encuentran elementos asociados a éstas, es conocido generalmente como *Dark Tourism*, traducido al español como turismo oscuro. Actualmente existe una demanda por las modalidades de turismo que generan experiencias diferentes y variadas en el turista. La fascinación por la muerte, fenómeno que inicialmente empezó a estudiarse en el Reino Unido, se ha extendido por diferentes partes del mundo. En cuanto al origen de esta práctica, los antecedentes de los desplazamientos efectuados con el fin de visitar lugares asociados a la muerte se remontan a la edad media entre los siglos XVIII, aunque es en el siglo XIX cuando empieza a popularizarse este fenómeno (Cohen, 2011, citado en Santos et al., 2015) debido a la ejecuciones públicas. Esto hace patente una de las principales motivaciones que se presentan en el turismo oscuro conocida como el sadismo o “gusto por la muerte”.

De acuerdo con Fernández y otros (2008), la motivación constituye un parámetro fundamental en la formación de expectativas, y éstas determinan a su vez la percepción de los productos y experiencias. Kotler (2011, citado en Fernández et al., 2008) menciona que la motivación cumple un rol importante en la definición del comportamiento del consumidor y en la decisión de compra; también se le

considera a la motivación como una necesidad que influye hacia una persona a actuar de cierto modo en busca de la satisfacción deseada.

En cuanto a las motivaciones del turismo oscuro, se han hecho algunos estudios empíricos para evidenciar las variadas motivaciones en sitios turísticos asociados a la muerte. Estos estudios se han realizado primordialmente en Europa occidental, destacando la parte de Alemania, Polonia y sus campos de concentración, así como en Asia, principalmente Japón y China. Es importante resaltar que aunque existen académicos que analizan el fenómeno del turismo oscuro en Latinoamérica, son pocos los que se centran en estudiar las motivaciones. Uno de estos académicos es Korstanje (2015), académico argentino, quien declara que se necesitan más investigaciones en torno al turismo oscuro en el mundo hispanohablante, ya que aunque la práctica ya es muy conocida, el estudio sobre este fenómeno es incipiente, con lo que se contribuye a la ignorancia y a la falta de productos turísticos relacionados que pueden ser una forma de aprovechar los ya existentes desde la perspectiva del turismo oscuro.

México como una potencia en turismo necesita ser aprovechado principalmente por la variedad de recursos naturales y culturales con los que cuenta. Pero es necesario realizar estudios empíricos que demuestren que algunas modalidades de turismo pueden ser realizadas con el patrimonio existente, reconociendo la diversidad de motivaciones en las prácticas turísticas. Por esta razón este estudio persiguió conocer las motivaciones de los desplazamientos turísticos a sitios y eventos asociados a la muerte que se pueden encontrar en México, entre ellos festividades, museos de muerte y masacre, exposiciones oscuras, además de los lugares de descanso o cementerios. Entre otras cosas, esto permitirá que se planeen y desarrollen productos turísticos en el marco del turismo oscuro en México. Conocer las motivaciones en el turismo oscuro puede ser útil para crear productos que estén relacionados con las necesidades y deseos de los turistas y se acoplen a las exigencias del mercado turístico que impera en la actualidad. Este conocimiento también ayudará a los desarrolladores de productos turísticos para que apuesten por dedicar atención a esta modalidad.

Por otra parte, esta investigación permitirá entender también la importancia de las crecientes modalidades en turismo aún no reconocidas oficialmente ni estudiadas en el país pero que pueden ser muy redituables, económica y culturalmente. Además puede contribuir a dar a conocer las investigaciones de este tópico en el mundo hispanohablante y su creciente importancia en el marco del turismo mundial.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Antecedentes

Las definiciones de turismo son diversas ya que el turismo es un fenómeno global y se puede entender desde distintos enfoques, dependiendo de la dimensión sobre la cual fijemos nuestra atención, ya sea la económica, la cultural, la geográfica, la social, por mencionar algunas. Aunque existen diversas definiciones de turismo, hasta el momento no hay alguna que satisfaga ampliamente debido a las diferentes posturas con las que se le ha podido estudiar. Sin embargo cabe resaltar la opinión de la Organización Mundial del Turismo. Dicha organización define al turismo como «el conjunto de actividades desplegadas por las personas durante sus viajes y sus estancias en lugares situados al exterior de su medio ambiente habitual por un período consecutivo que no supera un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos que no estén vinculados a una actividad remunerada en el lugar visitado» (OMT, 1995, citado en Delisle, 2011, pág. 17). Sin embargo, esta es una definición que es poco profunda, pero que tiene la innegable ventaja de facilitar la contabilidad anual del número de turistas nacionales e internacionales, de ingresos y de gastos turísticos (Delisle, 2011).

Como tal, el turismo es un fenómeno social en auge y en constante crecimiento tanto en práctica como en investigación. Es sin duda un hecho social innegable que crece año con año de una manera considerable reflejado en millones de llegadas alrededor del mundo. Tan solo los mercados internacionales registraron un aumento del 4.5 % en el año 2015 con respecto al año anterior (Vargas et al., 2014). Así pues, el sector turístico, como parte integrante de esta economía cambiante, debe asumir el peso creciente de los turistas y lidiar con los impactos económicos que crea. Para ello, es fundamental la investigación. En efecto, ésta se convierte en la pieza clave para los nuevos retos a los que ha de enfrentarse el sector turístico (Vargas et al., 2014).

Sin embargo, aunque en el resto de los sectores la investigación ha movilizad

clara falta de teoría que sustente nuevos cambios en el turismo lo que contribuye a que no se le dedique la misma importancia que otros sectores. Es más, en la mayoría de las ocasiones, el turismo ha carecido de bases y ha estado sometido a escasa revisión científica.

Los cosmopolitas y el nuevo turista

Aunque el turismo receptor ha crecido en el mundo a pasos agigantados sobre todo en destinos de sol y playa, los estudios sobre nuevas tendencias en turismo sitúan al “nuevo turismo” como la clave en nuevos mercados estratégicos (Vargas et al., 2014). El llamado nuevo turismo tiene un perfil del visitante que lo practica, bien marcado y diferenciado y que puede marcar tendencia y establecer un ritmo creciente en el ciclo de vida de los productos turísticos. El visitante es sencillamente conocido como “el nuevo turista”, al no ser fácilmente encasillable dentro del turismo de “masas”; dicho nuevo turista es descrito por Vargas et al. (2014) como *cosmopolita*. Según explica Roland Gassner, director del área de viajes de Gfk, los consumidores cosmopolitas se definen como “consumidores abiertos de mente que poseen valores personales como la curiosidad, la individualidad y el interés por el aprendizaje” (citado en Vargas et al., 2014, p 11). Así, dentro de las características de los cosmopolitas destacan su “apertura a las innovaciones” y su “orientación a la calidad”.

Estos visitantes persiguen las experiencias auténticas, exigen veracidad en la información, marcan el ritmo de las actividades dentro de sus mismos grupos sociales, son con frecuencia los “descubridores” de nuevos destinos, lo que conlleva “nuevas y mejores experiencias”. Son en pocas palabras los que abren el camino a otros turistas para que copien su comportamiento, redefinen el concepto *consumidor*, y es que estos consumidores se informan, comparan e investigan en aras de mejorar su aprendizaje (Vargas et al., 2014). Sin duda alguna el cosmopolita y su ayuda principal, el internet, a través de las redes sociales llegaron para quedarse, el nuevo turista del siglo XXI se convierte en un “consumidor serio”.

Así como el tipo de turistas y sus necesidades han ido cambiando, también han sustituido principalmente sus destinos. Como bien lo enmarca Korstanje (2014), la historia y el patrimonio juegan un rol importante y es en el turismo cultural donde se crea el nicho perfecto para futuros submodalidades del turismo practicable por el “nuevo turista”, como se analizará más adelante en esta investigación.

Turismo oscuro: orígenes y conceptualización

El turismo oscuro, una sub modalidad del turismo cultural que se auxilia de la historia y el patrimonio material, es un tema que ha despertado gran interés por la práctica y la investigación. El turismo oscuro hace referencia al acto de desplazarse a lugares asociados con la muerte, sufrimiento y temas macabros (Stone, 2006). El término turismo oscuro o *dark tourism*, como se le conoce en inglés, fue utilizado por primera vez para explicar el desplazamiento que realizan los turistas a lugares plagados por muerte y masacres (Lennon & Foley, 1999, citados por Alcalá, 2013).

Aunque el motivo principal del desplazamiento de esta modalidad es la muerte y los temas asociados a ella, según Stone, para otros es solo un sentimiento “sádico”, característica importante en los sujetos consumidores del siglo XXI, como lo señala Bloom (2000 citado en Santos et al, 2015).

Aunque algunos puntos de la investigación en torno al turismo oscuro aún son debatidos, la mayoría de los autores coinciden en que el acto de desplazarse a sitios relacionados con la muerte no es algo nuevo (Stone, 2006; Korstanje, 2014). En la antigüedad, se puede retomar a la Edad Media como un punto importante en la historia, ya que se argumenta que las personas solían desplazarse a plazas públicas para presenciar la ejecución de prisioneros. En la Roma antigua, gente de diferentes estratos sociales abarrotaba lugares como el coliseo romano con el fin de observar las muertes sangrientas de los gladiadores (Stone, 2006).

Otro acontecimiento que abona a los orígenes del turismo oscuro es el ocurrido en 1815 cuando personas de un estrato social-económico realizaron un viaje a

Bélgica, específicamente al campo de batalla de Waterloo con el objetivo de presenciar la guerra. Otro antecedente que cabe destacar es el de 1830 en el que un grupo de personas realizó un viaje a Cornwall, para presenciar la ejecución de dos asesinos (Moufakkir & Burns, 2012, citado en Palomino 2014).

Sharpley describe que ocurrió una peregrinación producida como consecuencia de la quema de un transatlántico llamado “SS Morro Castle”. Este barco con itinerario desde Nueva York (Estados Unidos) a La Habana (Cuba) sufrió un accidente el 8 de septiembre de 1934 (Moufakkir & Burns, 2012, citado en Palomino, 2014). A raíz de esta catástrofe, cientos de personas mostraron su interés por el hecho ocurrido y comenzaron a acudir desde Nueva York y Filadelfia hasta el lugar de la catástrofe para poder presenciar los restos de todo aquello. Estos ejemplos son sólo algunos de los varios eventos que demuestran que el interés de las personas por la muerte no es algo nuevo.

La relación de los desplazamientos con el interés por la muerte ha recibido distintas denominaciones en el mundo. Al turismo oscuro se le ha llamado sencillamente *death tourism* (turismo de muerte) (DeMond & González 2013) y *thanato tourism* (Santos et al., 2015), derivado del griego *tanatós* que significa muerte. De manera similar, los desplazamientos hacia sitios caracterizados por grandes masacres y genocidios reciben por nombre turismo de desastres o pena (del inglés *tourism Grief*) (Castro et al., 2009). A este tipo de prácticas también se le ha denominado *morbid tourism*, debido a una de sus principales motivaciones, que es la morbosidad o un ‘sentimiento sádico’ (Korstanje, 2014; Bloom, 2000 citado en Santos et al., 2015).

Sin embargo, el término más utilizado, y el cual se adoptará para efectos de esta investigación, es turismo oscuro, traducción al español del inglés *dark tourism*, que a su vez fue el término acuñado por Foley y Lennon en su libro *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster* en 1996, y con el cual se le llegaría a conocer casi en todo el mundo (Lennon & Foley, 1999; citados en Álcala, 2013).

En el Reino Unido los académicos se han esforzado por investigar el turismo oscuro. En este caso, se hablaba de “*Black spots*”, o puntos negros, para referirse a las atracciones con temas relacionados a la muerte de “celebridades” o asesinatos en masa (Rojeck, 1993 citado en Raine, 2013). Son precisamente estos “puntos negros” que son atracciones atroces descritas como puntos de entretenimiento, que en un principio generaron interés para su posterior investigación por parte de los académicos del país inglés.

A continuación se presenta un cuadro propuesto por el autor del presente trabajo que resume los diferentes términos con los que se le ha podido identificar al turismo oscuro, o más bien a las relaciones entre el turismo y la muerte (véase Tabla 1).

Tabla 1 Diferentes conceptos asignados a la relación del turismo con la muerte.

Autor(es)	Término	Se refiere a
(Rojeck , 1993 citado en Raine , 2013)	<i>Black spots</i> o puntos negros	Centros relacionados con muertes de celebridades que atraen a muchas personas.
Lenon y Foley ,1996 citados en Àlcala 2013)	<i>Dark tourism</i> o turismo oscuro	Fenómeno que abarca la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre tanto reales como no reales.
Bloom ,2000 citado en Santos et al.,	<i>Morbid tourism</i>	La actividad está relacionada con un desastre natural.

2015)		
Tarlow (2005)	Turismo de nostalgia	Tanto las víctimas como los visitantes relacionados de alguna forma con el suceso se desplazan a los sitios donde hubo muerte y sufrimiento, ya que son motivados por la “nostalgia” y la tristeza que sienten cuando están allí.
(Seaton, 1996 citado en Chunhui et al., 2006)	Tanatoturismo (<i>thanatourism</i>)	Se refiere al griego <i>tanatós</i> que significa muerte. Hace referencia a los sitios donde hubo muerte.
Castro et al. (2009)	<i>Tourism grief</i>	Para referirse al <i>dark tourism</i> practicable en zonas donde hubo genocidios y grandes masacres.

Fuente: Elaboración propia.

Todos estos esfuerzos por conceptualizar a esta práctica obedecen a definiciones diferentes aun cuando se habla del mismo tema. No queda del todo claro cuáles son las variables más importantes asociadas con esta conducta o prácticas, ni cuáles son los límites morales del fenómeno. Algunos investigadores sugieren que el turismo oscuro representa una tendencia sádica o sentimiento macabro que caracteriza a la sociedad postmoderna (Bowman & Pezzullo 2009; Korstanje 2016). Otros especialistas sugieren que el fenómeno evidencia la necesidad antropológica de comprender la vida a través de la muerte de otros (Biran, et al., 2011).

Aunque se reconocen varios términos que pudieran ser aplicables a esta modalidad, como los mencionados anteriormente, es más práctico utilizar para efectos de esta el término turismo oscuro. Esto a su vez permite hablar

ampliamente sobre la práctica sin caer en especificaciones que obstaculizarían su entendimiento pero a su vez hablar de sub modalidades.

A partir de la relación de los viajes con los grados de muerte, se puede hablar de sub modalidades en el turismo oscuro. Una de estas es llamada *suicide tourism*, la cual se relaciona con visitas guiadas a países donde es legal la muerte asistida y así conocer la muerte o suicidio asistido de familiares, amigos, compañeros o incluso desconocidos (DeMond & González 2013). Otra sub modalidad es el llamado *fright tourism* (turismo de susto/miedo) cuando el destino provoca un susto o miedo en el turista a través de la muerte (Bristow, 2004).

Enfoques del turismo oscuro

A partir del estudio del fenómeno del turismo oscuro se han desarrollado tres principales perspectivas o enfoques, desde el punto de vista de la oferta, la demanda y un tercer enfoque integrando ambas, con el objetivo de entender algunas de sus principales características (Seaton y Lennon, 2004 citados en Santos et al., 2005).

La primera perspectiva se centra en la oferta, es decir en los visitantes que se desplazan a destinos comunes relacionados con el desastre y lo macabro, que a su vez se popularizan por la propia demanda. Precisamente algunos lugares de turismo oscuro donde murieron celebridades fueron concebidos como tal cuando empezaron a atraer una gran cantidad de visitantes, ejemplos de esto son el caso del asesinato del presidente de Estados Unidos Jonh F. Kennedy y donde ocurrió el accidente automovilístico de la princesa Lady Di en Francia.

En segundo lugar está la perspectiva de la demanda, la cual tiene que ver con las principales motivaciones para visitar, enfatizando que el individuo desea tener encuentros relacionados con la muerte como lo afirman Seaton y Lennon (2004 citados en Santos et al., 2015).

El tercer enfoque analiza la necesidad que tiene la demanda del tipo de oferta que ofrece el turismo oscuro, considerando que las atracciones sufren alteraciones

para orientarse a esas mismas necesidades de los turistas, auspiciado por motivaciones. Según Sharpley y Stone (2008) estas motivaciones dividen a los visitantes entre los que tienen un bajo interés del tema, que se encuentran en la atracción como resultado de un viaje con otros propósitos; turistas comprometidos, que buscan la autenticidad y van a lugares que no pretendían ser una atracción y; visitantes informados que investigan y se desplazan intencionalmente a lugares que están constituidos como atracciones.

Clasificación de los sitios de turismo oscuro

Como se propuso al principio de la investigación es importante reflexionar y sobre todo proponer un lenguaje para expresarse correctamente cuando se habla de un fenómeno social como el turismo oscuro. Además de conceptos surgen en todo caso las características que se encuentran implícitas en el fenómeno que se presentan cuando se analiza al turista y al destino y cómo se desarrollan entres si, así pues surge la inherente necesidad de crear una tipología de los sitios que para el interés de los turistas oscuros puedan describirse como tal.

Para tales efectos retomemos la construcción social como un antecedente de todos los destinos, que aunque pueden ser naturales, culturales o mixtos siempre se desarrollarán en función de la creación y recreación que las personas les otorguemos. Así pues los autores Hernández y Monterrubio señalan que “Los estudios del ocio, la recreación y el turismo han contribuido desde hace ya varios años a la reflexión sobre el lugar turístico, principalmente desde los estudios geográficos, económicos y administrativos” (2016, pp. 1-2). Se parte de la premisa de que toda actividad humana es una actividad social, y de que la actividad social implica símbolos y significados para poder ser social. Así pues el espacio turístico se construye a partir de practicarlo como tal, mediante sus usos, como una construcción social (Hernández y Monterrubio, 2016). La construcción social y el uso del lugar es creado por los turistas, que en este caso predomina su sentir “sádico” y “morbosidad” como predominantes que conceptualizan y delimitan al turismo oscuro, entre los principales factores que detonan el desplazamiento (Stone, 2006).

Stone (2006) creó una tipología que examina el consumo de turismo oscuro con la oferta. En esta tipología el turismo se clasifica en uno de los seis grados que van desde lo más "claro" a lo más "oscuro", basado en cómo las atracciones y las experiencias se miden en la medida en que el interés en la muerte se expresa en la oferta.

Esta tipología se basa en cómo la muerte y el lugar en donde ocurrieron las tragedias son manipulables por las características intrínsecas del lugar, de esta forma se le otorga cierta importancia política e histórica. Esta tipología también utiliza algunos factores para medir su nivel de "oscuridad" (véase Tabla 2):

Factores:

- 1.- Localización.
- 2.-Infraestructura.
- 3.-Orientación educacional.
- 4.-Tiempo de llegada al sitio.
- 5.-Autenticidad del producto.

Tabla 2 Tipología de grados de oscuridad.

Darkest	Darker	Dark	Light	Lighter	Lightest
---------	--------	------	-------	---------	----------

Fuente: Stone (2006)

La celda "*Darkest*" es la casilla más oscura por tener una mayor autenticidad, por ser apenas un "recurso en bruto", y "*Lightest*" es el sitio con mayor infraestructura y planta pero encontrándose "*falto de autenticidad*". Esta tabla ayuda a comprender los avances que se han hecho en torno a la oferta que existe y su posible clasificación tomando como punto de partida los factores mencionados arriba para una mejor delimitación de los sitios.

Aunque todos los destinos son desarrollados a partir de las propias construcciones sociales que les otorgan las personas, la mayoría son delimitados por los sucesos y la historia que allí se desarrollaron; por esta razón en algunos casos no son

concebidos como tales para la práctica del turismo oscuro. Sin embargo cabe destacar que se han hecho estudios en torno a los lugares que puedan ser catalogados como “oscuros”, de hecho algunos autores como Stone (2006) mencionan incluso una tipología para explicar los distintos espacios de diferente forma. Estos sitios enunciados por Stone dejan en claro que la oferta para practicar turismo oscuro puede incluso ser más grande de lo que se pueda imaginar. Los diferentes productos turísticos identificados por Stone son: fábricas de diversión oscura, exhibiciones “oscuras”, las exposiciones de museos entorno a la muerte, mazmorras o calabozos, lugares de descanso como cementerios, santuarios, lugares de conflicto y campamentos de genocidios (Stone, 2006).

Según Stone (2006), lo que él llama “fábricas de diversión oscura” están enfocadas al ocio y al entretenimiento del visitante, como se refleja en el *London’s dungeon*; en este calabozo inglés los visitantes recorren exposiciones sobre la muerte y la tortura del medioevo.

Por otra parte las “exhibiciones oscuras” hacen referencia a las exposiciones que giran en torno a la muerte para concientizar a los visitantes sobre las guerras y ataques terroristas; ejemplo de esto es el museo Smithsonian de Historia Americana, donde se observan algunos artefactos utilizados por terroristas. Como dato importante cabe aclarar que Tarlow (2005) habla al respecto sobre la concientización y sensibilización de las personas a través de la muerte, es la “nostalgia” que motiva a las personas al desplazamiento.

La tipología propuesta de sitios oscuros reportaría un beneficio educativo, ya que las mazmorras o calabozos son usados con un fin educativo para aprender sobre historia; las galerías en Nottingham, ubicadas en Reino Unido, son un ejemplo de esto. Los cementerios y santuarios, aunque de poca infraestructura para acoger muchos visitantes, son destinos utilizados para recordar a los ya fallecidos, un ejemplo puede ser el sitio del trágico accidente de coche de la princesa Diana en París que ha sido un destino para muchos turistas.

Los lugares de conflicto giran alrededor de las guerras y sitúan a la muerte como un producto altamente accesible, son campos donde se libraron grandes batallas. Un número de operadores turísticos se dedican ahora a ofrecer viajes a diferentes campos de batalla, ya sea específicamente o como parte de un itinerario de vacaciones más amplio.

Por último los campamentos de genocidios o campos de concentración representan sitios y lugares relacionados con el genocidio, la atrocidad y la catástrofe como el principal tema, y por lo tanto ocupan los bordes más oscuros del turismo oscuro (Stone, 2006). Si de grados de oscuridad se hablara, es precisamente el caso de Auschwitz, Birkenau y Dachau, campos de concentración famosos por ser la sede de numerosas muertes de Judíos y otros parias a manos de los Nazis, el que atrae a un número considerable de visitantes. El campo de Auschwitz por sí solo recibe cerca de 1,180,975 visitantes en promedio al año (Sparrow, 2015).

Por otra parte Lennon y Foley (2000, citado en Santos et al., 2005) proponen otra clasificación de patrimonio oscuro. Esta clasificación más amplia que la propuesta por Stone (2006) integra al enfoque de la oferta y la demanda de Seaton y Lennon (2004 citados en Santos et. al, 2005) con un ejemplo en cada caso.

1. Turismo del campo de batalla: Desastre en el mar: Wilhelm Gustloff; Gettysburg: la tierra sagrada.
2. Turismo de cementerio, relacionado con la oferta propuesta de Stone de lugares de descanso como los cementerios de Arlington en Texas.
3. Turismo de desastre o *grief tourism* según otros autores: Huracán Katrina, y el Tsunami de Tailandia.
4. Turismo del fantasma: Turismo del fantasma en Escocia.
5. Turismo del holocausto: Auschwitz: un recordatorio severo del holocausto y el Museo de Anne Frank en Amsterdam, ubicado en Países Bajos.

6. Turismo de prisión: la prisión de Alcatraz.

Esta clasificación de enfoques conlleva al patrimonio con el que se cuenta a una clasificación que varía entre otras cosas desde la perspectiva de la oferta y la demanda, que como se puede observar es la muerte sintetizada en diversos productos, que a su vez hacen preguntarnos ¿Por qué la muerte es un recurso? Y entre otros factores ¿cómo es que llega a convertirse en un producto?

La muerte comprendiéndola como recurso

Como ya se explicó anteriormente, la fascinación por visitar sitios relacionados con la muerte no es algo nuevo; es sin duda alguna un “escape” producto del ocio. De esta forma los romanos entretenían a la plebe y a la nobleza por igual, mediante los juegos sangrientos que se organizaban en el coliseo romano. Casos similares de entretenimiento con la muerte como recurso, aunque no directamente, ocurrían en la Edad Media cuando se hacían ejecuciones públicas; éstas tendían a cumplir el mismo efecto en la población. Estas demostraciones de desplazamientos motivados por la muerte encajan con la declaración que hacen Bowman y Pezullo (2011, citados en Korstanje, 2014); para estos autores, los visitantes que se desplazan a sitios asociados a la muerte lo hacen porque la muerte por si sola es un objeto de “fascinación”.

Esta fascinación es descrita por muchas comunidades que viven con el recuerdo de un evento traumático, pues se cree que su identidad comunitaria, que se trasluce en tradiciones y costumbres, está íntimamente ligada a masacres o genocidios. El sufrimiento y el recuerdo de la muerte parece ser en este sentido lo que atrae a algunos visitantes y como consecuencia se transforma de “recurso” a producto y se vende al mercado internacional (Poria, 2007, citada en Korstanje, 2011).

Está claro que la interpretación que se le da al patrimonio varía de una persona a otra, esto en relación con el sitio. La relativa importancia que le da la comunidad local influye también en el significado que se le puede otorgar al patrimonio (Biran

et al., 2011). Se encuentran diversos casos que apoyan esta afirmación, por ejemplo los estudios realizados en el fuerte Siloso en Singapur y la zona cero de New York resaltan que se debe hacer una distinción entre dos tipos de turistas, siendo este el “ordinario” que no le une nada al sitio y solo acude por ocio, y el segundo tipo son turistas que están “conectados” al sitio y se identifican con el mismo (Biran et al., 2011). La conexión primaria que tienen con el sitio, pudiendo ser familiares de las víctimas entre otras conexiones, refleja la motivación principal por la que se desplazan al sitio, el patrimonio entonces es el sitio donde se da esa conexión, estas motivaciones son precisamente las que serán analizadas a lo largo de esta investigación.

Aunque en su mayoría los académicos que estudian al fenómeno turístico y a la corriente del turismo oscuro analizan a la oferta en la que es practicable, también se han realizado algunas investigaciones en torno a las motivaciones que subyacen al individuo que practica y consume turismo oscuro.

Motivaciones

En términos generales se puede decir que la motivación es la “palanca” que provoca todo tipo de conducta, es decir, el motor que causa las diferentes acciones del ser humano. Además, como afirma Núñez (1996, citado en Bacete y Betoret, 2014), la motivación no es un proceso unitario, más bien abarca componentes muy diversos que ninguna de las teorías elaboradas hasta el momento ha conseguido integrar, de ahí que uno de los mayores retos de los investigadores sea el tratar de precisar y clarificar qué elementos o constructos se engloban dentro de este amplio y complejo proceso psicológico al que se le llama motivación.

Sin embargo, a pesar de las discrepancias existentes, la mayoría de los especialistas en psicología coinciden en definir la motivación como un conjunto de procesos implicados en la activación, dirección y persistencia de la conducta (Beltrán, 1993; Bueno, 1995; McClelland, 1989, citados en Bacete y Betoret, 2014).

Existen varias teorías sobre la motivación. Una de las más populares es la de Maslow (1943), muy aceptada por su sencillez y la cual se fundamenta en las necesidades de los seres humanos. Maslow clasifica entre las necesidades básicas a las fisiológicas, las de seguridad y las sociales, y a las de estima y autorrealización como superiores. El humano es un ser lleno de aspiraciones y en su comportamiento y desarrollo las necesidades constituyen una motivación.

Aunque las motivaciones son razones internas que subyacen a una conducta, los motivos condicionarán tales razones mediante situaciones externas a los individuos, como señala Wong (2000, citado en Palmero, 2005). Las motivaciones pueden ser analizadas al menos en dos niveles: por una parte, preguntando *por qué* un individuo exhibe ciertas manifestaciones conductuales y por otra preguntando *cómo* se llevan a cabo tales manifestaciones conductuales. En resumen, los psicólogos aluden al término *motivo* como “el estado que activa y dirige la conducta del individuo” (Palmero, 2005, p 3) . Así, las motivaciones explicarían por qué nos comportamos como lo hacemos en determinados momentos, y constituyen los estímulos conscientes e inconscientes, biológicos, psicológicos o sociales, que nos mueven a una acción dirigida a una meta deseada.

La motivación es algo intangible; se infiere sobre su existencia por razones que se muestran en la conducta de los individuos, los seres humanos demuestran que “algo” les “motiva” por su comportamiento, aunque como señala Wong, citada anteriormente, esto obedece a un estímulo externo.

Se puede teorizar que como punto de referencia la motivación está influenciada por factores culturales, así muchas conductas que demuestran los seres humanos son producto del factor social. De esta forma diversas conductas tienen su influencia en el centro de la sociedad y es que es precisamente la sociedad la que pone “límites” y enmarca qué es una “necesidad” biológica y psicológica, y qué no lo es. Ejemplos de esto se notan en la elección de destinos para “hacer turismo”. Si un destino es muy visitado por las personas de determinado estrato social, su opinión influye en las motivaciones de sus grupos sociales, de esta forma un

destino es popular y se elige o simplemente es ignorado. Por tanto el factor motivacional es muy importante para los especialistas que crean nuevos productos (Bacete y Betoret, 2014).

Factores push y pull

Según Palmero (2005), las motivaciones han sido abordadas desde diferentes posturas disciplinarias. Una de ellas es la psicología, que refiere a las motivaciones como un constructo psicológico; éstas tienen elementos llamados *pull*, que hacen referencia a los “motivos”, es decir a factores externos al individuo, siendo estos elementos como el clima, en el caso del turismo de sol y playa, sitios culturales como los museos y zonas arqueológicas. Por otra parte Dann (1997, citado en Blanco et al., 2011) también hace referencia a los factores personales e interpersonales conocidos como factores *push* que tienen que ver con las causas que mueven a una persona a visitar un lugar determinado. De esta forma se comprende que en los factores *push* y *pull*, es decir factores de empuje y de arrastre, el primero es interno, del que se deriva la motivación intrínseca, y el segundo es externo, del que deriva la motivación social (Blanco et., 2003). Esto se puede ilustrar de la siguiente manera. Un individuo desea salir de su rutina y olvidarse del trabajo y la cotidianidad; esta motivación representaría el factor *push*, debido a que es intrínseco y ‘nace’ del individuo. Este escape de la cotidianidad lo puede efectuar en distintos destinos, que podrían ser uno de sol y playa, un destino cultural, un lugar de aventura, por mencionar algunos. Cada uno de estos destinos posee atributos que lo diferenciarán de los otros y permitirán la elección del mismo; a estos atributos se les denomina factores *pull*, y pueden representarse en características como el clima, la distancia, el tiempo de recorrido, el precio, entre muchos otros. Estos factores motivacionales son cruciales para conocer el comportamiento de los turistas.

Motivaciones turísticas

Cuando se habla de motivaciones, suele encontrarse con un “mar de información”; diferentes posturas, posibilidades y teorías han sido expresadas,

definidas e incluso rechazadas. De hecho el exceso de información sobre el tema de las motivaciones puede ser un verdadero contratiempo para el investigador, dado que algunos estudios recientes suelen oponerse a lo que en un principio se declaró como base para su posterior investigación (Flores, 1974).

Algunos especialistas citados por Flores (1974), tales como Vazquez y Arrillaga, señalan que clasificar las motivaciones y en especial las motivaciones turísticas sería un trabajo arduo y muy extenso por lo cual las principales motivaciones parten de las necesidades turísticas de un individuo que se destacan en la tabla 3. Las necesidades o causas subjetivas a las que atienden las motivaciones de una persona para realizar viajes turísticos se aprecian en la siguiente tabla.

Tabla 3 Necesidades Turísticas.

Causas subjetivas o necesidades turísticas
1.- Necesidades religiosas
2.- Necesidades terapéuticas
3.- Necesidades de reposo y descanso
4.- Necesidades deportivas
5.- Necesidades culturales
6.- Necesidades de diversión

Fuente: Flores (1974).

Para hablar de motivaciones turísticas es necesario tener en cuenta los factores culturales, sociales, incluso la educación, metas y objetivos del individuo (Flores, 1974). Es, con razón, la motivación turística una apoteosis del fenómeno turístico, donde subyacen todos estos factores y ayudan a arrojar luz sobre el tema del turismo oscuro, ayudando a entender el por qué del turismo.

En *Estudios Turísticos*, Arrillaga hace mención del concepto necesidad, según él , el “*turista es aquel que viaja para satisfacer una necesidad en concreto*” (citado en Flores, 1974, pp-531); entonces se puede decir que las motivaciones turísticas

obedecen a una serie de necesidades del ser humano que se distinguen entre causas objetivas y subjetivas (Flores, 1974).

Cada una de estas necesidades subjetivas que enmarca Arrillaga admitiría un estudio especializado, pero señala a grandes rasgos dónde se pueden encasillar las diferentes motivaciones turísticas que existen. Sin embargo, esas “necesidades” obedecen a un criterio selectivo de Arrillaga, donde se ha tratado de comprender, en los más grandes apartados posibles, toda esa infinita multiplicidad de razonamientos de que pueda ser capaz el viajero (Flores, 1974).

A continuación se hace mención de las distintas motivaciones que surgen como medio en el proceso de la motivación y en su fin (ver Tabla 4).

Tabla 4 Principales motivaciones turísticas.

Autores	Motivaciones turísticas	Se refiere a
Ryan ; Flores ; Fodness; Uyzal y Yoon	Evasión	La motivación para dejar el lugar donde se vive, trabaja y se estudia, lo opuesto al sedentarismo y la cotidianidad, por supuesto el turismo es la antítesis para la rutina. Parecida a la que Ryan llama como <i>wish fulfilment</i> , dónde se persiguen lo sueños que parecen ser inalcanzables.
Ryan	Prestigio	Los destinos son elegidos de acuerdo al “estilo de vida” y estatus del grupo social de los individuos, con el fin de mostrar su nivel adquisitivo y social.

Ryan	Interacción social	La oportunidad social que se da en las vacaciones responde a una necesidad básica humana de relacionarse con otros individuos, incluso con aquellos alejados del grupo social al que se está acostumbrado el individuo.
Ryan	Autorealización	El viaje no es sólo una opción para descubrir destinos y atracciones, es también una oportunidad para “redescubrirse a sí mismo”. Responde a la necesidad culminante de un individuo, propuesta en la pirámide de las necesidades de Maslow.
Ryan	Compras	Las compras son de hecho un factor motivacional importante para salir de viaje, sobre todo en los países capitalistas.
Ryan	Fortalecer los lazos familiares	Este motivo en especial es un subconjunto de las motivaciones como la oportunidad social, evasión, juego, descanso entre otras, en donde se busca establecer contacto con los parientes.
Ryan	Oportunidad sexual	Un aspecto de la interacción social es la oportunidad de mantener relaciones ya sean románticas o físicas, es una oportunidad para “perder” el sentido de responsabilidad en estos aspectos.

Uyza l y Yoon ; Ryan	Relajación	El deseo de recuperarse de la vida moderna está relacionado con la motivación del escape.
Uyza l y Yoon; Ryan	Juego	El deseo de divertirse o pasar un tiempo de recreación.

Fuente: Flores (1974); Ryan (2003); Uyza l y Yoon (2003)

Cada una de estas motivaciones admitiría un estudio especializado, ya que éstas motivaciones principales sirven para englobar a otras muy parecidas. Desde luego algunos autores como Miguel Flores las considerarían aparte, pero en esta investigación, se reflexionó sobre las implicaciones y características de cada motivación y su importancia, por lo tanto se elimina a “gregarismo” como una motivación principal al igual que “hábito”, ambas enlistadas por Flores (1974), éstas motivaciones están relacionadas con el “prestigio” mencionado arriba, por la característica que comparten al estar influenciados directamente por el reconocimiento de la sociedad. El mismo caso pasa con la motivación del “disfrute vacacional” que está relacionada con la relajación, evasión y el juego. Esta tabla de motivaciones obedece a un criterio selectivo, donde se ha tratado de comprender, en los más grandes apartados posibles, la multiplicidad de deseos que pueda tener el viajero. La tabla anterior muestra las principales motivaciones y en las que coinciden algunos autores. Por supuesto que de algunas de estas motivaciones se derivan otras y se relacionan, como la relajación con la motivación del escape.

Se creó que algunas motivaciones para viajar son sólo un telón de fondo para esconder otras motivaciones, por ejemplo la interacción social en muchos casos es utilizada para mantener relaciones sexuales y relaciones románticas.

Hablar de motivaciones implica hablar de los diferentes segmentos de mercado que en su mayoría se ven influenciados por factores psicosociales. Entender cada uno de los factores sería un arduo y complicado trabajo, como ya se explicó, pero los ejemplos ya mencionados muestran que en cuanto a investigaciones en torno a las motivaciones todavía pueden hacerse notables hallazgos.

Motivaciones en el turismo oscuro

Si las motivaciones turísticas pueden ser tan variadas como los segmentos de mercados y los diferentes turistas, es natural pensar que un segmento de mercado que practique turismo oscuro pudiera tener como única motivación el disfrute con el sufrimiento ajeno.

Aunque esto no puede estar más alejado de la realidad, es preciso reconocer el interés académico sobre el mundo del narcotráfico en relación al turismo oscuro, o la cuestionable comparación de los destinos “oscuros” con las experiencias del fenómeno social de la migración (López, 2016). Estas ideas exigen una revisión amplia sobre la literatura en torno al turismo oscuro y sus motivaciones.

Como ya se indicó en los párrafos anteriores, en las nuevas investigaciones que se hacen en torno al turismo oscuro indican que un número de individuos asisten a sitios de turismo oscuro por razones personales. Algunos visitan sitios de muerte y desastre como una manera de expresar el interés social que tienen por ello. Otros van por aprender acerca de la historia que hay detrás del evento, como aquellos que visitan los campos de batalla para conocer tácticas militares. Lo que Tarlow (2005) llama Nostalgia se ve reflejada en los desplazamientos que los individuos realizan para evocar a familias que se encuentran relacionadas con las víctimas, interactuando de esta forma con amigos o personas allegadas; un ejemplo de ello puede ser ir a conocer a un veterano de guerra y su familia (Tarlow, 2005). Esto demuestra la diversidad de factores *push* en el turismo oscuro.

Según Tarlow (2005) existen cuatro sentimientos que interactúan en el estado psicológico/emocional del turista, que en mayor o menor grado motivan al turista; estos son inseguridad, gratitud, humildad y superioridad. La inseguridad se refleja

por ejemplo cuando se visita un campo de concentración o algún sitio parecido de tortura, creando miedo e incertidumbre en el individuo, la gratitud por supuesto se añade como sentimiento. La gratitud o “anhelo por el presente”, como le llama Dann, se refleja cuando el visitante tiene sentimientos de agradecimiento por estar en vivo en contraposición con la víctima. Los sentimientos de humildad están intrínsecamente relacionados con los que Dann identifica como *Juggling Justice* que se analizará más adelante, y solidaridad y nostalgia que mencionaba Tarlow (2005), ya que reflejan el estado moral de los visitantes ante situaciones de desastre (Dann,1998). Visitando una atracción de turismo oscuro se pueden alcanzar múltiples sentimientos, tanto como que éste puede ser visto de distintas maneras. Visitar un campo de batalla puede provocar en el turista sentimientos de romanticismo, porque el visitante puede imaginar batallas por motivos específicos. Sitios de barbarismo hacen que el visitante sienta compasión por las víctimas, y a su vez, superioridad del autor del acto, que demuestra qué tan crueles pueden llegar a ser los humanos, en este caso se menciona por ejemplo un campo de concentración nazi.

Es interesante para los profesionistas que estudian el fenómeno del turismo oscuro resaltar que los estudios que realiza Peter Tarlow en torno a las motivaciones, que se centran en la relación visitante – víctima; se deja entrever que esta corriente de turismo oscuro quizás sea consecuencia de una marcada “solidaridad” y por lo tanto cause un sentimiento de tolerancia.

Otros especialistas en el tema de turismo oscuro como Dann (1998, citado en Zheng et al., 2016) hacen una delimitación en las motivaciones oscuras y las agrupa en ocho motivos, de los cuáles algunos se diferencian de los mencionados por Tarlow; éstos se enlistan a continuación:

- 1.- “Miedo a los fantasmas”: Es la sensación de miedo y angustia a los fenómenos inexplicables y a los “seres sobrenaturales” que se alega que existen en un plano espiritual.

2.- “Persiguiendo el cambio”: La motivación que engloba la curiosidad y las ansias por descubrir “lo nuevo” conlleva una dosis de adrenalina, visitar lugares clave aunque no muy conocidos respecto al turismo oscuro, pero que influyen en otros destinos.

3.- “Añoranza de antaño”: La búsqueda de la nostalgia, es otra motivación turística, sobre la que se ha escrito mucho, básicamente se argumenta sobre lo tedioso de las personas y su vida actual, entonces las personas buscan un “consuelo” en su pasado. Las personas anhelan su pasado.

4.- “Nutrición de maldad”: La motivación idónea que tiene que ver con la muerte y el sufrimiento. Esta motivación donde básicamente se “compra” y se “paga” por el sufrimiento de terceros está claramente relacionada al capitalismo, lo que a su vez genera un aumento de violencia.

5.- “Conciliación”: Esta motivación es la antítesis a la “Nutrición de la maldad” pues evoca sentimientos de justicia, para que los crímenes perpetrados por asesinos sean castigados.

6.-“Progreso real”: El autor declara que esta es una motivación opuesta a la “Nostalgia”, ya que según ilustra Dann, a través de ver, escuchar y sentir de cierta forma los horrores de los destinos oscuros, hace que se sientan agradecidos por tener la vida, libertad y comodidades que pudiera gozar en ese momento.

7.-“Cotejar a la muerte”: Se destaca el nivel de peligro al que están sujetos los destinos oscuros. Dann subraya la diferencia entre un turista y el que es conocido como viajero. Mientras el primero necesita seguridad y comodidades para sentirse bien en un destino, el segundo opta por destinos poco conocidos y con cierto nivel de peligro para su integridad física y psicológica.

8.-“Promoción postmodernista”: MacCanell dice al respecto del turismo oscuro y los turistas que lo practican, que son como “muertos” (citado en Dann, 1998) inclusive se les compara con “máquinas” que solo se dedican a consumir cualquier producto.

Parece ser que Dann (1998), se enfocó en los destinos “oscuros” que tienen más visitantes y en función de lo que observó, desarrolló su lista de los principales motivos oscuros. De esta forma llamó a la motivación miedo a los fantasmas a lo que él consideró atraía a los visitantes a las casas de terror y otros sitios considerados “sobrenaturales”.

Muchos sitios forman parte de la identidad de una nación, que puede hacer que el visitante se sienta orgulloso, y con ello llegar a pensar que “las personas les sobrevivieron a las víctimas de algún lugar. Visitar un sitio donde ocurrió una tragedia puede hacer que se perciba el misticismo que envuelve al lugar, especialmente donde existe una relación entre el visitante y aquel que sufrió el acontecimiento. Entre más cercana la relación, más fuerte será la experiencia; incluso más amplia es la sensación mística de espiritualidad que está basada en el sentido común del ser humano que la conexión que hay con el lugar (Titta, 2010).

Consecuentemente las motivaciones de turismo oscuro, a las que se refieren los autores ya mencionados, se pueden agrupar de manera sencilla como lo muestra la siguiente propuesta, basada en las motivaciones en las que coinciden los autores, tomando en cuenta las más citadas, su importancia, su relación y las que con frecuencia producen más desplazamientos a los destinos “oscuros”:

Educación- histórica: Esta motivación comprende los motivos relacionados con la educación profesional y la educación moral.

Nostalgia-solidaridad: Esta motivación exagera el sentimiento de añoranza sobre lo perdido, implica un sentimiento de ser solidario y responsabilizarse sobre los acontecimientos mundiales para “evitar” o disminuir tragedias.

Sentimiento sádico-superioridad: Implica un gusto por la violencia, el sufrimiento al estar en lugares plagados por el dolor y una lujuria sangrienta.

De hecho se han realizado estudios empíricos que demuestran las motivaciones mencionadas en este capítulo y también la importancia de estudiar las

motivaciones turísticas en el contexto del turismo oscuro. Se menciona a continuación los resultados que arrojan los estudios en cuanto a este tópico.

Estudios prácticos: Motivaciones en el turismo oscuro

Las investigaciones recientes sobre turismo negro ha planteado la posibilidad de que las personas se sienten atraídas a los sitios de muerte y lugares de descanso de manera diferente de otras atracciones turísticas.

Un estudio muy interesante sobre motivaciones se centra en las percepciones de los turistas, relacionando la motivación, la experiencia y los beneficios en el contexto de los sitios conmemorativos sísmicos derivados del gran terremoto de Wenchuan de 2008 en la provincia de Sichuan, suroeste de China (Tang, 2013). El estudio utilizó un diseño de investigación empírica que emplean cuestionarios para recopilar datos de 255 visitantes nacionales chinos en memoriales sísmicos (o lugares afectados por un sismo) en el oeste de Sichuan (Tang, 2013). El análisis reveló que la obligación de conmemorar la desgracia, mezclada con la curiosidad representa un conjunto diferente de motivaciones al viajar a destinos oscuros, que en otros tipos de turismo. Además, la evidencia empírica sugiere también un patrón interrelacionado entre motivaciones, experiencias y beneficios. Este estudio implica que los turistas nacionales chinos fueron atraídos de manera diferente de otros lugares de interés turístico, tanto porque tendían a cumplir con su obligación de conmemoración y estaban interesados en la destrucción; las experiencias de los visitantes jugaron un papel importante mediador entre las motivaciones de viaje y los beneficios obtenidos.

Como se puede notar, la propuesta de agrupación de las motivaciones es una manera sencilla y general de englobar las motivaciones resultantes en este estudio. Las motivaciones de solidaridad-sentimiento sádico juegan un papel muy importante. La primera trae como consecuencias, según las conclusiones del

estudio, el reconocimiento de lugares y comunidades aledañas que pueden ser afectados con mayor frecuencia (Tang, 2013).

El objetivo del estudio arriba descrito consiste en discutir el modelo de experiencia de los visitantes que participan en actividades de turismo oscuro, aunque también se discuten las motivaciones. Como objeto de estudio se seleccionaron las ruinas del pueblo de Hsiaolin, Taiwán, destruido en 2009 por un tifón. Se realizaron entrevistas a 341 visitantes del Hsiaolin Village Memorial Park. Para comprobar la relación causal entre las motivaciones de los visitantes que realizan actividades de turismo oscuro, sus actitudes medioambientales y los beneficios de la experiencia en la ruinas de turismo oscuro se han empleado modelos de ecuaciones estructurales (Chang, 2014). En este estudio los beneficios de la experiencia de turismo oscuro se dividen en beneficios sociales, de aprendizaje y de alivio de la tensión psicológica. Los resultados empíricos muestran que una mayor motivación hacia el turismo oscuro puede mejorar las actitudes medioambientales hacia las ruinas y afectar en mayor medida a los beneficios de la experiencia. Además, una mayor motivación hacia el turismo oscuro puede influir directamente en los beneficios psicológicos de la experiencia, tales como el alivio emocional y de la tensión. Los beneficios según se lee son tanto para los visitantes, como terapéuticos para los visitantes (Chang, 2014).

El estudio de Tang (2013), antes citado, destacó puntualmente las consecuencias de practicar turismo oscuro, como lo es la preocupación por proteger, preservar y cuidar el patrimonio, pero haciendo a un lado los beneficios como consecuencia de practicarlo. Recalcó la importancia de las motivaciones que en este caso al principio se percibieron, según el estudio como meramente objetivas, solo queriendo preocuparse por las motivaciones educativas-históricas, sin embargo los beneficios personales que pudieron haber ocasionado, aunque no lo diga el autor, demuestran un incremento en los desplazamientos por las motivaciones nostalgia-solidaridad.

Como se reveló en los párrafos anteriores, existen estudios empíricos realizados en torno a las motivaciones del turismo oscuro, sin embargo destacan en la

mayoría ejemplos que se basan en investigaciones cuantitativas. Por consiguiente es importante reconocer la falta de estudios cualitativos que se enfoque en profundizar en las motivaciones oscuras, así como la experiencia de los turistas, la cual por supuesto es diferente dependiendo del contexto en el que se investigue como se verá en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

Introducción

El turismo oscuro que se caracteriza por los desplazamientos a sitios plagados por la muerte, las masacres y el sufrimiento, es una modalidad de turismo poco investigada en el contexto de México. Algunos trabajos iniciales como el realizado por López (2016) se han reportado como pertenecientes al fenómeno del turismo oscuro. Sin embargo su asociación de experiencias al turismo oscuro es cuestionable, porque no parece corresponder a lo escrito y evidenciado en la literatura especializada.

Aunque se sabe que es México un país con una gran riqueza de recursos naturales y culturales con frecuencia son los atractivos naturales, en especial las playas y litorales los que reciben mayor demanda para la practica del “turismo de masas”. En los siguientes párrafos se darán a conocer las principales modalidades que se practican en México y que sirven para conocer el panorama turístico del país. Es uno de los principales objetivos de está investigación, conocer los principales atractivos relacionados con la muerte en México, en las siguientes páginas se describieron los principales atractivos de turismo oscuro en el mundo basándose en las investigaciones de Stone (2006) que propone una tipología y de Biran et al. (2011) que proponen otros sitios “oscuros” a raíz de la misma tipología de Stone.

Destinos de turismo oscuro en el mundo.

Es importante conocer cómo los sitios que comprenden la oferta del turismo oscuro son en algunos casos tan conocidos, aunque por diversas razones no se les otorgue la importancia o el estatus propio como sitios “oscuros”. Estos existen y se encuentran en distintas partes del mundo. Es importante describir cada sitio así como su construcción social que se le ha dado a través del tiempo.

Stone (2006) describió desde su punto de vista una tipología que consiste en: fábricas de diversión oscura, exhibiciones “oscuras”, mazmorras, lugares de

descanso, santuarios, lugares de conflicto y campamentos de genocidios. Es en todo caso muy importante para efectos de esta investigación dar a conocer los sitios importantes, o quizá más conocidos, de turismo oscuro.

Con base en la literatura investigada, se consideraron varios aspectos para crear una lista de los atractivos más reconocidos del turismo oscuro en el mundo, Éstos se detallan en los siguientes párrafos. Estos sitios a considerar derivan en primer caso de las varias coincidencias encontradas en las investigaciones llevadas a cabo por los principales académicos reconocidos en tal caso, como son Stone (2006) y Sharpley (2008). Se consideró tomar en cuenta la tipología de atractivos que ofrece Stone, con el fin de ilustrar los diferentes sitios de turismo oscuro que pueden existir.

El campo de concentración de prisioneros Auschwitz

Tal vez los sitios más conocidos y usados como referencia al turismo oscuro sean los campos de concentración de Auschwitz y Birkenau de Europa, ubicados en Polonia, donde más de 1,100,000 hombres, mujeres y niños fueron cruelmente asesinados según el plan Nazi de los alemanes para la llamada “solución final” (Biran et al., 2011). Sobre todo conocidos por su historia y tragedia, estos sitios son el principal punto de atracción de turistas en cuanto a la modalidad de turismo oscuro, independientemente de las motivaciones que puedan tener los visitantes. El sitio cuenta con crematorios, hornos, cámaras de gas, entre otros artículos propiedad de los prisioneros (ver fotografía 1). Además la exhibición permanente cuenta con documentos, fotografías, entre otras cosas (Biran et. al, 2011).

Fotografía 1 El campo de concentración de Auschwitz.



Fuente: www.auschwitz.org, consultada agosto 2017

El calabozo Inglés

Es en el país inglés donde se encuentra otro sitio importante de turismo oscuro, es aquí donde el turismo oscuro empieza a ser investigado como una modalidad única y diferente con sus motivaciones y características bien definidas. Stone propone una oferta que él llama exhibiciones oscuras, con las que por medio de la educación busca dar a conocer la historia medieval de Inglaterra (ver fotografía 2). El calabozo londinense, producto turístico importante a visitar en Londres, abre sus puertas a los visitantes ofreciendo recorridos guiados a través de este calabozo ambientado (the dungeon, 2017).

Fotografía 2 London' s Dungeon.



Fuente: www.thedungeons.com/london/en/, consultado en Agosto 2017

La ciudad de Chernobyl

En algunos casos el producto turístico no se adecua a las personas, más bien es exactamente todo lo contrario; el ejemplo es la ciudad de Pripyat, Chernobyl ubicada en Ucrania donde ocurriera el accidente nuclear en el que perdieron la vida mas de 25,000 personas (ver fotografía 3) (Biran et al., 2011). La agencia de viajes *Chernobyl Time and Pripyat tours* proporcionan visitas guiadas a la ciudad antes mencionada, además del servicio guiado, cuentan con servicio de hospedaje, seguro de vida y comida. Según el sitio www.chernobyltime.com, (2016) cerca de 36,000 visitantes utilizaron sus servicios durante el 2016 (chernobyltime, 2017).

Fotografía 3 La Ciudad de Chernobyl



Fuente: www.energia-nuclear.net/accidentes-nucleares/chernobyl/situacion-actual, consultada Agosto 2017.

Museo estadounidense conmemorativo del Holocausto

El Museo del Holocausto de Washington es un sitio importante en turismo oscuro donde se conmemora a las miles de personas muertas durante el holocausto de la segunda guerra mundial, donde se exhiben objetos de la guerra y objetos personales de los prisioneros. Conocido en inglés como *United States Holocaust Memorial Museum* (USHMM, 2017), y erigido en 1995, este museo recibe más de 1 millón de visitantes al año (ver fotografía 4).

Fotografía 4 Museo estadounidense conmemorativo del Holocausto.



Fuente: www.ushmm.org/visit/, consultada Agosto del 2017.

La casa de Anne Frank

Este museo está dedicado a la memoria de Anne Frank quien junto con su familia se escondió del régimen Nazi en la década de los años 1940. El museo tiene por objetivo educar sobre la historia y la sociedad en los tiempos de la segunda guerra mundial y fomentar la tolerancia (Biran et al., 2011). Está ubicada en Ámsterdam, países bajos (ver fotografía 5)

Fotografía 5 La casa de Anne Frank.



Fuente: www.annefrank.org, consultado Agosto 2017

La ruta europea de cementerios

Es importante mencionar el crecimiento del turismo oscuro en el mundo, a tal grado que la Unión Europea ha tenido bien por proponer una ruta de cementerios, con el fin de dar a conocer el patrimonio funerario de Europa central (ver fotografía 6) (Biran et al., 2011). La ruta de cementerios surge como iniciativa de la *Association of Significant Cemeteries of Europe (ASCE)* que dará a conocer el patrimonio y la historia a los visitantes a través de los camposantos o lugares de descanso, como bien los describe Stone (2006).

El sitio www.cemeteriesroute.eu da a conocer el número de cementerios que se precisan dentro del acervo cultural de la *European Cemeteries Route*; cuenta con más de 50 cementerios, entre los que destacan 20 por su belleza arquitectónica. El comité encargado de la creación, promoción y supervisión también se encuentra trabajando en una certificación a nivel internacional de rutas desde 2010 (Biran et al., 2011).

Fotografía 6 El campo santo principal de Croacia, El Varazdin Cemetery.



Fuente: www.cemeteriesroute.eu, consultada Agosto 2017

Esta ruta de cementerios es una apuesta por el turismo oscuro, un producto novedoso. Se muestra un abanico de posibilidades dentro del panorama de cementerios que pueden atraer a los visitantes por distintas motivaciones. La idea principal de la ruta de cementerios es dar a conocer el patrimonio funerario. Sin duda alguna dar a conocer los camposantos, en muchos casos olvidados, creará como beneficio a futuro la protección y conservación de este acervo cultural, beneficio que sin duda deberá ser tomado en cuenta por las autoridades correspondientes.

La ciudad de Pompeya en Italia

La ciudad de Pompeya es uno de los yacimientos arqueológicos más visitados del mundo, la ciudad terminó sepultada por la erupción volcánica del año 79 d.C. (ver fotografía 7) que causó su trágico final. Patrimonio cultural de la humanidad decretado por la Unesco desde 1997, ha sido desde siempre un lugar que fascina a todos aquellos que se acercan para conocer la vida cotidiana de la Antigüedad y también por su lúgubre y macabra vista donde se observan algunas personas conservadas por la ceniza volcánica (Biran et al, 2011).

Fotografía 7 La Ciudad de Pompeya y sus ciudadanos petrificados.



Fuente: www.nationalgeographic.com, consultada Agosto 2017.

Museo Memorial Choeung en Camboya

El Museo del Campo de exterminio Choeung Ek conmemora un trágico pero importante momento en la historia de Camboya (ver fotografía 8). Entre 1975 y 1978, cientos de camboyanos inocentes fueron detenidos, torturados y asesinados en manos del régimen de los Jemeres Rojos. El sitio web del museo exhorta a sus visitantes a recordar y rememorar a las víctimas de este suceso, además de educar a los visitantes e inculcar tolerancia (Killing field musem, 2017)

Fotografía 8 Museo Memorial Choeung.



Fuente: www.killingfieldsmuseum.com, consultada Agosto 2017.

El bosque de Aokigahara

Conocido comúnmente como el bosque de los suicidios, este extenso paraje ha sido por años un lugar donde la gente va a cometer suicidio. Tan solo el 2016 se suicidaron entre 50 y 100 personas y otras tantas fueron dadas por pérdidas en el bosque. A pesar de lo tétrico que pudiera parecer, algunas agencias de viajes como *JTB Sunrise Tours* han encontrado en el bosque de Aokigahara un sitio donde vender viajes y es que parece ser que el aspecto “morboso” del bosque genera nuevas experiencias en los visitantes. A diferencia de otros sitios de turismo oscuro que persiguen fines como la educación, tolerancia, entre otros, parece ser que este sitio genera otro tipo de sentimientos, un sitio que podría ser interesante para realizar una investigación antropológica y psicosocial de la comunidad y del perfil de visitantes de turismo oscuro (ver fotografía 9) (BBC, 2016).

Fotografía 9 Cartel de advertencia en la entrada del bosque de Aokigahara, traducido del japonés al español dice: "Tu vida es valiosa y te ha sido otorgada por tus padres. Por favor, piensa en ellos, en tus hermanos e hijos. Por favor, busca ayuda y no atraveses este lugar solo".



Fuente: www.morbidfest.com, consultada Agosto 2017.

Estos ejemplos muestran *grosso modo* algunos de los principales sitios de turismo oscuro a nivel Mundial, la mayoría están ubicados en Europa, específicamente en Europa Central. Se adjunta un producto realizado por la Unión Europea conocido como la ruta europea de cementerios que deja ver la importancia que está adquiriendo el fenómeno. Estos ejemplos muestran los diferentes fines que persiguen y de manera indirecta las motivaciones de sus visitantes.

Modalidades de turismo en México

México es una potencia mundial en turismo, este es un hecho importante en la economía y la sociedad mexicana, ya que gran parte de los ingresos y empleos del país se generan por la actividad turística.

La Organización mundial del turismo ha declarado que México es una potencia turística y se ha mantenido dentro del top ten de los destinos turísticos más visitados en el mundo. Esto es una singular característica de los países que aprovechan sus recursos naturales, culturales y mixtos en el contexto de los

destinos turísticos y de las diferentes modalidades que se pueden practicar a raíz de los mismos.

Turismo de sol y playa

Son precisamente los recursos naturales, ideados para el turismo de sol y playa los que atraen más turistas en México (ver Tabla 5), así lo demuestra una tabla que recoge datos del 2016 elaborada con datos de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) y recopilados en un informe parcial sobre principales destinos turísticos.

Tabla 5 Destinos de sol y playa más visitados de México

Orden	Destino	Número de turistas
1	Cancún, Quintana Roo	1.3 millones
2	Riviera Maya, Quintana Roo	1.3 millones
3	Los Cabos, Baja California	400,000
4	Puerto Vallarta, Jalisco	300,000
5	Loreto	250,000

Fuente: Forbes (2016)

Nótese que los 5 destinos por excelencia son de sol y playa elegidos por turistas extranjeros. Es sin duda alguna la modalidad que monopoliza el segmento de mercado en el turismo en México (ver fotografía 10). La cantidad de turistas nacionales con relación al turismo de sol y playa no cambia mucho en comparación a los sitios comúnmente elegidos por turistas extranjeros.

Aunque el turismo de sol y playa está muy extendido, es de aclarar que otras modalidades también son muy practicadas al momento de elegir un destino. Aunque a veces se utiliza como un término que engloba otras actividades, el turismo alternativo se caracteriza por “alejarse” del turismo convencional o de

“masas” donde se encuentran concentradas la mayor parte de visitantes, tanto en los alojamientos como en los alrededores de los atractivos principales.

Fotografía 10 La Riviera Maya.



Fuente: www.elfinanciero.com.mx/empresas/hoteles-con-playa-y-sol-acaparan-a-turistas.html, consultada Agosto 2017.

Turismo cultural

El turismo cultural es la modalidad que incluye los aspectos culturales de una población, con la intención de practicar actividades que les permitan acercarse y comprender culturas distintas; es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

Las colección de utensilios históricos, inmuebles, zonas arqueológicas, zonas paleontológicas, y demás patrimonio cultural tangible son la principal causa de generar más desplazamientos con el fin de visitar los mismos. Tan sólo por detrás del turismo de sol y playa, se encuentra el turismo cultural. De hecho se calcula que solo la zona arqueológica de Teotihuacán, ubicada en San Juan Teotihuacán (ver fotografía 11), en el estado de México, recibe en promedio un millón de visitantes al año, solamente en el equinoccio de la primavera que comprende el 21 de Marzo asistieron 235, 000 visitantes casi siete mil más que el año pasado, este ejemplo demuestra que en cuanto a atractivos y turismo cultural México es una “potencia turística” (El sol de México, 2017).

Fotografía 11 La pirámide del sol, zona arqueológica de Teotihuacán.



Fuente: <https://www.elsoldemexico.com.mx/doble-via/ciencia/700482-unam-realiza-imagen-3d-en-rincones-subterraneos-de-piramide-de-la-luna>, consultada agosto 2017.

Turismo religioso

Este tipo de turismo está relacionado con los flujos de visitantes que se desplazan por motivaciones de carácter religioso, destacando las romerías o peregrinaciones que los fieles realizan a destinos considerados santos o con valor “espiritual”. Cada año en el mundo viajan alrededor de 300 millones de personas por concepto de turismo religioso, quienes representan una derrama económica de 18 mil millones de dólares para los destinos que visitan (Entorno turístico, 2017).

El turismo religioso tiene como motor principal de desplazamiento, la fe y el culto a una deidad superior. Viajeros acuden a cualquier rincón del planeta a visitar santuarios, lugares sagrados, tumbas de santos o a realizar alguna peregrinación. En México se calcula que 30 millones de personas realizan turismo religioso. Se describen a continuación los principales atractivos en México, de los que hace uso el turismo religioso:

Basílica de Guadalupe en la ciudad de México

El principal santuario católico de Latinoamérica (ver fotografía 12) y el segundo más visitado del mundo, solo detrás de la Basílica de San Pedro en Roma; concentra más de 15 millones de visitantes cada año, quienes acuden a adorar a la virgen de María de Guadalupe, que cuenta la leyenda se le apareció al Indio Juan Diego a las faldas del Cerro del Tepeyac (Impacto, 2016).

Fotografía 12 Basílica de Guadalupe, Ciudad de México.



Fuente: <http://impacto.mx/nacional/la-basilica-de-guadalupe-recinto-catolico-mas-visitado-del-mundo/>, consultada agosto 2017.

Basílica de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos en Jalisco

Segundo santuario mariano más importante de México. La celebración más esperada se da alrededor del 2 de febrero, día en que se celebra la candelaria, aunque puede haber flujo de visitantes en otras fechas del año. Su historia se remonta al año 1623 cuando cuenta la leyenda volvió a la vida a una niña. Cada año acuden hasta 7 millones de visitantes (Entorno turístico, 2017).

Fotografía 13 Basílica de Nuestra Señora, San Juan de los Lagos, Jalisco.



Fuente: www.entornoturistico.com, consultada Agosto 2017.

Turismo rural

Este tipo de turismo "supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares" (OMT, 1999 citado en Gobierno de Chile, 2008:5).

El turismo rural es en todo caso una modalidad que atrae a visitantes que son ajenos a la realidad rural. El gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (Sederec) ha empezado a apoyar, promover y fomentar el turismo alternativo en zonas rurales por medio de rutas turísticas y patrimoniales (Notimex, 2017). Un ejemplo es la ruta Patrimonial del Nopal, Sabores y Colores de Milpa Alta, la población puede conocer la cultura, fiestas, danzas, arquitectura Virreinal (Notimex, 2017).

Dentro de la Ruta Patrimonial del Nopal, Sabores y Colores de Milpa Alta, se contempla la visita al barrio de San Pedro Actopan, donde se tiene como principal atractivo su gastronomía a base de mole, que se puede degustar en los restaurantes y tiendas de la zona (Notimex, 2017). Incluso la ruta forma parte de

las cuatro que la Sederec diseñó para que los habitantes de la Ciudad de México conozcan la zona rural desde el turismo alternativo (Notimex, 2017).

Etnoturismo

Según la Organización Mundial de Turismo el etnoturismo corresponde a “visitas a los lugares de procedencia propia o ancestral, y consiste por lo tanto en visitas motivadas por el deseo de reencontrarse con sus raíces, ya sea en los lugares donde se pasó parte de su vida o aquellos donde vivieron los antepasados de la familia (OMT, 1999 citado en Gobierno de Chile, 2008).

Esta modalidad de turismo se crea como una alternativa económica complementaria a la actividad agrícola propia de las comunidades indígenas y rurales, promoviendo el micro emprendimiento local, en torno a la identidad étnico-cultural y los productos turísticos que pueden derivar de ello. Estas iniciativas turísticas generan de manera indirecta un beneficio sociocultural, en la medida que se refuerza la autoimagen como pueblo, su identidad y la valoración de su cultura y patrimonio.

Sitios asociados a la muerte en México

Como se ha visto, la oferta con la que cuenta México para practicar numerosas modalidades de turismo es muy variada y extensa. Tan sólo hacer una lista superficial de los atractivos y sus características naturales y culturales de un solo estado del país conllevaría tiempo y una minuciosa atención hacia todos y cada uno de los atractivos.

Por supuesto los atractivos relacionados o asociados con la muerte también se encuentran presentes en la oferta cultural de México. Cabe señalar que la SECTUR no los reconoce como tal, es decir, como destinos de turismo oscuro, debido a que no se ha incursionado de manera formal en este tema en específico. De hecho hablar de turismo oscuro en México y los atractivos relacionados es difícil porque, según la literatura revisada para esta investigación, existen pocas investigaciones académicas hechas por mexicanos que identifiquen como tal a los

atractivos en función de las motivaciones. Además algunas investigaciones realizadas, específicamente la de Hoyos y Rivera (2006) solamente se enfocan en la “superficie” del turismo oscuro, por ejemplo la práctica de la modalidad en México y sus antecedentes o bien el tipo de turistas que, según los investigadores, realizan dicha practica.

Sin embargo uno de los objetivos principales de esta investigación es identificar los sitios más visitados relacionados con la muerte en México, para contribuir a atender esta problemática. Por lo tanto, como parte del marco contextual, se realizó una lista de ejemplos que provocan este tipo de desplazamientos. La metodología que se utilizó para elegir a los sitios consistió en, primero, analizar la propuesta de Stone (2006) sobre su tipología de sitios oscuros, que incluyen fábricas de diversión oscura, exhibiciones oscuras, mazmorras, lugares de descanso, santuarios, lugares de conflicto y campamentos de genocidios. Después, se procedió a buscar a través de internet sitios en México relacionados con la muerte que cumplieran las características de cada tipología (la tipología completa y sus características se incluyen en el capítulo 1 de esta investigación) de la propuesta de Stone.

La frase de búsqueda in internet fue “sitios relacionados a la muerte en México”, utilizando el buscador Google. Este criterio arrojó una serie de resultados que tenían que ver principalmente con noticias de muerte en México, tales como fosas de muertos, accidentes, por mencionar algunos; estos se eliminaron por no estar asociados a los desplazamientos turísticos. Se consideraron sólo los sitios asociados a la muerte o el simbolismo de ésta en la cultura mexicana promocionados turísticamente y en asociación con la tipología de Stone. Se encontraron los siguientes.

Museo nacional de la muerte

El museo nacional de la muerte (MUMU), inaugurado el 19 de junio de 2007 bajo el patrocinio de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, muestra la iconografía de la muerte en el contexto mexicano, además del arte funerario de

México, presentando expresiones tradicionales del país como las tradicionales calaveras de azúcar o el papel picado junto con su historia y simbolismo (ver fotografía 14) (MUMU, 2017).

Fotografía 14 Sala de arte popular de calaveras, Museo nacional de la muerte.



Fuente: www.museonacionaldelamuerte.uaa.mx, consultada Agosto 2017.

Museo de la muerte

El antiguo camposanto conocido como Panteón de la Santa Veracruz, ubicado en san Juan del Rio en el estado de Querétaro, cuenta con un Sala museográfica y otras dos salas para exposiciones temporales que a su vez se conectan con varios nichos, osarios y una capilla. El contenido temático de las salas permanentes aborda la muerte en cuatro momentos que son: Mesoamérica, la Nueva España, la muerte laica y cultura popular contemporánea. Al ser un antiguo lugar de descanso tiene en su haber más de 300 sepulcros que datan de 1870, algunos incluso de personajes ilustres de la historia del estado (ver fotografía 15).

Fotografía 15 Museo de la Muerte.



Fuente: www.eluniversal.com/museo/dela/muerte/, consultada Agosto 2017.

Museo de las momias de Guanajuato

Ubicado al sur del Cerro Trozado, en el estado de Guanajuato, se encuentra el Panteón Municipal de Santa Paula. Fue inaugurado el 13 de marzo de 1861, actualmente se le conoce como el museo de las momias (ver fotografía 16).

El Panteón de Santa Paula es un sitio que destaca por la belleza de su arquitectura, además de las tumbas y mausoleos con los que cuenta. Tiene en su colección más de 300 cuerpos momificados que a diferencia de otros cuerpos que son embalsamados por distintas culturas en el mundo, las momias de Guanajuato se momificaron naturalmente por las condiciones naturales de sequedad extrema, frialdad, alcalinidad, aislamiento de la intemperie o de los microorganismos, que provee la región, estas condiciones causaron que un cadáver se momifique en lugar de que se degrade por completo (MMG, 2017).

Fotografía 16 Museo de las momias



Fuente: www.momiasdeguanajuato.gob.mx/queson.html, consultada Agosto 2017.

Museo de la tortura

El museo de la tortura de la delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México, tiene una numerosa colección de artefactos, cerca de 70 artefactos de tortura, mismos que se utilizaron durante la santa inquisición acaecida en la Edad Media; estos se utilizaron para castigar a los “herejes” u ofensores de la religión católica (ver fotografía 17).

Fotografía 17 Museo de la tortura



Fuente: <http://cdmxtravel.com/es/lugares/museo-de-la-tortura.html>, consultada Agosto 2017.

Museo de memoria y tolerancia

El museo de memoria y tolerancia, ubicado en la Ciudad de México, ofrece salas con una iconografía que muestra algunas de las masacres más grandes de la historia que fueron en gran parte causadas por el prejuicio y la intolerancia. El museo se compone de las salas del Holocausto, los genocidios de Yugoslavia, la gran masacre de hutus y tutsis acontecida en Ruanda en 1994, la guerra civil de Guatemala, el genocidio de Camboya y el conflicto militar que ha ocasionado miles de desplazamientos en Darfur. A través de fotografías, audios, mapas y testimonios de los sobrevivientes, el museo busca generar una reflexión sobre el estatus mundial del respeto y la tolerancia a todas las personas. El museo ubicado en la colonia del centro histórico de la ciudad de México, también es responsable de numerosas exposiciones itinerantes como la del feminicidio en México, que trata este problema que azota al país y sus posteriores consecuencias (ver fotografía 18) (MYT, 2017).

Fotografía 18 Sala del Holocausto, Museo de memoria y tolerancia.



Fuente: www.myt.org.mx, consultado Agosto 2017.

Museo del purgatorio

El museo del purgatorio, ubicado en Guanajuato, es lo que Stone (2006) describe como una fábrica de diversión oscura, ya que uno de los propósitos de este museo es entretener a los visitantes. Cuenta con una numerosa colección de artefactos que eran utilizados para torturar, algunos de los cuales son utilizados por los visitantes para recrear demostraciones del funcionamiento. También cuenta con momias de animales y conjunto de fotografías que muestran la vida cotidiana durante el siglo IX (ver fotografía 19).

Fotografía 19 Museo del purgatorio.



Fuente: www.mexicodestinos.com/blog/2013/05/galerias-y-museos-en-guanajuato/, consultada Agosto 2017.

Casa de las leyendas

Mediante réplicas de diversos sitios de la ciudad de Guanajuato y con una mezcla de efectos especiales, este museo exhibe figuras articuladas y con movimiento surgidas de las leyendas de la entidad; cuenta con la representación de una mina, un panteón y en general, historias de las momias de Guanajuato. En sus salas se representan las diferentes leyendas de Guanajuato. Las leyendas son relatadas a través de efectos visuales, luminosos y sonoros (ver fotografía 20).

Fotografía 20 Casa de las Leyendas.



Fuente: www.mexicoescultura.com/recinto/50673/museo-casa-de-las-leyendas-de-guanajuato.html, consultada Agosto 2017.

Panteón de Dolores

Ubicado en la delegación de Miguel Hidalgo, de la ciudad de México, el panteón de Dolores es uno de los más antiguos que aún se utilizan, cuenta con más de 700, 000 tumbas que se distribuyen en 240 hectáreas. Es por mucho el camposanto más grande de Latinoamérica, es el descanso de alguno políticos, artistas, militares, escritores, intelectuales y periodistas (ver fotografía 21).

Fotografía 21 Panteón de Dolores.



Fuente: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/02/19/1147336>, consultada Agosto 2017

Panteón de San Fernando

El panteón de San Fernando del Centro Histórico de la ciudad de México, es uno de los lugares de descanso más importantes de todo México, ya que en él se encuentran las tumbas de políticos, militares, gobernantes y personajes importantes de la historia de México, tales como Vicente Guerrero, Ignacio Comonfort, José Joaquín Herrera, Martín Carrera, Benito Juárez, Santiago Xicoténcatl, Francisco, Zarco, Miguel Miramón y Tomás Mejía, son algunos de las personalidades más importantes de este camposantos. El sitio ofrece el servicio de visitas guiadas, talleres y exposiciones temporales (ver fotografía 22).

Fotografía 22 Panteón de San Fernando.



Fuente: www.milenio.com/firmas/humberto_rios_navarrete/Misterios-panteon-San-Fernando_18_486131394.html, consultada Agosto 2017.

Panteón francés

El panteón francés ubicado en la colonia Buenos Aires de la ciudad de México, está construido con un estilo Gótico basado en la arquitectura de cementerios franceses como el de *Montparnasse* y el de *Père Lachaise*. Cuenta con lujosos mausoleos, algunos construidos en 1982 (ver fotografía 23). Es el descanso de numerosos personajes tanto de la historia de México, como de la cultura “pop” del país, entre los que destacan el investigador Miguel Ángel de Quevedo, el poeta Manuel Gutiérrez Nájera, el historiador Justo Sierra, el ex presidente Manuel Ávila Camacho, el actor Mauricio Garcés y las actrices Miroslava y María Félix (Time out, 2016).

Fotografía 23 Panteón Francés.



Fuente: www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/que-hacer/panteon-frances, consultada Agosto del 2017.

Exposición de asesinos seriales en el Museo del Policía

Ubicado en la colonia centro de la ciudad de México, esta exposición muestra recreaciones, imágenes, audio y muñecos realistas de los asesinos seriales más famosos de la historia. El museo busca generar conciencia y enseñarle al visitante las condiciones de los asesinatos y las dificultades y técnicas que se involucran en la investigación de algunos de los más peligrosos asesinos seriales de la historia del mundo y de México (ver fotografía 24)

Fotografía 24 Exposición de asesinos seriales en el Museo del Policía.



Fuente: www.friever.jimdo.com/a-donde-ir-funciones-4dx/exposici3n-de-asesinos-seriales-en-el-museo-del-polic%C3%ADa/, consultada Agosto 2017.

Celebración del día de muertos, Pátzcuaro, Michoacán

La tipología de atractivos que propone Stone (2006) pareciera completa en cuanto a sitios oscuros que se encuentran en Europa; sin embargo, en el contexto mexicano se consideró la celebración del día de muertos que se practica en Pátzcuaro como una propuesta para un apartado nuevo dentro de la tipología que podría llamarse “*Celebraciones oscuras*” que contemplaría las celebraciones, fiestas y carnavales relacionadas con la muerte. Aunque las celebraciones de día de muertos y el día de todos los santos no son únicas en su clase y tienden a estar diseminadas por todo el mundo, la ejecución de la práctica, el significado y simbolismo con el que fuera realizada es diferente en cada caso.

La celebración del día de muertos declarada por la UNESCO como patrimonio mundial intangible, que se practica en el municipio de Pátzcuaro en el estado de Michoacán, es en todo caso un ejemplo del culto a la muerte que cautiva al visitante. En la cosmovisión purépecha, la región donde residen los muertos no es un sitio de “descanso eterno”, sino un lugar donde ellos trabajan, descansan, se alimentan, experimentan emociones y se comunican con los vivos. Los difuntos actúan como mensajeros entre lo humano y lo sagrado, por lo que son tratados con respeto y veneración, especialmente durante el Día de Muertos.

La supervivencia y el funcionamiento de la comunidad dependen del intercambio de bienes y favores entre sus integrantes, incluyendo a los difuntos. La misma noción está presente en las relaciones de la comunidad con la naturaleza y con la divinidad. La fiesta de las almas coincide con el levantamiento de las cosechas y el fin de la temporada de lluvias, que en la tradición mesoamericana está asociada a los conceptos de lo femenino, lo frío y lo húmedo, así como a la muerte (Notimex, 2016).

Al ser el momento en que se cierra el ciclo agrícola anual, esta festividad es también la ocasión de agradecer a la tierra por sus frutos. La preparación de la fiesta inicia con varios días de anticipación, desde finales de octubre. Durante ese lapso se limpian las iglesias y los panteones, se arreglan las tumbas y se cosecha la flor de cempasúchil. Es de esta forma en la que se relaciona “el culto a la muerte”, la bienvenida de los difuntos con la “vida” y la nueva cosecha que se avecina. Durante la celebración el altar familiar, que se coloca en los hogares, se compone según la costumbre de cada lugar, instalándose imágenes religiosas, fotografías de los familiares que han dejado este mundo; en ocasiones, ropa y objetos personales o de trabajo, para evocar su presencia; se encienden velas alrededor de una cruz de pétalos de flor de cempasúchil, las cuales deberán permanecer encendidas, ya que ésta les servirán de guías a los muertos (Notimex, 2016).

La celebración del día de muertos que se realiza en México no es exclusiva de Pátzcuaro, ya que sus orígenes se remontan desde antes de la llegada de los conquistadores a México. Tras la conquista, la unión de las creencias indígenas con el catolicismo español forjó un carácter religioso único, colorido y que conservó en cierta forma los recuerdos ancestrales de las viejas tradiciones precolombinas.

CAPITULO III. METODOLOGÍA

Introducción

La metodología utilizada en este estudio se desarrolló según los objetivos planteados, que se orientan a explorar los principales sitios turísticos asociados a la muerte, además de conocer los factores de arrastre y de empuje. En de este capítulo se especificarán las problemáticas principales que se establecieron para seguir con la investigación de las motivaciones. Por otra parte se analizan los diferentes tipos de acercamiento que se pueden utilizar en la investigación. Además se describe la importancia que tiene el estudio de las motivaciones en el país, y se explica y se proponen las herramientas utilizadas en la investigación así como los obstáculos y la respuesta del investigador que se presentaron en la misma.

Importancia del estudio de motivaciones

El turismo es un constructo empleado para denotar importantes consecuencias psicológicas, sociales y económicas durante el tiempo que la gente abandona y regresa a su hogar. Es una respuesta importante a las necesidades sentidas y a los valores dentro de parámetros temporales, espaciales, sociales y económicos (Blanco et al., 2003), que a su vez genera experiencias en el individuo. Por lo tanto la motivación es importante en la práctica del turismo y en la consecuencia final de generar experiencias.

El estudio de las motivaciones es importante para el entendimiento del comportamiento de los turistas en cualquier modalidad de turismo, incluyendo el turismo oscuro. Sin embargo, no reconocer su importancia puede limitar dicho entendimiento en el turismo oscuro. Considerar que el turismo oscuro no es un fenómeno importante puede deberse a varios factores, pero principalmente al desconocimiento no sólo de modalidades específicas de turismo, sino del turismo en general. Durante la presentación de una ponencia magistral sobre el estado de la investigación científica en México en el *V Congreso Nacional de Investigación*

Turística, efectuado en Mazatlán, México, en octubre de 2003, el doctor René Drucker Colín, Coordinador de Investigación Científica de la UNAM, comentó irónicamente: “Cuando recibí la invitación para participar en este congreso, lo primero que pensé fue “¿Investigación turística?” No sabía que existía la investigación en turismo” (Molinar, 2006:14). Esto demuestra no sólo un desconocimiento público sino quizá una indiferencia hacia y una presencia limitada de la investigación turística.

Son exactamente estos tipos de comentarios en la comunidad académica que dilucidan el poco conocimiento que se puede llegar a obtener en un área. Al respecto, Korstanje, académico de Palermo, Argentina, investigador del turismo oscuro en Iberoamérica, comentó en cuanto a la investigación en el mundo hispanohablante que “Los intentos por introducir el tema en Latinoamérica no solo han sido infructuosos, incluso no se toma la importancia que tiene para los angloparlantes” (Korstanje, 2016:184). El buscador de Google, sin ir más lejos, ofrece una herramienta fiable para comprender la resonancia que adquiere un tema dentro de los temas académicos y lo que piensan las personas en general en torno al tema. Korstanje (2016) observa que al escribir dentro de Google la palabra “*dark tourism*”, se obtienen casi 125,000 registros, mientras que en español, “turismo negro” adquiere 51,800 registros, menos de la mitad. Por otra parte, es por demás interesante comprender que en inglés se producen la mayor cantidad tesis, *papers* científicos publicados en revistas especializadas y libros que toma al turismo oscuro como principal punto de análisis.

Korstanje (2016) no hace una precisión en su investigación, acerca del método que fue usado para llegar al número de registros presentados arriba. Sin embargo para dar solidez al argumento sobre la falta de *papers* de turismo oscuro en este estudio se procedió a seguir un método parecido para tener una idea con datos de primera mano. Al escribir en el buscador de Google Scholar, la frase *dark tourism*, con las especificaciones buscar en cualquier año, y solo *papers* publicados en inglés, se obtuvieron 185,000 resultados. Por otra parte al escribir la forma

traducida de la frase *dark tourism*, turismo oscuro, buscando solo en *papers* publicados en español, se obtuvieron 29,500 resultados.

En síntesis, el turismo oscuro es un fenómeno emergente y constante crecimiento como lo mencionan las cifras de Auschwitz y los “sitios” ubicados dentro de la tipología propuesta por Stone (ver capítulos I y II); por estas razones el estudio de los factores de empuje y arrastre en las motivaciones turísticas son importantes para comprender este fenómeno y diversificar la demanda. En México el futuro del turismo oscuro como práctica reconocida por los organismos públicos competentes dista mucho de ser una realidad; comprender los factores de arrastre y empuje son necesarios para crear productos turísticos de calidad y que sea reconocida por las instituciones turísticas correspondientes. Sin embargo, si existen estos “turistas oscuros en México”, ¿por qué no son conocidos?, ¿cuáles son los sitios asociados a la muerte en México?, más importante aún, tomando en cuenta la perspectiva en torno a la muerte que tienen los mexicanos, ¿cuáles son las principales motivaciones turísticas de las personas que se desplazan a sitios relacionados con la muerte en México? En este sentido, la presente investigación fue guiada por los siguientes objetivos:

Objetivo General: Conocer las principales motivaciones turísticas de personas que se desplazan a sitios relacionados con la muerte en México.

Objetivo específicos:

1. Identificar los sitios asociados a la muerte más visitados en México.
2. Explorar los factores de empuje en las motivaciones de visitantes en México dentro del turismo oscuro.
3. Explorar los factores de arrastre de los visitantes en México dentro del turismo oscuro.

Metodología

Aunque existen diferentes corrientes de pensamiento que se utilizan para generar conocimiento, es necesario destacar dos principales enfoques, el enfoque

cualitativo y cuantitativo de la investigación. Ambos enfoques comparten propósitos generales como son la observación y evaluación de los fenómenos, ambos establecen teorías, y evalúan su fundamento, además de proponer nuevas ideas para generar otras teorías (Grinell, 1977 citado en Hernández et al., 2006).

La corriente positivista está asociada con la deducción y la investigación cuantitativa. La investigación cuantitativa pretende determinar cómo una variable afecta a una población. Existen dos diseños de investigación principales dentro de esta categoría: descriptiva y experimental. En una investigación descriptiva, se estudia una muestra en un punto sin cambiar las condiciones en las que se encuentra. En un estudio experimental, la meta principal es probar hipótesis bajo las condiciones programadas por el investigador, los resultados de este tipo de investigación se utilizan para generalizar (Altinay y Paraskevas, 2008).

Por su parte, la corriente fenomenológica está relacionada con la inducción y la investigación cualitativa. El objetivo de la investigación cualitativa pretende cualificar, es decir desarrollar una comprensión del contexto en el que tienen lugar los fenómenos y comportamientos. Este enfoque pretende, como lo enmarcan Altinay y Paraskevas (2008), un análisis profundo de la situación y en consecuencia hace que los informantes provean información detallada, en lugar de adherirse a las condiciones decretadas por el investigador. Los datos cualitativos (ver tabla 5) usualmente están en forma de texto y ofrecen detalles e información minuciosa pero, a diferencia del enfoque cuantitativo, las conclusiones no sirven como un parámetro generalizador.

Tabla 5 Características de la investigación cuantitativa y cualitativa

Características de la investigación cuantitativa	Características de la investigación cualitativa
---	--

<p>Usa recolección de datos para probar hipótesis.</p> <p>Las hipótesis se generan antes de recolectar y analizar los datos.</p> <p>Los datos obtenidos se representan a través de métodos científicos.</p> <p>Se generalizan los resultados encontrados en una muestra a una población mayor.</p> <p>Este enfoque utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba.</p>	<p>Los métodos no son tan específicos como los de la investigación cuantitativa.</p> <p>Se crean teorías fundamentadas en la observación, es decir explorando y descubriendo.</p> <p>En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, éstas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio.</p> <p>El enfoque cualitativo evalúa, el desarrollo natural de los sucesos, es decir, frecuentemente no hay manipulación de la realidad, sin embargo es necesario precisar qué en la práctica ésta aseveración no es necesariamente concluyente, al existir modificaciones de la realidad por parte de los informantes.</p>
--	--

Fuente: con base en Hernández et al. (2006)

Los enfoques cuantitativo y cualitativo resultan muy valiosos y ambos han realizado notables aportaciones al avance del conocimiento. Ambos enfoques proporcionan una visión de la realidad que rodea al investigador, es decir ninguno es mejor que el otro. La posición que asume Hernández et al. (2006) ofrece una visión complementaria de cada enfoque, y aunque ambos enfoques son de gran ayuda, para efectos de esta investigación se adapta mejor el enfoque cualitativo. Esto es debido a que algunas ventajas de utilizar la investigación cualitativa consisten en una mayor riqueza en la obtención de datos y en la flexibilidad en cuanto a la interpretación subjetiva que contextualiza al “fenómeno”. También permite que la muestra sea más pequeña, arrojando más detalles sobre el fenómeno al orientarse a la profundidad de las experiencias y los puntos de vista de los individuos (Hernández et al, 2006).

La investigación cualitativa es ideal para el estudio de los visitantes a sitios oscuros, pues tal como Hernández et al. dicen textualmente, mientras “los planteamientos cuantitativos pueden modificarse, los cualitativos con más razón. Su flexibilidad es aún mayor. Estos últimos, en lugar de establecer variables "exactas", identifican conceptos esenciales para iniciar la investigación” (Hernández et al.,2006). Así pues dado que se tiene muy poca (si es que alguna) constancia del estudio de las motivaciones en el turismo oscuro en México, se pueden partir de casos específicos que no buscan generalizar sino comprender casos a profundidad que contribuyan, como punto de partida, a reconocer aspectos particulares del turismo oscuro y sus motivaciones en contextos no estudiados aún, incluyendo México. De esta forma se justifica el hecho de utilizar una investigación cualitativa en esta investigación.

En el estudio del turismo oscuro, particularmente desde los turistas, puede presentarse un problema importante para el investigador. Dicho problema tiene que ver con el carácter oculto de las poblaciones a estudiar. De acuerdo con Heckarton y Jefri (2005, citados en López y Deslauriers, 2011), los turistas de poblaciones limitadas y no muy conocidos suelen tener recelo al dar información. Esto puede representar una barrera para el contacto de informantes y con ello la obtención de información. Tal problema en la recolección de información pudiera ser el caso de los turistas oscuros, tal vez por se una práctica poco conocida o incluso no es identificada como tal por los que la practican.

El ejemplo de Hsolin, en Taiwán, descrito en al capítulo II, muestra que la técnica de encuestas y cuestionarios establece una base de datos muy grande y se puede utilizar para generalizar la hipótesis en una población mayor. Sin embargo para conocer a detalle las motivaciones de los visitantes a los sitios relacionados al turismo oscuro se utilizó la entrevista a profundidad, que como se verá, arrojó resultados profundos y contextualizados sobre este fenómeno.

La entrevista en profundidad, la cual tiene como objetivo obtener información individualizada acerca de actitudes, creencias y sentimientos (Baltar y Gorjup, 2012), es una técnica útil para conocer los sentimientos, emociones y

motivaciones de los visitantes a los sitios oscuros. Una de las ventajas de la entrevista es la de un mayor control sobre el informante a diferencia de otras técnicas y métodos como lo son los cuestionarios, que solo sopesan la información superficialmente, o bien la entrevista a grupos focales donde la misma entrevista se puede “desviar” del tópico en general. En este contexto, debido a que la entrevista en profundidad es una técnica oportuna para la obtención de información social, por su capacidad de retener las sutilezas del discurso y eliminar las dificultades para penetrar el ámbito privado de las personas (López y Deslauriers, 2011), esta técnica se utilizó para la recolección de datos, pues permitió acceder a detalle a los factores que las impulsan y los arrastran en prácticas del turismo oscuro.

Observación participante

Otra técnica de investigación que suele ser muy utilizada por los etnógrafos, aunque con frecuencia mal desarrollada y que sirvió en este estudio para dar más elementos de solidez en torno a los objetivos principales, es la observación participante. Marshall y Rossman definen la observación como "la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado" (1989, citados en Kawulich, 2005: pág. 79). Las observaciones facultan al observador a describir situaciones existentes usando los cinco sentidos, proporcionando una "fotografía escrita" de la situación en estudio (Erlandson, Harris, Skipper & Allen 1993, citados en Kawulich, 2005).

La observación participante es una técnica de investigación social, en la que el observador participante/etnógrafo se incluye así mismo en un grupo por un período extenso de tiempo, observando el comportamiento de los individuos, escuchando lo que se dice en las conversaciones entre el investigador y los informantes (Bryman, 2004). La observación participante atiende a dos propósitos principales en la situación social, tal como lo describe Spradley (1980). En primera instancia comprende actividades apropiadas a la situación social, y en segunda, observa las actividades, personas y aspectos físicos de la situación. Además el observador participante busca llegar a una explicación consciente de los aspectos

que usualmente se “bloquean”, es decir que conscientemente no se toman en cuenta.

Como se mencionó al principio la técnica de observación suele ser muy utilizada, al menos por los etnógrafos. Sin embargo ésta no es por muchos vista como un método científico fiable; esta problemática existe principalmente porque “todos somos observadores, actuando simplemente como observadores ordinarios” (Spradley 1980:57), es decir, en la observación no suele seguirse un proceso sistemático, de esta forma sólo suele “verse” y “escuchar” sin orientación definida para propósitos de la investigación.

Sin embargo, una ventaja de utilizar la observación participativa como método científico es que ésta provee al investigador la facultad de estar “fuera y dentro” del fenómeno a estudiar de forma simultánea, aunque esto no signifique necesariamente que el investigador tenga una experiencia fuera y dentro de la situación social todo el tiempo, de hecho consiste en alternar entre ambas perspectivas y decidir cuál se adecue más al fenómeno estudiado (Spradley, 1980).

No existe un solo tipo de observación participante. Para denotar las diferencias entre éstos es necesario examinar los cinco tipos que engloban diversos niveles de cercanía con los individuos inmersos en la situación social (ver tabla 6). A continuación se agrega una tabla que explica estos tipos de participación y sus características.

Tabla 6 Tipos de participación.

Grado de inclusión	Tipo de participación	Se caracteriza por:
	Completa	Es el nivel más alto de inclusión; los observadores participantes se involucran profunda e “íntimamente” con el grupo social, aunque en un principio empezaron como observadores ordinarios. Lo ideal es que a pesar de una participación completa, el investigador no pierda

Alto		de vista su objetividad.
	Activa	El observador busca estar en el fenómeno, no simplemente para adquirir aceptación, más bien aprender sobre el entorno, quizás haciendo extrospección. La participación activa empieza con observaciones y después con un análisis que el observador realiza dentro de la situación social para determinar las motivaciones que subyacen a ciertas conductas.
	Moderada	El observador busca mantener un balance entre estar “fuera y dentro” de la situación social, alternando entre la participación y la observación.
Bajo	Pasiva	El observador se incluye en la situación social pero no participa o interactúa con los individuos. Este tipo de observación no es determinante y solo se utiliza para separar a los informantes potenciales. Puede llevar mucho tiempo, pero es útil para elegir a los informantes y desarrollar una relación más cercana con ellos.
Sin inclusión	No participativa	En este nivel de participación, el observador no tiene ningún grado de inclusión con el fenómeno, individuos ni actividades estudiadas. A veces algunas situaciones sociales en particular no permiten un grado de inclusión en las mismas, aunque esto no signifique que no puedan ser debidamente estudiadas.

Fuente: con base en Spradley (1980)

Cuando se elige un nivel de observación participativa es necesario tanto elegir el nivel de lenguaje que se utilizará, según el perfil de los informantes, como realizar observaciones descriptivas. Éstas incluyen en primer lugar las acciones de los observadores, Spradley (1980) dice que se debe de hacer una descripción paso a paso de lo que se hace; al respecto Kawulich (2005:12) dice que :

“realizar observaciones involucra una variedad de actividades y consideraciones para el investigador, las cuales incluyen ética, establecer relaciones, seleccionar informantes clave, los procesos para dirigir las

observaciones, decidiendo qué y cuándo observar, mantener notas de campo, y escribir los hallazgos que se tienen”.

En segundo lugar la descripción debe incluir los sentimientos e ideas. Aunque esto aplica a cada tipo de observación descriptiva, es necesario precisar las características de cada una.

Merriam (1988, citado en Kawulich, 2005) desarrolló una guía de observación en la cual compiló varios elementos para que fueran registrados en notas de campo. El primero de estos elementos incluye el ambiente físico. Esto implica observar los alrededores del escenario y proveer una descripción escrita sobre el contexto. Después, describe a los participantes dentro de la situación social en detalle. Entonces se procede a registrar las actividades e interacciones que ocurren en el escenario. También repasa en la frecuencia y duración de esas actividades y otros factores sutiles, tales como actividades informales, no planeadas, significados simbólicos, comunicación no verbal, claves físicas, y lo que debería ocurrir que no ha ocurrido. El investigador también debe añadir elementos tales como observar la conversación en términos de contenido, quién habla a quién, quién escucha, quién se calla, el comportamiento del propio investigador y cómo ese rol afecta a los observados, y lo que uno dice o piensa.

Para aplicar la técnica de observación participante hay dos estrategias básicas para ganar acceso en las situaciones sociales. La primera estrategia es llamada abierta cuando el investigador solicita permiso para observar el fenómeno social y a los individuos, este acercamiento directo es preferido por su implicación ética y es menos difícil que otro acercamientos, pues garantiza un acercamiento adecuado al tópico que interesa al investigador. La segunda estrategia es llamada observación encubierta, en ésta estrategia el investigador asume el rol de otro participante sin informar a los individuos su postura de investigador y su propósito real (Jorgensen, 1989).

Es necesario precisar las ventajas y desventajas que implica utilizar cada una de las estrategias y la situación social en la que más convenga utilizar, además de las consecuencias que conlleve cada una (ver tabla 7).

Tabla 7 Tipos de estrategias de acercamiento

Estrategia	Ventajas	Desventajas
Abierta	<p>El investigador necesita solicitar permiso para realizar su investigación, puede utilizar su reputación como investigador para facilitarle el acceso a la información, así como la ayuda de las autoridades.</p> <p>En general, cuando el grupo estudiado es un grupo privado, no relacionado con el investigador y accesible sólo para individuos que cumplen determinados requisitos, es muy recomendable que el observador explicita las motivaciones de su participación. Dice Whyte (Corbetta, 2007:315) “en un estudio de comunidades se suele descartar la ocultación de la propia función”; los miembros de la comunidad no estarán dispuestos a conceder entrevistas ni a expresar sus puntos de vista sin una motivación razonable.</p> <p>El observador participante reconocido como tal puede aprovechar su “incompetencia” declarada para formular las preguntas más ingenuas, para pedir explicaciones sobre los hechos más banales, lo que le permitirá recoger testimonios sobre el punto de vista de los miembros del grupo y su definición de las situaciones sociales.</p>	<p>Es necesario solicitar permiso a las autoridades competentes para realizar la investigación; el permiso puede a veces ser negado.</p> <p>Cuando se sabe observado, el ser humano, se comporta presumiblemente de forma distinta a la habitual, lo que dificulta la obtención de datos.</p>
	No hay problemas de acceso: el investigador no debe preocuparse por solicitar permiso	Presentar una identidad diferente de la propia o asumir un papel que podría compararse con el de un

Encubierta	<p>alguno.</p> <p>Reduce las reacciones negativas: La investigación encubierta reduce la reacción de los participantes, al desconocer que una persona lleva acabo una investigación, lo que por supuesto no genera un cambio en el comportamiento.</p>	<p>"espía", es un hecho reprobable en sí mismo, que sólo resulta aceptable si se apoya en motivaciones éticas convincentes.</p> <p>Existe el riesgo de ser descubiertos, lo que puede tener consecuencias totalmente imprevisibles; desde la interrupción brusca de la observación, hasta hechos incluso más graves cuando se trata de grupos con características "desviadas" o grupos ilegales.</p> <p>Es difícil tomar notas o audio notas, hacer preguntas específicas de forma insistente o mantener un perfil de investigador bajo.</p>
------------	--	--

Fuente: con base en Jorgensen (1989) y Corbetta (2007).

Metodología utilizada

Para conocer las motivaciones de visitantes a los sitios asociados a la muerte en México se determinó visitar sitios específicos de la oferta turística relacionada a la muerte. Durante una de las visitas de familiarización a dichos sitios, se observó que una o más visitas con observaciones focalizadas arrojarían resultados más profundos y contextualizados sobre las motivaciones en relación con la muerte. Por lo tanto para esta investigación se adoptó, por un lado, la observación participativa, apoyándose de una guía de observación que permita registrar de forma sistemática y ordenada las notas de campo.

Inicialmente la investigación había optado por basarse en entrevistas en profundidad únicamente. Sin embargo, la falta de informantes para la realización de las entrevistas fue un obstáculo significativo. Con la intención de reclutar entrevistados, se creó un aviso invitando a las personas a participar como informante, y se publicó en diversas redes sociales. Los resultados no fueron

completamente favorables, solo se concertaron tres entrevistas. Por esta razón, se procedió a dar un redireccionamiento metodológico al estudio basándose en la observación participativa principalmente, y apoyándose de algunas entrevistas cualitativas. Para las entrevistas que se lograron concretar se crearon dos instrumentos; un instrumento se creó para entrevistar a guías de turistas en sitios relacionados a la muerte y otro para los mismos visitantes.

Los lugares a investigar fueron seleccionados previamente, tomando como base la propuesta de tipologías y atractivos que propone Stone (2006), debido a que el autor señalado propone 6 tipos de atractivos para referirse a los destinos turísticos asociados a la muerte que comprenden: fábricas de diversión oscura, exhibiciones “oscuras”, mazmorras, lugares de descanso, santuarios, lugares de conflicto y campamentos de genocidios. Estos fueron utilizados para seleccionar los sitios turísticos asociados a la muerte en el contexto Mexicano. La información para llevar a cabo esta investigación fue recolectada de manera continua a través de la observación; se realizó una descripción de lo observado y lo vivido en los lugares visitados, enfatizando en las actividades de los visitantes, sus reacciones al tema de la muerte, así como su comportamiento en el sitio.

Los sitios seleccionados para la observación fueron:

1. Exposición de asesinos seriales
2. Museo de Memoria y Tolerancia
3. Panteón San Fernando
4. Museo de la Tortura
5. Museo Nacional de la Muerte
6. Festival Cultural de las Calaveras
7. Museo de las momias, Guanajuato
8. Museo del Purgatorio

Para la descripción de los sitios se utilizó la estrategia de acercamiento abierto es decir el investigador solicitó permiso para realizar la investigación con el fin de tener la confianza de los individuos y su apoyo para que los informantes fueran accesibles, con base en lo establecido en la tabla 7, el grado de acercamiento utilizado en la etnografía fue activo, ya que la participación activa empieza con observaciones y después con un análisis que el observador realiza dentro de la

situación social para determinar las motivaciones que subyacen a ciertas conductas como se analizó en la tabla 6. Al momento de visitar los lugares seleccionados se procuró obtener la información más amplia posible, tomando audio notas y notas escritas, así como grabando la explicación de los guías.

CAPÍTULO IV. MOTIVACIONES EN EL TURISMO OSCURO

Introducción

En el presente capítulo se abordarán la descripción de los sitios escogidos para el trabajo de campo, como ya se explicó se procuró obtener la información más amplia posible, tomando audio notas y notas escritas, así como grabando la explicación de los guías. También se explica cada una de las motivaciones que se pudieron hallar en la visita a los sitios explicados, así como el testimonio de los informantes con respecto a las motivaciones.

Descripción de sitios de estudio

Exposición de asesinos seriales

Exposición permanente ubicada en el Museo del Policía de la Ciudad de México.

El recorrido se realizó el domingo 27 de Agosto de 2017. El recorrido que realicé fue con un audio guía. La primera parada inicia con una explicación del término “asesino serial” que fue utilizado por primera vez en el año 1970 por el criminólogo Robert Ressler. El recorrido continúa con una explicación de la vida y obra del célebre criminólogo Cesare Lombroso, quien dedicó gran parte de su vida a desenterrar cadáveres de asesinos con el fin de apoyar su teoría que dictaba que las causas para ser un criminal están completamente basadas en razones físicas y biológicas, tomando en cuenta la forma y tamaño del cráneo de los hombres. Es desde esta estación que a los visitantes que estaban siendo observados, según algunos comentarios escuchados, pareció importarles más los desenterramientos de cadáveres de asesinos que las conclusiones de Lombroso.

El recorrido continuó con una serie de explicaciones con maquetas de tamaño real sobre las distintas formas de ejecución para asesinos seriales, desde la silla eléctrica, la inyección letal, fusilamiento, hasta la cámara de gas. Es precisamente en esta estación donde el investigador sintió un cúmulo de ansiedad y horror por las distintas formas de ejecución dado que algunas son más dolorosas que otras. Un ejemplo de esto es la silla eléctrica, ya que según el audio guía una persona

normal muere tras recibir una descarga eléctrica, esta descarga destruye el sistema nervioso en pocos minutos. Algo lamentable es que se prohíbe tomar fotografías de cualquier maqueta o viñeta dentro del recorrido, cabe resaltar que cada maqueta está muy bien diseñada y está acompañada por videos, fotografías y audios. El recorrido continuó con la explicación por parte el audio guía sobre una serie de explicaciones acerca de las motivaciones que subyacen al asesino a cometer tales crímenes señalando textualmente que “No hay motivaciones (...) solo odio contra la humanidad”. Se observó que algunos visitantes les atraen las maquetas a tal grado que disimuladamente fotografían a los maniqués de los asesinos.

La siguiente sala de la exposición está ambientada completamente por algunos de los asesinos seriales más famosos de la historia, cada uno con su estación y maqueta propia, además de la forma de asesinato que utilizaban escenificada de una forma muy gráfica. Los asesinos seriales de Estados Unidos tenían un propio set ambientado de los lugares donde asesinaban (éstos eran principalmente sus hogares) así como representaciones de las armas y utensilios que utilizaban para asesinar y descuartizar a sus víctimas. Un set escenificado que destaca es el de Ed Gein, que está decorado con réplicas muy bien elaboradas de los muebles del asesino que estaban hechos con partes humanas, tales como cráneos utilizados como tazas, lámparas hechas de huesos humanos, un traje confeccionado con piel de mujeres, máscaras hechas de piel y cabello humanos y una vitrina decorada con vaginas. En lo personal llegado a esta sala el investigador sintió deseos de salir de la exposición, debido a las náuseas y el sentimiento de ansiedad que experimentó, lo único que le hizo terminar el recorrido fue la necesidad de su propia investigación. Fue precisamente en esta sala en donde se observó a una pareja de visitantes acompañados por un infante; se detuvieron varias veces en los sets más gráficos de la sala como el de John Wayne Gacy “el payaso pogo” y en el set del asesino Ted Bundy; se intentó abordarlos, pero se mostraron reacios a responder cuando se les preguntó la razón de su visita. Se tomaron audio notas en esta sala, describiendo el comportamiento de los visitantes y las actividades que realizaban, entre ellas se registró la lectura de la

descripción de los asesinos e incluso la toma no permitida de fotografías cuando los elementos de seguridad no se percataban.

La última estación de la exposición mostraba a los asesinos seriales de México, como Goyo Cárdenas, el “cannibal de la Guerrero”, el chalequero, “las poquianchis” y Juana Barraza Samperio “La mataviejitas”. En este punto se pudo hablar unos minutos con dos informantes jóvenes que dijeron sentir “curiosidad” por visitar este tipo de exposiciones. Los visitantes informaron que decidieron visitar esta exposición porque “*es curioso saber cómo asesinaban y también cómo terminaron su vida estas personas*”. Al respecto de la ejecución de los criminales subrayaron que “*la justicia triunfó*”. Cuando el investigador les compartió el motivo de su visita, los informantes también manifestaron su interés en querer conocer el turismo oscuro y señalaron que su siguiente parada era el Museo de la Santa Inquisición. Se tomaron otras notas escritas acerca de las motivaciones de estos visitantes, describiendo sus emociones observables en la exposición, pero manteniendo su anonimato.

Se terminó el recorrido y el investigador se dirigió a la tienda de *souvenirs*. Destacaban principalmente artículos como máscaras y playeras de asesinos seriales. El investigador no sintió deseos de adquirir alguno de esos productos por la ansiedad y preocupación que aún sentía como causa de la exposición.

Museo de Memoria y Tolerancia

Ubicado en la colonia centro de la ciudad de México, este museo busca generar conciencia sobre la tolerancia y los derechos humanos.

El recorrido se realizó el domingo 27 de Agosto de 2017. El recorrido inició con un video introductorio sobre el holocausto y la segunda guerra mundial, desde una perspectiva histórica sobre el genocidio y el ejercicio pleno de la tolerancia. La primera sala mostraba instrumentos que los nazis utilizaron durante el holocausto para dividir a la raza aria principalmente de los judíos, tales como medidas exactas de cráneo, rostro, marcas de nacimiento, entre otros. Se observó que algunos visitantes, jóvenes principalmente, encontraban los utensilios como algo divertido y

hacían bromas al respecto. Por otra parte dentro del recorrido se encontró que otros visitantes, principalmente adultos y ancianos, consideraban la distinción de nacionalidad como algo “horrible”, ya que se escucharon comentarios de desagrado al respecto de los utensilios. El investigador tomó fotografías de los visitantes en esta sala, además de audio notas, destacando la conducta despreocupada de los visitantes al respecto de la sala. La mayoría de los visitantes concretaban sus actividades con un guía que les explicaba el trasfondo del holocausto y tomaban fotos, especialmente de las deformaciones que utilizaban los nazis para “hacer avances médicos”, sobre la infertilidad o cuánto tiempo vive una persona desnuda en una temperatura bajo cero. Se tomaron audio notas sobre el comportamiento y la conducta de los visitantes, se intentó también abordar algunos visitantes, pero se mostraron en desacuerdo al respecto de colaborar con la presente investigación.

Aunque la mayoría de las salas hacen hincapié en el holocausto y el asesinato de masas, otras como la sala del gran genocidio tutsi o el asesinato de indígenas en Guatemala, parecen recibir poco, por no decir nada de interés por parte de los visitantes, algunos de los cuáles solo recorren los pasillos sin detenerse a observar los videos o explicaciones. Sin duda alguna el museo en sí causó al investigador un cúmulo de tristeza en el momento en que se detuvo para examinar los videos de torturas o fotografías de las cámaras de gas. Un punto importante a destacar que está ligado con el turismo oscuro es que fue en el holocausto donde se da un antecedente importante del mismo, ya que durante los juicios de *Nüremberg* se utilizó por primera vez el término *genocidio* para condenar los asesinatos en masa llevados a cabo. Se observó que algunos visitantes también recolectaban información y tomaban fotografías como parte de actividades académicas.

El recorrido continuó con la sala de genocidio tutsi que tuvo lugar en Uganda, África. La sala cuenta con numerosas fotografías sobre cómo los rebeldes hutu torturaban a las mujeres tutsi, esta sala en especial causó al investigador una profunda tristeza por la crueldad de los soldados.

Un aspecto a declarar es que tomar audio notas en este museo es algo difícil ya que los visitantes rehuyeron a manifestar alguna declaración. Otro punto a destacar es que cuando el investigador tomó notas escritas y audio notas, los visitantes se alejaban de él o simplemente no respondían sus preguntas en torno a la razón de su visita; algunos de ellos pasaban rápido cuando el investigador se encontraba tomando videos de las salas en general.

Panteón San Fernando

Panteón y museo histórico, ubicado en la colonia guerrero de la Ciudad de México.

El recorrido se realizó el domingo 27 de Agosto de 2017. Este recorrido tuvo una duración de alrededor de 50 minutos, ya que se recorrió varias veces para poder analizar la conducta de los visitantes y sus actividades realizadas dentro del panteón. Se inició el recorrido por la parte frontal del panteón, ya que no hay un sendero establecido y el recorrido es auto guiado. El investigador se desplazó directamente a la tumba del presidente Benito Juárez, la cual tiene belleza arquitectónica. Se observó que la mayoría de visitantes que acudían ese día eran en su mayoría extranjeros y que su edad oscilaba entre 40-65 años. El investigador tomó varias fotos de los diversos nichos en los cuales los visitantes se detuvieron la mayor parte del tiempo, entre los que destacaban la tumba del presidente Benito Juárez ya antes mencionada, el nicho de Lerdo de Tejada, y la tumba del general Ignacio Zaragoza. Los visitantes demostraron un gran interés en conocer las tumbas de los personajes históricos ya mencionados y además estaban fascinados con la belleza de algunos nichos, por lo que se pudo observar, ya que tomaban varias fotografías de los nichos. Por otra parte parece que el hecho de ser un panteón casi en totalidad desprovisto de guardias u otra persona encargada no pareció importarles, con relación a la seguridad, ya que se tomaban el tiempo para observar el patrimonio en su totalidad.

Aunque el recorrido no es muy largo y no hay mucho personal de información, la sensación de estar solo en algunos nichos no es algo negativo, todo lo contrario. El investigador pudo experimentar tranquilidad e incluso demoró bastante

observando el nicho de Lerdo de Tejada o la tumba del General Ignacio Zaragoza. Por otra parte, durante esta visita se registró que se dan recorridos gratuitos bajo previa cita, pero parece que a los visitantes nacionales no parece llamarles mucho la atención el panteón.

Museo de la Tortura

Museo histórico sobre la santa inquisición, ubicado en la colonia centro de la Ciudad de México.

El recorrido se realizó el 17 de agosto del 2017. Este recorrido tuvo una duración de 60 minutos. El recorrido inicia con una serie de instrumentos originales usados durante la santa inquisición, acompañados por paneles que indican su creación, funcionamiento y el tipo de personas al que eran aplicados. El día de la visita acudieron al museo una gran cantidad de visitantes jóvenes, el investigador abordó a algunos para conocer la razón de su visita y respondieron que tenían como tarea identificar los instrumentos usados para tortura. Otros visitantes declararon que visitaban el museo porque necesitaban hacer tareas académicas al respecto de cómo se vulneraba los derechos humanos en el pasado. Al respecto de este tema el museo cuenta con una sala dedicada al *bullying*, esta sala explica el fenómeno, el impacto negativo en la sociedad y en los individuos, además de presentar sus distintos tipos; es interesante conocer que el museo dedica esta sala y la asocia con la tortura medieval y con algunas personas que han muerto a causa de éste, destacando que en la inquisición se torturaba el cuerpo y el *bullying* puede ser parte de. A la mayoría de los visitantes, principalmente jóvenes, no pareció importarles esta sala, ya que se observó que no pasaban tiempo en ella no tomaban fotos o simplemente hacían bromas al respecto.

Por otra parte el museo exige enérgicamente que no se tomen fotografías sobre los instrumentos e incluso exige el permiso para tomar notas escritas, sin embargo los visitantes tomaban fotografías de los instrumentos de tortura, tocaban algunos de éstos e incluso se observó que algunos se subieron a la guillotina que está ubicada en la última sala.

Como en los otros sitios, en éste se tomaron audio notas de las actividades anteriormente señaladas, ya que no se me permitió tomar fotos o notas escritas, el investigador fue cuestionado acerca de las audio notas por algunos jóvenes a los cuales se les explicó el motivo académico de la visita y aunque se mostraron interesados en el tema, prefirieron no participar en el estudio.

Museo Nacional de la Muerte

El recorrido se realizó el viernes 27 de Octubre de 2017. Se trata de un museo temático sobre la muerte y la cosmovisión prehispánica sobre la misma, ubicado en Aguascalientes, Aguascalientes.

Este museo está administrado por la dirección de cultura de la Universidad de Aguascalientes, por lo que la mayoría de los guías son alumnos de esta institución. Se inició el recorrido en la primera sala del museo titulada “Inframundo”, está ubicada en la parte subterránea del museo, en esta sala se observan réplicas de esqueletos humanos, así como las cosmovisión prehispánica sobre la muerte. Con base en los comentarios de los visitantes que se lograron escuchar en la sala, éstos llegan a pensar que los esqueletos son reales y les atrae la atención tomar fotografías.

El Recorrido continuó con una serie de fotografías y calaveras literarias de los años 1920. Un punto importante en esta sala son las fotografías tituladas “angelitos”, infantes que fallecieron y fueron retratados con sus familias antes de ser sepultados. Es un punto importante porque a los extranjeros parece llamarles la atención esta práctica. Por otra parte el hecho de ver niños muertos retratados con sus familias tranquilamente, al investigador le pareció atemorizante y le causó una gran inquietud. Se pudieron notar algunas emociones como tristeza en algunos visitantes, principalmente mujeres, quienes se detenían un tiempo considerable en esta sala.

La siguiente sala analiza varias representaciones artísticas de la muerte, entre las que destacan una serie de máscaras pintadas por niños, alineadas en fila a la manera del tzompantli prehispánico. Esta parte del museo es una de las más

atractivas, ya que las máscaras tienen diversos colores y bellas ornamentaciones, los estilos de pintura son diversos, y en conjunto llaman mucho la atención.

Se continuó el recorrido analizando las piezas de arte moderno que se hacen con alusión a la muerte, cabe aclarar que todas guardan cierto simbolismo, el cual no está representado en la explicación de la sala, un ejemplo es el llamado “árbol de la muerte”, esta artesanía indígena es la contraparte del árbol de la vida. En él se representa de manera por demás alegre a la muerte, con barro modelado a mano, quemado, decorado y barnizado hasta formar un complejo conjunto de calaveras, pájaros y flores en vivos colores que adornan las ofrendas mixtecas del Día de Muertos. Los visitantes no parecían detenerse en gran medida en esta sala. Un aspecto que comentó el guía con más experiencia del museo, al respecto de la razón de los visitantes con relación a su visita, fue lo siguiente:

“los visitantes acuden a este museo esperando presenciar esqueletos humanos reales u otros elementos reales parecidos [...] al no encontrarlos en el museo muchas veces se molestan o simplemente abandonan el museo [...] de hecho algunos visitantes acuden por algunas colecciones asociadas a la muerte que ven en otras exposiciones con un tema parecido”.

Además de tomar audio notas sobre las diferentes salas, al final del recorrido se abordaron a los administradores y guías de este museo, con el fin de conocer la historia del mismo, el interés de los visitantes e investigar sobre la importancia de las motivaciones y la razón de visita de los turistas.

Para una mayor recolección de información, se concretaron entrevistas con los administradores del museo y con uno de los guías con mayor experiencia. Para este último se realizó un guion de entrevista semi estructurada, el cual se dividió en experiencia como guía turístico y su visión propia sobre la muerte.

Festival Cultural de Calaveras

Festival temático de día de muertos, realizado en Isla San Marcos, Aguascalientes.

El recorrido se realizó el viernes 27 de Octubre de 2017. Este festival tuvo sus inicios en 1994 y atrae principalmente visitantes regionales de Aguascalientes, Guadalajara y Guanajuato. Es un festival que expone las distintas muestras gastronómicas del estado de Aguascalientes y también las creaciones artísticas relativas al día de muertos. Aunque en su mayoría muestra entretenimiento para jóvenes y adultos, tiene diversos talleres sobre las catrinas para niños. Es muy común ver entre las artesanías algunas copias de las artesanías propias de Guanajuato relativas a las momias del museo. Es en sí misma una festividad que busca mercantilizar la cultura y la procedencia de la catrina que fue creada como tal en esta ciudad.

Algo que es digno de rescatar de esta festividad son los recorridos nocturnos que se realizan en los panteones cercanos a Isla San Marcos, aunque en su mayoría buscan generar una experiencia de terror en el visitante. Aunque el festival es muy grande y atrae a miles de personas al año incluso la edición 2016 del Festival de Calaveras registró un millón 267 mil 624 visitas durante los diez días del festejo (la jornada, 2016), el objetivo de dicho festival no parece estar muy claro, se vende como un reconocimiento a la muerte, la historia y la creación de la misma catrina. Por ello es importante reconocer que el festival pareciera estar hecho para visitantes ajenos a la propia ciudad de Aguascalientes, ya que en muchos casos no se muestra a la catrina original creada por el señor Guadalupe Posadas, es más bien una representación más estilizada y actual de la que diseñó el pintor Diego Rivera. Se observó y se tomaron notas sobre las actividades de los visitantes en el festival, y se registró que algunas de estas actividades consistían en ir a beber bebidas alcohólicas, bailar, utilizar tirolesas y juegos de destreza, además de comprar artesanías, ir a escuchar los espectáculos de música en vivo, entre otros de recreación.

Museo de las momias

Museo panteón ubicado en la colonia Centro de Guanajuato

La visita a este museo se realizó el sábado 28 de Octubre de 2017. Este museo muestra una colección única de momias en el mundo que están conservadas en estado natural. El recorrido puede ser auto guiado o también recorrerse con un guía turístico. Además cabe aclarar que al final cuenta con una momia real con la que los visitantes pueden tomarse fotos junto a su féretro. Parece que esta actividad de tomarse fotos con la momia les parece muy divertida a los visitantes, por algunos comentarios que realizaban los visitantes, tanto jóvenes como adultos.

La conducta de los visitantes con relación a las momias es una mezcla de asombro y diversión; hacen chistes sobre las momias, les divierte su estado actual e incluso toman fotos en primer cuadro de sus rostros, parece que los visitantes extranjeros solo toman fotos por el asombro de las mismas, a diferencia de los nacionales. Algo que es importante resaltar en este museo es que los visitantes tienen una gran curiosidad por las momias, incluso piden al guía que explique cuáles son las momias que murieron en formas dolorosa, o cuáles son las que fueron asesinadas. Durante la visita se pudieron observar momias de personas que murieron de forma dolorosa, entre ellas una asesinada a cuchilladas en el vientre y otra que fue enterrada viva, a los visitantes les llamó la atención la forma de morir de estas personas y preguntaron acerca de las momias, quiénes eran, su ocupación, quiénes las asesinaron, por mencionar algunas preguntas. Se tomaron algunas fotos de las momias y de la conducta de los visitantes, además de abordar al guía para preguntarle sobre la conducta de los visitantes y su opinión respecto de la muerte, pero no fue posible ya que tenía muchos grupos a los cuáles darles el recorrido.

El recorrido guiado contempla una explicación científica del proceso de momificación natural que distingue a éstas de otras momias encontradas en otras partes del mundo. Los guías no reciben una paga por sus servicios así que al finalizar el recorrido piden alguna compensación; algunos visitantes se mostraron

muy satisfechos por la explicación la cuál fue muy amena y varios agradecieron al guía. Algunos visitantes incluso pagan guías externos para que les diera una explicación en profundidad sobre la historia del museo y el proceso detallado de la momificación. Durante el recorrido se estuvo cerca de dos grupos de visitantes uno que se formó en la entrada al museo y otro que ya venía por parte de una agencia de viajes. La recolección de datos mediante notas escritas y audio notas no fue posible en el momento debido a la estructura de los pasillos y a la amplia afluencia de visitantes.

Museo del Purgatorio

Museo interactivo de la santa inquisición, ubicado en colonia Centro, Guanajuato.

Este recorrido se realizó el sábado 28 de octubre de 2017. Se realizó con un guía, cabe resaltar que son los propietarios del lugar los que realizan la explicación.

Quizás el aspecto más llamativo de este museo que se diferencia de otros museos asociados a la inquisición sea la interacción de los visitantes con los instrumentos de tortura, los cuáles son réplicas de los instrumentos que fueron realmente utilizados para torturas personas durante la santa inquisición de 1800. Los visitantes se divierten con la cómica explicación que da el guía, además de tomarse fotos y utilizar algunos de estos instrumentos para su diversión personal. Entre los instrumentos destacan la guillotina, el toro español, la horca, el caldero, el féretro con clavos en su interior, entre otros. Muchos de los visitantes tienen una plena participación en las actividades relacionadas con estos instrumentos, llegando a tomarse varias fotografías y hacer comentarios sarcásticos al respecto.

La atmósfera que impera en el lugar contagió de cierta ansiedad al investigador, ya que las salas del museo están muy poco alumbradas, hay bocinas en todas las salas que reproducen música lúgubre. Los otros visitantes estaban dispuestos a participar en las actividades que puso el guía, el mismo guía generan un ambiente de confianza y ameno. Los guías hacían bromas sobre las personas que murieron por la inquisición y a los visitantes les parecía divertido que el guía siguiera con las mismas bromas, haciendo comentarios como "las mujeres infieles merecen ese

castigo ahora” (refiriéndose al cepo) o “a los gays les gusta el potro español” (instrumento de tortura con forma triangular, que consiste en montar a la víctima sobre una superficie puntiaguda y a continuación poner peso sobre las extremidades de la persona con el fin de desgarrar el recto).

Como en otros sitios, se intentó abordar a los guías, los cuales no se mostraron disponibles para participar en la investigación. Los guías no eran personas calificadas como tal, no contaban con una cédula o certificación ante la Secretaría de Turismo, se preguntó a uno de ellos y respondió que eran locales y vecinos de la colonia. Los guías señalaron que no tenían información al respecto de la afluencia de personas o el perfil de las mismas.

Motivaciones en sitios turísticos asociados a la muerte

La literatura científica internacional sobre el turismo oscuro ha evidenciado que los desplazamientos turísticos de dicha modalidad están fundamentados en varias motivaciones. La multiplicidad de motivaciones en el turismo oscuro fue corroborada por el presente estudio. Se determinó que el turismo oscuro es practicado en México, aunque no se le reconozca como tal y que hay sitios turísticos donde es practicable. Ejemplos de estos sitios son los panteones de la ciudad de México como el panteón de dolores, el panteón de san Fernando, el panteón francés, así como algunos museos como el museo de las momias de Guanajuato, el museo nacional de la muerte, el museo del purgatorio y exposiciones oscuras como la exposición de asesinos seriales. A través del análisis integrado del trabajo de campo, es decir tanto de las visitas a sitios como de las entrevistas, este estudio reveló que las motivaciones del turismo en sitios asociados a la muerte en México son principalmente doce, las cuáles se enlistan a continuación:

1. Educación
2. Conocimiento especializado
3. Cultura
4. Vivencias espectrales
5. Curiosidad

6. Nostalgia
7. Morbosidad
8. Socialización
9. Paz mental
10. Cosmovisión de la muerte
11. Culto a la muerte
12. Justicia

En las secciones subsecuentes de este capítulo se describe y discute cada una de estas motivaciones. Se integran extractos de las entrevistas y observaciones realizadas y fotografías tomadas durante la visita. Es de esta manera que se abre un panorama para identificar las distintas motivaciones que pueden subyacer a los desplazamientos a los sitios asociados a la muerte.

Educación

La educación es la motivación principal y la que con más frecuencia motiva a los visitantes a desplazarse a los sitios asociados a la muerte, al menos en los sitios contemplado en este estudio. Esta motivación engloba los motivos relacionados a la educación profesional, es el motivador principal que mueve a los visitantes con propósitos académicos, con el fin de realizar tareas u otros proyectos relacionados. Algunos visitantes abordados en el museo de la tortura, por ejemplo, declararon que el motivo de su visita era realizar una tarea sobre las condiciones de los derechos humanos en América, otros manifestaron que su tarea consistía en conocer el funcionamiento de los instrumentos de tortura del siglo XVIII.

Conocimiento especializado

El conocimiento especializado como motivación en cuanto al tema de la muerte, está relacionado de diferentes formas; diversos aspectos llaman la atención al visitante para que éste se desplace a algún sitio asociado a la muerte, puede ser para aprender, como lo mencionan los guías entrevistados, “les gusta aprender sobre iconografía funeraria, fauna y flora, además de la historia del panteón y la historia del arte” (en el caso de las tumbas y mausoleos) (ver fotografía 25). Por otra parte también es importante recalcar que los visitantes se desplazan para enseñar a otros sobre aspectos de la muerte, sobre todo en el caso de los

panteones, de esta forma se evidencia una gran diferencia en cuanto a los visitantes que acuden por motivos académicos. Tal es el caso del grupo conocido como Seminario de la muerte, sobre el cual se comentó que:

“Por ejemplo un día hablamos sobre la falta de peso antes y después de morir, sobre el tema del alma relacionado a eso, otro día fue una señora del mercado de Jamaica y nos habló acerca de las flores que se ponen debajo del féretro y es que el cuerpo humano empieza a producir gases que apestan a las pocas horas de fallecer”.

Fotografía 25 Panteón de San Fernando. Aquí se reúne el grupo conocido como Seminario de la muerte.



Fuente: Fotografía tomada por el autor.

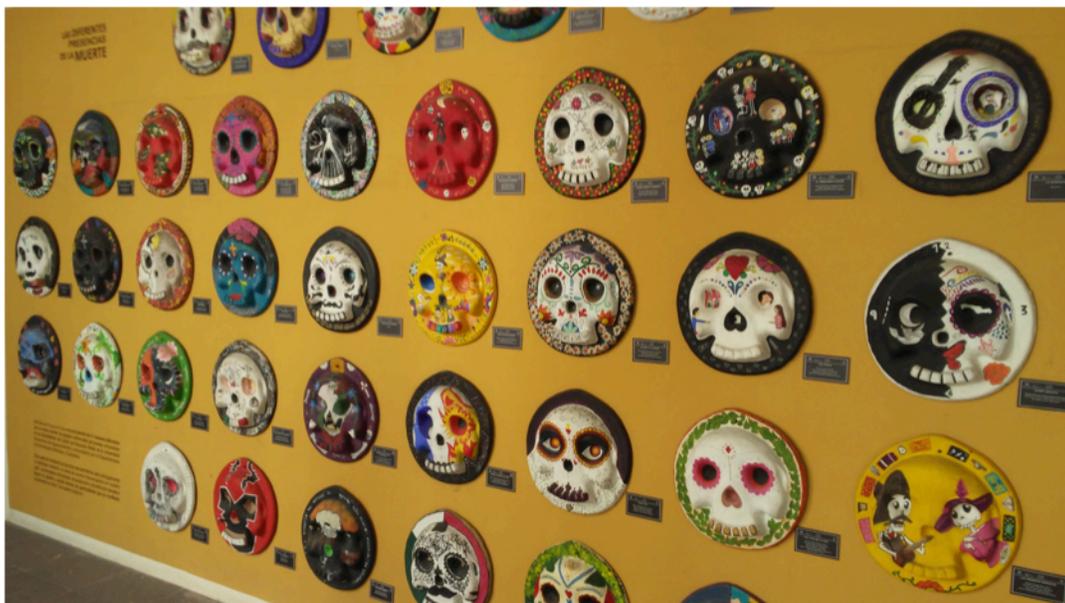
Cultura

La cultura, que contempla un conjunto de conocimientos e ideas especializadas, y que a su vez identifican a una comunidad, funge como una motivación importante en el turismo oscuro. El guía del Museo Nacional de la Muerte de Aguascalientes, dijo al respecto:

“...muchas veces yo emprendía el recorrido y personas (visitantes nacionales) que sabían sobre el tema empezaban a aportar a la visita todo esto relativo a su propia opinión, contrariamente a visitantes rusos, japoneses, escandinavos, son muy fríos al tratar el tema de la muerte, ellos vienen por la curiosidad de ver alguna artesanía mexicana, algo que en su país es muy diferente, entonces el interés es el mismo y la perspectiva diferente, una vez que están en contacto con el museo hay gran interés por saber más”.

La muerte es un tópico importante para la cultura mexicana, es algo que motiva a los visitantes nacionales para desplazarse porque está vinculado con sus raíces, pero sorpresivamente también mueve a los visitantes extranjeros, ya que la visión de la muerte, las ideas y artesanías creadas con ese fin, como dijo el guía, es algo atípico en sus países de origen (ver fotografía 26).

Fotografía 26 Muro de máscaras artesanales. Museo Nacional de la Muerte.



Fuente: Fotografía tomada por el autor.

Vivencias espectrales

La motivación llamada por Dann (1998), *Fear the phantom*, alude a la sensación de miedo y angustia que experimentan los visitantes en un sitio de muerte

asociado a los fenómenos inexplicables y a los “seres sobrenaturales” que se alega que existen en un plano espiritual. Esto hace referencia a seres mitológicos, “fantasmas”, espíritus, demonios, entre otros. Es claramente una motivación básica de lo que en un principio se llamó *Dark tourism*. Esta motivación está presente en distintos sitios asociados a la muerte en México. Un guía que hace recorridos en panteones mencionó al respecto que en un principio los grupos que guiaba “decían – a ver si me voy a encontrar un fantasma, la muerte o un “aparecido”. Aunque el propósito de los sitios turísticos asociados a la muerte como los museos no promuevan el desplazamiento asociado a las “vivencias espectrales”, son en todo caso los puntos de encuentro para quien desee este tipo de experiencias, sea real lo que se alegue o simplemente producto de la imaginación humana; a este respecto un guía del Museo Nacional de la muerte comentó que:

“...este edificio antiguo ya tenía su leyenda que decía que se aparecía un monje franciscano, yo supe de la leyenda cuando se estuvo adecuando el lugar para ser un museo.[...] también dicen que se aparece una niña [...] de hecho han venido medios de comunicación masiva que han querido tomar evidencias de actividad paranormal, pero nosotros jamás hemos querido que este tipo de expresiones tengan cabida en el museo...”

Curiosidad

Esta motivación pudiera estar relacionada con lo que Dann (1998) llamó “Promoción postmodernista”, que hace referencia a un consumo “mecanizado” por parte de los visitantes. De cualquier forma la curiosidad “empuja” a las personas para conocer, saber y descubrir nuevos sitios; es quizá la consecuencia de vivir en un mundo capitalista, en donde simplemente se desea adquirir más bienes materiales, incluso experiencias.

Algunos visitantes abordados por el investigador en la exposición de asesinos seriales del museo del Policía manifestaron sentir “curiosidad” por la vida y obra

de los asesinos, ya que según ellos, “es interesante conocer a estas personas y saber cómo terminaron sus vidas”. La curiosidad “empujó” a estos visitantes a desplazarse a este sitio en particular, sin embargo no sería la única motivación presente en este caso, como se verá más adelante (ver fotografía 27).

Fotografía 27 Museo del purgatorio. A los visitantes les interesa generar experiencias nuevas y diferentes.



Fuente: Fotografía tomada por el autor.

Nostalgia

La búsqueda de la nostalgia es otra motivación en el turismo oscuro. Básicamente se argumenta sobre lo tedioso de las personas y su vida actual, entonces las personas buscan un “consuelo” en su pasado. Las personas anhelan su pasado. Aunque también la nostalgia está relacionada con el recuerdo que se tiene de los familiares, amigos y compañeros que los individuos han perdido durante sus vidas. La guía de panteones entrevistada comentó al investigador sobre los recuerdos que

embargaban a los familiares de las personas enterradas en los panteones y sobre como éstos se desplazaban por el recuerdo de los mismos.

Morbosidad

La motivación que engloba los sentimientos sádicos y el gusto por el sufrimiento ajeno está presente en las visitas a los sitios asociados a la muerte en México. Dann (1998) la llamó *Nurture of Nastiness* a esta motivación donde básicamente se “compra” y se “paga” por el sufrimiento de terceros; está claramente relacionada al capitalismo, lo que a su vez genera un aumento de violencia. Es común que los autores hagan referencia a esta motivación y también muy común que se utilice para generalizar sobre turismo oscuro, sin embargo, como se ha estado explicando, esta motivación no es la que genera más desplazamientos, tampoco es la motivación que destaque por encima de las demás, al menos en el contexto de los sitios y experiencias estudiadas para esta investigación.

La guía del panteón de San Fernando concluye sus recorridos con una visita a la fosa común o a algunos restos visibles encontrados en los panteones, ella dijo que *“...los restos son el plus, digamos, cuando ya va a finalizar el recorrido les pregunto, ¿alguien quiere ver los restos o así?, allí es donde los llevo. Algunas veces empezamos con la parte morbosa...”*

La guía también declaró que lleva a los visitantes hasta la parte más cercana a la fosa común donde apenas empieza a “oler”. Está claro que la motivación que se refiere al morbo o al sadismo también es una parte importante de este tipo de recorridos.

Aunque en este caso los visitantes son los que se interesan por los restos humanos, también hay prestadores de servicio que se ven influenciados por esta motivación y es un factor determinante en su empleo (ver fotografía 28). El guía del Museo Nacional de la muerte dijo al investigador que:

“...un tema que siempre genera algo de morbo [es] aproximarse a tratar el tema de la muerte, de hecho eso fue lo que me hizo acercarme al museo

de California, primero el sorprenderme porque ya existía este museo cuando yo conocí el otro, yo lo conocí en 2010 y este [refiriéndose al Museo Nacional de la Muerte, Aguascalientes] abrió sus puertas en 2006. Entonces el morbo de saber que había en el museo fue el gancho...”

Fotografía 28 Museo de la momias. A los visitantes les atrae observar cadáveres momificados.



Fuente: Fotografías tomada por el autor

Socialización

Esta motivación está relacionada con la necesidad humana de estar con otras personas y formar grupos sociales con características en común que los definan. Un entrevistado declaró que en el panteón de San Fernando se reúnen personas con ideas afines y por un gusto compartido por la muerte. Este grupo es llamado el “Seminario de la muerte”, anteriormente llamado Elsa Maguido en honor a su fundadora; es en este grupo que se pueden encontrar guías turísticos, arquitectos, arqueólogos, médicos forenses, artesanos, historiadores y comerciantes y, según

el guía, se reúnen para hablar de todo lo *“relativo a la muerte desde la perspectiva de cada quién.”*

Paz mental

Los sitios asociados a la muerte no sólo exacerbaban sentimientos de excitación, morbosidad o curiosidad, son también un lugar para que los visitantes o personas que se desplacen sientan “tranquilidad”. Así lo declaró un informante, el informante dijo que *“me gustó en un principio porque siento mucha tranquilidad. Yo me puedo ir a panteón de dolores a pasar largas horas leyendo, yo no lo veo por la parte sádica, lo veo por la tranquilidad”*.

Cosmovisión

La visión que tienen los visitantes, en este caso sobre la muerte, con frecuencia también es un motivo para desplazarse. Esta motivación se ve reflejada en el concepto que tienen los visitantes sobre la muerte de forma individual pero definida culturalmente. Es decir la noción que se tiene en México sobre la muerte misma define también los desplazamientos. Al respecto un informante mencionó que,

“la gente también va mucho por estas cosas que te comento [...] saber cómo será cuando mueran”. Otro informante se pronunció al respecto y dijo que *“uno de los museos de la muerte que me parecen muy interesantes [...] es el Museum of death que esta en California y se remite a documentos, sobre los asesinos seriales, o sea somos los únicos [refiriéndose a México] que tienen este enfoque sobre la muerte”*.

A veces también los visitantes buscan “compartir su visión sobre la muerte”, como ya se había hecho mención anteriormente, de hecho las nociones culturales de los individuos tienen mucho que ver con su visión de la muerte (ver fotografía 29).

Fotografía 29 Mictlantecuhtli, dios prehispánico de la muerte. Sala subterránea del Museo Nacional de la Muerte.



Fuente: Fotografía tomada por el autor.

Justicia

En algunos casos los sitios asociados a la muerte también son sitios que atraen a los visitantes que persiguen atender sus sentimientos asociados a la ética. Una motivación muy interesante y difícil de observar en los sitios (ya que es difícil que los individuos la reconozcan como tal) es la justicia, o al menos la sensación de. Este principio moral llamado justicia está relacionado con el obrar y juzgar acorde a las acciones que cada individuo realice, es de esta forma que Dann (1998) dice que esta motivación es la antítesis de la motivación llamada “*Nurture of Nastiness*” pues evoca sentimientos de justicia, para que los crímenes perpetrados por asesinos sean castigados. Esta motivación fue distinguida del resto, unos informantes anónimos, en la exposición de asesinos seriales del museo del

policía, comentaron sobre la ejecución de los criminales que “la justicia triunfó”, según los visitantes “esas personas se merecían terminar como lo hicieron”.

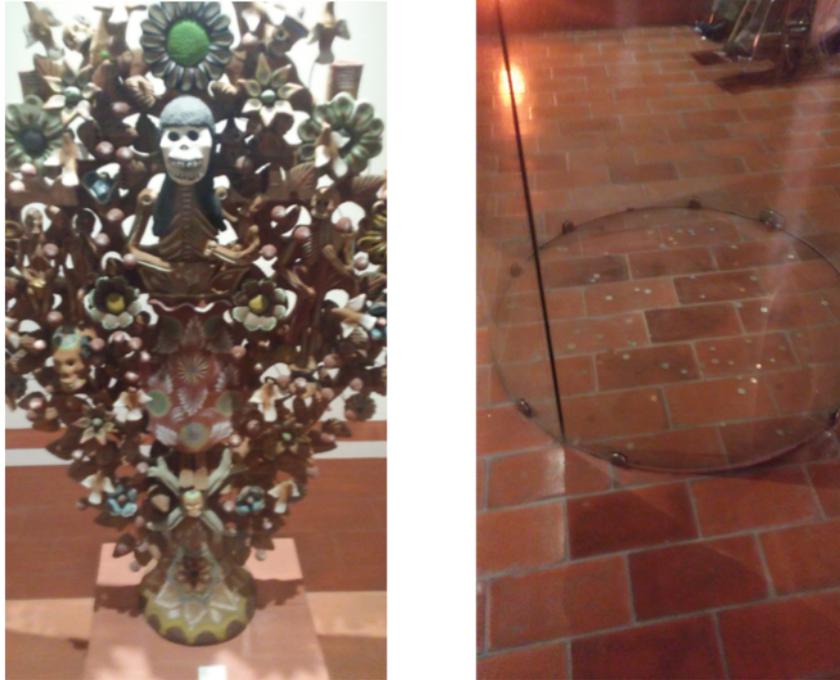
Culto a la muerte

Se ha explicado que el desplazamiento a sitios turísticos asociados a la muerte puede generar sentimientos sádicos, de paz, pero también exacerba principios éticos como la justicia. Además se identificó que las nociones culturales propias de cada país y su particular visión de la muerte funcionan como motivadores que subyacen el desplazamiento de los visitantes. Sin embargo, esta investigación postula que las nociones culturales que los mexicanos tienen acerca de la muerte pueden dar paso a otras motivaciones que quizá no se presentan en otros contextos culturales. Una de estas motivaciones es el culto a la muerte.

El culto a la muerte básicamente consiste en rendir tributos a la “parca” o hacer actos de adoración; éste es un fenómeno observado por guías y por los mismos administradores del Museo nacional de la muerte (ver fotografía 30) Ellos declararon que:

“en la sala final de este museo tenemos una muerte grande, bueno es una artesanía, pero curiosamente la gente que nos visita suele arrojar dinero, para pedir algún deseo, parecido como el culto a la santa muerte, no es el objetivo de la artesanía, nosotros decimos a los visitantes que se abstengan de hacerlo, pero personas que son de este culto vienen a pedir deseos o que los protejan...”

Fotografías 30 y 31 Sala de artesanía local, Museo Nacional de la Muerte. Nótese que los visitantes arrojan dinero a la artesanía.



Fuente: Fotografías tomadas por el autor.

Los administradores mencionaron que, a raíz de este suceso, se dispuso proteger a esta artesanía con una pequeña pared de vidrio, pero las personas siguen arrojando dinero por una pequeña rendija. Está claro que el motivo de la visita de estos visitantes podría ser aún más profundo de lo que simplemente parece, aunque este fenómeno requeriría una mayor investigación para determinar cuáles elementos psicológicos, sociales, culturales e incluso espirituales son los que convergen, y justifican, este desplazamiento.

Aunque al principio de esta investigación el investigador previó encontrar motivaciones diferentes y en todo caso las motivaciones “oscuras” ser encontradas como algunas de las que más desplazamientos generan, la investigación de campo si bien arrojó a algunas motivaciones como lo son la motivación de morbosidad y la motivación de las vivencias espectrales como principales, no fueron las que provocaron mayores desplazamientos, en contraste fueron las motivaciones de socialización, cultura, conocimiento especializado y

curiosidad las que mayores desplazamientos generan, según los informantes y las observaciones *in situ*.

Por otra parte es importante reconocer que hay grupos de personas en México con intereses afines a la muerte y que un contacto con éstos individuos sin dudas generaría un efecto de “bola de nieve” y ayudaría a conocer a otros turistas oscuros, quizá comprender otros tipos de motivaciones aún no previstos y no estudiados a fondo en el contexto del turismo oscuro.

Otro hallazgo importante que merece atención en el tema del turismo oscuro son, como ya se dijo, motivaciones no exploradas en cuanto al turismo oscuro. La presente investigación reveló que el culto a la muerte genera desplazamientos a los sitios asociados a la muerte en México. Una motivación no antes descrita en la bibliografía revisada sobre el turismo oscuro, está fuertemente relacionada con los motivos de cultura y cosmovisión, aunque requiere una investigación aparte ya que los individuos que se desplazan por esta motivación contemplan aspectos espirituales de su vida. Como ya se explicó las motivaciones en turismo oscuro pueden ser muy variadas y en algunos casos puede haber más de una motivación que genere un desplazamiento.

CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como objetivo general conocer las principales motivaciones turísticas en los desplazamientos a sitios relacionados con la muerte en México. Específicamente persiguió: a) identificar los sitios asociados a la muerte más visitados en México; b) conocer los factores de empuje en las motivaciones de visitantes en México dentro del turismo oscuro y; c) conocer los factores de arrastre de los visitantes en México dentro del turismo oscuro.

Para conocer las motivaciones de visitantes a los sitios asociados a la muerte en México se determinó visitar sitios específicos de la oferta turística. Durante una de las visitas de familiarización a dichos sitios, se observó que una o más visitas con observaciones focalizadas arrojarían resultados más profundos y contextualizados sobre las motivaciones en relación con la muerte. Por lo tanto para esta investigación se adoptó la observación participativa, apoyándose de una guía de observación que permitiera registrar de forma sistemática y ordenada las notas de campo.

Para la descripción de los sitios se utilizó la estrategia de acercamiento abierto; es decir, el investigador reveló su verdadera identidad para realizar la investigación con el fin de tener la confianza de los individuos y su apoyo para mayor accesibilidad. El grado de acercamiento utilizado en la etnografía fue activo. Metodológicamente esto permitió no sólo observar sino un mayor involucramiento en los recorridos obteniendo así un entendimiento más profundo y contextualizado de la situación social estudiada.

Las motivaciones turísticas encontradas en los sitios asociados a la muerte no difirieron en cuanto a las encontradas en las fuentes inglesas sobre *Dark Tourism*. Se hallaron las motivaciones que han reportado hasta este momento algunos autores, aunque también emergieron otras categorías motivacionales en el turismo oscuro en el contexto de México. Las principales motivaciones encontradas fueron: educación; conocimiento especializado; cultura; vivencias espectrales;

curiosidad; nostalgia; morbosidad; socialización; paz mental; cosmovisión de la muerte; culto a la muerte y; justicia.

Las motivaciones encontradas coinciden con los hallazgos obtenidos por otros autores. En el capítulo 1 de este trabajo se abordó el tema de los memoriales realizados al este de Sichuan, provincia china, en donde el autor declaró que la nostalgia es un motivador importante en el fenómeno de los desplazamientos en ese país. Según los informadores algunos participantes en este estudio, se desplazan porque "añoran su pasado", "extrañan su pasado", y por ello se desplazan para estar en contacto con los recuerdos de sus seres queridos que han fallecido. Además las motivaciones "principales" que definen al turismo oscuro como el sadismo o morbosidad y las "vivencias espectrales" también fueron encontradas en el transcurso de esta investigación.

Aunque Dann (1998) encontró y nombró varias motivaciones del turismo oscuro, hay otras que no contempla este autor pero que emergieron en este estudio, incluyendo el culto a la muerte, motivación que puede ser propuesta para ser analizada y estudiada como las demás, considerando los aspectos culturales que la subyacen. De hecho el culto a la muerte en México como una motivación en el turismo oscuro resulta un hallazgo importante e interesante que al mismo tiempo abre la puerta para preguntarse ¿esta motivación se hace presente en otros contextos culturales?, ¿qué subyace exactamente a esta motivación?, ¿cuál es la dimensión espiritual de esta motivación? El culto a la muerte es sin lugar a dudas un hallazgo muy relevante de esta investigación en el contexto de los trabajos de investigación ya existentes.

Además la motivación de curiosidad como motivación que se plantea en esta investigación pudiera ser analizada como "persiguiendo el cambio" propuesta por Dann (1998), que engloba los sentimientos relacionados con sentir adrenalina y emoción por descubrir nuevos sitios, aunque ésta también está muy ligada al capitalismo y la expresión de los individuos a través del consumismo.

En relación con los sitios turísticos asociados a la muerte en México, es necesario precisar que éstos presentan distintos grado de oscuridad; por ejemplo, mientras que el Museo de las momias podría ser clasificado como lo más oscuro, el Festival Cultural de Calaveras podría ser visto como uno de los más claros dentro de la oferta turística de México. Por tanto, los sitios estudiados, y muchos otros, pueden ser clasificados para su uso según su grado de oscuridad, como lo describe Stone (2006). La clasificación de grados de oscuridad que propone es importante para regular y dar forma a los productos turísticos que pueden surgir y modernizarse según sea las necesidades de la demanda, ésta es una propuesta de esta investigación.

La metodología utilizada para la descripción de los sitios fue muy productiva, el carácter cualitativo, particularmente las visitas a los sitios, permitió tener un entendimiento más cercano de las motivaciones y experiencias de los visitantes. Las entrevistas en profundidad permitieron conocer con mayor profundidad la razón del desplazamiento que tienen los visitantes a los sitios asociados a la muerte, además de los sentimientos y emociones que experimentan, y cómo estos desplazamientos influyen incluso en la vida de los prestadores de servicio como los son los guías de turistas.

Los resultados de esta investigación pueden ser de utilidad para proponer productos de turismo oscuro creados con el patrimonio cultural tangible e intangible con el que cuenta México. Como ya se evidenció, diversos sitios asociados a la muerte como museos, panteones y exposiciones pueden ser utilizados para promover la modalidad de turismo oscuro en el país, atendiendo las múltiples razones de visita de este tipo de visitantes, no sólo en términos del morbo y la educación, sino también de la nostalgia y el culto a la muerte, por mencionar algunos. Esta modalidad es ya un fenómeno muy conocido en países europeos, principalmente en España, donde ya se realizan diversas rutas patrimoniales con la utilización de cementerios. México cuenta con diversos lugares de descanso, entre los que destacan el panteón de dolores, el panteón francés, los cuales pueden ser una nueva opción para los turistas extranjeros y

nacionales que busquen experiencias fuera de lo cotidiano y lo común, experiencias muchas de ellas muy significativas psicológica, espiritual y emocionalmente.

Aunque el propósito de esta investigación fue conocer las motivaciones en el turismo oscuro, algunas limitantes deben reconocerse. Contactar a informantes para entrevistas profundas fue un impedimento muy importante en el trabajo de campo, esto se debe quizá al tamaño reducido de este segmento pero quizá también a la naturaleza misma de sus motivaciones (la muerte). Sería por ello conveniente diseñar estudios que metodológicamente rescaten las vivencias de los turistas con base en sus propias palabras. Si bien este estudio puede considerarse una aproximación a las motivaciones en este tipo de turismo, aún quedan preguntas por resolver. Si el turismo oscuro es practicado en México, ¿cuáles son las razones por las que esta modalidad no es muy difundida?; debido a que este tipo de turismo tiene un componente muy subjetivo de los turistas, ¿qué tan gratificante encuentran esta experiencia?, ¿qué efectos tienen estos viajes en su vida? Conocer las respuestas a estas interrogantes permitirá un mayor conocimiento acerca de esta modalidad practicada pero poco entendida y reflexionada.

ANEXOS

Guión de entrevista para guía de turistas.

Mi nombre es Josue Enrique Aguilar Enciso y soy estudiante egresado de la Universidad Autónoma del Estado de México de la licenciatura en turismo. Estoy realizando una investigación titulada “Motivaciones turísticas en lo sitios asociados a la muerte en México”. El objetivo del presente estudio es conocer las motivaciones dentro del turismo en sitios asociados a la muerte así como identificar los sitios más visitados en México. Se trata de una entrevista con preguntas abiertas en donde no hay respuestas correctas ni incorrectas.

Debido a que sus respuestas deben ser analizadas con detenimiento, es muy importante que la entrevista sea audio grabada. La información será utilizada únicamente para propósitos científicos y educativos. Usted puede tener la plena confianza de que su información será confidencial ¿Me permite por tanto grabar la entrevista?

Sección 1. Sobre los visitantes

- 1.- ¿Puede describir los recorridos guiados que hace en los sitios asociados a la muerte?
- 2.- ¿Cuánto tiempo tiene trabajando de guía?
- 3.-¿Qué tipo de público suele adquirir sus servicios de guía?
 - A. Quiénes son
 - B. Procedencia
 - C. Perfil
 - D. Patrones de viaje
- 5.- Según su criterio, ¿cuáles son las razones de su visita?
- 6.- ¿Qué concepciones tienen sobre la muerte?

7.-¿Qué emociones experimentan?

Sección 2. Sobre la guía de turistas.

8.- ¿Por qué decidió ser guía de turistas?

9.- ¿Cuál fue la razón para realizar recorridos en panteones?

10.- ¿Qué empleos anteriores tuvo que estén relacionados con la muerte?

11.-¿Qué concepción tiene usted sobre la muerte?

¿Me podría compartir alguna experiencia asociada a su empleo o a los desplazamientos turísticos efectuados asociados con la muerte?

Sección 3. Generales

Edad:

Nivel de estudios:

Gracias por su participación.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Guía de Observación participante		
Fecha:	Hora de inicio:	Hora de cierre:
Lugar de la observación:		Duración:
Descripción del lugar:		
Descripción de los visitantes:		
Descripción del comportamiento de los visitante (actividades, reacciones, emociones):		
Notas propias:		

TRABAJOS CITADOS

A dónde ir (2017) Exposición de asesinos seriales. Disponible en: <https://friever.jimdo.com/a-donde-ir-funciones-4dx/exposición-de-asesinos-seriales-en-el-museo-del-polic%C3%ADa/>, consultado el 7 de Agosto del 2017.

Alcalá Rocha, J. (2013) Turismo oscuro: Grado de oscuridad de los recursos Chichén-Itzá (Tesis de pregrado), Universidad Autónoma del Estado de México, Texcoco, Edo de México.

Altinay L., Paraskevas, A. (2008). *Planning research in hospitality and tourism*. Hungría: Butterworth-Heinemann.

Bacete García, F., Betoret Doménech, F. (2014). Motivación, aprendizaje y rendimiento escolar. *Revista electrónica de motivación y emoción* , 1, 1-18.

Baltar F., Gorjup, M.T. (2012). Muestreo mixto online: Una aplicación en poblaciones ocultas. *Revista Intangible capital* , 8, 27.

BBC. (2016). Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160112_internacional_japon_bosque_suicida_aokigahara_ng, consultado el 7 de Agosto de 2017.

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

Blanco Castaño, S., Moreno, A., Dauder García, S. (2003). Aproximación psicosocial la motivación turística: Variables implicadas en la elección de Madrid como destino. *Estudios Turísticos* , 158, 5-41.

Bowman, M. &. (2009). "What's so Dark about dark tourism?: death, tours and performance". *Tourist studies* , 11, 175-190.

Bristow, R. (2004). Myth vs fact an exploration of fright tourism. *Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium* , 215-221.

Bryman, A. (2004). *Social Research Methods* (2 edición ed.). New York: Oxford University Press Inc.

Castro Rey, A. R. (2009). Turismo de desastres: aproximación a la explotación turística del desastre del prestige en la costa da norte. *Revista Galera de Economía* , 18 (2), 1-20.

Chang, T.Y. (2014). The dark tourism the effects of motivation and environmental Attitudes on the Benefits of Experience. *Revista Internacional de Sociología* , 72 (2), 69-86.

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de la investigación social* (1 edición ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.

Dann Graham, M. (1998). The dark side of tourism . *International Center for Research and Studies in Tourism* , 14, 42.

Delisle, M. A. (2011). *¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos* (Vol. 1). San José, Costa Rica: Editorial Flacso.

DeMond, S. M. (2013). When death is the destination: the business of death tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Tospitality Research* , 7 (3), 293-306.

El universal. (2015). Disponible en: <http://www.eluniversalqueretaro.mx/metropoli/01-11-2015/el-museo-de-la-muerte-una-historia-que-se-debe-rescatar>, consultado el 7 de agosto a las 17:35 hrs.

El Sol de México. (2017). Disponible en: <https://www.elsoldemexico.com.mx/doble-via/ciencia/700482-unam-realiza-imagen-3d-en-rincones-subterranos-de-piramide-de-la-luna>, consultado 7 de Agosto 2017 a las 18:00 pm

Energía nuclear. (2017). Situación actual de Chernobyl. Disponible en: <https://energia-nuclear.net/accidentes-nucleares/chernobyl/situacion-actual>, consultado 12 junio 2017 a las 16:30 hrs.

Entorno Turístico. (2017). Cinco destinos de turismo religioso más importantes de México, Disponible en: <http://www.entornoturistico.com/5-destinos-turismo-religioso-mas-importantes-mexico/>, consultado 12 de Junio 2017 17:00 hrs.

Flores Sedek, M. (1974). Las Motivaciones turísticas. *Estudios Turísticos* , 43, 91-114.

Fernández, M. G. (2008). Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones* , 24 (2), 253-268.

Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of tourism Research* , 21 (3), 555-581.

Forbes staff. (2016). Los cuatro destinos de playa más visitados en México, Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/los-4-destinos-playa-mas-visitados-mexico/>, consultado 20 de Marzo de 2018 a las 2:00pm.

Gobierno de Chile. (2008). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Patromonia consultores.

Hernández Espinoza, R., Monterrubio Cordero, J.C. (2016). Construcciones sociales del espacio turístico recreativo. Un estudio interpretativo sobre las prácticas recreativas en el Molino de Flores. *Revista Turismo y Sociedad* , 19, 15.

Hernández Sampieri, R., Collado Fernández, C. y Lucio Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4 edición ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill.

Hoyos Flores, D. & Rivera Leyva, A. M. (2006). Turismo de muerte en México (Tesis de pregrado) Universidad de las Américas, Puebla, Santa Catarina Mártir Puebla.

Jorgensen, D. L. (1989). *Participant observation. A methodology for human studies* (Vol. 15). New Bury Park: Sage Publications.

Kawulich Bárbara, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *Forum: Qualitative Social Research* , 6 (2), 23.

Korstanje, M. (2016). Inglaterra y el turismo oscuro: los orígenes de la thanaptosis. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR* , 6 (2), 183-194.

Korstanje, M. (2014). Puntos esenciales del turismo oscuro, un debate conceptual. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas* , 10, 23-35.

Korstanje, M. (2015). Turismo negro y crimen. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24 (3), 758-761.

Killing Field museum. (2017). Disponible en: <http://www.killingfieldsmuseum.com> consultado el 12 de junio de 2017 a las 17:00 hrs.

La jornada. (2016). Más de un millón de visitantes en el Festival de las Calaveras, Periódico la jornada, redactado el 22 de nov de 2016. Consultado el 27 de nov de 2017 a las 2:38 pm disponible en <http://www.lja.mx/2016/11/millon-visitantes-en-festival-las-calaveras/>

López, R. E. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Revista Margen* , 61, 19.

López López, Á. (18 de Julio de 2016). Ofrece México destinos de turismo oscuro. *Boletín Unam*. Consultado el 27 de Julio de 2017, de Dirección General de comunicación social. Disponible en: http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2016_480.html

Molinar Amaya, C. M. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. *Estudios sobre las culturas contemporáneas* , 12 (24), 9-33.

MMG. (2017). Disponible en: www.momiasdeguanajuato.gob.mx/queson.html, consultada el 7 Agosto 2017.

MUMU. (2017). Disponible en: www.museonacionaldelamuerte.uaa.mx, consultada 7 Agosto 2017.

Museo de las momias de Guanajuato (2017). Disponible en: <http://www.momiasdeguanajuato.gob.mx/queson.html>, consultado el 7 de agosto del 2017 a las 18:00 hrs.

Museo nacional de la muerte (2017). Disponible en: <http://museonacionaldelamuerte.uaa.mx>, consultado el 7 de agosto a las 17:37 hrs.

Notimex. (2016). Disponible en: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/dia-de-muertos-en-michoacan-entre-legado-prehispanico-y-religiosidad-144638>, consultado el 7 de agosto a las 17:00 hrs.

Notimex. (2017). Disponible en: <https://www.20minutos.com.mx/noticia/252351/0/ruta-patrimonial-en-milpa-alta-oferta-de-turismo-alternativo-en-la-capital/>, consultado 20 de Marzo de 2018 a las 2:00 pm.

Palmero, F. (2005). Motivación: conducta y proceso. *Revista electrónica de motivación y emoción* , 8, 19.

Raine, R. (2013). A dark tourism spectrum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* , 7 (3), 242-256.

Ryan, C. (2003). The psychological determinants of demand. En C. Ryan, *Recreational Tourism: Demand and Impacts* (pág. 329). Clevedon, United Kingdom: Cannel View Publications.

Santos Carrasco, M. M. (2015). Dark Tourism como innovación en producto turístico. Concepto y casos de estudio. *Revista Estudios Turísticos* , 205, 95-118.

Sparrow, T. (27 de Enero de 2015). *BBC Mundo*. Consultado el 21 de Febrero de 2017, de El creciente interés por Auschwitz a 70 años de su liberación. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150122_auschwitz_aniversario_liberacion_nazi_alemania_polonia_tsb

Spradley James, P. (1980). *Participant Observation* (1 edición ed.). Orlando, Florida: Holt, Rinehart and Winston, inc.

Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism Management* , 2 (54), 145-160.

Stone, P. S. (2008). Consuming Dark Tourism: A thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research* , 35 (2), 574-595.

Tang, Y. (2013). Dark touristic perception: Motivation, experience and benefits interpreted from the visit to seismic memorial sites in Sichuan. *Journal of Mountain Science* , 1326-1341.

Tarlow, P. (2005). Dark Tourism, The appealing dark side of tourism and more. En M. Novelli, *Niche Tourism contemporary issues, trends and cases* (1 edición ed., págs. 46-58). Estados Unidos de América: Butterworth-Heinemann.

Titta, N. (2010). Motivation factors. (Tesis de pregrado) Budapest, Hungary.

The Dungeons. (2013). "The London dungeon". Disponible en: <http://www.thedungeons.com/london/en/>, consultado el 7 de Agosto 2017.

Time out. (2016). Disponible en: <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/que-hacer/panteon-frances>, consultado el 7 de agosto del 2017 a las 15:00 hrs.

USHMM. (2013). "History" Disponible en: <http://www.ushmm.org/visit/>, consultado el 7 de agosto 2017.

Uysal, M., Yoon, Y. (2003). *An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. Tourism Management, 26* (1), 45-56.

Vargas, A.; Rosa J. M., Hinojosa, V., Porras, C.; Vilarasu Ramón, D. & Canalis, X. (2014). *Comó y a dónde viajarán los mercados emisores en 2015. Hosteltur, 247*, 180.

Zheng, C., Zhang, J., Qian L., Jurowski C., Zhang, Honglei & Bingjin, Yan. (2016). *The inner struggle of visiting dark tourism sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations. Current Issues in Tourism, 1-18.*