

## **Dark tourists: Are almost all of us**

**Rui Martins<sup>a</sup>, Rita Martins<sup>b</sup> and Daniela Sousa<sup>c</sup>**

<sup>a</sup> *Instituto Politécnico de Leiria - Centro de Investigação Aplicada em Turismo (CiTUR)*  
*rui.martins@ipleiria.pt*

<sup>b</sup> *Instituto Politécnico de Leiria, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar*  
*martinsrita90@gmail.com*

<sup>c</sup> *Instituto Politécnico de Leiria, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar*  
*dany\_sousa13@hotmail.com*

### **Abstract**

Experiencing places associated with death is not a recent phenomenon. For a long time, people have been attracted to sites, attractions or events that somehow are associated with death or disaster. War related sites possibly constitute one of the largest categories of tourist attractions worldwide. This study raises the question of whether Dark Tourism is only of interest to a niche of tourists or if there is the desire and motivation in each of us to have a dark experience. One can conclude that, consciously or unconsciously, man in general is attracted to practice this type of tourism, and frequently not even the tourist realizes that his motivations are linked to the proximity of death and disaster.

**Keywords:** Tourism, death, war, motivation, Dark Tourism.

### **Resumo**

A vivência de locais associados à morte não é um fenómeno recente. Há muito tempo que as pessoas são atraídas para locais, atrações ou eventos que de alguma forma estão associadas à morte ou ao desastre. Os locais relacionados com guerra constituem possivelmente uma das mais amplas categorias de atrações turísticas a nível mundial. Este estudo levanta a questão se o Dark Tourism é apenas do interesse de um nicho de turistas ou se, em cada um de nós existe o desejo e a motivação de vivenciar uma experiência negra. Posto isto, conclui-se que, consciente ou inconscientemente, o Homem na sua maioria é atraído para a prática desta tipologia de turismo, sendo que muitas vezes nem o próprio turista se apercebe que as suas motivações estão ligadas à proximidade com a morte e o desastre.

### **Palavras-chave:**

Turismo, morte, guerra, motivação, Dark Tourism

### **1. Introdução**

Ao longo dos anos a literatura desta temática tem-se mantido extremamente frágil, trazendo por vezes mais questões do que respostas (Sharples, 2005). A proposta deste estudo exploratório é de proceder a uma revisão e discussão bibliográfica sobre o tema de *Dark Tourism* ou turismo negro, explicando alguns conceitos importantes, como surgiu esta nova tipologia de turismo e em que consiste, e fazendo ainda uma abordagem à sua importância no panorama nacional das várias ofertas de atividades turísticas.

Dada a complexidade do tema iremos referir as diferentes variáveis que estão inerentes ao conceito de Dark Tourism. Para tal, estudaremos as principais motivações para o consumo desta recente tipologia de turismo, com base nas cinco categorias das atividades de Dark Tourism propostas por Seaton (2008) e referenciamos o espectro de Dark Tourism, proposto por Philip Stone (2008), que relaciona o grau de “dark” com diversos tipos de atrações ou locais, expondo posteriormente sete tipos de fornecedores de Turismo Negro. Realçando o facto de que de entre os diversos graus de motivação para este tipo de turismo que iram ser apresentados, incluem-se grande parte dos turistas em geral.

Com esta análise, como referimos anteriormente, pretendemos focar-nos, também, na expressão deste novo conceito em Portugal, expondo alguns exemplos do que já existe e, em comparação com o que é feito a nível internacional, e sugerir algumas soluções para os gestores públicos e privados de forma a desenvolver o Turismo Negro em Portugal.

## **2. Revisão Bibliográfica**

Apesar do aumento de atenção reflectida em estudos e investigação sobre “Dark Tourism”, a compreensão deste conceito e tudo o que este engloba continua a ser limitada, principalmente numa perspetiva de consumo e das suas principais motivações. A literatura tem-se focado particularmente no fornecimento de atrações e locais de Dark Tourism, ao invés de se concentrar na procura de experiências pelo turista, ou visitante (Stone, 2008).

Retrocedendo na história mundial, podemos verificar que a primeira visita guiada em Inglaterra foi uma viagem de comboio para assistir ao enforcamento de dois assassinos (Boorstin, 1964). No século XIX, em Paris, as visitas às morgues constituíam um dos programas frequentes das excursões realizadas (MacCannel, 1989). Posto isto, torna-se perceptível a relação intemporal do homem com a morte. E, embora este conceito tenha surgido apenas em 1996 (Foley e Lenon), verificam-se várias actividades de turismo negro desde as primeiras manifestações do turismo em si.

Ao longo do séc. XX tem-se generalizado e diversificado este tipo de turismo. Existe, no entanto, tanta diversidade de atrações ou locais relacionados com a morte e acontecimentos macabros que se torna bastante complexo fazer uma categorização completa. (Stone, 2008).

Embora a definição de dark tourism tenha sido empregue por Foley e Lennon em 1996, estes não foram os primeiros a debruçarem-se sobre esta temática. Já tinha havido tentativas de outros autores em definir as actividades turísticas relacionadas com a morte, por exemplo: Thanatourism (Seaton, 1996), que se centra na contemplação da morte, e que surge na idade média, mas que foi intensificado no séc. XVIII e inícios do séc. XIX com visitas ao campo de batalha de Waterloo (1999). Outra das definições foi Morbid Tourism (Bloom, 2000), sendo que este turismo se foca, por um lado, na morte súbita e que atrai grande número de pessoas, e, por outro lado, em atrações artificiais relacionadas com a morbidade. Blackspot é a definição sugerida por Rojek (1993) que se centra nas atrações caracterizadas como nostálgicas, como os cemitérios nacionais ou das cidades. Por último, Dan sugere em 1994 o “Milking the Macabre”

Despelder and Strickland (2002), Leming and Dickinson (2002) e Mannino (1997) defendem que a morte e a discussão da mesma dentro do domínio público foi outrora considerado tabu. Walter (2009) refere inclusivamente que foi proclamado que a morte deveria ser um tabu. De acordo com Berger (1967), negligenciar a morte é ignorar um dos poucos parâmetros universais nos quais tanto o eu colectivo como o eu individual são construídos.

De acordo com Smith (2008) os locais relacionados com guerra constituem possivelmente uma das mais amplas categorias de atrações turísticas a nível mundial. As sepulturas, as imagens, a literatura, a arquitetura e os monumentos são algumas das formas como a morte é assimilada no mundo vivo, segundo a análise de Harrison (2003). Também cos museus de guerra como Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism, ganham a sua importância, sendo visitado anualmente por centenas de milhares de turistas, tendo em conta que a sua interpretação é particularmente sensível ao dark tourism (Miles, 2002). Para Dunkley (2011), visitar as trincheiras onde se desencadearam as guerras que nos são descritas e contadas pela História, são motivações para determinados nichos de turistas.

A visita a prisões lendárias, onde foram cometidas atrocidades sobre os prisioneiros, ou mesmo que contam histórias ou mitos de fugas ou de importantes personalidades como Nelson Mandela, são também motivações de viagem, desta importante tipologia de turismo. Estes antigos locais de punição e encarceramento tornaram-se destinos populares, sendo que muitas destas prisões já extintas transformaram-se em museus para visita (Strange, 2003). Foley (1996) associa a ideia do turismo relacionado com a fascinação por todo do envolvimento relacionado com os assassinatos, os locais, as recriações e os mitos, que são criados à volta de todos estes acontecimentos.

Posto isto, verificamos que embora este conceito seja utilizado recente como tipologia de turismo, tendo sido definido pela primeira vez por Foley e Lenon (1996), já há muito tempo que a relação entre o turista e a morte é alvo de estudo.

## 2. Dark Tourism numa perspetiva comportamental

Um dos fatores que torna tão complexa esta nova tipologia de Turismo Negro está relacionada com o comportamento do turista, com as motivações e o interesse que o levam a consumir este tipo de produto. A saturação dos diversos destinos tradicionais de turismo, associado ao facto do turista ter hoje acesso a diversas formas de comunicação e partilha de conhecimento, como a Internet, aliado ao facto de este estar bastante mais informado e aberto a novas experiências, tem vindo a contribuir para novas formas emergentes de fazer turismo, associadas a diferentes tipos de experiências.

O Dark Tourism, embora não sendo recente, encaixa-se perfeitamente nestas novas tipologias, oferecendo sensações e emoções fortes, que dão resposta a umas das principais motivações para viajar segundo Crompton (1979), a procura de aventura e a fuga à rotina.

Sharpley (2005) sugere diferentes graus, ou “*shades*” para categorizar as experiências e esta escala vai depender tanto da procura, como da oferta. Da procura, na medida em que existem diferentes graus de interesse ou fascínio pela morte pela parte do turista. Depende também da oferta, pela extensão a que as atrações são desenvolvidas, de forma a explorar esse interesse do turista. Assim sendo, Sharpley verifica que as experiências e os locais podem ser “*darker*” ou “*paler*”, ou seja, podem estar mais ou menos carregados desta intensidade.

Stone (2008) confirma esta escala de diferentes intensidades de interesse e fascínio pela morte. Este refere ainda que as motivações variam entre o fascínio pelo mórbido, a empatia pelas vítimas, a necessidades da sensação de sobrevivência, mas que estes factores necessitam de uma verificação no contexto psicológico.

Ainda que não haja um foco significativo ao turismo negro a nível de motivações e comportamentos do turista, Seaton (1996) sugere cinco categorias das atividades de Dark Tourism:

-Viajar para testemunhar promulgações de mortes. Exemplo disto é o testemunho das execuções públicas na idade média (ainda existentes em alguns países actualmente) e as lutas de gladiadores na era medieval.

-Viajar para ver os locais de mortes em massa ou individuais depois de estas terem ocorrido. A este nível existe uma grande variedade onde estão incluídos, por exemplo, os campos de batalhas e os campos de concentração. Smith (1998) e Henderson (200) sugerem, inclusivamente, que os destinos ou locais associados a guerras constituem, provavelmente, a maior categoria de atrações turísticas no mundo. Locais de genocídios ou casas de assassinos infames são outros exemplos destes destinos.

-Viajar a memoriais ou lugares de internamento. Nesta categoria integram-se os cemitérios, as criptas e os memoriais de guerra.

-Viajar para ver provas ou representações simbólicas da morte. Visitas a museus que têm armas utilizadas em guerras ou exposições que reconstroem eventos específicos são dois dos possíveis exemplos.

-Viajar para recriações ou simulações de mortes. Integrado nesta última categoria encontramos atualmente as recriações de batalhas famosas por certos grupos ou sociedades. No entanto, este género de recriações teve início em jogos e festivais realizados com um tema religioso

### 2.1 Espetro de Turismo Negro

Philip Stone (2006), numa categorização dos diferentes níveis de intensidade dos fornecedores de turismo negro, criou uma escala que se inicia no nível *lighter* e que evolui até ao nível *darker*, originando assim um conjunto de segmentos. Estes diferem não só na sua simbologia, na autenticidade do local, mas também no nível de influência política, na dimensão de infraestruturas, ou mesmo na sua orientação educativa ou, por oposição, de entretenimento. Stone define então que quanto menor é o nível de intensidade de turismo negro, menor a influência política e ideologia, menor a autenticidade do local, maior a escala temporal do evento, mais orientado para o entretenimento e melhores infraestruturas, enquanto o nível mais alto de intensidade - “*darkest*” - traduz-se, por oposição, em menores esforços de infraestruturas, menor escala de tempo de um evento, maior autenticidade, maior influência política e maior orientação educacional.

Com base neste espectro proposto por Stone em 2006, este sugere sete tipos de fornecedores de turismo negro:

Primeiramente as “Dark Fun Factories”, ou Fábricas de Diversão Negras, que ocupam o nível Lightest no espectro anteriormente apresentado. Para além das características mencionadas, estes locais

podem representar eventos reais ou fictícios, e têm como principal objectivo o entretenimento. Um dos exemplos deste grupo é o Castelo do Drácula, em Bucareste, ou o Jack The Ripper, em Londres.

De seguida o autor sugere as “Dark Exhibitions” – Exibições Negras, que ocupam um grau de maior intensidade no espectro de turismo negro, como o “darker”, e cujo propósito educacional envolve o turista numa reflexão da mensagem transmitida. Estes produtos são então interpretados como mais sérios, embora integrem também um foco comercial, com elementos propositados e elementos não propositados de turismo negro. Exemplo deste grupo são os museus, como por exemplo o Smithsonian, que construiu inclusivamente uma exposição com imagens e artefactos do 11 de Setembro, com o objetivo de preservar a história e simultaneamente para veneração das vítimas.

Em terceiro lugar o autor apresenta as Dark Dungeons, ou Masmorras Negras, que consistem em locais e atrações associadas ao passado penal e de justiça e que giram em torno de antigas prisões e tribunais. Estes locais fazem uma combinação de entretenimento e educação com um foco maior na vertente comercial, e um maior esforço a nível de infraestruturas, embora ocupem espaços que originalmente não foram criados para o turismo negro. O autor considera então que este grupo ocupa o nível central do espectro, integrando simultaneamente características de um grau “light” e “dark”.

Dark Resting Places, ou Lugares de Descanso Negro, constituem o quarto grupo de fornecedores que se focam nos cemitérios e nas sepulturas como produtos potenciais para turismo negro. Na sociedade contemporânea, os cemitérios constituem, de uma forma macabra até, uma ferramenta de regeneração urbana. Este grupo localiza-se no centro do espectro pela sua combinação de elementos “light” e “dark”, sendo que, embora tenha tido início como um local “acidental” de Dark Tourism, com propósitos comemorativos e de conservação do património e da arquitetura, tornou-se num local com propósito de entretenimento integrando cada vez mais elementos “light”. Por este motivo Stone sugere que este grupo pode mover-se no espectro e tornar-se Fábricas de Diversão Negra. O cemitério Père Lachaise é um dos exemplos deste grupo de fornecedores de turismo negro.

Os Dark Shrines – Santurários Negros são locais construídos muito perto do local da morte e num período de tempo reduzido após a mesma ter ocorrido. Estes locais comercializam a recordação e o respeito pelos falecidos e são locais que possuem poucas infraestruturas por não serem propositados para o turismo, ocupando um nível mais negro no espectro proposto por Stone. O interesse nestes locais vai diminuindo à medida que nos afastamos do momento do acontecimento trágico e está muitas vezes dependente da atenção dos media. Exemplo disto é o Ground Zero, uma das atrações mais populares de Nova Iorque após o atentado de 11 de Setembro, e o Palácio de Kensington, no momento em que a Princesa Diana faleceu.

Em sexto lugar encontramos os Dark Conflict Sites, ou seja, os locais de Conflito Negro que estão associados a guerras e a campos de batalha. Estes locais não foram criados propositadamente para o turismo e têm um objetivo educativo e comemorativo da história mundial. Alguns locais associados a batalhas e guerras cronologicamente mais distantes podem mover-se no espectro para um nível mais light, sendo que já não constituem recordações dos vivos e os objetivos passam então pelo entretenimento.

Por último, verifica-se os Dark Camps of Genocide – Campos de Genocídio Negros, que se centram no genocídio, nas catástrofes e nas atrocidades e que ocupam a extremidade mais negra do espectro de turismo negro. Os seus objetivos são educativos e comemorativos e contêm um grau elevado de influência política e ideológica. Estes estão localizados no lugar original dos acontecimentos, e por isso conotados de grande autenticidade. Alguns dos exemplos destes locais são Ruanda, Camboja e Auschwitz-Birkenau.

### **3. Turismo Negro em Portugal**

Ao longo dos anos tem-se assistido a um crescente desenvolvimento do turismo negro em diferentes partes do globo. Portugal, apesar de ainda não dar muita relevância a este tipo de procura turística, ao longo dos anos tem vindo a reunir esforços no desenvolvimento do Dark Tourism, ainda que muito limitado, com a criação de eventos e roteiros que vão ao encontro desta temática.

Segundo o artigo “Quando os turistas procuram a cultura da cidade morta”, realizado em 2011 pelo jornal “Público”, o turismo cemiterial em Portugal tem vindo a crescer consideravelmente ao longo dos anos. Segundo Francisco Queiroz, Investigador na Universidade do Porto e especialista em História da Arte, existem 3 tipos de turistas que visitam os cemitérios: os estrangeiros e nacionais que os visitam apenas pela sua vertente cultural e de ostentação, e os outros que são atraídos apenas pela vertente do

turismo negro. Este é um tipo de turismo embrionário com tendência a aumentar, sendo que só em 2010 o cemitério dos Prazeres em Lisboa recebeu cerca de 7187 visitas de turistas estrangeiros.

Apesar de se verificar um aumento da procura e de os cemitérios portugueses serem considerados pela Associação dos Cemitérios Importantes da Europa (ASCE) “como dos mais ricos em termos de oferta de arte romântica do século XIX”, ainda existe uma desvalorização deste tipo de turismo. Um dos principais problemas parece ser o facto de ainda não existir um turismo cemiterial bem organizado no nosso país, não existindo guias nem visitas com regularidade.

De acordo com o artigo do jornal “Expresso”: “Turistas alemães seduzidos por cemitérios portugueses”, alemães, holandeses e espanhóis foram, em 2010, os principais visitantes a encher os cemitérios de Lisboa, sendo que uma das grandes atrações foi o maior jazigo privado da Europa, o dos Duques de Palmela, no Cemitério dos Prazeres.

Podemos assim verificar que, pelo menos, desde 2010 o turismo cemiterial tem vindo a crescer no nosso país, atraindo turistas de várias nacionalidades, curiosos não só pela arquitetura e cultura, mas também pela prática de turismo negro. Apesar de se assistir a um crescimento podemos afirmar, de acordo com os artigos publicados, que este tipo de oferta turística ainda não está desenvolvido o suficiente para atrair uma quantidade relevante de turistas direcionados para esta temática. O desenvolvimento tem sido evidente, mas tem ocorrido muito lentamente, apesar de Portugal apresentar uma grande variedade de recursos que possam suportar o Dark Tourism.

Apesar dos cemitérios e da grande procura turística dos mesmos que tem havido em Portugal ao longo dos últimos anos, estes não são os únicos impulsionadores do turismo negro. Podemos ainda referenciar as casas assombradas, apesar de ainda não ser uma temática muito desenvolvida no nosso país. Referir como exemplo a casa assombrada em Alcântara, que recebe visitas guiadas à noite” tendo sido vista como o cenário ideal para visitas noturnas pelo Teatro Reflexo, tendo esta sido uma iniciativa única nunca realizada em Portugal. Os visitantes durante 70 minutos são postos à prova para enfrentar os seus medos. Durante a visita não são utilizados quaisquer tipos de efeitos especiais nem representação, são apenas contadas as histórias e acontecimentos paranormais que se passaram com as famílias que lá habitaram. Este tipo de visitas pode ser uma das formas existentes para o aumento da procura deste tipo de turismo em Portugal. Não só em Lisboa, mas em todo o país, existem lendas e mitos de casas que se dizem assombradas, como por exemplo em Óbidos. Exemplo disso é o artigo realizado pelo jornal “Expresso” em 2009, “Casas Assombradas”, que fornece uma pequena lista de casas assombradas por todo o país e, além disso, revela um pouco da sua história.

Este poderá ser um dos muito valiosos produtos turísticos que se podem desenvolver em Portugal direcionados para o Dark Tourism, fazendo assim com que a oferta existente se torne mais diversificada e com isso ser possível atrair um maior número de visitantes direcionados para este tipo de turismo.

Além disto é também possível referir as “Visitas guiadas de arrepiar” referidas pelo jornal “Público”. São visitas realizadas pela cidade do Porto durante a noite onde são contadas histórias verdadeiras de portugueses que morreram de forma trágica. Estas visitas são acompanhadas por um leque de actores que contam as histórias, para que os visitantes sejam transportados para a época onde estas se passaram. Além das visitas guiadas também são realizados os “Haunted Dinner Tours”, ou seja, jantares organizados em locais ditos assombrados, acompanhados de personagens macabras que ao longo do jantar contam as histórias mais aterrorizadoras sobre a cidade. Estas duas actividades são realizadas pela empresa Invicta City Tours que foi criada em 2010 no Porto.

A Invicta City Tours não é a única a realizar este tipo de eventos, Ghost Tours Portugal é outra das empresas que organiza este tipo de visita, neste caso, não pela cidade do Porto, mas sim por Lisboa. De acordo com o site da Ghost Tours Portugal, os objectivos destas visitas pela cidade de Lisboa é de “proporcionar aos clientes uma experiência única e arrebatadora, através da qual irão conhecer os episódios mais obscuros e secretos da história portuguesa, nunca fugindo à veracidade dos factos.”. Estes poderão ser também dois valiosos fornecedores deste tipo de serviços em Portugal, pois além de diversificar a oferta de turismo negro, também mostra um lado mais negro e assustador das duas cidades mais importantes do nosso país podendo assim ser uma forma de atração de turistas nacionais e internacionais com interesse por esta temática.

As lendas e mitos da Serra de Sintra poderão, também, ser uma das ofertas a serem desenvolvidas para este tipo de turismo. Apesar de já existirem eventos associados tanto à serra como ao turismo negro, estes ainda não estão devidamente desenvolvidos e promovidos para se conseguir

fazer chegar a informação ao turista. Exemplo desses tipos de eventos são as caminhadas pedestres nocturnas realizadas na serra durante todo ano. Casa do Fauno é um dos organizadores deste tipo de eventos, sendo as “Caminhadas Nocturnas - Sintra Assombrada” realizadas durante todos os sábados do ano com percursos e temas diferentes.

Bem recentemente foi pública a notícia do evento realizado no Panteão de Lisboa, onde foi promovido um jantar de fecho do Web Summit, cujas repercussões em termos políticos tiveram um impacto muito negativo, tendo por base a opinião pública. Também a visita em massa ao pinhal de Leiria, nos dias seguintes à catástrofe verificada com os incêndios, criou fortes problemas à atuação dos bombeiros, que ainda se encontravam em operação de rescaldo.

#### **4. Conclusão**

Observando os diversos artigos científicos e de opinião, anteriormente referidos, podemos concluir que o Dark Tourism é um tipo de turismo que tem possibilidade de crescer em Portugal, tendo em consideração que, mesmo de forma inconsciente ou por menos não admitida, existe em quase todos nós, esta atratividade pelo mórbido, mesmo que em escalas diferentes.

Além de se assistir a um crescimento, ainda que lento, do turismo cemiterial, podemos também afirmar que ao longo dos anos tem surgido muito mais diversidade de ofertas que se poderão vir a desenvolver com o desenrolar dos anos, acompanhando o aumento da procura deste tipo de produto turístico em Portugal. Podemos ainda referir, que estando na presença de um tipo de turismo em crescimento, é necessário criar mais oferta turística com os variados recursos que existentes em Portugal, como é o caso das casas assombradas, as visitas guiadas por locais onde se deram acontecimentos trágicos, os mitos e lendas da serra de Sintra ou mesmo outros locais espalhados pelo país.

Seria também necessária, uma melhor organização do turismo cemiterial visto que este já é bastante procurado, pois os cemitérios portugueses são considerados muito ricos pela sua arte romântica do séc. XIX, atraindo assim turistas de várias nacionalidades.

A criação de roteiros tanto para os cemitérios como para as casas assombradas ou mesmo um guia das lendas e mitos existentes em Portugal poderá ser um dos primeiros passos a serem dados para benefício da oferta turística do Dark Tourism em Portugal, pois dá a conhecer ao turista quais os locais que poderá visitar, as suas histórias e por que razão este se tornou um tipo de oferta no âmbito do turismo negro.

A crescente procura por parte dos turistas, desta tipologia de turismo, tem a ver sobretudo com o fascínio pela face mais sinistra da natureza humana, por isso consideramos de grande importância o desenvolvimento futuro de estudos quantitativos nas motivações deste tipo de turistas, conscientes da dificuldade em obter respostas concretas, tendo em consideração a dificuldade em reconhecer por parte dos turistas em geral que Dark Tourists somos quase todos nós.

#### **Bibliografia**

- Berger, P. (1967). *The Sacred Canopy, Elements of a Sociological Theory of Religion*. Open Road Media.
- Blom, T. (2000). *Morbid Tourism: A Postmodern Market Niche with an Example from Althorpe*. Norsk Geografisk Tidsskrift, Vol. 54, Nº 1, pp. 29-36.
- Boorstin, D. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo - Events in America*. Vintage.
- Casa do Fauno. Caminhadas Noturnas – Sintra Assombrada. Acedido em Dezembro 6, 2014, em <http://www.serradesintra.net/lendas-de-sintra>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. (1998). There's no business like old business': Tourism, the nostalgia industry of the future. *Global tourism*, Vol. 2, 29-43.
- Dunkley, R., Morgan, N., & Westwood, S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism management*, 32(4), 860-868.
- DeSpelder, L. A., & Strickland, A. L. (2002). *The Last Dance: Encountering Death and Dying*. Mayfield Publishing Co.
- Fidalgo, V. (2012). *Histórias de um Portugal Assombrado*. A Esfera dos Livros.
- Fidalgo, V. (2013). 101 Lugares para ter medo em Portugal. A Esfera dos Livros.

- Foley M. and Lennon J. (1996). *JFK and Dark Tourism: Heart of Darkness*. Journal of International Heritage Studies, Vol. 2, N° 2, pp. 195-197.
- Ghost Tours Portugal. Web site. Acedido em Dezembro 8, 2014, em <http://www.ghost-tours-portugal.pt/fotos>.
- Harrison, R. (2003). *The Dominion of the Dead*. University of Chicago Press.
- Henderson J. C. (2000). *War as a tourist attraction: the case of Vietnam*. The International Journal of Tourism Research, Vol.2 N°4, pp 269-280.
- Jornal “O Expresso” (2009). Casas Assombradas. Web site. Acedido em Dezembro 10, 2014, em <http://expresso.sapo.pt/casas-assombradas=f533088#ixzz3KakL1Khw>.
- Jornal “Jornal de Notícias” (2010). “Cidade dos mortos” nas rotas turísticas. Web site. Acedido em Novembro 29, 2014, em [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Interior.aspx?content\\_id=1699583&page=2](http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Interior.aspx?content_id=1699583&page=2).
- Jornal “O Público” (2011). Quando os turistas procuram a cultura da cidade morta. Web site. Acedido em Dezembro 8, 2014, em [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Interior.aspx?content\\_id=1699583&page=2#](http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Interior.aspx?content_id=1699583&page=2#).
- Jornal “O Público” (2014). Uma visita guiada de arrepiar. Web site. Acedido em Dezembro 8, 2014, em <http://p3.publico.pt/vicios/em-transito/13362/uma-visita-guiada-de-arrepiar>.
- Leming, M., and G. Dickinson (2002). *Understanding Death, Dying and Bereavement*. Cengage Learning.
- MacCannell, D. (1989). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Univ of California Press.
- Miles, W. F. (2002). Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1175-1178.
- Mannino, J. (1997). *Grieving Days, Healing Days*. Allyn and Bacon.
- Rojek, C. (1993). *Ways of Escape*. Springer.
- Seaton A. V. (1996). *Guided by the Dark: from thanatopsis to thanatourism*. International Journal of Heritage Studies, Vol. 2, No. 4, pp. 234-244.
- Serra de Sintra. Lendas de Sintra. Web site. Acedido em Dezembro 8, 2014, em <http://www.serradesintra.net/lendas-de-sintra>.
- Sharpley, R. (2005). *Travels to the edge of darkness: Towards a typology of dark tourism. Taking tourism to the limits: Issues, concepts and managerial perspectives*. Oxford: Elsevier
- Smith, V. (1998). War and Tourism: An American Ethnography. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 1, pp. 202-227.
- Stone, P. (2006). *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 54 (2), 145-160.
- Strange, C., & Kempa, M. (2003). Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 386-405.
- Stone, P; Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35 (2), 574-595.