

Há morte nas catacumbas? **Perceções de visitantes** de uma atração de **turismo negro**

BELMIRA COUTINHO * [belmira.coutinho@ua.pt]

MARIA MANUEL BAPTISTA ** [mbaptista@ua.pt]

Resumo | Este artigo resume as principais conclusões de um estudo exploratório sobre as perceções dos visitantes de uma atração de turismo negro em Portugal. Partindo de uma reflexão teórica sobre o conceito de turismo negro e o seu papel na sociedade ocidental contemporânea, o estudo empírico desenvolvido teve entre os seus objetivos o de compreender o modo como os visitantes de uma atração turística relacionada com morte e sofrimento a representavam. Com recurso a entrevistas, submetidas a um processo de análise de conteúdo, foi possível identificar as características dos visitantes que podem ter influência nessa representação.

Palavras-chave | Turismo negro, Perceções dos visitantes, Morte, Mediação.

Abstract | This paper condenses the main findings of an exploratory study on the perceptions of visitors of a dark tourism attraction in Portugal. The empirical research that has been carried out was based on a theoretical reflection on the concept of dark tourism and its role as a mediator of death and suffering in contemporary Western society. The understanding of how visitors of an attraction related to death and suffering represent it was amongst the objectives of this research. By using interviews subjected to a process of content analysis, it was possible to identify visitors' characteristics that may influence this representation.

Keywords | Dark Tourism, Visitors' perceptions, Death, Mediation.

* **Doutoranda em Estudos Culturais** pelas Universidades de Aveiro e do Minho. **Investigadora** do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UM).

** **Doutora em Filosofia da Cultura**, com provas de agregação em Estudos Culturais pela Universidade de Aveiro. **Professora Auxiliar** e **Investigadora** da Área de Cultura Portuguesa no Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

1. Introdução

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

À medida que o estudo do turismo se intensificou e novas perspetivas de análise foram sendo nele incluídas, várias tipologias de turismo foram identificadas ou pelo menos propostas. Há tipos de turismo que só recentemente começaram a ganhar popularidade entre os estudiosos da área a nível mundial. Esta investigação analisa especificamente um deles: o turismo negro.

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

O que é, então, o turismo negro? À partida, e apenas pela adjectivação, pode-se adivinhar: negro tem a ver com coisas fúnebres, tétricas, escatológicas e obscuras (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2012). O turismo negro estará, então, relacionado com um interesse em ou com a oferta de produtos turísticos relacionados com a morte. Stone (2006, p. 146) define o turismo negro como “o ato de viajar para locais associados com morte, sofrimento, e o aparentemente macabro” – coisa aparentemente marginal e retida apenas por meia-dúzia de atrações e grupos específicos da sociedade.

E se se dissesse que, segundo a definição apresentada acima, várias das atrações turísticas mais visitadas em todo o mundo podem constituir locais de turismo negro? Em Paris, a Torre Eiffel era em 2009 um dos locais mais populares para suicídios da Europa (Paris365Days, 2009), e é também em Paris que se situa um dos cemitérios mais visitados do mundo: o Cemitério do *Père Lachaise*. No Egito, atrações tão populares como as pirâmides ou o Vale dos Reis são, na realidade, túmulos, ou compostas

por eles; a arte exposta no Museu do Cairo é em grande parte funerária (Hawkins, s.d.), e as múmias são cadáveres preservados. O Taj Mahal, na cidade indiana de Agra, é vulgarmente considerado um local romântico e muito adequado para pedidos de casamento (Squidoo, 2012); no entanto trata-se do local de descanso final da muito amada esposa do Xá Jahan. E em Nova Iorque, um dos locais mais visitados pelos turistas é o *Ground Zero* (NYCTourist, 2012), palco de um dos atentados mais mediatizados dos últimos tempos, onde milhares de pessoas viram outras morrer em direto.

Tendo isto em conta, ficará mais fácil compreender que o turismo negro não é apenas ‘para certas pessoas’; é, sim, uma nova perspetiva que incide sobre a relação com a morte de variadas atrações e uma grande quantidade de visitantes.

Este artigo resulta de uma dissertação de mestrado levada a cabo em 2012 no âmbito do mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. Nesta dissertação procurou responder-se à seguinte pergunta de partida: De que modo os visitantes de uma atração de turismo negro a representam enquanto local ligado à morte?

No decurso do estudo empírico realizado, procurou-se também identificar as características comuns dos visitantes que revelavam uma atitude mais favorável em relação ao turismo negro. Este artigo resume a análise que permitiu identificar essas características e as principais conclusões que daí se puderam retirar.

No primeiro ponto do artigo resume-se a revisão de literatura que serviu de base ao estudo empírico. Faz-se um enquadramento do papel do turismo negro na sociedade ocidental contemporânea e uma reflexão teórica sobre este conceito. De seguida descreve-se, em traços gerais, a metodologia seguida na investigação, destacando-se a adequabilidade da pesquisa qualitativa para estudos exploratórios, o processo de seleção dos sujeitos e a técnica de análise de dados usada no estudo. O capítulo seguinte contém a análise dos dados do estudo empírico, seguidas das principais conclusões da

investigação e de considerações sobre as suas limitações e caminhos de investigação futura.

2. O turismo negro e a sociedade ocidental contemporânea

A atitude da sociedade ocidental para com a morte sofreu, desde a Idade Média, significativas alterações (Ariès, 1988). Passou-se progressivamente de uma sociedade que tinha a morte como algo natural, quotidiano, com significado público (Ariès, 1988), para uma sociedade que transformou a morte em algo da esfera privada do indivíduo (Giddens, 1991) e a remete para locais e situações marginais à vivência do dia-a-dia (Ariès, 1988; Stone, 2009).

Ao mesmo tempo, a morte é algo tão poderoso que não pode ser simplesmente sequestrado da vida dos indivíduos. Mesmo numa sociedade que evita lidar com a morte, é necessário que existam meios que permitam aos indivíduos terem algum contacto com ela de uma forma que não os faça sentirem-se inseguros.

Segundo Walter (2009, p. 43), esses meios são: “arqueologia, sepulturas, genealogia, música, literatura, Lei, família, língua (oral e escrita), fotografias, História”. Os três últimos dão origem aos principais mediadores da morte na sociedade contemporânea: os *mass media* e o turismo. Para Walter (2009) estes estão intimamente relacionados: ambos constituem um meio de divulgação e interpretação de morte e sofrimento para milhares de pessoas.

Mas nem todos os destinos, atrações e outras manifestações turísticas podem cumprir este papel. Ao conjunto dos locais, atrações e exposições relacionados com morte e sofrimento e à prática de os visitar chama-se turismo negro (Sharpley, 2009; Stone, 2009, Lennon & Foley, 2000).

O turismo negro permite aos indivíduos darem azo à sua curiosidade e fascínio por objetos tanatológicos, num ambiente socialmente aceite

e por vezes mesmo sancionado, constituindo uma oportunidade para a elaboração das próprias construções de mortalidade, e também para a contemplação da condição humana (Stone, 2009).

Tal como todos os outros mediadores da morte na sociedade atual, o turismo negro é um meio através do qual os indivíduos podem estabelecer algum tipo de relação com os mortos. Segundo Walter (2009), essas relações podem ser de: informação, intercessão, orientação, cuidado, recordação, educação, entretenimento, *memento mori* (reflexão sobre a própria mortalidade) e assombração (que tem a ver com a dificuldade da sociedade em integrar mortes que considera sem sentido).

Foi só a partir da década de noventa do século passado que o turismo relacionado com morte e sofrimento começou a ganhar a atenção da academia (Sharpley, 2009). Seaton (1996) é um dos autores que estudou o turismo relacionado com morte e sofrimento, denominando-o *thanaturismo*, uma vez que considera que a *thanatopsis* (contemplação da morte) é o principal interesse dos turistas:

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

É possível retirar desta definição a ideia de que este tipo de turismo implica um contínuo de intensidade (vide quadro 1), que, para Seaton (1996), assenta em dois valores: a medida em que o interesse na morte é relativo à pessoa ou à escala da morte, e se o interesse na morte é a única motivação da visita ou uma entre várias.

Foram Foley e Lennon quem cunhou o termo ‘turismo negro’, definindo-o como “o fenómeno que engloba a apresentação e consumo (pelos visitantes) de morte e locais de catástrofe reais e mercantilizados” (Foley & Lennon, 1996, p. 199).

Quadro 1 | Contínuo de intensidade de *thanaturismo* de Seaton.

Elemento de <i>thanaturismo</i> fraco		Elemento de <i>thanaturismo</i> forte	
+	O interesse na morte é relativo à pessoa e coexiste com outras motivações.	+	O interesse na morte é geral e constitui a principal motivação.
+	Os mortos são conhecidos e estimados pelo visitante.	+	O fascínio pela morte não está dependente da pessoa ou pessoas envolvidas.
+	Por exemplo, visitas a memoriais de guerra que evoquem a morte de um parente.	+	Por exemplo, visitas a cemitérios, catacumbas, cenários de catástrofes.

Fonte: Adaptado de Seaton (1996).

Estes autores veem o turismo negro como algo recente, uma 'intimação da pós-modernidade' (Lennon & Foley, 2000, p. 11), e apresentam três motivos para essa sua convicção:

- i) O interesse do público nas mortes ou catástrofes está dependente de uma compressão espaço-temporal, ou seja, diretamente relacionado com a capacidade dos media em as difundir;
- ii) Tal como o conceito de pós-modernidade, a maioria dos locais de turismo negro põe em causa a racionalidade, ordem e progresso inerentes à modernidade;
- iii) Há uma crescente perda de definição da fronteira entre a mensagem (política e/ou educacional) que se quer passar e a comercialização dos locais de turismo negro.

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

Ao contrário do que é defendido por Seaton (1996), para estes autores (Lennon & Foley, 2000), a motivação dos turistas não é importante, mas sim

as características do local que visitam e a reação que ele lhes provoca. Esta ideia é partilhada por Walter (2009, p. 40), que afirma que o "foco nas relações, funções e consequências [do turismo negro] poderá ser mais esclarecedor" do que o estudo das motivações da procura.

A ideia defendida por Lennon & Foley (2000) que enquadra o turismo negro num horizonte temporal recente é bastante contestada na literatura. Por exemplo Beech (2000, citado por Sharpley, 2009) afirma que os edifícios militares são desde há muito atrações turísticas, e Stone (2006, p. 147) defende que "os exemplos iniciais de turismo negro podem ser encontrados no patronato dos jogos gladiatoriais romanos", tendo o Coliseu de Roma sido uma das primeiras atrações de turismo negro. O mesmo autor afirma ainda que as execuções públicas "desde o período medieval até ao século XIX" constituem também manifestações de turismo negro. MacCannel (1989, citado por Sharpley, 2009, p. 5) relata que as visitas a morgues faziam normalmente parte das visitas à cidade de Paris no século XIX.

De forma a eliminar ambiguidades na definição do conceito, optou-se pela elaboração de uma definição operacional de turismo negro para este estudo: a atividade turística em locais cuja ligação com a morte é concreta e identificável, e que, acidental ou intencionalmente, se tornaram alvo de atividade turística.

As diferentes perspetivas de análise do conceito de turismo negro implicam a existência de variadas propostas para a sua categorização. Assim sendo, foi

necessário selecionar uma proposta de categorização que pudesse servir de base para o estudo empírico. Para esse efeito, selecionou-se a proposta de Stone (2006), que identifica sete categorias de produtos de turismo negro: (i) campos de genocídio (campos de concentração e outros locais de genocídio); (ii) locais de conflito (campos de batalha e outros locais relacionados com guerra); (iii) santuários (construções formais ou informais onde as pessoas depositam flores, velas e outros objetos, perto de locais onde a morte e o sofrimento são atuais ou recentes); (iv) locais de descanso (cemitérios e sepulturas); (v) masmorras (prisões e tribunais antigos ou em funcionamento); (vi) exposições (produtos com temática tanatológica mas com ênfase comercial, de educação e de entretenimento); é (vii) fábricas de diversão (atrações e circuitos de visita que representam morte real ou ficcionada com foco no entretenimento e ética comercial).

Esta categorização assenta num espectro de intensidades da oferta de turismo negro desenvolvido pelo autor (Stone, 2006). Nos extremos deste espectro estão o turismo negro 'mais escuro' e o turismo negro 'mais claro'. O primeiro diz respeito a locais onde a morte e o sofrimento aconteceram mesmo, cuja principal vocação é a educação e que têm como objetivo o rigor histórico. Estes locais não foram criados intencionalmente para serem atrações turísticas, pelo que a infraestrutura turística não é o aspeto mais trabalhado. O turismo negro mais claro é feito em locais que apenas estão associados à morte e ao sofrimento, os quais foram criados com a intenção de constituírem atrações turísticas, e que por isso possuem melhores infraestruturas turísticas. A vocação destes locais é entreter, pelo que se focam

em transmitir uma morte pensada para instigar sentimentos de hereditariedade e de pertença a uma herança romantizada e mercantilizada.

3. Metodologia

O objetivo da pesquisa qualitativa – e portanto, deste estudo – é o de identificar variáveis que sejam, simultaneamente, causas e efeitos, no reflexo da complexidade das relações de interdependência entre os fenómenos sociais (Guerra, 2008).

Para esse efeito, realizou-se um estudo empírico, aplicado nos visitantes de uma atração que, pelas suas características, pudesse ser considerada como uma atração de turismo negro, e que tivesse um fluxo de visitantes constante durante o ano. Selecionou-se o complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco, no Porto, composto por uma igreja, a Igreja de São Francisco, e por um edifício que inclui o Cemitério Catacumbal e o Museu da Venerável Ordem Terceira de São Francisco. Existe ainda a Igreja da Ordem, que não é visitável.

No decorrer do trabalho de campo definiram-se hipóteses específicas para a investigação (vide quadro 2). Estas constituem hipóteses explicativas (HE_n) para as relações entre as variáveis observadas (género, idade, convicções religiosas, escolaridade, e nacionalidade), e as conceções dos visitantes em relação ao turismo negro, e não devem ser generalizadas antes de serem inseridas em estudos posteriores (Guerra, 2008), por exemplo de carácter quantitativo.

Os dados deste estudo foram recolhidos através de entrevistas realizadas nos dias nove, dez, e 15 de Maio de 2012, no espaço entre o Museu da

Quadro 2 | Hipóteses explicativas da investigação.

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

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 3 | Caracterização dos sujeitos segundo a nacionalidade.

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

Fonte: Elaboração própria.

Venerável Ordem Terceira de São Francisco e a Igreja de São Francisco. As entrevistas foram gravadas, com consentimento dos sujeitos, e depois transcritas e sujeitas a um processo de análise de conteúdo temática, a qual permite “descrever o que foi dito pelos entrevistados de forma mais adequada e condensada” (Guerra, 2008, p. 83). Segundo esta autora, a análise de conteúdo temática é de carácter descritivo e pode ser feita através da construção de categorias e de tipologias, ambas usadas nesta investigação.

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

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

Os sujeitos entrevistados foram selecionados segundo um processo de amostragem por conveniência (Willms & Johnson, 1996). No total, foram entrevistados trinta sujeitos, número limite para a análise por parte de um único investigador sem prejuízo da validade do estudo (Guerra, 2008).

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

A maioria dos sujeitos entrevistados (26 em 30) tinha qualificações ao nível do ensino superior, pelo

que se abandonou o estudo da variável escolaridade e, por conseguinte, a HE3.

No que diz respeito à idade, dividiu-se os sujeitos em dois grupos: 23-48 anos (17 sujeitos) e 49-73 anos (13 sujeitos). O grupo de sujeitos entrevistados estava dividido de forma quase perfeita entre o género feminino (16 sujeitos) e o masculino (14 sujeitos).

No que diz respeito à nacionalidade, os sujeitos foram agrupados em categorias que, em alguns casos, englobam mais do que uma nacionalidade. Esta opção deveu-se à variedade de nacionalidades dos sujeitos entrevistados, e à noção de que algumas dessas nacionalidades teriam aspetos comuns que permitiriam que fossem consideradas em conjunto. Assim sendo, optou-se por inserir os sujeitos nas categorias demonstradas no quadro 3.

A distribuição dos sujeitos relativamente às suas convicções religiosas também obrigou à criação de categorias: cristãos (16 sujeitos) e agnósticos/ateus/não cristãos (14 sujeitos).

4. Análise e discussão dos resultados

Os resultados obtidos através da análise das entrevistas realizadas foram sistematizados em quadros que sintetizam as respostas dos sujeitos face às temáticas em análise.

O quadro 4 contém a sinopse geral das entrevistas. Elaborou-se um quadro semelhante para cada variável em estudo (idade, género, convicções religiosas e nacionalidade), o que permitiu identificar as diferenças e as semelhanças que se podem encontrar entre os grupos de sujeitos definidos para cada Hipótese Explicativa.

Quadro 4 | Síntese geral das entrevistas.

Temática	Categorias/ tipologias
Parte da atração favorita	Tipo 1.1: prefere a Igreja (23) Tipo 1.2: prefere o Cemitério Catacumbal (6) Tipo 3: não sabe dizer o que prefere (1)
Parte da atração menos apreciada	Tipo 2.1: gosta menos da Igreja (4) Tipo 2.2: gosta menos do Cemitério Catacumbal (4) Tipo 2.3: gosta menos do Museu (8) Tipo 2.4: não identifica uma componente de que tenha gostado menos (14)
Opinião sobre a Igreja	Impressionante Interesse nos estilos arquitetónicos e na sua mistura Beleza do interior Rica (talha dourada) Qualidade artística do interior Qualidade de construção (do edifício) Única/ distinta Opressiva Necessita de restauro Falta informação turística no interior
Opinião sobre o Cemitério Catacumbal	Interessante Lugar tranquilo e agradável Único Desinteressante Desagradável
Perceção da ligação da atração com a morte	Tipo 6.1: reconhece a ligação da atração com a morte (18) Tipo 6.2: não reconhece a ligação da atração com a morte (12)
Local onde a ligação da atração com a morte foi sentida	Cemitério Catacumbal Igreja
Motivos para a perceção da ligação da atração com a morte	A visão dos ossos no ossário A presença da morte é inerente ao local A visão do retábulo com os Santos Mártires de Marrocos
Motivos para a não perceção da ligação da atração com a morte	Negação/fuga Distanciamento em relação ao local
Hábito de visita a atrações turísticas ligadas à morte	Tipo 10.1: costuma visitar atrações turísticas ligadas à morte (14) Tipo 10.2: não evita estas atrações, mas a ligação da atração à morte não é o motivo de visita ou é percebida mais tarde (9) Tipo 10.3: não visita atrações turísticas ligadas à morte (7)
Atrações turísticas ligadas à morte já visitadas	Igrejas/Santuários Cemitérios Catacumbas Campos de concentração (<i>Auschwitz</i>) Casas-museu <i>Ghost-tours</i>
Pertinência da atividade turística em locais de ou associados a morte e sofrimento (turismo negro)	Tipo 12.1: entende que os locais de morte e sofrimento devem ser/já são atrações turísticas (18) Tipo 12.2: entende que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atrações turísticas (6) Tipo 12.3: entende que estes locais podem ser atrações turísticas, mas só atrairão algumas pessoas (4) Tipo 12.4: entende que os locais de morte e sofrimento não devem ser atrações turísticas (1)
Avaliação do papel dos locais de turismo negro	Educação Assombração <i>Memento mori</i> Informação

Fonte: Elaboração própria.

Neste artigo apenas é apresentado o quadro com a sinopse geral, que ilustra as temáticas em análise e as categorias e tipologias de resposta encontradas. Os quadros relativos à análise comparativa podem ser consultados na íntegra em Coutinho & Baptista (2012). A análise comparativa entre variáveis é, então, apresentada sob forma textual e organizada segundo as variáveis explicativas definidas para o estudo (Quadro 2).

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

Esta atitude manifestou-se, em primeiro lugar, no facto de os sujeitos mais jovens terem manifestado maior preferência pelo Cemitério Catacumbal e o considerarem um local mais agradável do que os sujeitos de maior idade. Foram também os sujeitos mais jovens que mais reconheceram a ligação da atração com a morte e referiram visitar atrações ligadas à morte com maior frequência. Ambos os escalões etários identificaram igrejas, cemitérios, catacumbas, e campos de concentração, mas foram só os sujeitos com idades entre os 23 e os 48 anos que mencionaram casas-museu e *ghost-tours*. Os sujeitos mais jovens manifestaram ter maior consciência da pertinência da atividade turística em locais de turismo negro e dos papéis que ela pode cumprir do que os sujeitos de maior idade.

Como foi mencionado anteriormente, a morte está presente nas nossas vidas, por exemplo, através da cultura urbana mediática. Assim sendo, os jovens, mais imersos nesta cultura, terão maior acesso à morte por ela veiculada. Segundo Walter (1991, citado por Stone, 2009), esta morte não é a verdadeira morte: é artificial, abstrata, o que pode fazer com que os jovens de facto tenham um maior reconhecimento da presença da morte à sua volta, mas que ao mesmo tempo a encarem como algo que não é real, e que não necessita de ser tomado como algo sério. Esta questão deverá ser aprofundada em estudos posteriores.

Este estudo permitiu concluir também que homens e mulheres encaram a morte e a sua ligação com o turismo de formas distintas, conferindo desta forma plausibilidade à HE2 (o género influencia as concepções dos visitantes em relação ao turismo negro).

Os sujeitos do género masculino têm uma atitude mais favorável em relação à morte e ao turismo negro do que os sujeitos do género feminino. Os sujeitos do género masculino referiram com maior frequência o Cemitério Catacumbal como a parte da atração de que mais gostaram e identificam mais características agradáveis neste local do que os do género feminino. No mesmo sentido, os sujeitos que afirmaram não reconhecer a ligação da atração com a morte e que manifestaram o seu distanciamento em relação ao local são predominantemente do género feminino.

Não obstante, os sujeitos do género feminino foram mais sensíveis na identificação dos locais da atração estudada onde percecionaram a ligação com a morte, o que pode justificar o facto de terem uma atitude menos favorável em relação ao turismo negro. Foram os sujeitos deste género que referiram ter sentido a presença da morte em mais locais na atração, e visitar com mais frequência atrações turísticas ligadas à morte. Os sujeitos do género feminino afirmaram já ter visitado igrejas, cemitérios, catacumbas, campos de concentração, casas-museu e já terem participado em *ghost-tours*, enquanto os sujeitos do género masculino disseram ter visitado apenas as quatro primeiras categorias.

Todavia, ao mesmo tempo que manifestam essa maior sensibilidade, os sujeitos do género feminino foram mais veementes na afirmação de que os locais de morte e sofrimento já são ou devem ser atrações turísticas.

A revisão de literatura feita para este estudo não permite explicar esta conclusão. Serão necessários estudos mais aprofundados para que se possa avançar com explicações para as diferenças nos dados recolhidos para o género masculino e para o género feminino.

Embora os resultados deste estudo permitam que se considere a HE4 (as convicções religiosas influenciam as concepções dos visitantes em relação ao turismo negro) e a HE5 (a nacionalidade influencia as concepções dos visitantes em relação ao turismo negro) como individualmente plausíveis, julga-se que elas não devem ser analisadas em separado.

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

Efetivamente, os sujeitos portugueses, espanhóis e da América Latina e os sujeitos cristãos revelaram uma atitude menos favorável em relação à morte e ao turismo negro do que os sujeitos de outros países europeus e de países anglófonos e os sujeitos agnósticos/ateus/não cristãos.

A frequência de sujeitos agnósticos/ateus/não-cristãos e originários de outros países europeus e de países anglófonos que prefere o Cemitério Catacumbal às outras componentes da atração visitada e que lhe atribui mais características positivas é superior à de sujeitos cristãos e portugueses, espanhóis ou da América Latina. Não obstante, a ligação da atração com a morte foi percebida pelos sujeitos agnósticos/ateus/não-cristãos e originários de países anglófonos na Igreja de São Francisco e no Cemitério Catacumbal, enquanto os sujeitos cristãos e portugueses, espanhóis ou da América Latina perceberam esta ligação apenas na Igreja. Foram estes sujeitos que mais referiram o seu distanciamento em relação ao local e a negação ou fuga da morte como motivos para não se aperceberem da ligação da atração à morte. No que diz respeito ao hábito de visita a atrações turísticas ligadas à morte, não houve diferenças significativas: a maioria dos sujeitos entrevistados referiu visitar

atrações deste tipo com frequência. Os sujeitos originários de outros países europeus e de países anglófonos e agnósticos/ateus/não-cristãos referiram com maior frequência entender que só alguns locais de morte e sofrimento devem ser atrações turísticas.

A única temática onde não se verificou uma coincidência entre as convicções religiosas e a nacionalidade foi a da identificação das atrações turísticas ligadas à morte já visitadas neste caso, foram os sujeitos agnósticos/ateus/não-cristãos e os portugueses, espanhóis e da América Latina que identificaram mais atrações.

Poderá ser inferido daqui que a maior influência do catolicismo faz com que os locais de morte e sofrimento sejam encarados com maior seriedade, no sentido em que os sujeitos revelam maior dificuldade em concebê-los como tendo uma valência lúdica. O facto de os sujeitos cristãos terem manifestado um maior reconhecimento da presença da morte nas atrações turísticas que visitam não vem contrariar esta ideia: os cristãos podem não se sentir tão confortáveis a visitar atrações de turismo negro, mas nem por isso o deixam de fazer ou defendem que elas devam deixar de existir.

Por fim, salienta-se o facto de os sujeitos de nacionalidade brasileira (incluídos nas nacionalidades latino-americanas) terem revelado uma atitude muito desfavorável em relação aos cemitérios em particular, aspeto que será merecedor de estudos posteriores, nomeadamente na área da comunicação intercultural.

5. Conclusões e recomendações

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

No entanto, o turismo negro é uma área de estudos recente e ainda envolta em discórdia. A maioria dos estudos sobre este tema feitos até ao momento é de carácter teórico, e os estudos empíricos focam maioritariamente a motivação, aspeto que não se abordou nesta investigação. Neste estudo procurou-se refletir sobre a definição conceptual de turismo negro e encontrar pontos em comum que permitissem a operacionalização do conceito, de forma a fundamentar um estudo empírico. Este estudo teve um carácter qualitativo e exploratório, já que incide sobre um tema pouco estudado, pelo que as suas conclusões não deverão ser generalizadas, e sim servir como indicações para estudos futuros.

O estudo permitiu inferir que existem características dos visitantes de uma atração de turismo negro que vão influenciar o modo como eles percebem e experienciam essa atração. Eles são: a idade, o género, as convicções religiosas e a nacionalidade. Será então relevante sugerir que a entidade responsável pela atração estudada tenha em conta estes fatores que fazem com que os visitantes reajam de formas diferentes à existência de locais na atração em que a morte está mais presente.

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

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

Assim, recomenda-se que os responsáveis pelo complexo turístico da Venerável Ordem Terceira de São Francisco tenham em conta estas diferenças e procurem antecipar o potencial mal-estar ou desagrado dos sujeitos em relação à questão do contacto com a morte durante uma parte da visita.

Seria benéfico oferecer um enquadramento histórico e artístico do local, reforçando a sua importância e significado, para justificar a sua relevância enquanto atração turística.

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

Referências bibliográficas

- Ariès, P. (1988). *Sobre a história da morte no Ocidente desde a Idade Média*. Lisboa: Teorema.
- Coutinho, B., & Baptista, M. M. (2012). *Há morte nas catacumbas?: Um estudo sobre turismo negro*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Foley, M., & Lennon, J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2, 198-211.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self identity*. Cambridge: Polity.
- Guerra, I. C. (2008). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: Sentidos e formas de uso*. Cascais: Príncipia Editora.
- Hawkins, I. (s.d.). *Cairo – Akhet Egyptology: The horizon to the past*. Acedido em 14 de maio de 2012, em <http://www.akhet.co.uk/cairo.htm>
- Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Dark tourism: The attraction of death and disaster*. Londres: Continuum.
- NYCTourist (2012). *New York City attractions: Top New York attractions*. Acedido em 14 de maio de 2012, em http://www.nyctourist.com/topten_alltime.htm
- Paris365Days.com (2012). *Eiffel Tower is named one of the most popular suicide sites in Europe*. Acedido em 14 de maio de 2012, em <http://paris365days.com/eiffel-tower-is-named-one-of-the-most-popular-suicide-sites-in-europe/>
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2012). *Negro*. Acedido em 14 de maio de 2012, em <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=negro>
- Seaton, A. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.
- Sharples, R. (2009). Shedding light on dark tourism: An introduction. In R. Sharples & P. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 3-32). Bristol: Channel View Publications.
- Squidoo (2012). *Most romantic places to propose marriage*. Acedido em 14 de maio de 2012, em <http://www.squidoo.com/top-places-to-propose>

- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145-160.
- Stone, P. (2009). Making absent death present: Consuming dark tourism in contemporary society. In R. Sharpley & P. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 23-38). Bristol: Channel View Publications.
- Walter, T. (2009). Dark tourism: Mediating between the dead and the living. In R. Sharpley & P. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 39-55). Bristol: Channel View Publications.
- Willms, D., & Johnson, N. (1996). *Essentials in qualitative research: A notebook for the field*. Ontario: McMaster University.