

Turismo Sombrio: análise da satisfação dos visitantes do Museu Estatal Auschwitz-Birkenau com base em avaliações *online*

Dark Tourism: analysis of visitor satisfaction with **Auschwitz-Birkenau** State Museum based on online reviews

ZULAIÊ MARIA LOZANO * [zulaie.maria@gmail.com]

RAFAELA CAMARA MALERBA ** [rafaela@ifsp.edu.br]

Palavras-chave | Turismo sombrio, comportamento do consumidor, satisfação, museu estatal Auschwitz-Birkenau, *TripAdvisor*

Objetivos | O deslocamento motivado pela morte ou pela dor é praticado há séculos, como no caso das batalhas de gladiadores ou das peregrinações a túmulos de santos católicos na Idade Média (Blom, 2000). Na contemporaneidade, as relações entre turismo, morte e dor têm sido abordadas no âmbito de diferentes denominações de segmentos como turismo mórbido (Blom, 2000) e turismo sombrio, que envolve a visita a locais reais ou recriados, associados à morte, sofrimento, desgraça ou acontecimentos sombrios (Stone, 2006). Seus locais de prática incluem cemitérios, locais de desastre, campos de concentração e outros. O Museu de Auschwitz-Birkenau foi o principal campo de concentração nazista da Segunda Guerra. Na atualidade, atrai muitos visitantes; em 2015, estimam-se cerca de 1,72 milhão de pessoas (“Auschwitz”, 2016). A despeito do sofrimento e da tristeza da história do local, esses visitantes em geral ficam muito satisfeitos com a visita. No site *TripAdvisor*, por exemplo, 97% das avaliações do atrativo são positivas, ainda que uma observação atenta das mesmas revele termos como tristeza, chocante e assustador. Nesse contexto, o presente trabalho pretende responder à seguinte questão: Quais são os fatores que levam os visitantes de um campo de concentração a avaliá-lo positivamente? Tem, portanto, o objetivo de compreender a satisfação de visitantes do Museu Estatal Auschwitz-Birkenau, com base em avaliações positivas escritas por usuários do *TripAdvisor*.

Metodologia | Estudo exploratório-descritivo, realizado mediante pesquisa documental e análise de conteúdo. O corpus é composto de 93 resenhas com caráter positivo (notas 5 e 4) escritas por usuários

* **Graduada em Gestão de Turismo** pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, câmpus São Paulo (IFSP)

** **Mestre em Hospitalidade** pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). **Bacharel em Turismo** pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). **Licenciada em Letras** pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). **Professora efetiva e coordenadora** do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de São Paulo, câmpus São Paulo (IFSP)

do TripAdvisor sobre o Museu Estatal Auschwitz-Birkenau entre agosto de 2014 e a agosto 2015 em língua portuguesa. Realizou-se análise de conteúdo temática (Minayo, 2010), sendo as avaliações desmembradas em fragmentos de acordo com o conteúdo: reflexões e pensamentos (44), avaliação do ambiente (34), avaliação geral (26); recomendação histórica (22); sensações e sentimentos (21); avaliação do guia (17). Em seguida, deu-se nova categorização, a fim de identificar os principais aspectos citados pelos visitantes e compreender a origem da satisfação.

Principais resultados e contributos | Nos 44 fragmentos de *reflexões*, verifica-se que satisfação pode estar relacionada à reflexão sobre a natureza humana (31 citações) e à transformação pessoal (13) após a visita. Os 34 fragmentos de *avaliação do ambiente* correspondem a avaliações que descrevem o espaço visitado como triste (17) e assustador (7). Os avaliadores mostram-se satisfeitos também com a riqueza de detalhes na exposição (10). Nos 26 fragmentos de *avaliação geral*, o aspecto mais citado é o aprendizado histórico (13). Observam-se também o destaque de aspectos relativos à vivência de uma experiência pessoal enriquecedora (5); o respeito pela história ou pelas vítimas (5) e a vivência de experiência memorável (3). Nos 22 fragmentos com recomendações, os avaliadores recomendam a visita para aprender ou ampliar os conhecimentos sobre a história. É citado o aprendizado sobre a história (17) possibilitado pelo passeio. Outras recomendam a visita para que eventos como o Holocausto fiquem na memória e não se repitam (5). Nos 21 fragmentos que descrevem sentimentos, o aspecto mais citados são a a emoção de forma geral (8), a tristeza (6) e o choque (7) gerado pelo impacto da visita. Por fim, 17 fragmentos sugerem que a satisfação esteja relacionada aos serviços proporcionados pelo guia do atrativo, pois os usuários mencionam a importância do guia na visita para melhor entendimento da história. Note-se que a estrutura do museu ou a qualidade dos serviços dentro dele foram pouco citados e somente em relação à quantidade de objetos expostos e à competência dos guias.

Limitações | As contribuições do estudo restringem-se pelo alcance do *corpus*, que considerou apenas resenhas escritas no período de um ano e em língua portuguesa. As fontes documentais não permitem explorar as motivações desses usuários, tampouco relacionar seus possíveis motivos de satisfação a suas características demográficas e psicográficas. Além disso, não se pode garantir que os avaliadores tenham de fato estado no atrativo. Em uma pesquisa realizada mediante entrevistas e contato direto com os visitantes as reflexões poderiam se ampliar. Além disso, a análise de conteúdo foi aplicada inicialmente de forma muito simples. Para futuros estudos, pode-se recorrer à análise do discurso.

Conclusões | Os resultados indicam que a satisfação dos visitantes do museu está relacionada especialmente à experiência, à reflexão e aos aprendizados. Nas avaliações, sobressaem-se os aspectos referentes à reflexão da natureza e crueldade humana; o ambiente triste, que remete à história das vítimas e às atrocidades vividas, e a recomendação para que outras pessoas visitem o local devido a todo o aprendizado passado pela visita. Assim, sugere que a satisfação dos visitantes, questionada inicialmente, seja decorrente da reflexão e dos pensamentos possibilitados pela estrutura, história e sentimentos gerados pelo local, sendo estes fatores que contribuem para a experiência, conhecimento e transformação buscados por este público.

References |

Auschwitz sees record number of visitors in 2015 anniversary year. (2016, Janeiro, 5). The Malay Mail Online, de <http://www.themalaymailonline.com/travel/article/auschwitz-sees-record-number-of-visitors-in-2015-anniversary-year>

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

Minayo, M. (2010). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Stone, P. (2006). A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism*, 54 (2), 145-60.