

# Comentários de Viagem On-line e o Dark Tourism: O que nos ensinam os usuários do TripAdvisor sobre experiências de visitação macabra no Brasil?

**On-line Travel Reviews and Dark Tourism: What can TripAdvisor users teach us about macabre visiting experiences in Brazil?**

Fernanda Gomes Costa Furtado <sup>1</sup> [fernanda.gcf.gcf@gmail.com]

David Leonardo Bouças da Silva <sup>2</sup> [david.boucas@ufma.br]

Rayane Ruas <sup>3</sup> [rayane.ruas@ua.pt]

Andre Riani Costa Perinotto <sup>4</sup> [perinotto@ufdpar.edu.br]

**Resumo** | Este estudo objetiva identificar as percepções de usuários da plataforma TripAdvisor acerca das suas experiências de Dark Tourism (DT) nos atrativos brasileiros do Museu da Loucura, Museu do Holocausto e Cemitério da Consolação localizados, respectivamente, nos estados de Minas Gerais (MG), Paraná (PR) e São Paulo (SP). Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, realizada a partir de Big Data, com 2.716 comentários disponíveis no TripAdvisor até março de 2023. Os resultados principais apontam que o DT é revestido de um caráter educativo e lúdico, aforando o interesse intrínseco pela

---

<sup>1</sup> Bachelor in Tourism at Federal University of Maranhão (UFMA/Brasil).

<sup>2</sup> PhD in Business Administration at University of Brasília (UnB/Brasil) with an academic internship at Universitat Jaume I (Spain). Professor of Department of Tourism and Hospitality at Federal University of Maranhão (DETUH/UFMA/Brasil).

<sup>3</sup> PhD student in Tourism at University of Aveiro (UA/Portugal).

<sup>4</sup> PhD in Communication Sciences at Unisinos/RS. Professor of Tourism at Parnaíba Delta Federal University (UFDPAr/Brazil) and at the Post-Graduation Program in Tourism at Federal University of Paraná (UFPR/Brazil).

morte. Apesar da tristeza comum sentida nos atrativos macabros, emoções positivas também fazem parte do universo *dark*, o que pode favorecer a atração de novos públicos e fortalecer a competitividade dos destinos.

Palavras-chave | Dark Tourism, TripAdvisor, comentários de viagem on-line, Big Data, destinos macabros

Abstract | This study aims to identify the perceptions of TripAdvisor platform users regarding their experiences with Dark Tourism (DT) at Brazilian attractions, namely Loucura Museum, Holocaust Museum, and Consolação Cemetery, located in the states of Minas Gerais (MG), Paraná (PR), and São Paulo (SP), respectively. Methodologically, it is a qualitative, exploratory, and descriptive research conducted through Big Data analysis, leveraging 2,716 on-line travel reviews available on TripAdvisor until March 2023. Findings indicate that DT is imbued with an educational and playful character, in addition to the intrinsic interest in death. Despite the common sadness experienced at macabre attractions, positive emotions also form part of the dark universe, potentially fostering the attraction of new audiences and strengthening the competitiveness of these destinations.

Keywords | Dark Tourism, TripAdvisor, on-line travel reviews, Big Data, macabre destinations

## 1. Introdução

O *Dark Tourism* (DT), também conhecido como Turismo Macabro, Sombrio, Fúnebre ou Obscuro, passou a ser explorado como um produto a partir da década de 1990, tornando-se, crescentemente, procurado nos dias atuais (Min et al., 2020; Silva, 2022). Associa-se à busca por locais e itinerários com evidências tangíveis de tragédias, genocídios, catástrofes e perdas (Stone, 2006) e, ao contrário do que muitos imaginam, visitar um espaço de DT pode associar-se a pensamentos de positividade, ademais do olhar cívico (Zanirato, 2019) e educativo da experiência (Stone, 2012).

Algumas localidades com notoriedade no DT mundial são Usina Nuclear de Chernobyl, na Ucrânia, Cemitério de Père-Lachaise, em Paris, Castelo de Corvin, na Romênia, Masmorras

de Amsterdão, Casa dos Escravos, em Senegal, Memorial da Escravidão, na Tanzânia, Cemitério da Recoleta, na Argentina, Museu e Memorial Marco-Zero, nos EUA (Furtado, 2023). Recentemente, a série documental “Turismo Macabro” abordou alguns destinos *dark* considerados importantes como a cidade de Medellín, na Colômbia, onde residiu o narcotraficante, Pablo Escobar, além da cidade de Fukushima, no Japão, devido ao acidente nuclear de 2011 (Netflix, 2018). No Brasil, diante da diversificação da oferta turística, notou-se um maior interesse para as visitas *dark*, algo que procura mais pesquisas sobre o tema (Silva, 2022).

Nesse cenário, indaga-se: como os visitantes avaliam as atrações de DT no Brasil? Sendo assim, este trabalho objetiva identificar as percepções de usuários da plataforma TripAdvisor acerca das suas experiências de *Dark Tourism* nos atrativos brasileiros do Museu da Loucura, Museu do Holocausto e Cemitério da Consolação localizados, respectivamente, nos estados de Minas Gerais (MG), Paraná (PR) e São Paulo (SP). Esta investigação justifica-se a partir das recomendações de Amaral et al. (2015), Gonçalves (2017) e Silva (2022) para, nessa ordem, ampliar estudos sobre comentários no TripAdvisor, investigar o que pensam viajantes sobre destinos de DT e aprofundar debates sobre DT no Brasil.

## 2. Morte e sofrimento como atração turística

Quando se pensa a história do DT, há uma ligação com a visita a locais que serviram de campos de batalha, memoriais e museus de guerra (Marques, 2018), espaços prisionais e de genocídio, casas de assassinos em série etc., todos relacionados com padrões de morte, tragédia e sofrimento (Fonseca & Silva, 2014; Gonçalves, 2017). Estas visitas ocorrem desde o início das viagens, mas as suas motivações são distintas ao longo do tempo (Stone, 2012). A partir do século XX, aumentou o interesse por essas atrações que estabelecem conexões reais ou simbólicas com a morte (Min et al., 2020; Trzaskos et al., 2014). Alguns populares atrativos de DT são o campo de concentração de Auschwitz, na Polónia, e as Torres Gêmeas, em Nova Iorque (Furtado, 2023).

Etimologicamente, o vocábulo *Dark*, entendido como “escuro”, “sombrio” (Oxford Learner’s Dictionaries, 2023), corrobora a ideia do Turismo Sombrio. Nesse sentido, para se referir ao DT, variados autores utilizam termos como Turismo Cemiterial (Levitt, 2012), *Black Spot* (Rojek, 1993) e *Thanatourism* (Cánepa et al., 2016). Mais recentemente, estes autores utilizaram a expressão “realidade assombrada” para tratar da realidade aumentada que

propicia experiências virtuais em espaços de DT. No geral, o DT lança mão de locais associados à morte e desastres (Kang et al., 2012; Min et al., 2020), notáveis pela sua conexão com tragédias que, de alguma forma, impactam a vida das pessoas (Stone, 2012).

Posto isto, Gonçalves (2017) afirmou que o DT remete à procura por espaços em que ocorreram catástrofes, sofrimento e mortes, e, atualmente, despertam a curiosidade das pessoas. Na visão de Min et al. (2020), visitar lugares relacionados com a morte, desastres e/ou sofrimento é, comumente, entendido como DT. Para Pereira (2020), o DT versa sobre localidades relacionadas a desastres, atrocidades naturais e/ou de ação antrópica, as quais se tornam espaços não apenas de memória, mas também constituem atrações turísticas. Rojek (1993) compreende o DT como um *Black Spot*, no qual celebridades e/ou grupos grandes de pessoas sofreram mortes súbitas/violentas. Todos estes entendimentos possuem a morte no seu cerne, a qual serve para fins turísticos (Fonseca & Silva, 2014).

Uma tipologia sobre DT foi desenvolvida por Stone (2006), classificando-o em sete categorias, desde o espectro mais claro ao mais escuro (Quadro 1). O espectro claro caracteriza-se por uma influência ideológica, com distância do evento e estrutura para o turismo com romantização e apelo comercial para visitação. O espectro mediano liga-se aos cemitérios, com apelo para arquitetura, curiosidade e interesse pelos túmulos de pessoas famosas, mas também se relaciona com espaços prisionais. O espectro escuro possui orientação educacional, histórica, autenticidade e menos estrutura para o turismo com uma elevada influência político-ideológica.

No Brasil, o DT encontra motivações centrais na curiosidade pela mortalidade, educação, memória histórico-cultural, instrução moral e entretenimento (Coutinho & Baptista, 2014). Vários locais têm notoriedade, atualmente, a exemplo da Capela dos Aflitos, Memorial da Resistência, Espaço Memória Carandiru, Museu da Loucura, Cemitério da Consolação e o Museu do Holocausto (Furtado, 2023).

De antemão, traz-se que o DT abarca desde museus, cemitérios, prisões, memoriais, cenários de guerra, campos de concentração, cidades-fantasma, até locais onde houve atentados, desastres naturais e/ou algum tipo de tragédia (Fonseca, 2015), os quais podem gerar significados e pontos de interpretação diversos dos espectadores (Stone, 2012). Nesse aspeto, o elemento macabro dos cemitérios pode despertar medo nos visitantes (Mionel, 2020), mas ainda assim, constituir um momento contemplativo e de reflexão sobre a vida (Pereira et al., 2022). Adicionalmente, constitui um espaço para conexão a comemorações e solenidades

(Levitt, 2012), à celebração de parentes e famosos falecidos, e ao estudo da história local (Pereira, 2020). O aumento do turismo nos cemitérios pode relacionar-se com a descoberta de atributos artísticos, arquitetónicos, históricos e patrimoniais, além do interesse por mortes violentas, lendas e histórias macabras (Millán et al., 2019).

Quadro 1. Categorias do DT

Categorias	Definição das Categorias	Espectros	Exemplos
<i>Dark Fun Factories</i>	Lugares construídos para apresentar a morte e eventos macabros como forma de entretenimento.	Claro	London Dungeon
<i>Dark Exhibitions</i>	Foco em transmitir alguma mensagem reflexiva e são exposições feitas longe dos locais onde os acontecimentos foram reais.	Claro	Body Worlds
<i>Dark Dungeons</i>	Locais onde sentenças penais foram executadas. São locais de esclarecimento intelectual e não foram estruturados com foco inicial no turismo.	Mediano	Prisão de Alcatraz
<i>Dark Resting Place</i>	Locais caracterizados por cemitérios, túmulos. Os chamados "locais para descanso eterno".	Mediano	Cemitério da Recoleta
<i>Dark Shirenes</i>	Espaços que se localizam próximos às áreas onde aconteceu alguma tragédia, como um ato de respeito e lembrança com as vítimas.	Escuro	Memorial Marco Zero
<i>Dark Conflict Sites</i>	Locais em que o tema central são batalhas e guerras passadas. Locais que, atualmente, constituem espaços de visitação, como meio de aprendizado e com papel comemorativo.	Escuro	Campo de batalha da Guerra Civil Americana
<i>Dark Camps of Genocide</i>	Lugares reais, nos quais aconteceram genocídios e atrocidades.	Escuro	Campo de Concentração de Auschwitz

Fonte: Elaboração própria baseada em Stone (2006).

Enquanto motivações principais para o DT, destaca-se que o *dark* turista pode reunir uma combinação de fatores decisivos para a sua viagem, não seguindo, portanto, uma linha que possa ser generalizada (Cunha, 2022). As motivações mudam conforme a cultura, região e percepção da pessoa ao que difere a morte (Cohen, 2018). Nesse âmbito, encontra-se o interesse (Biran & Buda, 2018) e o fascínio pela morte (Lliev, 2021), que está intrinsecamente ligada à interpretação pessoal ou à narrativa construída em torno dos lugares ou espaços relacionados a ela (Sharpley & Stone, 2009). Em muitos casos, os visitantes são movidos pelo desejo de encarar a morte do outro como se fosse a sua própria (Stone, 2012).

Há ainda aqueles que visitam estes locais macabros por identificação pessoal, visando honrar a memória daqueles que já partiram (Fonseca, 2015) ou por razões afetivas (Biran & Buda, 2018). Além da curiosidade, a nostalgia também é um ponto motivador para visitar locais em que houve algum tipo de tragédia (Furtado, 2023). Os intentos culturais estão intrínsecos no *dark* turista, embora não seja motivação exclusiva desses viajantes (Fonseca, 2015).

A educação constitui outra forte motivação para quem visita lugares macabros, uma vez que a preservação da memória acerca de acontecimentos trágicos e a homenagem aos que passaram

por essas situações são maneiras de evitar com que o passado se repita (Stone, 2012). O *dark* turista, nesse sentido, é alguém interessado em novo conhecimento e factos referentes aos bastidores de eventos/tragédias (Wight, 2009). O entretenimento é também motivação para o DT, espectro mais claro (Stone, 2012), algo que se afasta de uma visão tradicional da sua conexão com o sofrimento e a morte (Biran & Buda, 2018), e gera valor, por meio de diversão inusitada (Ashworth, 2002). Em suma, nota-se a existência de vários fatores que contribuem para as experiências de DT, desde o encanto com a morte até o envolvimento numa atividade de lazer contemporânea (Cunha, 2022).

Em termos empíricos, Minic (2012) verificou, na Roménia, uma amplitude de motivações para o *dark* turista, o que dificulta a definição de estratégias promocionais dos destinos de DT e requer o conhecimento de tendências no turismo. Gonçalves (2017) avaliou a potencialidade do DT, no Porto (Portugal), e identificou-o como um nicho específico, podendo enquadrar-se como oferta complementar nos locais desprovidos de acontecimentos históricos com reduzida força de atração. No Brasil, Pereira (2020) constatou como principais motivações para o DT o *voyeurismo* e a intenção de adquirir conhecimento. Já para Pereira et al. (2022), as motivações para visitar o Cemitério da Recoleta (Argentina) foram procurar conhecimento, lazer e atividades sociais com família/amigos, e a experiência de visitação promoveu relaxamento e paz.

### 3. Metodologia

Esta pesquisa é qualitativa, exploratória e descritiva, e abarca três reconhecidos atrativos macabros brasileiros:

1. Cemitério da Consolação (SP), considerado um dos principais acervos culturais a céu aberto de São Paulo com capelas, ossuário, esculturas tombadas etc. (Pereira & Limberger, 2020). Classifica-se como *Dark Resting Place*, inserido no espectro mediano (Stone, 2006);
2. Museu da Loucura, localizado em Barbacena (MG), correspondeu ao maior hospital psiquiátrico brasileiro, Hospital Colônia, reconhecido pela alcunha “Holocausto Brasileiro”. Conta com vasto acervo e com uma sala de cirurgia onde eram feitas lobotomias (Pinheiro & Chemin, 2022). Enquadra-se na categoria *Dark Shirenes*, espectro mais escuro (Stone, 2006);

3. Museu do Holocausto, em Curitiba (PR), é referência em ensino sobre o tema, que se utiliza meios tecnológicos para sensibilizar o visitante, como luz e sons para auxiliar na interpretação (Beiersdorf, 2015). Insere-se no espectro claro da categoria *Dark Exhibitions* (Stone, 2006).

O Big Data é constituído a partir de grandes volumes de dados variados, gerados de maneira espontânea. Assim, este trabalho utiliza Big Data coletados, em março de 2023, por meio da técnica de *scraping*, também conhecida como raspagem de dados, a qual permitiu extrair uma grande quantidade de comentários do TripAdvisor – todos os 2.716 disponíveis, a respeito desses atrativos<sup>5</sup> – de forma automática, e converter essa massa de dados em uma base estruturada que facilitasse, posteriormente, as análises (Ruas, 2022).

Importante destacar que, há muito, Comentários de Viagem On-line (CMO) têm sido amplamente utilizados na literatura do turismo, em especial, para o entendimento sobre as motivações e decisões de consumo dos viajantes (Mondo et al., 2022). O TripAdvisor é a plataforma que reúne um maior volume de CMO na atualidade, e por essa razão foi selecionado como fonte de dados para este estudo (Ruas, 2022). A base de dados gerada a partir da extração dos dados foi organizada em planilha do Excel e propiciou as seguintes informações: nome, cidade e número de contribuições de cada visitante, nota atribuída ao atrativo, título da publicação, data da visita, se viajou acompanhado, opinião sobre o atrativo e data da postagem.

Para a análise de dados, foram utilizados os softwares IRaMuTeQ e Power BI. Este consiste num conjunto de ferramentas voltadas para a análise de dados e para o compartilhamento de *insights* na forma de relatórios e painéis (Krishnan, 2017). O Power BI possibilitou sistematizar informações de caráter mais quantitativo, como o número de comentários por atração, acompanhantes e comentários por ano. O IRaMuTeQ, por sua vez, propicia distintos tipos de análise estatística de dados qualitativos, que são processados e transformados em *corpus* textual (Carvalho et al., 2020). O IRaMuTeQ favorece a aplicação de diferentes técnicas de análise, neste caso, a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) e Análise Fatorial de Correspondências (AFC). Esta permite representar as relações entre as classes num plano cartesiano, conforme a frequência de aparição das palavras em seus respectivos *clusters*, e a sua interação mediante a sua localização no gráfico (Lombardi & Belivacqua, 2019). A CHD divide o texto em classes de hierarquia percebidas, a partir do

---

<sup>5</sup> Comentários por atrativo: Museu da Loucura (164), Museu do Holocausto (2.367) e Cemitério da Consolação (190).

compartilhamento do mesmo vocabulário, permitindo identificar padrões, palavras em destaque e agrupamento por tópicos similares (Loubère & Ratinaud, 2014). Escolheu-se utilizar o IRaMuTeQ, em função da extensão do corpus textual obtido, ou seja, 118.126 palavras com 3.260 formas de ocorrência única (*hapax*).

#### 4. Resultados

Trazem-se, de antemão, algumas informações gerais sobre os dados analisados. Conforme se observa na Figura 1, considerando todas as avaliações obtidas, identificou-se que os usuários do TripAdvisor visitaram os locais investigados, em sua maioria, acompanhados de amigos (30,36%), seguido dos familiares (24,18%) e casais (18,23%). Verificou-se, ainda, que a maior parte das avaliações foi realizada em 2019 (747 avaliações), com um volume relevante nos anos anteriores (2016, 2017 e 2018). Por fim, o estado (UF) que realizou mais avaliações foi o Paraná (32,7%), seguido de São Paulo (20,1%), Rio de Janeiro (9,9%) e Minas Gerais (8,8%).

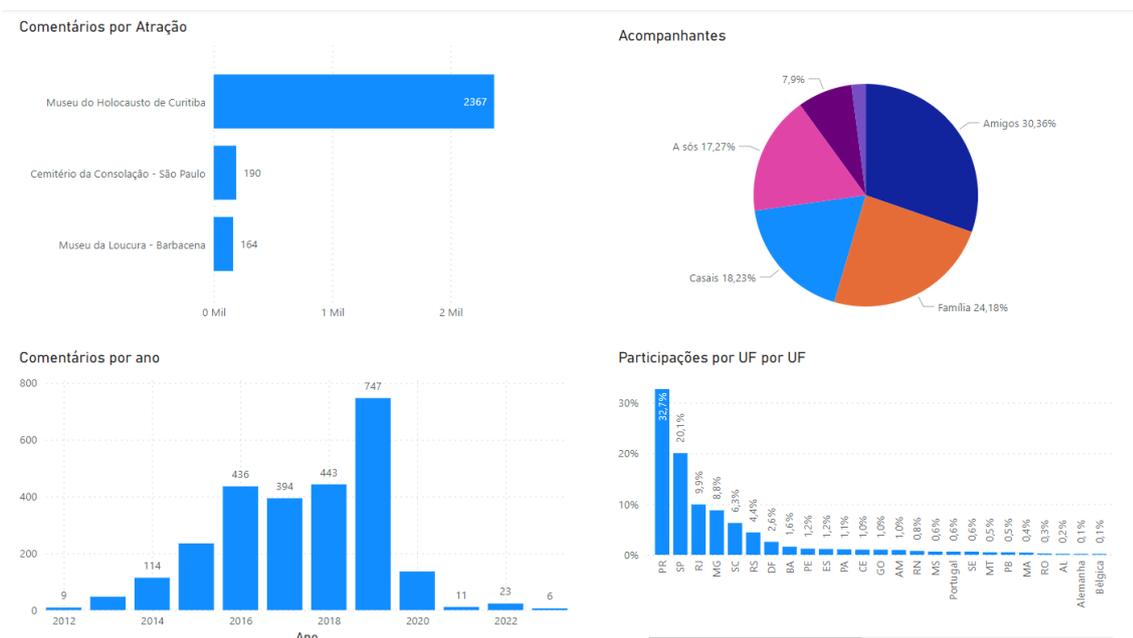


Figura 1: Informações gerais dos dados analisados<sup>6</sup>.

Fonte: Elaboração própria com auxílio do Power BI.

<sup>6</sup> UF (Unidade da Federação) que, no Brasil, corresponde à divisão territorial do país por estados.

Para identificar as percepções dos usuários do TripAdvisor acerca das suas experiências de DT nos destinos brasileiros, utilizaram-se as estratégias da CHD, individualmente, para cada destino de DT, e, posteriormente, a AFC de todos os locais, a fim de identificar os elementos que respondem pela avaliação positiva das atrações investigadas. Destaca-se que a quantidade de classes apresentadas nos dendogramas da CHD de cada atrativo pesquisado – Cemitério da Consolação (Figura 2), Museu da Loucura (Figura 3), Museu do Holocausto (Figura 4) – é definida pelo próprio IRaMuTeQ, consoante a recorrência de aparição de determinadas palavras e as correlações entre elas.

Além disso, cada classe exposta no dendograma é caracterizada por um percentual que indica a sua representatividade quanto ao total de segmentos de texto analisados. Em outros termos, os percentuais obtidos refletem a prevalência de cada classe dentro do conjunto de dados. Outrossim, as conexões entre as classes no dendrograma sugerem relações ou similaridades entre elas. Quando diretamente conectadas, sugere-se que o agrupamento compartilha mais características comuns do que os que não se conectam (Loubère & Ratinaud, 2014). Em suma, esses percentuais e conexões oferecem uma visão detalhada da estrutura dos dados, permitindo compreender a distribuição e a inter-relação dos temas abordados nos segmentos de texto analisados.

Posto isto, inicialmente, sobre o Cemitério da Consolação, o dendograma da CHD (Figura 2) permite compreender as palavras mais destacadas e agrupadas nos seus respectivos temas. A Classe 1 (vermelha) corrobora o facto de o espaço ser atrativo de DT que apresenta parte da *história local* da cidade de “São\_Paulo”, com relevância para os termos “ajudar” a “contar”, “história” da “cidade”, “importante”, “personalidade”, “arquitetura” e “obra\_de\_arte”. Este resultado confirma o pensamento de que cemitérios possibilitam conhecer melhor elementos históricos de uma dada realidade (Pereira, 2020) e, concomitantemente, influenciam a tomada de decisão para conhecer destinos macabros (Fonseca, 2015). Já os termos “lápide” e “sepultar” sinalizam, de facto, tratar-se de um atrativo turístico caracterizado como “*Dark Resting Place*” (Stone, 2006).

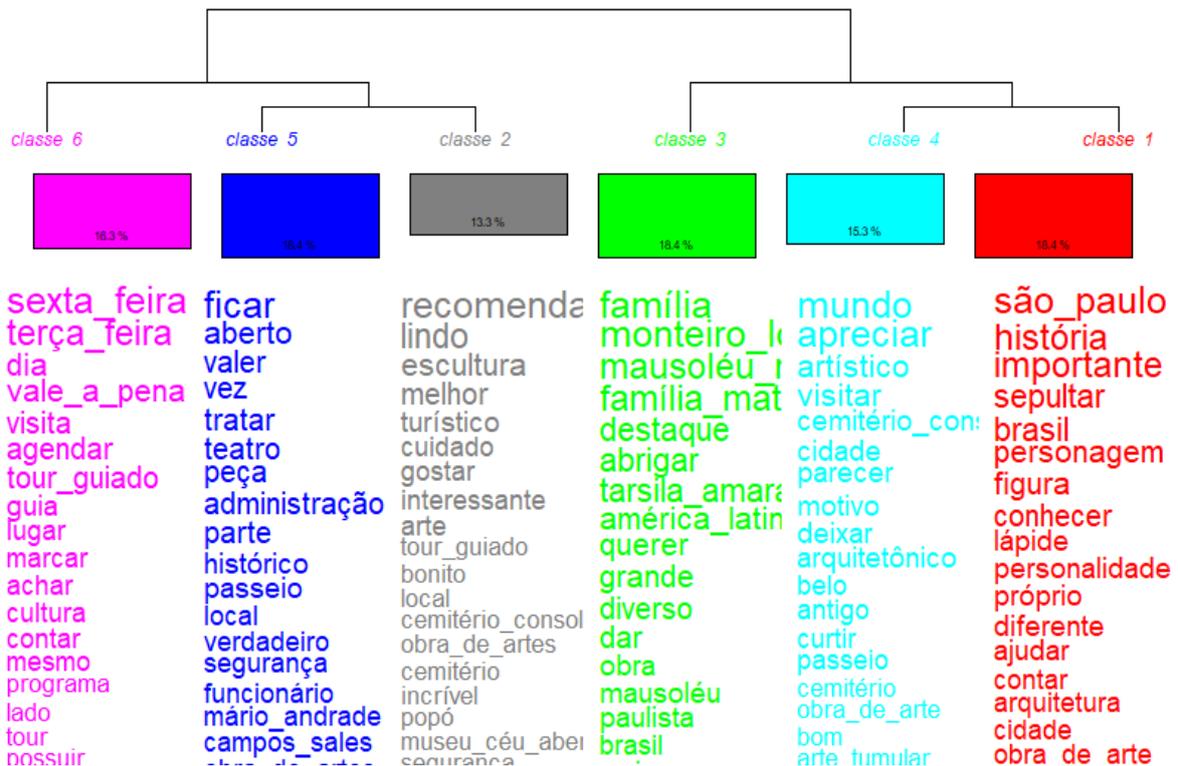


Figura 2. CHD (Cemitério da Consolação)

Fonte: Elaboração própria com auxílio do IraMuTeQ.

Ligada à Classe 1, a Classe 4 (azul-claro) indica as *características do atrativo* de natureza mórbida (Stone, 2006), com realce para “cemitério”, “arte\_tumular”, “arquitetônico” e “obra\_de\_arte”, além das palavras “visitar” e “passeio”, confirmando seu viés turístico (Cunha, 2022; Marques, 2018). A Classe 3 (verde) evidencia as *principais personalidades paulistas* de “destaque”, “Monteiro\_Lobato” e “Tarsila\_Amaral”, expoentes da arte brasileira que atraem variados públicos, a exemplo do verificado em outros destinos macabros como Recoleta, na Argentina, em que Eva Perón é uma das principais personalidades (Pereira et al., 2022). Identificou-se, ainda, o protagonismo da “Família\_Matarazzo”, cujo “Mausoléu\_Matarazzo” ajuda a contar a história da imigração local e é considerado o maior da “América\_Latina” (Furtado, 2023). Na Classe 5, destacaram-se, também, os nomes do ex-presidente “Campos\_Sales” e do poeta “Mário\_Andrade”.

A Classe 2 (cinza) denota as *recomendações centrais* para a visita “turística” no atrativo, como “tour\_guiado”, destacando o guia “Popó”, além da apreciação de “obras\_de\_arte”, “escultura”, algo que o caracteriza como um “museu\_a\_céu\_aberto”. Isto confirma o aspeto contemplativo (Levitt, 2012) e o apelo turístico dos cemitérios, a partir de seus atributos artísticos, arquitetónicos e históricos (Millán et al., 2019). Algumas adjetivações são atribuídas ao espaço e reforçam as impressões dos visitantes, como “lindo”, “interessante”, “bonito” e “incrível”, que afastam a noção comum de DT como segmento conectado, exclusivamente, a sofrimento e morte (Biran & Buda, 2018; Kang et al., 2012). Ademais, fez-se um reforço positivo à “segurança” e ao “cuidado” com as obras. Estes últimos dois pontos sinalizam o porquê da Classe 2 estar mais associada às Classes 5 e 6, pois estas tratam de seus aspetos administrativos.

A Classe 5 (azul-escuro) foca na *gestão cemiterial*, sobretudo na “segurança”, quadro de “funcionários” envolvidos na “administração” dos jazigos etc. A Classe 6 (rosa) remete à *gestão da visitação*, citando os dias da realização do “tour\_guiado”, “terças\_feiras” e “sextas\_feiras”, com reforço à “vale\_a\_pena”, palavra que qualifica, positivamente, essa experiência e ratifica que lugares associados à morte também são turísticos (Trzaskos et al., 2014). A visão geral sobre o Cemitério da Consolação confirma o elemento de positividade do DT (Zanirato, 2019), em oposição ao medo que locais fúnebres costumam gerar nos visitantes (Mionel, 2020).

A respeito do Museu da Loucura, no dendograma da CHD (Figura 3), verifica-se, na Classe 1 (vermelha), a referência ao *modo violento dos tratamentos dispensados aos internos*, naquele que foi o maior hospital psiquiátrico da época (Pinheiro & Chemin, 2022). As palavras “instrumento”, “artefato”, “lobotomia”, “cruel”, “eletrochoque” são representativas da brutalidade para com os pacientes e justificam a classificação do local no lado mais escuro do espetro, *Dark Shirenes* (Stone, 2006). Conectada à Classe 1, a Classe 3 (verde) reflete as *características do atrativo*, perceptíveis, a partir dos vocábulos “ver”, “mostrar” a “realidade” com que o “paciente” era “tratado” no “século” “passado”, comprovando que atos de atrocidade humana são estímulos para o visitante *dark* (Pereira, 2020). O termo “vale\_a\_pena” corrobora as impressões positivas sobre o atrativo.

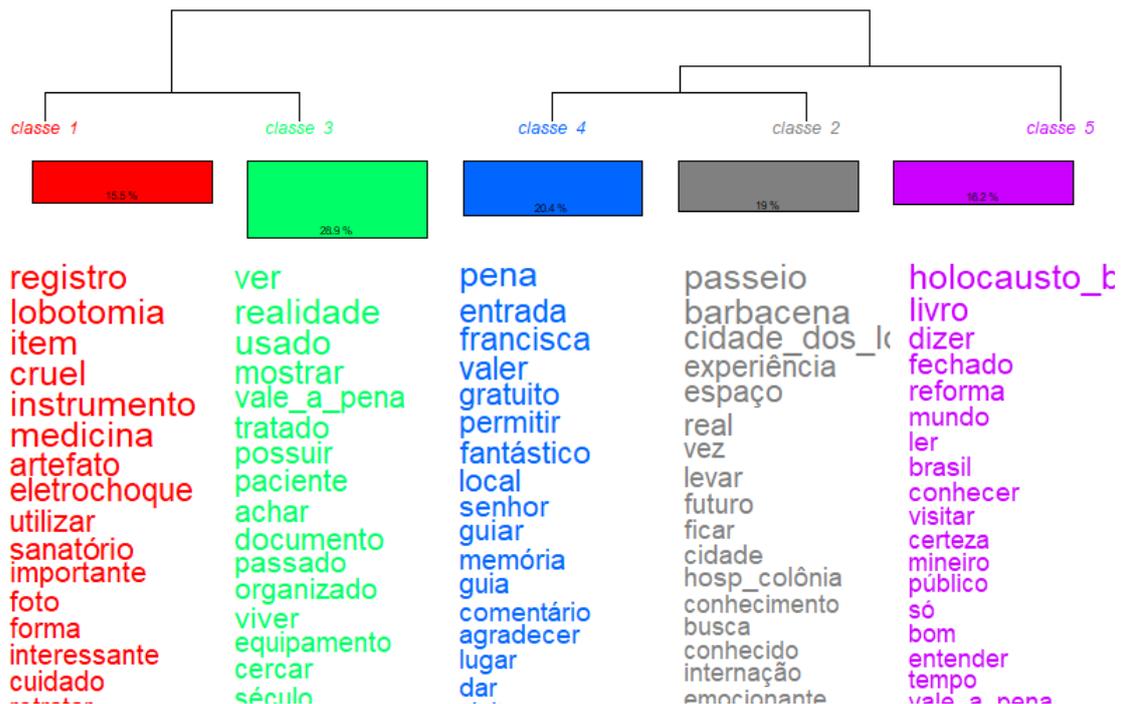


Figura 3. CHD (Museu da Loucura)

Fonte: Elaboração própria com auxílio do IraMuTeQ.

A Classe 4 (azul-escuro) ilustra a *gestão da visitação*, em especial, quanto ao serviço de guias, “gratuito” com ênfase à “Francisca”, profissional responsável pela condução dos visitantes. As palavras “valer” a “pena” e “fantástico” reafirmam a percepção positiva dos usuários, cuja experiência no museu, ligada ao sofrimento e morte, atribui-lhe caráter turístico (Trzaskos et al., 2014). O vocábulo “memória” evidencia um dos objetivos centrais de atrativos de DT (Stone, 2012), conforme previsto por Coutinho e Baptista (2014) acerca das principais motivações do *dark* turista no Brasil.

A Classe 2 (cinza) conecta o “espaço” à própria *história local* da “cidade” de “Barbacena”, expressa pelos vocábulos “Hospital\_Colônia”, “Cidade\_dos\_Loucos”, “passeio” e “experiência”. Em adição, a Classe 5 (lilás) demonstra a *relevância histórica* desse atrativo “mineiro” para o “Brasil”, porquanto muitos o reconhecem como aquele que sediou o “holocausto\_brasileiro”, contribuindo para melhor “conhecer”, “entender” a história local. Sob a perspectiva de Rojek (1993), o Museu da Loucura pode ser considerado um *Black Spot*, devido às mortes violentas que ocorriam com um grande número de pessoas nesse espaço. Outrossim, conhecer onde tragédias, genocídios, realmente, aconteceram, configura uma motivação diferencial do DT (Smith, 1998).

A análise do Museu do Holocausto gerou seis classes distintas (Figura 4). A Classe 1 (vermelho) denota a *gestão da visitação*, com reforço para os termos “visita\_agendada” pela “internet”, “site”, “chegar” com “antecedência”, “informar”, “horário”, ratificando o diferencial competitivo do atrativo, que conta com *website*<sup>7</sup> próprio. Os vocábulos “entrada”, “segurança” e “rígido” salientam as medidas de segurança, que envolvem detetores de metal, guarda-volumes etc., coadunando-se ao discutido por Runhovde (2021), a respeito da gestão de risco em espaços museológicos. Apresentando maior correlação com a Classe 1, identificou-se a Classe 6 (roxo), contendo as *recomendações centrais* direcionadas, sobretudo, ao serviço de guiamento. Os termos “tour\_guiado”, “acompanhar”, “grupo” ressaltam este entendimento. Elogiou-se o uso de “material” (is) audiovisual(is) para complementar a “explicação” dos guias, algo que se conecta às recomendações de Cánepa et al. (2016) para utilizar tecnologias no DT. Ademais, a “quantidade” de informação disponibilizada incrementa a experiência do *dark* turista, pois este almeja conhecer, ao máximo, os bastidores de acontecimentos macabros (Wight, 2009).

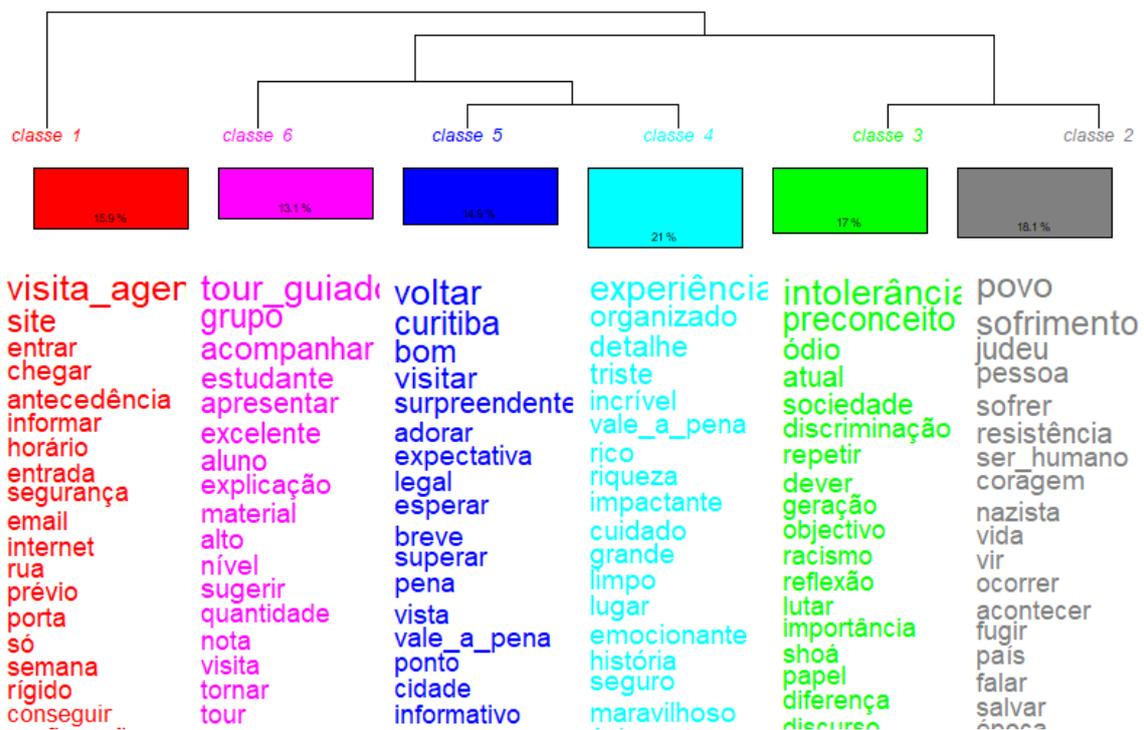


Figura 4. CHD (Museu do Holocausto)

Fonte: Elaboração própria com auxílio do IraMuTeQ.

<sup>7</sup> <https://www.museudoholocausto.org.br/>.

As Classes 4 (azul-claro) e 5 (azul-escuro), com alta conexão com a Classe 6, referem-se às *impressões sobre o atrativo*. *A priori*, a respeito da “experiência”, emergem sentimentos já esperados como “triste”, “impactante” e “emocionante”, pois o espaço congrega a temática do genocídio (Smith, 1998) e se classifica como *Dark Exhibitions*, haja vista que o museu não se situa no mesmo local dos acontecimentos reais (Stone, 2006). Adicionalmente, palavras como “legal”, “incrível”, “rico”, “riqueza” e “maravilhoso” sinalizam um tom de encantamento dos visitantes, salientando tanto o aspecto “informativo” (Stone, 2012), quanto o lúdico das experiências de DT (Ashworth, 2002; Coutinho & Baptista, 2014). Além disso, os termos “seguro”, “organizado”, “detalhe”, “cuidado” e “limpo” ratificam aspectos gerenciais do museu que, somados a “surpreendente”, “voltar”, “superar” a “expectativa” e “vale\_a\_pena” indicam a satisfação com este atrativo de “Curitiba”.

As Classes 2 (cinza) e 3 (verde) agrupam-se em torno dos *atributos históricos* que caracterizam o atrativo como DT, porquanto estabelecem conexões reais com a morte de muitas pessoas (Min et al., 2020; Trzaskos et al., 2014). Nesse sentido, uma grande variedade de vocábulos como “povo”, “sofrimento”, “judeu”, “nazista”, “intolerância”, “preconceito”, “ódio”, “discriminação”, “racismo”, “shoá”<sup>8</sup> resumem a temática central do museu: o Holocausto. Ou ainda, as palavras “sociedade”, “repetir”, “dever”, “lutar”, “resistência”, “reflexão” e “importância” suscitam o papel educativo do DT na aprendizagem e conscientização das pessoas para que situações trágicas como as do genocídio não se voltem a repetir (Stone, 2012).

Para fechar as percepções dos usuários acerca dos atrativos de DT brasileiros, apresenta-se a Figura 5, contendo a análise fatorial de correspondências (AFC), a qual auxiliou na construção de oito recomendações gerenciais para experiências *dark* no Brasil. São elas:

- (i) *Segurança nos atrativos*: palavras como “segurança”, “portaria”, “detector”, “metal”, “guarda” e “pertence” sinalizam a relevância da garantia da proteção dos visitantes durante sua permanência nos atrativos. De maneira recorrente, ações de vandalismo vêm ocorrendo em espaços como os museus, exigindo maior fiscalização e controle no acesso de visitantes, algo que Runhovde (2021) entende como indispensável, em tempos atuais. No Museu do Holocausto, destacou-se o uso de detectores de metal, revista dos visitantes e guarda-volumes para ampliar a proteção tanto dos acervos como dos próprios visitantes;

---

<sup>8</sup> Que significa catástrofe em hebraico.

- (ii) *Visitas guiadas com agendamento*: Os principais termos que corroboram esta recomendação foram: “visita\_agendada”, “antecedência”, “chegar”, “site” e “prévio”. Esta é uma prática utilizada em museus como o do Louvre, a qual auxilia na organização do fluxo e qualidade da experiência dos visitantes (Evrard & Krebs, 2018). Os atrativos investigados oferecem visitas guiadas, em que se verificam comentários elogiosos aos profissionais que atuam como um importante “mediador”. O guiar da visita mostra-se relevante, principalmente para atrações públicas que não contam com profissionais permanentemente direcionados à condução turística. Aqui, salienta-se a ação dos guias na melhoria da experiência, a partir das narrativas construída nos espaços *dark* (Sharpley & Stone, 2009), em que sejam reforçados elementos histórico-culturais (Fonseca, 2015; Pereira et al., 2022), de lazer (Stone, 2012) etc.;

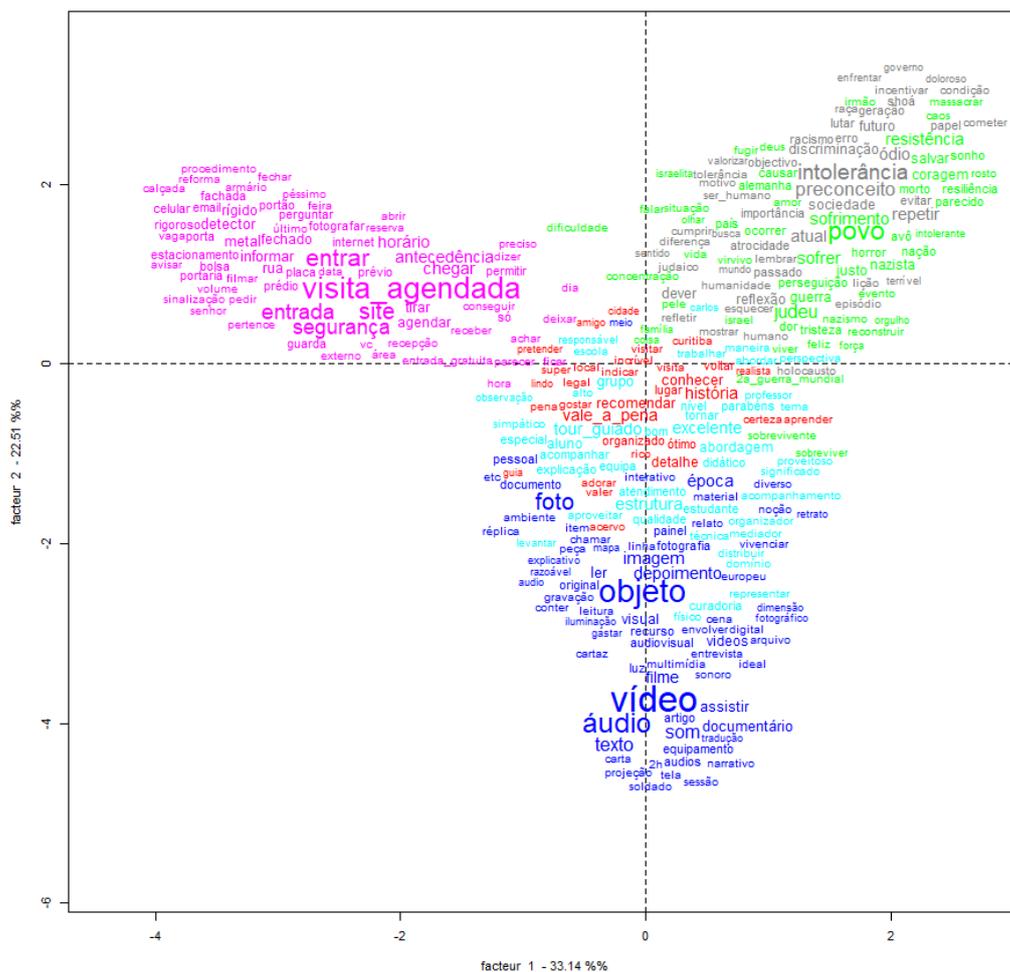


Figura 5. AFC dos atrativos de DT pesquisados

Fonte: Elaboração própria com auxílio do IraMuTeQ.

- (iii) *Conservação e limpeza da estrutura física/arquitetónica dos atrativos*: As palavras “organizado” e “lindo” deram destaque a este elemento. Deve-se considerar que o interesse por atributos histórico-arquitetónicos tem motivado a procura crescente por locais de DT (Millán et al., 2019), a exemplo de cemitérios como o da Recoleta (Pereira et al., 2022);
- (iv) *Riqueza do acervo*: Palavras como “rico”, “diverso”, “realista”, “arquivo”, “acervo”, “vídeo”, “áudio”, “gravação”, “foto”, “réplica”, “peça” corroboram essa recomendação. Essa diversidade de documentos, registos ofertados no DT, sobretudo, nos museus, possibilita maior imersão no universo *dark*, em termos de conhecimentos e curiosidades históricas relacionadas aos acontecimentos macabros (Wight, 2009);
- (v) *Caráter educativo da experiência*: Identificou-se uma variedade de termos que ratificam que o DT extrapola o interesse e fascínio pela morte (Lliev, 2021), constituindo uma oportunidade de aprendizagem sobre elementos histórico-culturais (Coutinho & Baptista, 2014; Stone, 2012). Lembra-se que a natureza do DT se fundamenta nos aspetos culturais (Fonseca, 2015). Os principais vocábulos verificados foram: “explicação”, “didático”, “aprender”, “evitar”, “repetir”, “passado”, “reflexão”, “lição”. Em especial, os museus pesquisados corroboram esta ideia, pois as suas experiências são centradas em momentos históricos de sofrimento e dor, sendo um momento educativo para os seus visitantes;
- (vi) *Caráter lúdico da visita*: O termo “legal” e “interativo” atribuem o tom da diversão/entretenimento propiciado por atrativos de DT (Ashworth, 2002; Cunha, 2022), algo que pode configurar uma estratégia para atrair públicos menos interessados no tema e ocasionar emoções positivas, ainda que em meio a experiências macabras (Cunha, 2022);
- (vii) *Utilização de tecnologias que deem suporte à visita*: As palavras “multimídia”, “audiovisual”, “digital”, “som”, “tela”, “projeção”, “iluminação” corroboram este achado, ratificando que o refinamento da experiência de visita deve ocorrer com base em tecnologias que intensifiquem as sensações humanas (Cánepa et al., 2016), conforme desenvolvido no Museu do Holocausto para promover maior emoção aos visitantes (Beiersdorf, 2015);

- (viii) *Gratuidade da experiência*: evidenciou-se a “entrada gratuita” nos atrativos investigados, além da não cobrança dos serviços de guia, tornando-se ocorrências bem elogiadas pelos visitantes. No entanto, reconhece-se a relevância da geração de retornos económicos directos aos atrativos, os quais podem advir da venda de *souvenirs* ou, até mesmo, do pagamento de guias, etc.

De posse das informações acima, conclui-se que os atrativos de DT são multifacetados, uma vez que abarcam desde os aspetos físicos, tecnológicos e humanos envolvidos na experiência dos visitantes. Reforça-se o carácter educativo, em torno de elementos históricos, culturais e arquitetónicos, para além da curiosidade sobre a mortalidade e do entretenimento propiciado pelos espaços com suporte na tecnologia.

## 5. Conclusão

O objetivo deste estudo foi o de identificar as perceções de usuários da plataforma TripAdvisor acerca das suas experiências turísticas em três importantes atrativos brasileiros de DT. Em síntese, os atrativos possibilitaram a análise acerca de elementos importantes possibilitados pelo DT como conhecer a *história local* e/ou acontecimentos trágicos e fortalecer a memória que gere aprendizados. Algumas recomendações centrais foram identificadas acerca dos atrativos e elas abarcam desde a realização de visitas guiadas que favorecem um maior conhecimento sobre os factos e pessoas envolvidas, até à segurança e tecnologias que potencializam a qualidade das visitas.

Verificou-se, outrossim, que o DT é revestido do carácter educativo, lúdico, afora o interesse intrínseco pela morte. Apesar da tristeza comum sentida nos atrativos *dark*, muitas emoções positivas foram percebidas nas visitas, o que quebra o entendimento leigo do DT como algo que, via de regra, provoca medo nas pessoas. Talvez esta ideia preconcebida afaste muitos viajantes de conhecer atrativos macabros. Para tanto, entende-se que atrativos *dark* podem constituir oferta complementar que fortaleça a competitividade dos destinos.

Ciente da necessidade de criar e/ou fortalecer atrativos de DT na realidade brasileira, são expostas as seguintes contribuições gerenciais: garantir a segurança de visitantes, bem como a proteção do acervo e obras macabras; promover uma gestão qualificada dos atrativos que ofereça acervo de qualidade, organização das visitas e uma adaptação adequada a espaços *dark*; lançar mão de atributos estéticos e arquitetónicos para atrair um maior número de viajantes; trabalhar atrativos *dark* como oferta complementar, a fim de fortalecer a

competitividade dos destinos com enfoque em outros segmentos do turismo; combinar o apelo educativo e lúdico nos atrativos de DT; promover a inovação com suporte tecnológico para melhorar as experiências macabras; criar meios de monetizar os atrativos de DT, por meio da cobrança de ingressos e de serviços de guia, comercialização de *souvenirs* etc.; promover a acessibilidade nos atrativos de DT.

Este estudo se limita ao número reduzido de atrativos considerados, cujas análises se restringiram às opiniões obtidas no TripAdvisor. Sendo assim, são apresentadas algumas sugestões de estudos futuros: investigar outros destinos de DT brasileiros e/ou internacionais, se possível, de forma comparativa.; investigar DT em bases quantitativas e lançando mão de diferentes técnicas de recolha e análise de dados; pesquisar sobre o DT no horizonte longitudinal e considerando diferentes abordagens teóricas.

### **Agradecimentos**

À SPRINT Dados e ao Grupo de Pesquisa GEDOT/UFMA pelo especial suporte na realização da pesquisa.

### **Referências bibliográficas**

- Amaral, F.,Tiago, T.,Tiago, F.,& Kavoura, A. (2015). TripAdvisor comments: what are they talking about?. *Dos Algarves. A Multidisciplinary E-journal*, 26(2),47-67.
- Ashworth, G.J. (2002). Holocaust Tourism: The Experience of Kraków-Kazimierz. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 11(4), 63–367. <https://doi.org/10.1080/10382040208667504>
- Beiersdorf, D.S.M. (2015). *O Museu do Holocausto de Curitiba: Globalização da memória e ensino de história*. 171f. Dissertação (Mestrado em História)-Unioeste.
- Biran, A.,& Buda,D.M. (2018). Unravelling Fear of Death Motives in Dark Tourism. In: *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies*, 515-532. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-47566-4\\_21](https://doi.org/10.1057/978-1-137-47566-4_21)
- Cánepa, L.L., Nascimento, G.D.P., Mello, D., & Lima, C. (2016). Realidade Assombrada: Aplicativos de Realidade Aumentada e o Dark Tourism. *Revista Hospitalidade*, 13, 01–17. <https://doi.org/10.21714/1807-975X.2016v13nEp0117>

- Carvalho, T.S., Mota, D.M., & Saab, F. (2020). Utilização do software IRaMuTeQ na análise de contribuições da sociedade em processo regulatório conduzido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Revista Visa em Debate*. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/48415>. Acesso em: 6 abr. 2023.
- Cohen, E. (2018). Thanatourism: A comparative approach. In *The Palgrave handbook of dark tourism studies*, 157-171. Palgrave Macmillan, London.
- Coutinho, B., & Baptista, M.M. (2014). Há morte nas catacumbas? Percepções de visitantes de uma atração de turismo negro. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21/22), 493-503. <https://doi.org/10.34624/rtd.v4i21/22.12441>
- Cunha, M.A. (2022). *Experiências Turísticas em Dark Tourism*. Dissertação (Mestrado Gestão do Turismo) - IPV. Disponível em: <https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/7344>. Acesso em: 12 dez.2023.
- Evrard, Y., & Krebs, A. (2018). The authenticity of the museum experience in the digital age: the case of the Louvre. *Journal of Cultural Economics*, 42, 353-363. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9309-x>
- Fonseca, A.P.S. (2015). *Projeto de Dark Tourism para a cidade de Viseu*. Dissertação (Mestrado em Turismo) - IPV. Disponível em: <https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/3013>. Acesso em: 15 jun.2023.
- Fonseca, A., & Silva, C. (2014). Motivações de procura do dark tourism como uma forma alternativa de turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22, 173-175. Disponível em: <https://www.ua.pt/file/34984>. Acesso em: 18 fev.2022.
- Furtado, F.G.C. (2023). *Big Data e Dark Tourism no Brasil(...)*. Monografia (Graduação em Turismo) - UFMA. Disponível em: [https://sigaa.ufma.br/sigaa/public/curso/monografias\\_curso.jsf?lc=pt\\_br&lc=pt\\_br&id=85818](https://sigaa.ufma.br/sigaa/public/curso/monografias_curso.jsf?lc=pt_br&lc=pt_br&id=85818). Acesso em: 12 dez.2023.
- Gonçalves, A.F.S. (2017). *Dark Tourism – O lado sombrio do Turismo: Aplicação à cidade do Porto*. 135 p. Dissertação (Mestrado Gestão do Turismo) - P.PORTO. Disponível em: [https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/10949/1/Andreia\\_Gon%c3%a7alves\\_MGT\\_2017.pdf](https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/10949/1/Andreia_Gon%c3%a7alves_MGT_2017.pdf). Acesso em: 12 dez. 2023.

- Kang, E., Scott, N., Lee, T.J., Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a 'dark tourism' site: The case of the Jeju April 3<sup>rd</sup> Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33(2), 257-265. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.004>.
- Krishnan, V. (2017). *Research data analysis with power bi*. Disponível em: <https://ir.inflibnet.ac.in/bitstream/1944/2116/1/24.pdf>. Acesso em: 12 jun.2024.
- Levitt, L. (2012). Solemnity and celebration: dark tourism experiences at Hollywood Forever Cemetery. *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 4(1).
- Lliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 963-984. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215>
- Lombardi, L., & Bevilacqua, S. (2019). A Ouvidoria à Luz da Análise de Conteúdo. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 20(1), 134-151. <https://doi.org/10.26512/les.v20i1.11275>
- Loubère, L., & Ratinaud, P. (2014). *Documentation IraMuTeQ - 0.6 alpha 3 version 0.1*. Disponível em: [http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/documentation\\_19\\_02\\_2014.pdf](http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/documentation_19_02_2014.pdf). Acesso em: 20 maio 2023.
- Marques, J.A.M. (2018). Turismo cemiterial - o «porquê» e o «onde». *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (29), 47-63. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i29.889>
- Millán, G.D., Rojas, R.D.H., & García, J.S.R. (2019). Analysis of the demand of dark tourism: A case study in Córdoba (Spain). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 10(1), 161. <https://doi.org/10.2478/mjss-2019-0015>
- Min, J., Birendra, K.C. Kim, S., & Lee, J. (2020). The impact of disasters on a heritage tourist destination: A case study of Nepal earthquakes. *Sustainability*, 12(15), 6115. <https://doi.org/10.3390/su12156115>
- Minic, N. (2012). Development of "dark" tourism in the contemporary society. *Journal of the Geographical institute "Jovan Cvijic" SASA*, 62(3), 81-103. <https://doi.org/10.2298/IJGI1203081M>
- Mionel, V. (2020). (Not so) Dark tourism: The Merry Cemetery in Săpânța (Romania) – An expression of folk culture. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100656. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.10065>

- Mondo, T.S., Perinotto, A.R., & Souza-Neto, V. (2022). A user-generated content analysis on the quality of restaurants using the TOURQUAL model. *Journal of Global Business Insights*, 7(1), 1-15. <https://www.doi.org/10.5038/2640-6489.7.1.1172>
- Netflix. (2018). *Turismo Macabro*. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80189791>. Acesso em: 12 dez.2023
- Oxford Learner's Dictionaries. (2023). *Dark*. Oxford University Press. Disponível em: <[https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/dark\\_1?q=dark](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/dark_1?q=dark)>. Acesso em: 27 nov.2023.
- Pereira, T. (2020). Motivações para prática do dark tourism. *Aceno*, 7(14), 215-230, maio-agosto.
- Pereira, T., & Limberger, P.F. (2020). Turismo Cemiterial: um estudo sobre as experiências no Cemitério da Consolação a partir do TripAdvisor. *REUNA*, 25(1), 1-19, Jan.–Mar. <http://dx.doi.org/10.21714/2179-8834/2020v25n1p1-19>
- Pereira, T., Pereira, M.L., & Limberger, P.F. (2022). Dark tourism: análise da relação entre motivações, experiências e benefícios dos visitantes do Cemitério da Recoleta, Argentina. *RBTUR*, 16, 2493. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2493>
- Pinheiro, A.L., & Chemin, M. (2022). “Incômodo e assustador”: Visitação e experiência no Museu da Loucura de Barbacena - MG (Brasil). *RBTUR*, 16, 2634. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2634>
- Rojek, C. (1993). Fatal attractions. In *Ways of Escape* (136-172). Palgrave Macmillan, London. [https://doi.org/10.1057/9780230373402\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230373402_5)
- Ruas, R. (2022). *Big data no turismo: Conceitos e aplicações*. Coleção Mirante. LETS/UnB. <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/view/292/488/2501>
- Runhovde, S.R. (2021). Risking Munch. The art of balancing accessibility and security in museums. *Journal of risk research*, 24(9), 1113-1126. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1801810>
- Sharpley, R., & Stone, P.R. (Eds.). (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Channel View Publications.
- Silva, W.C. (2022). *Turismo Dark em Cena: Tendências e possibilidades para o exercício do segmento a partir da série turismo macabro*. Dissertação (Mestre em Turismo) - UFRN.

Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/48415>. Acesso em: 9 fev.2023

- Smith,V.L. (1998). War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1),202–227.
- Stone,P. (2006). *A Dark Tourism Spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. An Interdisciplinary International Journal*, 54 (2),145-160.
- Stone,P. (2012). Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1565-1587. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.007>
- Trzaskos,L.A., Dropa,M.,& Souza, L.F. (2014). Dark Turismo: a possibilidade de um elo entre o turismo e os resultados da violência urbana. *Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas*, 22(1),65-72.<https://doi.org/10.5212/PublicatioCi.Soc.v.22i1.0006>
- Wight, C. (2009). Contested national tragedies: An ethical dimension. *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*,129-144.
- Zanirato,S. (2019). Turismo em “patrimônios de sofrimento”: história e memórias. *Revista Confluências Culturais*, 8(2).<https://bit.ly/3muCvhz>