

Motivações de procura do *dark tourism* como uma forma alternativa de turismo

ANA FONSECA * [fONSECA.ana79@gmail.com]

CARLA SILVA ** [csilva@estv.ipv.pt]

Palavras-Chave | *Dark tourism*, Morte, Motivações, Escala DTMOTIV.

Objetivos | A saturação dos tradicionais destinos turísticos e das modalidades praticadas, aliada à alteração das necessidades sociais das sociedades contemporâneas, fazem emergir novas motivações e procuras turísticas e, por isso, novos destinos e tipos de turismo alternativos (Silva, Abrantes & Lages, 2009).

O conceito de “diversão agradável em lugares agradáveis” (Wight, 2006, p. 119) está a alterar-se e a alargar-se a novos nichos de mercado, considerados por vezes complexos e até mesmo invulgares, como é o caso do *dark tourism*.

O *dark tourism*, entendido como o tipo de turismo que envolve a visita a locais reais ou recriados, associados à morte, sofrimento, desgraça, ou ao aparentemente macabro (Farmaki, 2013; Stone, 2006), não é um conceito novo, mesmo do ponto de vista turístico (Farmaki, 2013). De facto, quase desde sempre que os lugares de guerra, desastres, morte e atrocidades fascinam o ser humano e são alvo de visitas (Cohen, 2011; Logan & Reeves, 2009; Stone & Sharpley, 2008): “desde que as pessoas são capazes de viajar, têm sido atraídas intencionalmente ou não – para lugares, atracções ou eventos que estão, de uma forma ou de outra, relacionados com a morte, o sofrimento, a violência e o desastre” (Stone, 2005, p. 109). Estes destinos, considerados como locais de *dark tourism*, podem ser museus, cemitérios, prisões, memoriais, favelas, campos de concentração, cenários de guerra, atentados ou outros lugares de tragédia. Não obstante alguns autores considerarem o *dark tourism* como uma das mais antigas formas de turismo, o seu interesse académico e científico é muito recente e a compreensão da procura deste tipo de turismo ainda é limitada (Biran, Poria & Oren, 2011; Jamal & Lelo, 2011; Stone, 2006).

Neste sentido, o presente trabalho de investigação pretende fazer uma análise conceptual do *dark tourism* e tem como objectivo principal a construção de uma escala específica das motivações de procura desta forma alternativa de turismo – a escala DTMOTIV (*dark tourism motivations*).

Metodologia | A metodologia a utilizar neste trabalho basear-se-á na revisão e discussão da literatura teórica existente sobre a conceptualização deste tipo de turismo e das motivações associadas, bem como numa análise da taxonomia de metodologias aplicadas para a sua medição. Pretende-se construir um instrumento de medida – questionário – com variá-

* **Mestranda em Gestão Turística** na Escola Superior de Tecnologia do Instituto Politécnico de Viseu.

** **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** na Escola Superior de Tecnologia do Instituto Politécnico de Viseu.

veis desenvolvidas com base em escalas pré-estabelecidas e na revisão da literatura relacionada com o tema e ajustadas à especificidade do tipo de turismo em estudo (i.e., *dark tourism*).

O modelo conceptual integra catorze dimensões de motivação: (i) identidade; (ii) sociais; (iii) culturais; (iv) históricas; (v) autenticidade; (vi) curiosidade; (vii) novidade; (viii) nostalgia; (ix) sacralização; (x) artefactos; (xi) memória; (xii) experiência; (xiii) aventura; e (xiv) educacionais. Pretende-se que todos os itens de motivação sejam medidos através de escalas de *Likert* com posterior tratamento de dados e análise estatística recorrendo aos programas SPSS e LISREL nas suas versões mais recentes, com vista à realização de uma análise fatorial confirmatória, à validade nomológica e ao modelo empírico de escala resultante.

Principais resultados e contributos | Com base num modelo conceptual, considerando a motivação como uma variável multidimensional, as variáveis serão divididas em motivações *push* e *pull*, i.e. associadas às características dos locais que oferecem uma experiência de *dark tourism* e às necessidades e desejos dos turistas, respectivamente. Os resultados podem ser indicadores, quer daquilo que os indivíduos procuram quando optam por realizar este tipo de turismo, quer daquilo que esses espaços/destinos turísticos oferecem.

Os modelos de identificação das motivações turísticas existentes na literatura são generalistas e muitas vezes não têm em consideração as especificidades dos tipos de turismo. Essas especificidades são, muitas vezes, aquilo que pode ser diferenciador para os locais que oferecem o *dark tourism* e que os identificam como destinos únicos e autênticos.

Assim, o presente trabalho pode contribuir, do ponto de vista teórico, para um maior conhecimento conceptual do *dark tourism* e, por consequência, ao desenvolvimento da literatura em turismo; e do ponto de vista mais 'prático' para a gestão e marketing dos destinos que acolhem este tipo de turismo.

Limitações | Existem algumas limitações que devem ser consideradas neste estudo. Uma limitação é o facto do instrumento de medida a utilizar – questionário – poder criar um método comum de variância que possa sobrevalorizar as relações entre os constructos. Contudo, pretende-se que todos os itens dos constructos sejam separados e misturados com outros itens menos relevantes para que os respondentes não tenham condições de detectar quais os itens realmente significativos e a sua relação com os constructos.

Por outro lado, receia-se que o modelo conceptual desenvolvido não integre todas as dimensões de motivações associadas ao *dark tourism*, podendo assim não considerar outras variáveis relevantes. Por último, as variáveis consideradas para a realização da validade nomológica, i.e. significados sociais e culturais do *dark tourism*, não se correlacionarem com as motivações resultantes.

Conclusões | O *dark tourism* é considerado uma modalidade alternativa de turismo que tem subjacente o conceito de 'morte'. Mas a atração e a curiosidade pela morte não são conceitos novos. De facto, desde sempre é visível um fascínio pelo lado mais sinistro da natureza humana (Stone, 2005). A sua exploração do ponto de vista turístico e do lazer e o crescente interesse público, académico e científico manifestado nas últimas décadas, tornaram o *dark tourism* uma área reconhecidamente interessante. Estima-se que o *dark tourism* atraia milhões de turistas por ano, em todo o mundo, aos diversos locais que o oferecem (Farmaki, 2013).

Na medida em que o *dark tourism* está fortemente relacionado com a cultura e património dos destinos, o modelo e os resultados esperados, i.e. escala DTMOTIV, podem constituir instrumentos úteis para a gestão e marketing dos destinos que oferecem uma experiência de *dark tourism*, particularmente na definição de estratégias ao nível da comunicação e segmentação.

Por último, e dadas as limitações ao estudo nomeadamente da procura de *dark tourism* (Biran et al., 2011), espera dar-se um contributo teórico ao desenvolvimento da literatura no que se refere às motivações e à conceptualização deste nicho de mercado.

Referências

- Biran, A., Poria, Y. & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820-841.
- Cohen, E. (2011). Educational dark tourism at an in populo site: The holocaust museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 193-209.
- Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 281-292.

- Jamal, T. & Lelo, L. (2011). Exploring the conceptual and analytical framing: From darkness to intentionality. In R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), *Tourist experience* (pp. 29-42). London: Routledge.
- Logan, W. & Reeves, K. (2009). Introduction: Remembering places of pain and shame. In W. Logan & K. Reeves (Eds.), *Places of pain and shame: Dealing with "difficult heritage"* (pp. 1-14). London: Routledge
- Silva, C., Abrantes, J. & Lages, C. (2009). Push motivations for tourism mountain destinations. In A. Fyall, M. Kozak, I. Andreu, J. Gnoth & S. Sibila (Eds.), *Marketing innovations for sustainable destinations* (pp. 92-101). Goodfellow Publishers.
- Stone, P.R. (2005). Dark tourism consumption: A call for research. *e-Review of Tourism Research*, 3(5), 109-117.
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Interdisciplinary International Journal*, 52(2), 145-160.
- Stone, P., & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35, 574-595.
- Wight, C. A. (2006). Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy contention and the evolving paradigm. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 119-129.