

UM OLHAR RENOVADO NO TURISMO: *DARK TOURISM* E TURISMO CEMITERIAL

Shirley Nara Moreira de Souza ¹

Gilvan Veiga Dockhorn ²

INTRODUÇÃO

O termo *Dark Tourism*, de origem inglesa, foi mencionado pela primeira vez pelos autores MalcomFoley e John Lennon (1996) em artigo publicado em 1996, no *International Journal of Science of Heritage Studies*. Como afirma Russo:

{...} Sin embargo, el término “turismo negro” fue acuñado originalmente por Malcom Foley y John Lennon en un artículo “JFK y turismo negro”, publicado en un número especial de la Revista Internacional de Estudio sobre el Patrimonio (Foley et. al, 1996). Em el cual se discute la aparente fascinación turística sobre el asesinato del trigésimo quinto presidente de Estados Unidos John F. Kennedy em 1963. (RUSSO, 2018, p.04)

¹ Graduada em Gestão de Turismo pela UFSM e mestre em Patrimônio Cultural, Programa de Pós-graduação em Patrimônio Cultural – Mestrado Profissional, da UFSM.

² Pós-Doutor em História Contemporânea pelo CEIS20 (Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX) pela Universidade de Coimbra, professor do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural – Mestrado Profissional, da UFSM, Linha de Pesquisa História e Patrimônio Cultural.

São várias as possibilidades de nomear esse tipo de turismo, pois sua tradução não literal assume diversos sentidos. Stone (2006) identificou as principais nomenclaturas: turismo macabro, turismo negro, turismo sombrio, turismo mórbido, turismo sinistro, turismo das trevas, dentre outros. Já o turismo cemiterial, subcategoria do *dark tourism*, está relacionado a locais sombrios, misteriosos e que despertam certo receio ou temor; de acordo com Sharpley & Stone (2009), tendo como objetivo principal, introduzir e oferecer conhecimento e entretenimento, tornando visível esse patrimônio por vezes ignorado.

Contudo, Lennon e Foley (2000), na obra “*Dark Tourism: a tração da morte e do desastre*” descrevem o turismo sombrio como um subconjunto do turismo cultural e como algo distinto do turismo patrimonial. Bowman & Pezzullo (2010) destacam que o turismo sombrio é uma afirmação evidente de um fenômeno identificado na segunda metade do século XX, ou seja, o turismo sombrio é um produto da pós-modernidade.

Russo (2018), descreve em seu artigo que o turismo negro ou *dark tourism* é relacionado com os jogos de gladiadores na época romana, e com outros fatos como as peregrinações religiosas, as execuções públicas na era medieval, além de conflitos bélicos e outros fatos que compõe a história cultural da sociedade.

Foley e Lennon (1996) e Lennon e Foley (2000) conceituam o turismo negro como um fenômeno frequentemente ligado ao patrimônio. Nesse sentido, por exemplo, os produtos turísticos ligados a traumas coletivos e a tragédias são orientados para a educação e centrados na história, enquanto os produtos que não carregam esta carga relacionada ao trauma coletivo são orientados para o entretenimento e centrados no patrimônio. Sendo assim,

A existência de lugares vinculados à morte sofrimento e dor serve como objeto de pesquisas e análises principalmente nos campos da história, sociologia, antropologia e, especificamente, nos estudos tanatológicos, desde muito tempo. Contudo, na década de 1960, observa-se a existência da necrogeografia, estudos da morfologia dos cemitérios, que permite

refletir sobre a realidade do mundo e ver a morte também como forma de paisagem cultural com configurações e características específicas. (COELHO-COSTA, 2021, p.21-22)

Para Stone (2013), o segmento turístico apresenta peculiaridades, tais como uma temática relacionada à ausência, à perda, à tragédia, ao melancólico, à morte, necessitando, portanto, uma proposta de intervenção do olhar diferenciada destes locais ou lugares de memória (como cemitérios, memoriais, locais vinculados a acontecimentos fúnebres, trágicos ou traumáticos); voltado para explorar o lado patrimonial (material e imaterial) desses bens, podendo assim proporcionar para além de um grande potencial econômico (geração de emprego e renda), a recuperação (manutenção e preservação) de espaços patrimoniais, dentro da atividade turística, desconsiderados e abandonados pelo poder público, privado e pela própria comunidade a ele relacionada. Podoshen et al. (2015, p.325) afirma que “o turismo negro não deve ser visto simplesmente como um sistema homogêneo de significados e experiências coletivos, mas sim como uma práxis contingente à diversidade de experiências vividas e em conjunção com o trabalho afetivo e cognitivo cultural.

TURISMO E SEU DESENVOLVIMENTO NO PERCURSO DO TEMPO

Os avanços e inovações tecnológicas aplicados em áreas ligadas à comunicação, informação, conhecimento, consumo, lazer e deslocamento de pessoas, crescem em velocidade inédita, trazendo novas tendências, novos hábitos, formando um novo sujeito e com novas noções de identidade, memória, história e pertencimento, (SOUZA, 2017). É neste processo que a memória e o patrimônio se entrelaçam e agregam em práticas sociais e culturais, reunindo uma determinada narrativa da história dos locais, dos eventos, dos grandes fatos e das pessoas além da memória produzida em torno destes, evidenciando uma determinada forma de patrimônio, de his-

tória e até mesmo, arte, ofertando novos segmentos para diferentes nichos de mercado, com suas propriedades únicas e buscando novas experiências.

De acordo com Cooper (2000), indiferentemente de ser um nicho novo, o turismo é uma atividade importante o suficiente para o setor econômico e principalmente em termos acadêmicos, pois seu potencial econômico, social e cultural é digno e muito significativo a ponto de ser compreendido e pesquisado. Neto e Lohmann (2008), afirmam que a epistemologia do turismo ganhou um maior reconhecimento na década de 90, onde o turismo obteve mais estudiosos da área, que de fato estão mais interessados em questões práticas da atividade como “planejamento e políticas públicas”. Se pensarmos em alguns fatos, as pessoas podem parecer estranhas por saírem de sua zona de conforto para busca de novas experiências, e trocar seu tempo de descanso, lazer e conforto para ir a lugares turísticos onde a morte, a tragédia, dor e sofrimento são as principais formas de atrativo turístico. Já Urry, afirma que:

Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas. Na verdade, o olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta. (URRY, 1996, p.16)

Desta forma o autor acredita que o *dark tourism* causa uma reflexão da história, trazendo o anseio de que determinados acontecimentos do passado não se repitam, e que a forma que o turista vê estes atrativos turísticos determina a forma com que ele vê o que a história e a memória transmitem. Assim, segundo Krippendorf (2001, p.14) “o ser humano não nasceu turista, mas com a curiosidade e um sentimento um tanto nostálgico quanto aos países longínquos que gostaria de conhecer”. Percebe-se assim que o turista busca estas novas experiências. Já para Dias, o turismo faz “parte da

natureza do ser humano, desde há muito tempo, viajar já era parte da vida dos homens” (DIAS, 2006, p.09).

Contudo, segundo Cooper (2000, p.33) “o turismo ainda é uma área de estudo relativamente jovem, o que acarreta várias questões para todos os envolvidos no ensino, na pesquisa e na temática”. Desse modo, pode-se compreender através da narrativa da história que as atividades turísticas são relativamente tratadas como novas no mercado, sendo dignas de investimentos empresariais e acadêmicos.

A palavra turismo, segundo Dias e Aguiar (2002), deriva do latim *tornus*, que significa movimento ou volta, assim usamos a palavra *tourism* que emprestada do termo em inglês, que vem do francês *tour*, que significa “dar uma volta”. A palavra turismo começou a ser usada no início do século XIX. Sendo assim, o mesmo afirma que o turismo em sua maturidade no mercado não diminui o infalível crescimento, pois com a medida dos perfis e as exigências dos turistas podem-se verificar os processos e as formas que precisem ser adaptadas ou exploradas para oferecer satisfação e a diferenciação em novos produtos, assim incentivar o novo turista, a buscar novas formas de turismo e sair de sua zona de conforto.

DEMANDA X OFERTA: COMPREENDER PARA ENTENDER

Verificar o fluxo do turista no território receptivo é de suma importância para estas atividades turísticas, com elas esses elementos formam um conjunto de estruturas para o consumo nestas localidades. Para Barros (2008):

O consumo do turista pode ser definido, simplesmente, como a aquisição de bens e serviços com o objetivo de satisfazer uma determinada necessidade. Em outras palavras, o consumo do visitante pode ser definido pelo montante de dispêndio localizado geograficamente no destino e durante o percurso. (BARROS, 2008, p.06)

No entanto, Copper (2007 apud LEIPER, 2007, p. 64) afirma que “a demanda turística é resultado de atividades e decisões ocorridas dentro

da área geradora, sendo assim a demanda turística é um elemento fundamental no sistema turístico”. No entanto Neto e Lohmann (2008, p.237), afirmam que o conceito de demanda “compreende os indivíduos cujas as necessidades incluem o “consumo” e a experiência de lugares”. Já para Ruiz & Armand (2002), o consumo tem uma visão além dos seus objetivos, sendo assim, pode se analisar que o mesmo possui dois fatores importantes como o consumo turístico primário, que são serviços ou bens adquiridos de vinculados diretamente ao turismo e consumo turístico secundário que são serviços ou bens que não representam vínculos diretamente relacionados ao turismo, podendo ser usufruído por outros indivíduos.

Para Beni (2000, p. 146) a demanda é “quantidade de bem ou serviço que os consumidores desejam e podem comprar a um dado preço em um dado tempo”. A demanda também pode ser classificada da seguinte forma como descrevem Neto e Lohmann:

Demanda Real - aquela que efetivamente está viajando, facilmente mensurável, e que compreende estatísticas de turismo; Demanda reprimida ou suprimida - aquela que quer viajar, mas está impedida por várias razões. Pode ser subdividida em: Demanda potencial – e aquela demanda reprimida que irá viajar mais cedo ou mais tarde, mas não pode viajar imediatamente, ou quando gostaria de fazê-lo, por fatores próprios que a impedem, tais como não-disponibilidade de férias ou de fato de ainda estar juntando dinheiro para viajar; Demanda deferida - e aquela que, por problemas com fornecedores (e.g. falta de lugar no meio de hospedagem ou nas empresas transportadoras) ou pelo clima (e.g. nevasca), entre outros termina tendo que adiar a viagem para outra data Kotler & Armstrong (1993) chamaram esse tipo de demanda também como demanda excessiva, ou seja denominado ao casos em que a demanda excede a oferta de um produto ou serviço; Não-demanda – gostaria de poder viajar, mas nunca terá disponibilidade para tal (falta de dinheiro, saúde tempo etc.) (NETO e LOHMANN, 2008, p.237).

Assim, para compreender quais fatores influenciaram a demanda por parte do turista é importante verificar de que forma foram elabora-

das estas atividades tais como cultura, lazer, diversão, recreação, descanso, tempo livre, aventura e história. A demanda do turista tem vários aspectos segundo Barros:

[...] disponibilidade de tempo- deve ser um período de tempo livre tais como férias, finais de semana prolongados e feriados, para que seja criada uma demanda turística potencial; disponibilidade econômica - há necessidade de um aumento de renda disponível em termos pessoais e familiares para que as pessoas possam viajar ou ter condições de fazê-lo, como por exemplo, com a compra de um carro; fatores demográficos - diversas características demográficas indicam uma tendência para viajar como pessoas que vivem nas grandes cidades, idade, sexo, condição familiar; e fatores sociais -o ato de viajar ainda está muito associado a uma ascensão em termos de status, ou seja, fazer turismo é uma atividade bastante valorizada no comportamento de grupos sociais, contribuindo para a elevação de autoestima e para o aumento da sociabilidade. (BARROS, 2008, p.7)

Deste modo para que possa haver uma demanda, a localidade deve cumprir algumas necessidades, como serviços de qualidade e uma boa infraestrutura, pois para oferecer aos turistas “visitantes” algo além do que somente atrativos, e sim oferecer boas condições para que o turista permaneça no local escolhido. Com base nisso, é preciso reconhecer e compreender as necessidades dos turistas para atendê-los e satisfazer seus anseios e vontades.

OFERTA TURÍSTICA

Para Beni (2000), a oferta turística é uma soma de consumos de bens ou serviços proporcionados aos turistas, oferecendo uma variedade de produtos que envolvem tanto o setor terciário (transportes, setores bancários, seguros etc.) como o setor secundário (instalações, infraestrutura, construção civil etc.) e o setor primário (bens agrícolas para transformação e para alimentação). O autor também afirma que a oferta “é a quantidade de

um bem ou serviço que chega ao mercado por um dado preço em um dado período de tempo (BENI, 2000, p.146). Assim,

Quando falamos em infraestrutura turística, referimo-nos ao conjunto de bens e serviços que estão à disposição do turista, como parte integrante, fundamental ou acessória, do fenômeno turístico. A infraestrutura turística de um núcleo abrange a infraestrutura de acesso, a infraestrutura urbana básica, os equipamentos e serviços turísticos, os equipamentos e serviços de apoio e os recursos turísticos. A soma e o inter-relacionamento desses elementos será a infraestrutura que a cidade possuiu para o Turismo (BARRETTO, 1991, p.48).

Para um bom planejamento sistêmico-econômico, o mercado turístico necessita desses recursos; onde “os recursos são o reservatório geral, a partir do qual as ações específicas do sistema podem ser formadas” (CHURCHMAN 1971 apud BARROS 2008 p. 07). Barros (2008), tanto quanto Dias (2005), afirmam que os principais componentes da oferta turística são: os recursos turísticos -que podem ser naturais ou culturais. Incluem-se nesta categoria o clima, a paisagem, os parques naturais e temáticos, manifestações folclóricas e todo o patrimônio natural e cultural. É em função dos recursos turísticos de um município que se define determinada demanda; os serviços e equipamentos turísticos -alimentação, alojamento, entretenimento, agências de turismo, locadoras de veículos, postos de câmbio, bancos, farmácias, hospitais, delegacias, postos de combustível, oficinas mecânicas, pessoal capacitado etc. Os recursos turísticos podem ser definidos como todo elemento capaz de por si mesmo ou, em combinação com outros, gerar deslocamento turístico (DIAS, 2005).

O PERCURSO DO TURISTA

Para compreender o turista, devemos começar pela tradução da palavra *Tourist*; significa turista, uma pessoa que viaja por diversão ou descanso, prazer e por cultura, que ao longo do ano faz mais de uma viagem

visitando vários lugares, buscando entretenimento, história e conhecimento. Cooper (2007) afirma que alguns autores concentraram as suas ideias sobre o papel do turista através de suas experiências, do impacto social e ambiental do turismo. Para isso é possível ver que através das atitudes, da percepção ou motivação permite a identificação de cada perfil destes turistas e o que o mesmo procura e quais os segmentos de turismo pode se encaixar, para proporcionar uma experiência única.

Segundo Bahl (2004 p. 34), “o ser humano – turista em potencial – busca facilidades para a realização de seus deslocamentos, gerando um processo de escolhas e seleção de localidades a visitar, motivado por propaganda ordenada e muitas vezes, verbal”. Porém a Organização Mundial do Turismo (OMT) aconselhou que fosse adotado o termo de turista por “visitante” em um Congresso que foi realizado em Roma no ano de 1963, como Dias e Aguiar descrevem:

Definindo o turista como “qualquer pessoa que visita um país que não o de seu local normal de residência, por qualquer motivo que não seja decorrente de uma ocupação remunerada dentro do país visitado” ((DIAS E AGUIAR, 2002, p. 24)

Assim é considerado turista aquele que permanece uma noite na cidade onde está visitando. No entanto podemos definir o turista como “visitantes de um dia”, “visitante que pernoitam (turistas)”, “visitante internacional”, “visitante interno”. Segundo COOPER (2007), ao citar o autor Cohen, em seu livro “Turismo, principio e práticas - terceira edição”, ele descreve que podemos classificar o turista baseado na teoria que o turismo está relacionado com a curiosidade e a busca por novas experiências, porém com o objetivo de manter as referências familiares do turista.

Contudo, podemos verificar que o autor indica quatro papéis do turista. O turista organizado de massas: tipo de turista que se organiza com os receptores adquirindo os pacotes completo dos produtos turísticos, se aventura pouco e guia-se através do destino turístico, conhecendo pouco a cultura local. O turista individual de massas: tipo de turista flexível, procura ter a viagem organizada e com o toque pessoal, porém necessita da ajuda

dos receptores do produto turístico, tais como agências de viagens, hotéis. Inserido no turismo não institucionalizado (viagem individual, busca por meios pessoais a procura por oferta) outro papel é o de explorador: tipo de turista que é independente e foge de roteiros comuns, porém busca conforto nos meios de hospedagem e transporte confiável. Por fim, o andarilho, o tipo de turista que tem a visão de descobrir o novo, faz seu próprio roteiro, não se apega a família e se interage com o povo local e paga as suas próprias despesas, não necessita dos receptores de turismo (COOPER, 2007).

LUGARES DE MEMÓRIA: UMA PERCEPÇÃO CERCA DO *DARK TOURISM* E TURISMO CEMITERIAL

Considerando os estudos do francês Pierre Nora (1993), que trabalha com o conceito de lugar de memória, e relacionando com as ideias elaboradas pelo sociólogo francês Maurice Halbwachs (1990), que relata e fala a respeito de memória coletiva, além de outros historiadores como o alemão Andreas Huyssen, o historiador Michael Pollak (1989), e também das considerações de Enzo Traverso (2012), sobre a memória e a história, este estudo tem a intenção de explorar estes campos de conhecimento, sob a perspectiva do *dark tourism* e do turismo cemiterial.

Pollak (1989) acredita que quem produz a história são os historiadores locais, os acadêmicos e os pesquisadores, já para Nora a modernidade resulta no declínio da experiência transmitida. Pois compara a história e a memória, através da experiência vivida, pontuando grandes mudanças e transformações nos processos históricos, destacando a memória com sua assistência. Desta forma se pergunta o que é cultura? É o que está na história, tudo que está registrado, que hoje ainda tem visão para a contemporaneidade. Neste sentido pode-se dizer que a memória é um enquadramento, ou seja, é mais uma forma de conteúdo para dar sentido e para diferenciar o que é verdade do que é do falso.

Nesse sentido, por exemplo, os produtos turísticos ligados a traumas coletivos e a tragédias são orientados para a educação e centrados na história, enquanto os produtos que não carregam esta carga relacionada ao

trauma coletivo são orientados para o entretenimento e centrados no patrimônio. Halbwachs (1990), afirma que o espaço da memória coletiva faz com que possamos pensar e agir na ideia de que devemos fixar no espaço para cada momento para reconstruir lembranças.

TURISMO CEMITERIAL

A palavra cemitério, do grego *koimetérion* “dormitório”, no latim *cemiterium*, seu significado é o lugar onde se dorme (quarto/dormitório). Na mitologia grega o significado é explicado, pois seria, perder o conhecimento ou a consciência, pois é algo que o deus grego do sono Hipnodecide, irmão gêmeo do deus da Morte, Thanatos (PACHECO, 2012). Para o autor Seaton (1996), afirma que o termo *Thanatouris*, é referência para o *Dark tourism*, por proporcionar dor e sofrimento e morte, pois foi o primeiro autor a estudar este termo dentro do turismo. Já alguns estudiosos, mais precisamente no século XVIII, consideravam os cemitérios como lugares sagrados, já para outros a palavra cemitério pertence à linguagem erudita dos clérigos. Desta forma os cemitérios são conhecidos por outras nomenclaturas como necrópole, campo-santo, dentre outras formas fúnebres como inumação, enterramento, sepultamento e cremação (PACHECO, 2012 p. 20).

Os Eclesiásticos do fim da Idade Média, como afirma Lauwers (2015, p.330) “tentaram conferir um sentido novo à frequência dos cemitérios pelos vivos: o cemitério deveria ser o lugar de suas preces”. Neste sentido o que se compreende que as belas esculturas nos cemitérios, faziam com que as pessoas fossem até o local como fonte de lazer e para praticar rituais, tais como as danças ancestrais. Mas como Lauwers (2015) afirma, as autoridades proibiram estas danças, assim chamadas como macabras, fez com que a frequência destes cemitérios fosse somente para a lembrança da morte,

assim “adquirindo um significado na perspectiva da salvação individual” (LAUWERS, 2015, p. 201).

No entanto, os cemitérios e a organização de um espaço sagrado em torno dos lugares de culto, portanto, é uma invenção medieval. Ariès (2014 p. 54), afirma que “os cemitérios não são simples sepulturas e reservatórios de corpos mortos, mas antes lugares santos ou sagrados, destinados a oração pelas almas dos trespassados que ali repousam: lugares santos e sagrados, públicos e frequentados; e não impuros e solitários”. Bellomo (2004) afirma que para solucionar o problema da morte, durante os anos cada civilização encontrou a sua solução, sendo assim: “Pirâmides, túmulos subterrâneos, templos funerários, catacumbas, cremações, rituais funerários têm sido usados como tentativa de conservar os corpos e preservar a memória dos mortos.”. (BELLOMO, 2004, p. 13).

No entanto Araújo (2008), afirma que o culto aos mortos é um dos rituais mais antigos feitos pelo homem, pois através da morte, o ser humano teve como base do seu primeiro pensamento, entendimento ou idealização de uma visão sobre como seria o sobrenatural. Sendo assim, Bayard (1996, p. 43), observa que “O homem é o único animal que acende o fogo e enterra os mortos”.

Para Pacheco (2012), as sociedades mais modernas, não gostam de falar no assunto morte, bem ao contrário das civilizações antigas, sendo uma consequência do “nascer e do viver”, algo que sabemos que é inevitável. Procuram logo se livrar deste tema que é inevitável. Assim o autor afirma que “falar do assunto sobre cemitérios e morte, nada mais natural, cotidiano e universal, é algo que incomoda e perturba as pessoas (PACHECO, 2012, p. 21). Para Pedrazzi (2017, p. 22) “é na visita aos cemitérios e nas diferenças encontradas nesses vestígios frente ao que se produz hoje nos cemitérios seculares, que vemos o movimento da cultura dos monumentos e as formas de presença dos mortos nas sociedades”. Além disso,

A edificação de túmulos e mausoléus, ricamente adornados com esculturas, evidencia o uso do poder econômico para gerar a não nivelação social, pós morte.

Percebe-se, assim, que a riqueza existe no espaço dos mortos. (BASTIANELLO, 2016 p. 30)

Bastianello também afirma que:

[...] a partir de meados do século XIX, iniciou-se a separação efetiva entre a igreja e o cemitério[...]. É por isso que, na Europa na virada do século XVIII para o século XIX, ocorreu o processo de retirada dos cemitérios dos centros das cidades para regiões situadas bem longe dos limites urbanos. (BASTIANELLO, 2016 p. 35)

Os cemitérios são conhecidos por possuírem caráter cultural através de suas obras arquitetônicas, seus epitáfios, da estatuária e da valorização dos símbolos encontrados ali. Valladares (1972, p.121) afirma que “A história natural dos cemitérios brasileiros tem muito que ver com a história da aventura da pedra de Lisboa”. Para ele, “as lápides sepulcrais remotas, são os documentos epigráficos mais antigos trabalhados aqui, encontrados em igrejas seiscentistas e setecentistas” (VALLADARES, 1972, p.121).

TURISMO CULTURAL E DE PATRIMÔNIO

Patrimônio e cultura estão diretamente associados a questões de história, memória e de pertencimento. Como exemplo se pode citar a antiga cidade romana Pompeia, localizada a cerca de 220 km da capital Roma, situada a 25 km de Nápoles, em uma região da Itália, conhecida como Campânia, fica aos pés do Monte Vesúvio, no continente Europeu. Em meados 79 d. C, a cidade foi palco de uma grande erupção vulcânica, sendo destruída, por causa das altas toxidades que estavam presentes no ar e as cinzas liberadas pelo vulcão, fez com que os corpos dos cidadãos fossem preservados, foram encontrados os restos arqueológicos no século XVIII, a partir desta descoberta a cidade vem sendo um sitio arqueológico reconhecido pela UNESCO.

ROTEIRO TURÍSTICO

Para Tavares (2002) os roteiros turísticos ainda são uma incógnita, pois os profissionais da área de turismo sabem seu significado, porém existem vários conceitos e definições como afirma a autora, que é uma das muitas “armadilhas” do estudo do turismo quando se tenta integrar teoria e prática. No entanto, a busca pelo conceito correto teve início em dicionários de língua portuguesa, porém a falta deste conceito faz com que seja associado com outros sinônimos de roteiro turístico e recebem outras denominações como itinerários, rotas, pacotes, excursões, circuitos turísticos, programas e dentre outros como de roteiro. Deste modo existem três razões principais que Tavares afirma ser a razão de existir essa dificuldade de definir a relação entre turismo x definições e conceito de roteiro, que são elas:

[...] 1- O estudo do turismo e de seus termos técnicos ser bastante recente, o que ainda não permitiu grande integração entre teoria e prática. 2- O fato de o turismo ser uma atividade social que está no que se refere ao local onde é praticado, operado ou gerenciado. 3- A pouca ou quase inexpressivas uniões das empresas que compõe o mercado turístico (TAVARES, 2002, p. 13).

Como podemos demonstrar o conceito e a definição de roteiro turístico, segundo Tavares (2002, p. 29 e BAHL, 2004), “é uma descrição do caminho que vai percorrer, uma forma de documentar ou detalhar os trajetos, podendo conter informações que orientam os turistas e seus interesses, são importantes para a organização e comercialização do turismo como produto”. Deste modo pode-se descrever para que o roteiro seja uma sequência de atrativos merecedores de serem visitados, estes autores citam três etapas que são elas: a priori, a posteriori e empiricamente. Assim, observamos que, na primeira etapa, o atrativo é estudado e planejado, na segunda etapa se demonstra a apresentação da viagem, sendo ela visual ou oral, e pôr fim a etapa três se dá no momento da vivência do roteiro feito pelos

turistas (CISNE, 2010). Portanto pode se afirmar que o roteiro turístico é uma força que impulsiona, sendo planejado e elaborado ou não, se faz através da prática do deslocamento do turista (roteiro empírico) (CISNE, 2016)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados informam que o turismo cresce constantemente, é neste âmbito que as informações e a tecnologia se tornam uma nova fonte de conhecimento para proporcionar emoções novas e diferentes para aqueles turistas que buscam novas experiências. O *dark tourism* emerge na sociedade como novo segmento do turismo, gerando uma perspectiva que estimula aspectos antes desprezados na oferta turística pois seus destinos dialogam com o macabro, a morte, o trauma, com o medo, etc. Deste modo é importante compartilhar as informações encontradas desta nova temática, para que a população de Santa Maria e região compreenda os conceitos do *dark tourism* e suas subcategorias, já que este segmento se torna um novo nicho não apenas no mercado turístico, mas sobretudo, na relação da comunidade e visitantes com um patrimônio cultural antes invisibilizado e no estímulo à descoberta de lugares de memória que formam também as relações de pertencimento e identidade.

Os patrimônios culturais expostos neste segmento, geram potenciais interesses na preservação da memória e da história. Deste modo, o *dark tourism* como novo atrativo turístico para as cidades, permite a prática da fruição turística de espaços cemiteriais, invertendo a lógica de marginalizados social e degradação a que vem sendo sistematicamente submetido tais espaços. Ainda, o *dark tourism* foi gradativamente sendo objeto de estudos e pesquisas cuja produção acadêmica cresce constantemente nas áreas ligadas ao turismo, a arquitetura, história e a geografia.

Para além da questão acadêmica, o *dark tourism* e o turismo cemiterial permitem valorizar as atividades turísticas como diferencial em destinos turísticos, oferecendo novas e diferentes experiências a esses turistas e visitantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BALH, Miguel. **Viagens e Roteiros Turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BARRETO, Maria Renilda Nery; ARAS, Lina Maria Brandão de. Salvador, cidade do mundo: da Alemanha para a Bahia. In: **História Ciência – Saúde-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v.10, nº2003 ,1.

BARROS, Marcelo Oliveira et al. **O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS. 2008. p. 01-17.

BELLOMO, Harry Rodrigues. **Cemitérios do Rio Grande do Sul: arte, sociedade, ideologia**. EDIPUCRS, 2008.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2003. 8ed

CHURCHMAN, W.C. **Introdução a Teoria dos Sistemas**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1968.

COELHO-COSTA, Ewerton Reubens; NASCIMENTO, Francisco Elionardo de Melo. **O POTENCIAL DO CENTRO DE TURISMO DO CEARÁ (EMCETUR) PARA O DARK TOURISM: ENTRE LITERATURA E HISTÓRIA**. T&H, 2021

COOPER, Chris et al. **Turismo: princípios e prática**. Bookman, 2000.

DIAS, Reinaldo; DE AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do Turismo: conceito, normas e definições**. Alínea, 2002.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LENNON, J. J.; FOLEY, M. (2000). **Dark tourism**. Cengage Learning EMEA.

LENNON, J. J.; FOLEY, M. JFK and dark tourism: **A fascination with assassination**. **International Journal of Heritage Studies**, v. 2, n. 4, p. 198-211, 1996.

PACHECO, Alberto. **Meio ambiente & cemitérios**. Senac, 2015.

PODOSHEN, J. S., VENKATESH, V., WALLIN, J., ANDRZEJEWSKI, S. A., & JIN, Z. (2015). Dystopiandark tourism: An exploratoryexamination. **Tourism Management [Turismo sombrio distópico: uma pesquisa exploratória. Gerência de Turismo]**, 51, 316– 328

SHARPLEY, R., STONE, P. (Eds.). (2009). **The darker side of travel: The theory and**

practice of dark tourism (pp. 3e23). Bristol: ChannelView.

SOUZA, Shirley Nara Moreira de. **Dark Tourism e turismo** cemiterial em Santa Maria: possibilidades? Trabalho de conclusão de Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo (CCSH/UFSM). Santa Maria, RS: 2017

STONE, P. A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre relates tourist sites, attractions and exhibitions. [**Um espectro de turismo sombrio: em direção a uma tipologia de morte e macabra, relacionada à locais turísticos, atrações e exposições.**] *Tourism*, v. 54, n. 2, p. 145-160, 2006.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

URRY, John. **Olhar do turista**, O. Studio Nobel, 1996.