



Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Dissertação

Dark Tourism na Cidade de Évora

Andreia Filipa Ventaneira Piteira

Orientador(es) | Noémi Marujo

Évora 2022





Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Dissertação

Dark Tourism na Cidade de Évora

Andreia Filipa Ventaneira Piteira

Orientador(es) | Noémi Marujo

Évora 2022



A dissertação foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente | Joana Lima (Universidade de Évora)

Vogais | Maria do Rosário Borges (Universidade de Évora) (Arguente)
Noémi Marujo (Universidade de Évora) (Orientador)

Agradecimentos

A elaboração de uma dissertação de mestrado é realmente muito desafiante, complexa e exigente, mas como em todas as etapas importantes da minha vida pude contar com o apoio e encorajamento de diversas pessoas que foram fundamentais para a concretização desta etapa tão significativa para mim e para o meu futuro.

Primeiramente, agradeço à Professora Doutora Noémi Marujo, a minha orientadora, toda a sua disponibilidade, orientação e encorajamento. Sem toda a sua ajuda e todas as suas sugestões certamente não teria conseguido terminar a minha dissertação de mestrado. Seguidamente, expresso também a minha gratidão à Professora Doutora Joana Lima que me ajudou bastante na realização dos testes estatísticos no *software* IBM SPSS Statistics (24). Sem a sua ajuda não teria realizado estes testes tão importantes e interessantes aos dados primários que recolhi e analisei.

Queria também expressar o meu agradecimento a todos os professores que fizeram parte do meu percurso académico, pois sem os seus ensinamentos não teria conseguido ultrapassar os diversos desafios com que me deparei durante a elaboração da presente dissertação.

Agradeço imensamente aos meus pais por sempre terem acreditado em mim e por me terem apoiado em todos os momentos.

Obrigada a todos os meus amigos que fizeram questão de me acompanhar nesta etapa, certificando-se que eu estava sempre animada e com forças para vencer este grande desafio.

Gostaria ainda de agradecer a todas as pessoas que de uma forma direta ou indireta me ajudaram a concretizar esta etapa tão importante para mim.

Título: Dark Tourism na Cidade de Évora

Resumo:

O Dark Tourism é um tipo de turismo que se tem vindo a desenvolver bastante recentemente, cativando cada vez mais a atenção de turistas e visitantes, mas ao mesmo tempo o Dark Tourism não é muito investigado e estudado, principalmente em Portugal, a nível científico e académico, sendo por este motivo essencial realizar investigações inovadoras sobre este tipo de turismo no nosso país.

A investigação realizada foi implementada na cidade de Évora, onde foram analisadas as potencialidades que esta cidade apresenta para o desenvolvimento do Dark Tourism, um aspeto que ainda não tinha sido estudado em Évora. Para além do estudo das potencialidades que a cidade de Évora possui para a implementação do Dark Tourism foi também, através de uma metodologia quantitativa, aplicado um inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora, devido a esta ser a única atração turística da cidade que é classificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism.

Os dados primários obtidos através da aplicação do inquérito por questionário foram essenciais para dar resposta à questão inicial que foi a seguinte: “O turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora apresenta motivações relacionadas com o Dark Tourism?”, também permitiram cumprir o objetivo geral da investigação que pretendia identificar e analisar se as motivações do turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora estavam associadas ao Dark Tourism e ainda possibilitaram a rejeição da hipótese de estudo que era: “Os turistas e/ou visitantes consideram que a Capela dos Ossos não é uma atração turística associada ao Dark Tourism”.

Palavras-chave: Dark Tourism; Évora; Turistas de Dark Tourism (Dark Tourists); Motivações; Experiências.

Title: Dark Tourism in the city of Évora

Abstract:

Dark Tourism is a type of tourism that has grown significantly recently, captivating the attention of more and more tourists and visitors, but at the same time Dark Tourism is not very researched and studied, especially in Portugal, at a scientific and academic level, and for this reason, it is essential to carry out innovative research about this type of tourism in Portugal.

The investigation was implemented in the city of Évora, where the potentialities that this city presents for the development of Dark Tourism were analyzed, an aspect that had not yet been studied in Évora. In addition to the study of the potentialities that the city of Évora has for the implementation of Dark Tourism, it was also applied, through a quantitative methodology, a research inquiry to the visitors of the Chapel of Bones of the city of Évora, since this is the only tourist attraction in the city that is classified by some tourism promoters as a Dark Tourism attraction.

The primary data obtained through the application of the research inquiry were essential to answer the initial question which was the following: "Do tourists and/or visitors who visit the city of Évora have motivations that are related to Dark Tourism?", the primary data also enabled the fulfillment of the general research objective which was to identify and analyze if the motivations of tourists and/or visitors who visit the city of Évora were associated with Dark Tourism and also allowed the rejection of the study hypothesis which was: "Tourists and/or visitors consider that the Chapel of Bones is not a tourist attraction associated with Dark Tourism".

Keywords: Dark Tourism; Évora; Dark Tourists; Motivations; Experiences.

Índice

Resumo:	ii
Abstract:.....	iii
Índice de figuras.....	ix
Índice de tabelas.....	x
Introdução.....	1
Justificação da escolha do tema	1
Elaboração da questão inicial, objetivos de investigação e hipótese de estudo	1
Metodologia	2
Estrutura da dissertação	2
Capítulo 1 – Dark Tourism	5
1.1. Introdução.....	5
1.2. Turismo e cultura	5
1.2.1. Definição de cultura	5
1.3. Relação que existe entre cultura e turismo	8
1.4. Turismo cultural	12
1.4.1. O turista cultural.....	24
1.5. O fenómeno do Dark Tourism.....	32
1.5.1. Dark Tourism e ética.....	50
1.5.2. Turistas de Dark Tourism.....	52
1.5.2.1. Motivações dos turistas de Dark Tourism	53
1.5.2.2. Experiências e emoções dos turistas de Dark Tourism	57
1.5.3. Estudos futuros em Dark Tourism.....	60
1.6. Conclusões	62
Capítulo 2 – Dark Tourism no Mundo e em Portugal	63
2.1. Introdução.....	63
2.2. Dark Tourism no Mundo	63

2.3. Dark Tourism em Portugal	70
2.4. Conclusões	79
Capítulo 3 – Contextualização do estudo do Dark Tourism na cidade de Évora	80
3.1. Introdução	80
3.2. Capela dos Ossos da cidade de Évora	80
3.3. Cemitérios.....	86
3.4. Igrejas com túmulos.....	86
3.5. Inquisição na cidade de Évora	93
3.5.1. Locais relacionados com a atuação da Inquisição na cidade de Évora	108
3.6. Lendas da cidade de Évora	116
3.6.1. A lenda da Bruxa de Évora	116
3.6.1.1. Locais relacionados com a lenda da Bruxa de Évora na cidade de Évora	121
3.6.2. Lenda de Évora e Evorinho.....	122
3.6.2.1. Locais relacionados com a lenda de Évora e Evorinho.....	124
3.6.3. A lenda de Giraldo Giraldes	125
3.6.3.1. Locais relacionados com a lenda de Giraldo Giraldes	133
3.7. Locais “assombrados” na cidade de Évora	134
3.8. Outros locais com potencialidades para fazerem parte de uma oferta de Dark Tourism	135
3.9. Conclusões	140
Capítulo 4 – Metodologia	142
4.1. Introdução	142
4.2. Processo de investigação	142
4.3. Problemática, questão inicial, objetivos da investigação e hipótese de estudo	144
4.4. Quadro conceptual.....	145
4.5. Necessidades de informação	148
4.6. Decidir a estratégia de investigação	149
4.6.1. Investigação exploratória	150

4.6.2. Metodologia quantitativa	151
4.6.3. Inquérito por questionário	153
4.6.3.1. Elaboração do inquérito por questionário.....	154
4.6.3.2. Aplicação do inquérito por questionário	160
4.6.3.3. Técnica de amostragem utilizada.....	162
4.7. Análise dos dados primários obtidos através do inquérito por questionário.....	162
4.8. Conclusões	163
Capítulo 5 – Apresentação e análise dos resultados	164
5.1. Introdução	164
5.2. Caracterização sociodemográfica dos inquiridos.....	166
5.3. Preparação da visita à cidade de Évora	172
5.4. Associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural	179
5.5. Familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism.....	180
5.6. Identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	181
5.7. Fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos.....	183
5.8. Motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos.....	186
5.9. Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos	190
5.10. A Capela dos Ossos enquanto heterotopia.....	193
5.11. Satisfação dos inquiridos relativamente à sua visita à Capela dos Ossos.....	194
5.12. Perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	195
5.13. Visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal	198
5.14. Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com a idade, as habilitações literárias e o género	200
5.15. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a idade, as habilitações literárias e o género	207
5.16. Relação entre variáveis.....	215

5.16.1. Motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos VS restantes variáveis em estudo	215
5.16.1.1. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica	215
5.16.1.2. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora ..	218
5.16.1.3. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável associada à familiarização com o termo Dark Tourism e com a variável relacionada com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	220
5.16.1.4. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais tiveram conhecimento da existência da mesma	221
5.16.1.5. Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos	224
5.16.1.6. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as emoções que os mesmos sentiram quando visitaram esta atração turística	229
5.16.1.7. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis associadas à sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	230
5.16.1.8. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável relacionada com a visita dos respondentes a outras atrações de Dark Tourism em Portugal.....	232
5.16.2. Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos VS restantes variáveis em estudo	233
5.16.2.1. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica.....	233
5.16.2.2. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora	234

5.16.2.3. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a variável associada à identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	235
5.16.2.4. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da mesma	236
5.16.2.5. Cruzamentos entre as emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos ..	236
5.16.2.6. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	237
5.17. Conclusões	237
Conclusão	242
Referências bibliográficas	253
Apêndices	274
Apêndice 1	274

Índice de figuras

Figura 1 - Segmentação dos turistas culturais	30
Figura 2 - Definição de Dark Tourism	33
Figura 3 - Mapa conceptual	146
Figura 4 - Género.....	166
Figura 5 - Idade.....	168
Figura 6 - Região de origem dos inquiridos de nacionalidade portuguesa.....	170
Figura 7 - Profissão.....	171
Figura 8 - Habilitações literárias.....	172
Figura 9 - Primeira visita à cidade de Évora	173
Figura 10 - Motivações dos inquiridos que nunca tinham visitado a cidade anteriormente.....	175
Figura 11 - Motivações dos inquiridos que já tinham visitado a cidade anteriormente	178
Figura 12 - Familiarização com o termo Dark Tourism	181
Figura 13 - Opinião dos inquiridos sobre a Capela dos Ossos ser considerada como uma atração de Dark Tourism	183
Figura 14 - Fontes de informação	185
Figura 15 - Emoções.....	191
Figura 16 - Criação de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora	196
Figura 17 - Incluiria outras atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism no seu itinerário de visita à cidade de Évora caso já existissem?	197
Figura 18 - Regresso à cidade de Évora apenas para conhecer novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas	198
Figura 19 - Visita a outras atrações de Dark Tourism nacionais.....	199

Índice de tabelas

Tabela 1 - Elementos da cultura que o Turismo Cultural engloba	18
Tabela 2 - Elementos da cultura que o Turismo Cultural engloba (continuação).....	19
Tabela 3 - Objetivo geral e objetivos específicos da investigação	144
Tabela 4 - Fases do quadro conceptual.....	146
Tabela 5 - Conceitos: definição e operacionalização	147
Tabela 6 - Lista das necessidades de informação	149
Tabela 7 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos.....	156
Tabela 8 - Preparação da visita à cidade de Évora	157
Tabela 9 - Associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural	157
Tabela 10 - Familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism.....	157
Tabela 11 - Identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	158
Tabela 12 - Fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos.....	158
Tabela 13 - Motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos.....	158
Tabela 14 - Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos	159
Tabela 15 - A Capela dos Ossos enquanto heterotopia	159
Tabela 16 - Satisfação dos inquiridos relativamente à sua visita à Capela dos Ossos.....	159
Tabela 17 - Perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	160
Tabela 18 - Visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal.....	160
Tabela 19 - Nacionalidade dos inquiridos	169
Tabela 20 - Outras motivações referidas pelos inquiridos que estavam a visitar Évora pela primeira vez	176
Tabela 21 - Outras motivações referidas pelos inquiridos que já tinham visitado a cidade de Évora anteriormente.....	179
Tabela 22 - Principal atração turística cultural que os inquiridos associam à cidade de Évora .	180
Tabela 23 - Outras fontes de informação referidas pelos inquiridos	185
Tabela 24 - Motivações.....	188
Tabela 25 - Outras motivações referidas pelos inquiridos	189
Tabela 26 - Outras emoções referidas pelos inquiridos	192
Tabela 27 - Identificação da Capela dos Ossos como uma heterotopia	194
Tabela 28 - Recomendação da visita à Capela dos Ossos.....	195
Tabela 29 - Outras atrações de Dark Tourism visitadas pelos inquiridos em Portugal	200

Tabela 30 - Distribuição dos inquiridos por classes etárias	201
Tabela 31 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com a idade	203
Tabela 32 - Distribuição dos inquiridos por habilitações literárias.....	204
Tabela 33 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com as habilitações literárias	205
Tabela 34 - Distribuição dos inquiridos por género	205
Tabela 35 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com o género	206
Tabela 36 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a idade	210
Tabela 37 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as habilitações literárias	213
Tabela 38 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com o género	214
Tabela 39 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com o seu género, a sua idade e a sua situação perante o trabalho	216
Tabela 40 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua nacionalidade	217
Tabela 41 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as suas habilitações literárias	218
Tabela 42 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua frequência de visita à cidade e com as suas motivações para visitar a cidade pela primeira vez	219
Tabela 43 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as suas motivações para visitar a cidade novamente	220
Tabela 44 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos, com a familiarização dos respondentes com o termo Dark Tourism e com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	221
Tabela 45 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais tiveram conhecimento da existência da mesma	223
Tabela 46 - Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos.....	227

Tabela 47 - Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos (continuação).....	228
Tabela 48 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as emoções que os mesmos sentiram durante a sua visita a esta atração turística	230
Tabela 49 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	231
Tabela 50 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora (continuação)	231
Tabela 51 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável relacionada com a visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal	232
Tabela 52 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica.....	234
Tabela 53 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora	235
Tabela 54 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism.....	235
Tabela 55 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da mesma.....	236
Tabela 56 - Cruzamentos entre as emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos.....	236
Tabela 57 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora	237

Introdução

Justificação da escolha do tema

O tema da presente dissertação foi escolhido devido a existir um interesse pessoal (Veal, 2006; Jennings, 2011) no aprofundamento dos conhecimentos sobre o Dark Tourism devido a este ser um tipo de turismo que se tem vindo a desenvolver cada vez mais nas sociedades, despertando um cada vez maior interesse para os visitantes (Yan, J. Zhang, H. Zhang, Lu & Guo, 2016). O interesse pessoal foi o principal motivo para a escolha do tema que por sua vez se conjugou com o facto de o Dark Tourism, apesar do desenvolvimento que se tem vindo a verificar, ser um tipo de turismo sobre o qual não existe muita investigação, especialmente, em Portugal pelo que se considera ser fundamental realizar estudos e investigações nesta área. Após a escolha do tema foi necessário selecionar a área geográfica em que seria realizada a investigação necessária para a elaboração da presente dissertação. A área geográfica selecionada foi a cidade de Évora devido a esta cidade apresentar a Capela dos Ossos que é mundialmente conhecida e considerada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism e, também, se escolheu a cidade de Évora por se considerar ser bastante interessante identificar e estudar outras potencialidades que existem na cidade em termos de Dark Tourism, uma vez que este assunto nunca foi investigado ou explorado anteriormente. Deste modo, surgiu o tema da presente dissertação que é o seguinte: Dark Tourism na Cidade de Évora.

A investigação realizada focou-se na identificação das potencialidades que a cidade de Évora apresenta para que se possa desenvolver o Dark Tourism e também na aplicação de um inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos para que fosse possível obter dados primários que permitissem dar resposta à questão inicial, cumprir os objetivos da investigação e validar ou não a hipótese de estudo.

Elaboração da questão inicial, objetivos de investigação e hipótese de estudo

Em Portugal apenas foram desenvolvidos poucos estudos e investigações sobre o Dark Tourism a nível académico e científico e, na cidade de Évora este tipo de turismo ainda não foi investigado e explorado, pelo que se considera a investigação que foi realizada, para concretizar a presente dissertação, como inovadora apresentando também a possibilidade de contribuir para o enriquecimento do campo teórico que existe sobre o Dark Tourism principalmente a nível nacional e ainda poderá ser bastante útil se no futuro se pensar em implementar e desenvolver o Dark Tourism na cidade de Évora.

Ao se selecionar o tema para a presente dissertação surgiu uma questão inicial que foi a seguinte: “O turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora apresenta motivações relacionadas com o Dark Tourism?”. Para dar resposta à questão inicial foi elaborado um objetivo geral que se traduziu em identificar e analisar se as motivações do turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora estão associadas ao Dark Tourism. Ao objetivo geral juntaram-se dois objetivos específicos que eram os seguintes: a) Caracterizar as potencialidades turísticas do Dark Tourism na cidade de Évora e b) Identificar as atrações relacionadas com o Dark Tourism que os turistas e/ou visitantes visitam na cidade de Évora. Para além da questão inicial e dos objetivos de investigação também foi desenvolvida uma hipótese de estudo que foi a seguinte: “Os turistas e/ou visitantes consideram que a Capela dos Ossos não é uma atração turística associada ao Dark Tourism”.

Metodologia

Inicialmente foi realizada uma revisão de literatura com o intuito de se elaborar um quadro conceptual que permitisse responder à questão inicial, realizar os objetivos de investigação e validar ou não a hipótese de estudo. Seguidamente, foi analisada a oferta de Dark Tourism a nível mundial e nacional. Posteriormente, realizou-se a contextualização do estudo do Dark Tourism na cidade de Évora. De acordo com a questão inicial, os objetivos de investigação e a hipótese de estudo decidiu-se realizar uma investigação de natureza exploratória que utilizou a metodologia quantitativa, e que se traduziu na aplicação de um inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora com a finalidade de recolher dados primários sobre a temática em estudo. A análise dos dados primários foi realizada com o auxílio do *software* IBM SPSS Statistics (24).

A investigação que está contemplada na presente dissertação foi realizada com o intuito de identificar e analisar as potencialidades que existem na cidade de Évora para o desenvolvimento e implementação do Dark Tourism e, por isso são apresentados conjuntos de locais e atrações turísticas divididas por temas que podem ser trabalhados no futuro se realmente se decidir apostar neste tipo de turismo para diversificar a oferta turística que já existe na cidade.

Estrutura da dissertação

A presente dissertação é constituída por uma introdução, cinco capítulos e uma conclusão.

Nesta introdução é realizada a justificação da escolha do tema da dissertação, é também apresentada a questão inicial juntamente com os objetivos de investigação e a hipótese de estudo e, ainda é mencionada a forma como a presente dissertação se encontra estruturada.

No primeiro capítulo é realizada uma revisão de literatura sobre o Dark Tourism que se inicia com a exposição e caracterização do que se entende por Turismo Cultural, devido ao Dark Tourism ser classificado como um subproduto do Turismo Cultural (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017). A parte inicial do primeiro capítulo deve ser encarada como uma contextualização que facilita a compreensão do fenómeno do Dark Tourism. Após a apresentação das principais características e elementos fundamentais do Turismo Cultural é então explorado e analisado de forma exaustiva o fenómeno do Dark Tourism.

No capítulo seguinte é feito um levantamento das principais atrações de Dark Tourism que existem no Mundo. Também são enumeradas as atividades, locais e atrações de Dark Tourism que já existem em Portugal e ainda são identificados alguns locais e atrações turísticas nacionais que apresentam potencialidades para fazerem parte de uma oferta de Dark Tourism.

No terceiro capítulo é realizado o levantamento de todos os locais e atrações turísticas da cidade de Évora que apresentam potencialidades para serem integradas numa oferta de Dark Tourism, ou seja, o terceiro capítulo tem como objetivo apresentar o grande potencial que existe na cidade para o desenvolvimento do Dark Tourism.

A metodologia é explicada no quarto capítulo. Neste capítulo é referido o processo de investigação que será utilizado, é apresentada a problemática, a questão inicial, bem como os objetivos de investigação e a hipótese de estudo. No capítulo dedicado à metodologia foi também elaborado o quadro conceptual que originou algumas necessidades em termos de informação e é ainda decidida a estratégia de investigação e a técnica de recolha de dados primários. Por fim, neste capítulo é explicado como os dados primários obtidos através da técnica de recolha de dados primários serão analisados.

No capítulo subsequente são analisados de forma descritiva os dados primários recolhidos. Também são feitos cruzamentos das motivações e emoções com a idade, as habilitações literárias e o género dos elementos que fizeram parte da amostra e ainda foram realizados testes estatísticos no *software* IBM SPSS Statistics (24) cruzando as motivações que fizeram com que os inquiridos visitassem a Capela dos Ossos e as emoções que os mesmos sentiram durante a sua visita a esta atração turística com as restantes variáveis em análise com o intuito de perceber as associações que apresentavam entre si.

Na conclusão são apresentadas as principais conclusões da investigação realizada, são também enumeradas as principais contribuições e limitações da investigação que foi concretizada e, para terminar são feitas algumas sugestões para futuras investigações.

Capítulo 1 – Dark Tourism

1.1. Introdução

O presente capítulo tem como finalidades estudar e analisar o fenómeno do Dark Tourism, que diz respeito a um tipo de turismo com um elevado nível de atratividade (Cohen, 2010; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Powell, Kennell & Barton, 2018; Martini & Buda, 2018; Silva, Azevedo, Cardoso, Jesus & Fonseca, 2020) e diversas características distintivas (Podoshen, 2013; Powell et al., 2018; Boateng, Okoe & Hinson, 2018; Martini & Buda, 2018), que tem vindo a alcançar um maior nível de reconhecimento e importância na indústria turística (Powell et al., 2018). Neste capítulo será apresentado o que se entende por Dark Tourism, as suas principais características distintivas que lhe conferem um elevado nível de atratividade e os principais tipos de oferta que se podem encontrar neste tipo de turismo. Também serão realizadas algumas considerações sobre os turistas que procuram o Dark Tourism, de onde se destacam as suas motivações, as suas experiências e as suas emoções. Por fim, serão também referidas as principais orientações que existem na literatura sobre estudos futuros que deverão ser realizados sobre este tipo de turismo.

Neste capítulo antes de se apresentar e descrever o fenómeno do Dark Tourism é explicado o que se entende por Turismo Cultural devido ao Dark Tourism ser caracterizado como um subproduto do Turismo Cultural (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017). Posto isto, considerou-se ser importante definir também este tipo de turismo e apresentar elementos e aspetos fundamentais sobre o Turismo Cultural para ser possível realizar uma contextualização mais coerente e coesa sobre o fenómeno do Dark Tourism, facilitando, deste modo, a sua compreensão.

1.2. Turismo e cultura

1.2.1. Definição de cultura

Para abordar o tema do Turismo Cultural é necessário, inicialmente, apresentar o que se entende por cultura e o que esta envolve e engloba. Esta definição inicial é fundamental, uma vez que é a cultura que influencia e origina o Turismo Cultural, sendo a essência deste tipo de turismo.

Existem inúmeras definições de cultura e isto pode ser explicado pelo facto de o conceito de cultura ser complicado e confuso de definir (Richards, 1996; S. S. Mousavi, Doratli, S. N. Mousavi & Moradiahari, 2016), e também pelo termo cultura ser muito abrangente (Richards, 1996). Apesar de existirem inúmeras definições de cultura, não existe nenhuma que seja aceite de forma universal (Bujdosó, Dávid, Tózsér, Kovács, Major-Kathi, Uakhitova, Katona & Vasvári,

2015). No entanto, as várias definições existentes destacam todas que a cultura diz respeito às alterações que o Homem realizou no meio em que vive e como estas se relacionam com o Mundo (Bujdosó et al., 2015) e, também enfatizam que a cultura engloba formas e padrões de comportamento que estão implementados na sociedade e que influenciam a forma como o conhecimento é adquirido e transmitido para outras pessoas através de um processo de socialização (Goldbach, Dragomir & Bărbat, 2014). Apesar de ser difícil definir o conceito de cultura a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 2002, apresentou uma definição de cultura, definindo este conceito como: “o conjunto de características distintivas em termos espirituais, materiais, intelectuais e emocionais de uma sociedade ou grupo social e que engloba, para além da arte e da literatura, os estilos de vida, formas de viver em conjunto, sistemas de valores, tradições e crenças” (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO], 2002, p. 62).

De uma forma geral é possível afirmar que a cultura diz respeito à forma como a humanidade se relaciona com o Mundo onde vive e as várias transformações que fez no mesmo (Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016) que incluem: alterações realizadas na natureza, processos e técnicas de produção, formas de consumo, formas de viver em comunidade e estilos de vida (Bujdosó et al., 2015).

A cultura é algo que está sempre presente (Smith, 2015) e engloba um conjunto de códigos e valores únicos que fazem parte do desenvolvimento e evolução de uma sociedade, ou seja, cada civilização apresenta a sua própria cultura única e distintiva com a qual se identifica (Bendixen, 1997). O termo cultura também diz respeito a elementos que não podem ser separados ou sequer reproduzidos noutros locais, o que leva a que a cultura tenha de ser conhecida, consumida e vivida no seu local de origem (Mihaila, 2014).

A cultura diz principalmente respeito aos códigos de conduta que fazem parte de um grupo social específico (Richards, 1996), incluindo também as suas formas de expressão (Goldbach et al., 2014). A cultura está relacionada com o estilo de vida e ideais de uma população e estes elementos vão influenciar o tipo de edifícios, arte, tradições e crenças que existem num determinado local e que são considerados como elementos culturais característicos de um determinado local e civilização (Chiao, Chen & Huang, 2018).

O termo cultura confere identidade (Marujo, 2014) e inclui tudo aquilo que é único de uma civilização e a distingue das restantes, englobando os seus elementos tangíveis e intangíveis (Bujdosó et al., 2015), sendo transmitida de geração em geração (Marujo, 2014).

Deste modo, é possível afirmar que a cultura engloba um grande conjunto de elementos, que são os seguintes: símbolos (Marujo, 2014; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016), valores (Marujo, 2014; Goldbach et al., 2014; Bujdosó et al., 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016), costumes (Bujdosó et al., 2015; Mousavi et al., 2016), tradições (Bujdosó et al., 2015), crenças (Marujo, 2014; Goldbach et al., 2014; Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016), atitudes (Goldbach et al., 2014), ideias (Dujmović & Vitasović, 2016), rituais (Bujdosó et al., 2015), estilos de vida (Bujdosó et al., 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016), direitos (Bujdosó et al., 2015), deveres (Goldbach et al., 2014), locais destinados ao convívio da comunidade (Bujdosó et al., 2015), sistemas educativos (Goldbach et al., 2014; Bujdosó et al., 2015), formas de comunicação (Goldbach et al., 2014) e de conhecimento (Marujo, 2014), processos de criação (Goldbach et al., 2014), instituições sociais (Marujo, 2014; Goldbach et al., 2014), linguagem (Bujdosó et al., 2015), formas de comportamento (Bujdosó et al., 2015), relações ao nível familiar (Bujdosó et al., 2015), segurança (Bujdosó et al., 2015), criatividade (Bujdosó et al., 2015), arte (Marujo, 2014; Goldbach et al., 2014; Bujdosó et al., 2015), artesanato (Shaw, 1992; Bujdosó et al., 2015), gastronomia (Marujo, 2014), tipo de vestuário (Marujo, 2014), património cultural e indústrias criativas (Bujdosó et al., 2015), produtos relacionados com o trabalho (Marujo, 2014; Goldbach et al., 2014) e o pensamento que são característicos de uma civilização (Goldbach et al., 2014). Posto isto, a cultura permite conhecer e entender o modo de vida de uma população, os seus valores, costumes e tradições, uma vez que envolve todas as práticas sociais de uma população, as suas manifestações artísticas e atividades intelectuais (Bujdosó et al., 2015). Deste modo, é possível dividir a cultura entre cultura intelectual e cultura material (Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016). A cultura intelectual envolve as propriedades individuais, relações e valores de pessoas individuais e grupos e a cultura material diz respeito ao património construído, ruínas e artefactos (Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016).

O comportamento e forma de viver são influenciados de forma direta e profunda pela cultura, uma vez que cada pessoa apresenta formas de pensar, falar, comunicar, sentir e agir que foram adquiridas durante toda a sua vida e esta aquisição corresponde à cultura (Goldbach et al., 2014). Todas as regras que são aceites sem sequer serem questionadas, crenças, padrões de comportamento, sistemas legais, formas de falar, elementos relacionados com a sobrevivência e ideais comuns a uma comunidade também fazem parte da cultura (Goldbach et al., 2014). As pessoas independentemente do que lhes aconteça na vida vão estar sempre relacionadas com a sua cultura, uma vez que são constantemente influenciadas por ela (Goldbach et al., 2014).

A cultura coloca o passado no presente (Ramires, Brandão & Sousa, 2018) e apresenta algumas características importantes, que são as seguintes: é algo que não pode ser transmitido, tem de ser apreendida através das experiências e educação; é partilhada pelos elementos que fazem parte de uma comunidade ou civilização; uma alteração num dos elementos de uma cultura vai influenciar todos os outros; está relacionada com a capacidade que o ser humano tem em se adaptar a mudanças (Goldbach et al., 2014).

Qualquer cultura sofre alterações relacionadas com fatores externos e internos, o que leva a que nenhuma cultura esteja no seu estado original, sendo possível concluir que a cultura de uma sociedade se encontra em contante mudança (Marujo, 2014), ou seja, a cultura é algo que não é estático, mas sim algo que está em constante transformação sendo influenciada pelos vários contactos e relações que são feitas entre diversas culturas (Saarinen, Moswete & Monare, 2014). Para além disto, a cultura também é influenciada por diversos fatores económicos, sociais e políticos (Saarinen et al., 2014). Posto isto, é possível concluir que a cultura é algo bastante dinâmico, em constante mutação (Galí-Espelt, 2012; Saarinen et al., 2014; Goldbach et al., 2014; Marujo, 2014), sendo considerada como o elemento mais dinâmico da Humanidade (Goldbach et al., 2014).

1.3. Relação que existe entre cultura e turismo

Na sociedade contemporânea é possível afirmar que existe uma relação entre a cultura e o turismo (Bendixen, 1997; Šťastná, Vaishar, Ryglová, Rašovská & Zámečník, 2020). A relação que existe entre a cultura e o turismo é encarada como sendo benéfica tanto para a cultura como para o turismo (Shaw, 1992; Hughes, 2002; Jung, Lee, Yap & Ineson, 2015; Zieba, 2017; Richards, 2018). Esta relação não existe por acaso, uma vez que está relacionada com as transformações sociais que se registaram na sociedade na segunda metade do século XX (Šťastná et al., 2020). Até ao final do século XX, a cultura e o turismo eram vistos como dois aspetos bastante distintos que faziam parte de um destino turístico e que não apresentavam qualquer tipo de relação, mas nesta época, a cultura começou a registar uma grande importância em diversos destinos turísticos e devido a este aspeto foi reconhecida a relação que existe entre a cultura e o turismo (Marujo, 2014). Apesar de se considerar que a relação entre a cultura e o turismo é benéfica, uma vez que leva à conservação, preservação e revitalização de elementos culturais, existem autores que defendem que esta relação tem aspetos negativos uma vez que origina a mercantilização da cultura através da sua comercialização (Marujo, 2014).

A cultura é o elemento que confere identidade a um local, região, país e civilização (Chai, 2011; Gómez, 2019; Salvado, Ferreira, Serra & Marujo, 2020), distinguindo os destinos uns dos outros (Marujo, 2014). Sendo deste modo, considerada como um elemento essencial do turismo (Maneenetr & Tran, 2014; Marujo, 2014; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Liang, Pan, Gu, Guan & Tsai, 2021), contribuindo para o seu crescimento e desenvolvimento (Marujo, 2014, 2015). A cultura contribui também para o aumento da eficiência, atratividade e competitividade de um destino turístico, uma vez que os elementos culturais são fundamentais para atrair turistas (Chai, 2011; McCarthy, 2012; Patuelli, Mussoni & Candela, 2013; Marujo, Serra & Borges, 2013a; Maneenetr & Tran, 2014; Marujo, 2014, 2015; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Mousavi et al., 2016; Zieba, 2017; Gómez, 2019) nacionais e internacionais (Patuelli et al., 2013) que pretendem conhecer culturas diferentes pessoalmente, algo que lhes é permitido através do turismo (Chai, 2011). Deste modo, é possível afirmar que a cultura atrai turistas enquanto o turismo desenvolve novos elementos e recursos para o setor de atividades culturais, originando novas oportunidades de desenvolvimento em termos empresariais (Hughes, 2002; Maneenetr & Tran, 2014; Richards, 2018), ou seja, a cultura influencia o turismo, ao mesmo tempo que o turismo afeta a cultura (Dujmović & Vitasović, 2016).

São as diferenças culturais que atraem turistas e que distinguem os locais uns dos outros, levando a que sejam um trunfo para o turismo, podendo-se concluir que o turismo utiliza a diversidade que existe em termos culturais para se afirmar e desenvolver, o que leva a que exista uma relação bastante marcada entre o turismo e a cultura (Marujo, 2014). Tendo estes aspetos em consideração é possível compreender a importância cada vez maior que a cultura tem para a indústria turística (Patuelli et al., 2013), o que leva a que cada vez mais a cultura faça parte das estratégias de desenvolvimento turístico dos destinos turísticos (Marujo, 2014), sendo um dos elementos que mais beneficia com o desenvolvimento do turismo (Mousavi et al., 2016).

Nos destinos turísticos a cultura é atrativa através de três formas que são: a cultura inanimada (de onde se destacam as visitas realizadas a monumentos), a cultura enquanto estilo de vida da comunidade do destino que está a ser visitado e a cultura animada, que inclui festas e feiras tradicionais (Marujo, 2014).

A existência de locais que apresentam diversos elementos culturais, tal como um elevado valor cultural levam ao surgimento e desenvolvimento do turismo, uma vez que são bastante atrativos para a indústria do turismo (Shishmanova, 2015), na medida em que a presença de elementos culturais diversos é fundamental para o desenvolvimento da atividade turística (Patuelli et al., 2013). Ou seja, os elementos culturais permitem que a autenticidade, a nostalgia, elementos

educacionais e de entretenimento sejam comercializados e esta comercialização leva ao desenvolvimento do turismo que por sua vez origina benefícios em termos económicos e valoriza o estilo de vida da comunidade local (Gómez, 2019). Tendo este aspeto em consideração é possível afirmar que o turismo origina um movimento comercial de produtos culturais que trazem vantagens em termos económicos (Gómez, 2019).

O turismo apresenta uma grande importância em termos económicos (Shishmanova, 2015; Richards, 2018), uma vez que permite que existam recursos financeiros para que se possa investir na conservação do património cultural (Shaw, 1992; Bendizen, 1997; Shishmanova, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Richards, 2018). No entanto, é necessário assegurar que os investimentos realizados beneficiam também a comunidade local (Shaw, 1992). Tendo isto em consideração é possível verificar que a relação que existe entre o turismo e a cultura é bastante positiva e benéfica, porque o património cultural contribui para o desenvolvimento e afirmação da indústria turística num determinado local e o turismo ao mesmo tempo contribui para a conservação e divulgação dos recursos culturais existentes (Shishmanova, 2015; Richards, 2018). Para além de contribuir para a conservação e divulgação do património e recursos culturais, o turismo também leva a que sejam criados novos locais, produtos e atrações relacionadas com a cultura que sejam inovadoras e atraiam turistas e visitantes, ou seja, o turismo vai funcionar como uma estratégia para a divulgação da cultura de um determinado local (Figini & Vici, 2012; Efentaki & Dimitropoulos, 2015).

O turismo tem um papel fundamental para a preservação e conservação do património cultural (Marujo, Serra & Borges, 2013b; Marujo, 2014, 2015; Wei, Dai, Xue & Wang, 2020) que é muito importante para a geração atual e para as gerações vindouras, uma vez que permite que se possa entender a própria herança cultural e a de outros povos e identificar diferenças e semelhanças entre diferentes culturas (Wei et al., 2020). As especificidades em termos culturais são cada vez mais preservadas e valorizadas através do turismo, pois são estas especificidades que distinguem os vários locais (Marujo, 2015). Através do turismo é reconhecido o elevado valor que a cultura apresenta e por isso esta deve ser preservada e conservada, uma vez que permite que se conheça, descubra, aprenda e explore diferentes culturas (Marujo, 2015; Wei et al., 2020). O turismo também faz com que a comunidade local perceba a necessidade que existe em proteger e defender as suas crenças, tradições e estilos de vida (Wei et al., 2020; Liang et al., 2021), sendo utilizado como uma forma para reafirmar aspetos culturais (Marujo, 2014).

A cultura é fundamental para o turismo, na medida em que é caracterizada e identificada como sendo um fator pull que leva os turistas a tomarem as suas decisões em termos turísticos,

levando à escolha de um destino em detrimento de outro (Saarinen et al., 2014). Isto leva a que atrações turísticas relacionadas com a cultura se tornem em elementos que atraem turistas vindos de todas as partes do Mundo (Saarinen et al., 2014). Outra forma da cultura se relacionar com o turismo é através da classificação da UNESCO de Património Mundial (Saarinen et al., 2014). Os locais que obtêm este reconhecimento atraem milhões de turistas, uma vez que estes locais apresentam um grande valor e significado em termos culturais (Saarinen et al., 2014).

Como já foi referido, a cultura é fundamental para o turismo, mas, o turismo também é essencial para a cultura, pois é o elemento que possibilita conhecer as manifestações culturais, heranças históricas e estilo de vida de uma civilização (Marujo, 2014). Isto leva a que seja criada uma relação entre o turismo, a cultura e o desenvolvimento sustentável dos locais (Marujo, 2014). Tendo em consideração todos estes aspetos, para alguns autores a relação entre a cultura e o turismo é fácil de identificar, uma vez que consideram que todo o turismo diz respeito a uma experiência cultural e que todo o turismo é cultura (Richards, 1996), por outras palavras, consideram que sem cultura não pode existir turismo (Marujo, 2014), sendo possível afirmar que o turismo e a cultura apresentam uma relação de inseparabilidade (Liang et al., 2021). Deste modo, é possível afirmar que a cultura está presente nas várias atividades associadas ao turismo, (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2014, 2015; Liang et al., 2021) uma vez que se verifica uma deslocação para um local diferente, que vai proporcionar encontros e contactos com outras realidades, sociedades, modos de vida, atividades e experiências que levam a que sejam criados e até mesmo aprofundados conhecimentos sobre outras culturas (Marujo, 2014). Posto isto, é possível afirmar que nas várias viagens turísticas existe um consumo de diversos elementos culturais (Liang et al., 2021) e que a relação da cultura com o turismo é suportada pelo facto de inúmeros turistas pretenderem descobrir, aprender e compreender outras culturas (Marujo, 2014).

Para Ashworth e Pompl (1993, citados por Marujo, 2014) a relação entre a cultura e o turismo é identificada através de três formas. A primeira relaciona o turismo com a arte e neste tipo de relação a cultura é utilizada para atrair os turistas (Ashworth & Pompl, 1993, citados por Marujo, 2014). A segunda relaciona o turismo com o património (Ashworth & Pompl, 1993, citados por Marujo, 2014). O património é algo fundamental para se verificar o desenvolvimento da atividade turística, uma vez que inclui elementos materiais, imateriais e socioculturais, permitindo a criação de rotas culturais ao mesmo tempo que preserva e enaltece as rotas já existentes (Marujo et al., 2013a). A terceira liga o turismo com o lugar específico onde este se desenvolve, e que segundo Marujo (2014), pode incluir a gastronomia e todas as manifestações culturais existentes.

Os destinos turísticos só conseguem alcançar sucesso se for registada uma relação positiva entre o turismo e a cultura e isto leva a que a cultura enquanto elemento diferenciador esteja cada vez mais incluído nas estratégias de desenvolvimento turístico (Marujo, 2014). Assim, é possível concluir que a cultura e o turismo estiveram sempre interligados (Richards, 2018). Os produtos, atrações e eventos culturais levam a que as pessoas viajem para visitar determinado destino e estas viagens criam cultura (Richards, 2018). O Turismo Cultural traz benefícios para a cultura e para o turismo, uma vez que apoia e contribui para a preservação e conservação da cultura, ao mesmo tempo que origina novas atrações para a indústria do turismo (Richards, 2018).

1.4. Turismo cultural

Na literatura é possível encontrar várias definições de Turismo Cultural (Silberberg, 1995; Galí-Espelt, 2012; Niemczyk, 2013; Bujdosó et al., 2015; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre, Lara & Arjona-Fuentes, 2019), mas não existe um consenso sobre uma definição para este tipo de turismo (Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016; Richards, 2018; Chen & Rahman, 2018; Gómez, 2019). Isto acontece porque existe uma grande dificuldade em definir o conceito de cultura e esta dificuldade abrange também o conceito de Turismo Cultural (Özel & Kozak, 2012; Galí-Espelt, 2012; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Ramires et al., 2018; Richards, 2018; Chiao et al., 2018).

A dificuldade em definir Turismo Cultural está também muito associada com a relação de complexidade que existe entre a cultura e o turismo (Mousavi et al., 2016). Esta dificuldade está igualmente relacionada com o facto de o Turismo Cultural ser interpretado de forma diversa por diferentes pessoas (Özel & Kozak, 2012; Mousavi et al., 2016), e também está associada ao facto de este tipo de turismo apresentar um carácter multidisciplinar (Marujo, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016). Para além destes aspetos, a dificuldade em definir o conceito de Turismo Cultural ainda está relacionada com a grande diversidade de atrações e produtos culturais que existem e, por fim esta dificuldade está ligada às diversas motivações que os turistas apresentam (Richards, 2014). Apesar de ser difícil definir Turismo Cultural e não existir uma definição globalmente aceite, a Organização Mundial de Turismo (UNWTO) em 2019 apresentou a seguinte definição para o Turismo Cultural: “é um tipo de atividade turística em que a essencial motivação do visitante é aprender, descobrir, experienciar e consumir atrações/produtos culturais tangíveis e intangíveis num destino turístico” (Organização Mundial de Turismo [UNWTO], 2019, p.30). Para além da definição deste tipo de turismo, a UNWTO também acrescenta que o Turismo Cultural abrange:

“as atrações/produtos que estão relacionados com as características distintivas em termos materiais, intelectuais, espirituais e emocionais de uma sociedade e englobam as artes e arquitetura, património histórico e cultural, património culinário, literatura, música, indústrias criativas e as culturas vivas com os seus estilos de vida, sistemas de valores, crenças e tradições” (UNWTO, 2019, p. 30).

Após a análise da definição de Turismo Cultural elaborada pela UNWTO em 2019 é possível verificar que a definição de cultura apresentada pela UNESCO em 2002 influenciou bastante a definição de Turismo Cultural, uma vez que é possível concluir que as atrações/produtos de Turismo Cultural se focam nos aspetos que constituem e definem a cultura das diversas sociedades, ou seja, o Turismo Cultural baseia-se na exploração e consumo dos aspetos e características que fazem cada cultura única e deste modo interessante, despertando a curiosidade e originando a deslocação de pessoas com o objetivo de conhecerem e explorarem uma cultura diferente.

A definição apresentada pela UNWTO em 2019 ilustra a grande abrangência do conceito de Turismo Cultural que envolve não apenas monumentos, mas também estilos de vida, tradições e crenças (Mousavi et al., 2016; Richards, 2018). Ou seja, o Turismo Cultural abrange elementos tangíveis e intangíveis (Shishmanova, 2015; Richards, 2018) únicos e característicos (Smith, 2015), das várias culturas que existem espalhadas por todo o Mundo (Shishmanova, 2015; Richards, 2018). A definição de Turismo Cultural tornou-se mais abrangente devido ao aumento da oferta e da procura que este tipo de turismo regista constantemente e também devido aos avanços que foram alcançados através dos estudos e investigação científica e académica sobre este tipo de turismo (Richards, 2018). De modo resumido, é possível afirmar que o Turismo Cultural é um tipo de turismo que se baseia na cultura dos diferentes locais (Özel & Kozak, 2012; Marujo, 2015) e nos seus recursos culturais (Marujo et al., 2013a, 2013b), envolvendo todos os elementos relacionados com a cultura de uma civilização (Marujo et al., 2013a), e por isso engloba todas as viagens em que a principal motivação é conhecer e explorar novas culturas (Galí-Espelt, 2012; Richards, 2014; Bujdosó et al., 2015; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015) e estilos de vida (Galí-Espelt, 2012; Dujmović & Vitasović, 2016), com a finalidade de obter novos conhecimentos e participar em experiências únicas (Bujdosó et al., 2015; Marujo, 2015).

O Turismo Cultural é caracterizado como uma das formas de turismo mais antigas do Mundo (Marujo et al., 2013a, 2013b; Marujo, 2015) uma vez que as suas origens estão relacionadas com o Grand Tour que teve origem no século XVI (Mousavi et al., 2016), no entanto, apesar de se verificar que o Turismo Cultural já era praticado há vários séculos, só a partir da

década de 1970 é que o Turismo Cultural foi identificado como um mercado turístico específico (Richards, 1996; Marujo, 2015). Este tipo de turismo continuou a crescer até aos dias de hoje e em alguns locais é o tipo de turismo mais importante (Marujo et al., 2013a, 2013b; Richards, 2014; Marujo, 2015). O Turismo Cultural partilha e divulga a história de uma civilização (Smith, 2015), estando ligado à identidade cultural e histórica dos diversos locais (Marujo et al., 2013a) e engloba todas as viagens que são realizadas com o objetivo de conhecer e compreender vários aspetos sobre uma cultura, de onde se destacam a sua evolução em termos históricos e o estilo de vida que lhe está associado (Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016), permitindo que várias civilizações (Marujo, 2015; Torre et al., 2019), hábitos e costumes (Torre et al., 2019) se conheçam, compreendam e se relacionem (Marujo, 2015; Torre et al., 2019), permitindo que sejam realizados contactos e relações culturais (Torre et al., 2019). O Turismo Cultural baseia-se em vários recursos como monumentos, elementos patrimoniais do passado, mas também modos e estilos de vida e as atividades que lhes estão associadas e que fazem parte do presente da comunidade (Marujo et al., 2013a, 2013b; Marujo, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016). Posto isto, o Turismo Cultural foca-se no património material e imaterial de uma sociedade (Marujo et al., 2013b; Marujo, 2015; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016). O Turismo Cultural é um tipo de turismo multifacetado e que varia de local para local (Marujo, 2015). Este tipo de turismo apresenta um elevado nível de dinamismo e também evolui constantemente para se adaptar às exigências da procura (Marujo, 2015).

Quando o Turismo Cultural surgiu, estava direcionado para as elites (Bendizen, 1997; Gómez, 2019; Šťastná et al., 2020), pois estas eram as classes sociais que tinham o poder de compra para consumirem produtos relacionados com a cultura e o conhecimento em termos culturais que era necessário para os conseguir compreender (Šťastná et al., 2020). Inicialmente o Turismo Cultural estava muito baseado na visita de museus, exposições e monumentos históricos (Richards, 2014; Dujmović & Vitasović, 2016; Šťastná et al., 2020; Kalvet, Olesk, Tiits & Raun, 2020). Após a revolução industrial o Turismo Cultural deixou de ser apenas consumido pelas elites (Gómez, 2019; Šťastná et al., 2020) pois, nesta época a atividade turística começou a ser atrativa para as classes médias (Šťastná et al., 2020). Após este acontecimento o Turismo Cultural começou a crescer e a ganhar cada vez maior expressão, passando também a englobar diversos eventos de entretenimento relacionados com a cultura, tal como estilos de vida, tradições, formas de trabalho e práticas diárias (Dujmović & Vitasović, 2016; Kalvet et al., 2020), ou seja, existiu uma evolução no que diz respeito aos produtos e elementos que são inclusos no Turismo Cultural (Dujmović & Vitasović, 2016). Na atualidade este tipo de turismo é considerado como uma forma

de consumo cultural (Dujmović & Vitasović, 2016; Richards, 2018; Liang et al., 2021), e para além disto é caracterizado como um dos tipos de turismo que apresenta maiores níveis de crescimento a nível Europeu e Mundial (Richards, 1996; Hughes, 2002; Niemczyk, 2013; Marujo, 2014; Jung et al., 2015; Efentaki & Dimitropoulos, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Ramires et al., 2018; Chiao et al., 2018; Wei et al., 2020; Vena-Oya, Castañeda-García, Rodriguez-Molina & Frías-Jamilena, 2021).

Tendo em conta o crescimento que se verifica neste tipo de turismo, a UNWTO pretende que a relação entre o turismo e a cultura seja aprofundada e reforçada e considera o desenvolvimento do Turismo Cultural como uma forma para alcançar o desenvolvimento sustentável (Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019; Wei et al., 2020; Liang et al., 2021). Para além de contribuir para o desenvolvimento sustentável dos locais onde se desenvolve, este tipo de turismo pode ser utilizado para reduzir a sazonalidade, que é um grande problema para a indústria do turismo (Richards, 1996; Figini & Vici, 2012; Patuelli et al., 2013; Croes & Semrad, 2015; Smith, 2015). Também ajuda a combater os problemas que estão associados com a fase de maturidade do ciclo de vida dos destinos turísticos (Figini & Vici, 2012). Este tipo de turismo contribui ainda para o aumento da competitividade em termos turísticos (Özel & Kozak, 2012; McCarthy, 2012; Smith, 2015), melhora a imagem turística do destino (Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019), atrai diferentes tipos de turistas (Patuelli et al., 2013), contribui para o crescimento e desenvolvimento económico dos locais onde se desenvolve (Croes & Semrad, 2015; Ramires et al., 2018; Vena-Oya et al., 2021), amplifica os níveis de consumo (Dujmović & Vitasović, 2016), diversifica o tipo de oferta do destino (Patuelli et al., 2013), aumenta a estada média dos turistas (Patuelli et al., 2013; Dujmović & Vitasović, 2016), melhora a qualidade da experiência dos turistas (Smith, 2015), tal como os seus níveis de satisfação (Dujmović & Vitasović, 2016) e também permite que o turismo seja praticado em mais locais no Mundo devido a todos os locais e civilizações apresentarem a sua própria cultura que é diferentes das restantes (Richards, 1996; Marujo et al., 2013a; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015). Para além destes aspetos, o Turismo Cultural faz com que valores e tradições culturais não sejam esquecidas (Bujdosó et al., 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016), e melhora o conhecimento que existe sobre as várias culturas que se encontram espalhadas pelo Mundo (Bujdosó et al., 2015).

O crescimento do Turismo Cultural não está apenas relacionado com o aumento do número de atrações de Turismo Cultural (Ifeyinwa, 2014; Richards, 2014; Marujo, 2014, 2015), mas também com o aumento do tipo de atividades que o Turismo Cultural engloba deixando de

incluir apenas atividades estritamente culturais para também abranger atividades que já estão relacionadas com o lazer (Richards, 1996). O crescimento deste tipo de turismo está ainda relacionado com o crescimento generalizado do turismo, o que leva ao aumento do número de visitas a atrações de Turismo Cultural (Ifeyinwa, 2014).

O Turismo Cultural é encarado como um tipo de turismo que regista cada vez mais elevados níveis de procura por todo o Mundo (Richards, 1996; Niemczyk, 2013; Croes & Semrad, 2015; Smith, 2015), sendo considerado como um dos tipos de turismo mais importantes, uma vez que origina bastantes deslocações turísticas (Marujo et al., 2013b; Smith, 2015; Richards, 2014; Konstantakis, Alexandridis & Caridakis, 2020). O aumento da procura de produtos, atrações, atividades e experiências de Turismo Cultural está associado com a vontade que existe em conhecer diferentes culturas, as suas formas de manifestação e o seu dinamismo (Goldbach et al., 2014; Richards, 2014; Kalvet et al., 2020). Este aspeto está relacionado com a afirmação da sociedade do conhecimento (Goldbach et al., 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Marujo, 2015) e também está associado com o aumento dos níveis de educação que leva a que as pessoas durante as suas viagens e férias procurem atrações, produtos, atividades e experiências de Turismo Cultural (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a; Cetin & Bilgihan, 2014; Richards, 2014; Marujo, 2015). Para além disto, o crescimento da procura de Turismo Cultural está também relacionada com: o interesse cada vez maior que existe em conhecer o dia-a-dia da comunidade local (Marujo et al., 2013a; Richards, 2014) e o património imaterial do local que se visita (Richards, 2014); o aumento da presença de elementos criativos nas atividades de Turismo Cultural (Richards, 2014); o crescimento dos níveis de rendimento (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2015); as melhorias registadas no setor dos transportes (Dujmović & Vitasović, 2016); o aumento da mobilidade (Dujmović & Vitasović, 2016); a tendência cada vez maior de se repartirem as férias (Richards, 2014); o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016); a utilização cada vez maior da *Internet* para obter informações sobre os destinos e organizar as viagens (Richards, 2014); a afirmação da mulher na sociedade (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2015); o processo da globalização (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016).

Para além do crescimento do Turismo Cultural em termos de oferta e procura, também se verifica que este tipo de turismo é cada vez mais investigado e estudado em termos académicos e científicos, principalmente por estar relacionado com a economia, aspetos sociais e culturais (Figini & Vici, 2012; Özel & Kozak, 2012; McCarthy, 2012; Niemczyk, 2013; Marujo, 2015; Richards, 2018; Chen & Rahman, 2018; Gómez, 2019). É possível afirmar que a investigação que

é realizada sobre o Turismo Cultural é feita de forma interdisciplinar (Marujo, 2015). No entanto, apesar de existirem vários estudos sobre este tipo de turismo, estes apresentam algumas limitações porque são adotadas diferentes definições em diferentes estudos e a investigação existente é realizada em locais específicos não permitindo que sejam feitas generalizações (Chen & Rahman, 2018). Outra limitação da investigação realizada sobre o Turismo Cultural está relacionada com o facto de muitas vezes não existirem dados adequados que permitam realizar a quantificação da importância do Turismo Cultural em diversos locais (Zieba, 2017).

Algo que foi originado com o crescimento e desenvolvimento do Turismo Cultural foi a competitividade entre os diversos destinos turísticos que apostam neste tipo de turismo (Richards, 2014; Gómez, 2019). Este aspeto leva a que os destinos apostem na diversificação da sua oferta, uma vez que os turistas escolhem destinos que lhe proporcionem experiências profundas, únicas e irrepetíveis (Gómez, 2019). Por outras palavras, os destinos para se diferenciarem uns dos outros têm de retirar partido de todos os seus elementos culturais únicos e distintivos (Richards, 2014; Gómez, 2019), conjugando o património material com o imaterial (Gómez, 2019).

O Turismo Cultural permite que os turistas possam conhecer e explorar diferentes culturas e patrimónios culturais, por outras palavras, este tipo de turismo foi criado com a finalidade de satisfazer o interesse que existe em conhecer e explorar diferentes culturas (Akbulut & Artvinli, 2011; Marujo, 2015). Este tipo de turismo engloba elementos da cultura relacionados com o passado e também elementos culturais contemporâneos (Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Niemczyk, 2013, 2014; Ifeyinwa, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016). Nas tabelas 1 e 2 estão presentes os elementos que mais atraem os turistas, permitindo-lhes contactar e ficar a conhecer a cultura do local que estão a visitar (Niemczyk, 2013). Deste modo, é possível concluir que o Turismo Cultural envolve representações materiais e físicas, elementos tangíveis e intangíveis e ainda engloba o modo de vida da comunidade local (Saarinen et al., 2014; Richards, 2018), ou seja, no Turismo Cultural são comercializados produtos (Chiao et al., 2018), relacionados com a cultura do passado e também produtos que estão associados com o presente e o estilo de vida da comunidade residente (Hughes, 2002; Marujo, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Chiao et al., 2018). Tendo em consideração todos os elementos que o Turismo Cultural engloba é possível afirmar que este tipo de turismo é bastante polivalente (Dujmović & Vitasović, 2016).

Tabela 1 - Elementos da cultura que o Turismo Cultural engloba

Elementos da cultura	Autores
Museus	(Bendixen, 1997; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019; Štastná et al., 2020; Salvado et al., 2020).
Monumentos históricos	(Shaw, 1992; Akbulut & Artvinli, 2011; Galí-Espelt, 2012; Marujo et al., 2013a; Ifeyinwa, 2014; Croes & Semrad, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Štastná et al., 2020).
Património construído	(Marujo et al., 2013a; Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Richards, 2018; Chen & Rahman, 2018; Konstantakis et al., 2020).
Elementos religiosos	(Ifeyinwa, 2014; Mousavi et al., 2016).
Espaços arqueológicos	(Bendixen, 1997; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Torre et al., 2019).
Centros culturais	(Hughes, 2002; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015).
Exposições	(Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016).
Artefactos	(Hughes, 2002; Özel & Kozak, 2012; Saarinen et al., 2014; Richards, 2018).
História característica do local	(Shaw, 1992; Kalvet et al., 2020).
Galerias de arte	(Hughes, 2002; Özel & Kozak, 2012; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Torre et al., 2019; Štastná et al., 2020; Salvado et al., 2020).
Arte	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Ifeyinwa, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Richards, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019; Konstantakis et al., 2020; Kalvet et al., 2020).
Cultura moderna	(Ifeyinwa, 2014; Richards, 2018).
Festivais	(Shaw, 1992; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Galí-Espelt, 2012; Ifeyinwa, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019).
Eventos	(Shaw, 1992; Özel & Kozak, 2012; Galí-Espelt, 2012; Ifeyinwa, 2014; Richards, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019).
Música	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Marujo et al., 2013a; Richards, 2014; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019; Kalvet et al., 2020).
Concertos	(Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Ifeyinwa, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Salvado et al., 2020).
Musicais	(Galí-Espelt, 2012; Cetin & Bilgihan, 2014).
Dança	(Hughes, 2002; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019).
Teatro	(Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Ifeyinwa, 2014; Richards, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019).
Cinema	(Akbulut & Artvinli, 2011; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019; Kalvet et al., 2020).
Manifestações artísticas	(Hughes, 2002; Ifeyinwa, 2014; Richards, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Zieba, 2017; Salvado et al., 2020).
Literatura	(Torre et al., 2019).
Edifícios arquitetónicos	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Niemczyk, 2013; Marujo et al., 2013a; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Zieba, 2017; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019; Konstantakis et al., 2020).
Atividades industriais e de comércio	(Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Torre et al., 2019).
Indústrias criativas	(Richards, 2014, 2018).

Fonte: elaboração própria

Tabela 2 - Elementos da cultura que o Turismo Cultural engloba (continuação)

Elementos da cultura	Autores
Zonas de património cultural	(Hughes, 2002; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Zieba, 2017).
Atividades artísticas	(Saarinen et al., 2014).
Atividades de interesse especial	(Ifeyinwa, 2014).
Elementos da natureza	(Croes & Semrad, 2015; Smith, 2015).
Estilos de vida	(Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Niemczyk, 2013; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Richards, 2018; Konstantakis et al., 2020).
Modo de vida rural	(Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015).
Elementos da agricultura	(Smith, 2015).
Hábitos e costumes de sociedades indígenas	(Hughes, 2002; Ifeyinwa, 2014; Mousavi et al., 2016).
História de evolução de uma civilização	(Akbulut & Artvinli, 2011; Ifeyinwa, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Smith, 2015; Konstantakis et al., 2020; Kalvet et al., 2020).
Crenças	(Saarinen et al., 2014).
Tradições	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Cetin & Bilgihan, 2014; Richards, 2018).
Valores	(Akbulut & Artvinli, 2011; Cetin & Bilgihan, 2014; Mousavi et al., 2016).
Comportamentos e atitudes	(Mousavi et al., 2016).
Formas de educação	(Shaw, 1992; Smith, 2015).
Linguagem	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Saarinen et al., 2014; Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019).
Gastronomia	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Özel & Kozak, 2012; Saarinen et al., 2014; Niemczyk, 2014; Ifeyinwa, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Marujo, 2015; Smith, 2015; Mousavi et al., 2016; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019; Kalvet et al., 2020).
Vinho	(Torre et al., 2019).
Práticas religiosas	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Marujo et al., 2013a; Saarinen et al., 2014; Niemczyk, 2014; Dujmović & Vitasović, 2016; Chen & Rahman, 2018; Torre et al., 2019; Konstantakis et al., 2020).
Modos de vestir	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Saarinen et al., 2014; Niemczyk, 2014).
Artesanato	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Marujo et al., 2013a; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Torre et al., 2019).
Folclore	(Hughes, 2002; Akbulut & Artvinli, 2011; Niemczyk, 2013, 2014; Croes & Semrad, 2015; Mousavi et al., 2016; Dujmović & Vitasović, 2016).
Técnicas de trabalho manual	(Shaw, 1992; Hughes, 2002; Saarinen et al., 2014).
Criatividade	(Torre et al., 2019).
Atmosfera única de cada local	(Saarinen et al., 2014; Smith, 2015; Torre et al., 2019).

Fonte: elaboração própria

Considera-se que o Turismo Cultural engloba quatro componentes que são: a atividade turística, a utilização do património cultural, o consumo de produtos e experiências e os turistas (Efentaki & Dimitropoulos, 2015). Refira-se que a autenticidade é algo fundamental e essencial para o Turismo Cultural, pois é algo que vai distinguir os vários destinos turísticos e é um elemento que os turistas culturais procuram (Kolar & Zabkar, 2010; Dujmović & Vitasović, 2016).

Como foi possível verificar, o Turismo Cultural é um termo utilizado para agrupar uma grande diversidade de elementos e atividades (Hughes, 2002; Marujo et al., 2013a, 2013b; Marujo,

2015), o que faz com que este tipo de turismo englobe vários subtipos de turismo, em consequência das relações que são estabelecidas entre os turistas e a cultura (Galí-Espelt, 2012). O Turismo Cultural também engloba diversos subtipos de turismo devido à abrangência das suas atividades, produtos e atrações (Šťastná et al., 2020), e ainda por se verificar que o Turismo Cultural é um tipo de turismo que não tem limites definidos no que diz respeito aos elementos e recursos que podem ser incluídos e trabalhados, tal como sobre o tipo de turista que os pode utilizar (Marujo et al., 2013b). Os principais subtipos de turismo que fazem parte do Turismo Cultural são os seguintes: turismo gastronómico (Niemczyk, 2013; Marujo et al., 2013b; Richards, 2014; Bujdosó et al., 2015; Marujo, 2015; Šťastná et al., 2020), enoturismo (Bujdosó et al., 2015), turismo religioso (Niemczyk, 2013; Richards, 2014; Bujdosó et al., 2015; Šťastná et al., 2020), turismo de património (Niemczyk, 2013, 2014; Ifeyinwa, 2014; Smith, 2015; Richards, 2018), turismo histórico (Marujo et al., 2013b; Marujo, 2015), turismo etnográfico (Šťastná et al., 2020), turismo étnico (Marujo et al., 2013b; Marujo, 2015), turismo de museus (Niemczyk, 2013; Marujo et al., 2013b; Marujo, 2015), turismo literário (Marujo et al., 2013b; Marujo, 2015), turismo cinematográfico (Richards, 2018; Šťastná et al., 2020), turismo de artes (Marujo et al., 2013b; Niemczyk, 2014; Ifeyinwa, 2014; Marujo, 2015; Smith, 2015; Richards, 2018), turismo industrial (Niemczyk, 2013; Šťastná et al., 2020), turismo de eventos (Niemczyk, 2013; Bujdosó et al., 2015), turismo de festivais (Marujo et al., 2013b), turismo criativo (Richards, 2014, 2018; Kalvet et al., 2020) e alguns subtipos de turismo que inicialmente não estavam relacionados com a cultura, mas que cada vez mais englobam aspetos culturais, como o turismo eco-cultural (Šťastná et al., 2020). A existência de vários subtipos de Turismo Cultural contribui para os elevados níveis de crescimento que se registam em termos de Turismo Cultural (Torre et al., 2019) e leva a que este tipo de turismo seja encarado como um fenómeno multidimensional (Hughes, 2002; Richards, 2018), o que também contribui para a dificuldade que existe em definir este tipo de turismo (Niemczyk, 2013; Kalvet et al., 2020).

Um aspeto muito importante para o Turismo Cultural é a identidade (Mousavi et al., 2016). A comunidade local pretende dar a conhecer as características únicas e singulares que caracterizam a sua cultura e os turistas culturais pretendem conhecer estas características que identificam cada cultura (Mousavi et al., 2016). Mousavi et al. (2016), afirmam que existem cinco aspetos que levaram à afirmação da identidade no Turismo Cultural e são: a concorrência, que leva a que os destinos apostem nos aspetos que os distinguem dos restantes; a procura por formas alternativas de comunidade; a necessidade que se verifica em valorizar a cultura; o desenvolvimento do turismo experimental; restabelecimento da importância da identidade na

sociedade pós-moderna (Mousavi et al., 2016). Posto isto, o Turismo Cultural é fundamental para a afirmação da identidade e também para a sua construção e reconstrução (Mousavi et al., 2016). O Turismo Cultural em muitos casos contribui para a afirmação da identidade e noutros casos cria novos significados para os locais e vida da comunidade, modificando e conferindo novas interpretações em termos de identidade (Mousavi et al., 2016).

O Turismo Cultural pretende relacionar os ganhos em termos económicos com a conservação, preservação e restauração do património e herança cultural (Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Vena-Oya et al., 2021), uma vez que a conservação, preservação e restauração do património e da herança cultural são essenciais para que a comunidade local e os turistas entendam realmente a autenticidade que faz parte de uma determinada cultura (Kolar & Zabkar, 2010). Este tipo de turismo também pretende consciencializar as pessoas sobre a importância e necessidade que existe em conservar e preservar elementos do passado e do presente como o património, a herança cultural e estilos de vida (Marujo et al., 2013a; Bujdosó et al., 2015; Marujo, 2015; Smith, 2015). A valorização do património tangível e intangível fortalecem e distinguem a identidade de um local e de uma população (Bujdosó et al., 2015; Marujo, 2015).

Este tipo de turismo afeta o modo de vida da comunidade local (Saarinen et al., 2014) e é muito importante para os países onde se desenvolve (Štastná et al., 2020; Konstantakis et al., 2020) porque: contribui para a afirmação da identidade nacional (Štastná et al., 2020); cria coesão dentro da comunidade (Saarinen et al., 2014); desenvolve o orgulho em termos de identidade cultural (Saarinen et al., 2014; Smith, 2015); origina um desenvolvimento a nível local e regional, permitindo que a população local possa usufruir dos benefícios económicos do turismo (Saarinen et al., 2014); cria postos de trabalho para a comunidade recetora (Saarinen et al., 2014; Richards, 2014; Dujmović & Vitasović, 2016); melhora o rendimento económico da população (Saarinen et al., 2014; Richards, 2014) e consequentemente a sua qualidade de vida (Jung et al., 2015; Bujdosó et al., 2015; Dujmović & Vitasović, 2016); leva a que se fixe um maior número de habitantes (Richards, 2014); permite que a comunidade local conheça novas culturas e realize trocas culturais (Saarinen et al., 2014; Richards, 2014); origina uma relação positiva entre a comunidade local e os turistas que origina benefícios em termos económicos, tal como a preservação da cultura da comunidade recetora (Saarinen et al., 2014; Dujmović & Vitasović, 2016); gera ganhos económicos (Silberberg, 1995; Jung et al., 2015; Richards, 2018) que revitalizam economias locais, regionais e nacionais (Jung et al., 2015), levando ao desenvolvimento económico (Richards, 2014; Jung et al., 2015); contribui para que seja realizada uma regeneração em termos económicos e físicos (Richards, 2014); origina a conservação, preservação e restauração do património e de recursos

relacionados com o património cultural e natural (Shaw, 1992; Saarinen et al., 2014; Maneenetr & Tran, 2014; Jung et al., 2015; Smith, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Richards, 2018; Vena-Oya et al., 2021); contribui para o aumento do valor do património cultural (Figini & Vici, 2012); melhora espaços degradados (Shaw, 1992); revivifica edifícios tradicionais e indústrias artesanais (Saarinen et al., 2014); divulga elementos culturais de culturas minoritárias (Maneenetr & Tran, 2014); valoriza as várias línguas que fazem parte da cultura de uma sociedade (Maneenetr & Tran, 2014); preserva tradições culturais (Dujmović & Vitasović, 2016); reduz barreiras étnicas (Jung et al., 2015); desenvolve e origina novas atividades económicas (Saarinen et al., 2014); diversifica as infraestruturas em termos culturais (Dujmović & Vitasović, 2016); contribui para o desenvolvimento e melhoramento de infraestruturas como as vias de acesso (Saarinen et al., 2014; Ramires et al., 2018); origina a regeneração e o desenvolvimento em termos urbanos (Jung et al., 2015; Richards, 2018); cria novos equipamentos e atividades culturais como museus e galerias de arte (Ramires et al., 2018); contribui para que sejam realizadas melhorias em termos ambientais (Shaw, 1992). Nos países menos desenvolvidos e mais desfavorecidos o Turismo Cultural poderá contribuir para a eliminação da pobreza e para o desenvolvimento em termos económicos e sociais que é tão necessário nestes locais (Saarinen et al., 2014).

Como o Turismo Cultural afeta a vida de uma comunidade local, originando-lhe vários benefícios (Saarinen et al., 2014; Richards, 2014, 2018; Liang et al., 2021) leva a que o envolvimento da comunidade local nos processos de decisão seja fundamental e essencial para o desenvolvimento deste tipo de turismo (Saarinen et al., 2014; Richards, 2018; Liang et al., 2021). Através do Turismo Cultural, a comunidade local percebe que este tipo de turismo contribui bastante para a revitalização e renascimento dos locais, ou seja, entendem que a sua cultura é fundamental para a regeneração e desenvolvimento dos espaços em que vivem (Jung et al., 2015; Marujo, 2015).

O Turismo Cultural distingue-se dos restantes tipos de turismo por incluir diversas atividades com características únicas e distintas (Akbulut & Artvinli, 2011), ser desenvolvido durante todo o ano e permitir que se conheça o estilo de vida, tradições, valores e crenças de diversos povos e civilizações (Akbulut & Artvinli, 2011). Para além destes aspetos o Turismo Cultural distingue-se dos outros tipos de turismo devido às motivações e interesses apresentados pelos turistas (Marujo, 2015; Vena-Oya et al., 2021). Este tipo de turismo também é diferente dos restantes tipos de turismo devido à aprendizagem que é possível realizar, na medida em que os turistas culturais ficam a conhecer e a compreender elementos, aspetos e características da cultura do local que estão a visitar (McCarthy, 2012). Algo também característico deste tipo de turismo é

o facto de estar relacionado com os interesses e desejos dos turistas, desenvolvendo-se e adaptando-se para lhes dar resposta (Konstantakis et al., 2020).

Os destinos devem apostar no desenvolvimento do Turismo Cultural porque é uma atividade que gera bastantes recursos em termos económicos (Smith, 2015). Os destinos também devem desenvolver este tipo de turismo porque é pouco afetado por crises económicas, uma vez que consegue atrair turistas durante todo o ano, por existirem diversos produtos e atrações de elevada qualidade (Ramires et al., 2018). Para além destes aspetos os destinos devem apostar no Turismo Cultural porque este tipo de turismo atrai turistas com um elevado nível de educação e rendimento que contribuem para o desenvolvimento das atividades culturais (Richards, 2014).

No futuro considera-se que o Turismo Cultural irá continuar a crescer (Niemczyk, 2013; Zieba, 2017; Richards, 2018; Kalvet et al., 2020), apresentando-se como um mercado de massas (Marujo, 2015; Richards, 2018; Kalvet et al., 2020), deixando para trás o seu passado em que era considerado um mercado de nicho constituído apenas por pessoas com elevados níveis de rendimento e educação (Marujo, 2015; Smith, 2015; Richards, 2018). Este aspeto pode levar a que o Turismo Cultural deixe de ser um tipo de turismo que seja desejável para desenvolver nos destinos, pois já não vai apenas atrair turistas de qualidade, mas sim uma grande diversidade de turistas que podem degradar o património cultural e aspetos culturais do destino (Richards, 2018). Outra tendência identificada está relacionada com o facto de os turistas culturais procurarem cada vez mais conhecer e experienciar aspetos relacionados com o dia-a-dia dos locais que estão a visitar (Richards, 2014, 2018), pois consideram que apenas estes aspetos é que vão fazer com que realmente compreendam as diferenças que existem entre as várias culturas (Richards, 2014) e vivam experiências autênticas nos destinos (Richards, 2018). A última tendência identificada está relacionada com o facto de os turistas culturais pretenderem estabelecer uma relação com a cultura do local que estão a visitar (Richards, 2014; Smith, 2015), tal como com os seus residentes (Richards, 2014) e para isso querem viver integrados na comunidade durante as suas viagens, não querendo ser rotulados como turistas (Richards, 2018). Isto irá fazer com que a comunidade local seja um intermediário cultural, fazendo com que vão existir vários aspetos relacionados com a experiência cultural que já não serão controlados pelos responsáveis do turismo (Richards, 2014). Este aspeto também levará à criação de experiências que serão benéficas para os turistas e para os residentes (Richards, 2014). O crescimento do Turismo Cultural, no futuro, também vai originar cada vez mais subtipos de Turismo Cultural, criando diversos mercados de nicho (Richards, 2018).

A atividade turística origina aspetos negativos e positivos para o património, cultura e residentes (Kolar & Zabkar, 2010). Um dos principais impactos negativos diz respeito à mercantilização da cultura, mas a mercantilização não pretende eliminar a autenticidade que está inerente a cada cultura, mas sim divulgar o seu valor único e característico (Kolar & Zabkar, 2010). Para além disto, também se verifica que a cultura está a ser manipulada com o intuito de ser consumida pelo turismo de massas e que estão a ser criados locais culturais artificiais para serem apenas consumidos pelos turistas (Galí-Espelt, 2012).

Para o triunfo e desenvolvimento sustentado do Turismo Cultural a longo prazo é fundamental implementar o trabalho em rede (Shishmanova, 2015). Os vários locais, cidades, regiões devem trabalhar em conjunto para conseguirem oferecer produtos de Turismo Cultural mais completos que vão ao encontro das necessidades e motivações dos turistas culturais (Shishmanova, 2015).

1.4.1. O turista cultural

Tal como os conceitos de Cultura e de Turismo Cultural, o conceito de turista cultural também é de difícil definição (Galí-Espelt, 2012; Zieba, 2017; Chiao et al., 2018; Šťastná et al., 2020). Isto acontece porque muitas vezes é difícil distinguir os turistas culturais dos restantes tipos de turistas, uma vez que os turistas culturais combinam o Turismo Cultural com outras atividades turísticas, de onde se destacam atividades de lazer, de desporto e de negócios (Šťastná et al., 2020). Mas, segundo McKercher (2002), o turista cultural deve ser definido como: “alguém que visita, ou tem a intenção de visitar, uma atração de Turismo Cultural, uma galeria de arte, um museu ou um local histórico, assistir a uma atuação ou festival, ou participar numa grande variedade de atividades em qualquer momento durante o seu tempo de viagem, independentemente da sua principal razão para viajar” (McKercher, 2002, p. 30). Resumindo, os turistas culturais fazem parte de um segmento de mercado distinto (Hughes, 2002; Cetin & Bilgihan, 2014; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015) e a principal motivação destes turistas é conhecer e consumir diferentes culturas (Shaw, 1992; Galí-Espelt, 2012; Cetin & Bilgihan, 2014; Marujo, 2015). A dificuldade em definir o turista cultural está também associada ao facto de cada local apresentar atrações e produtos culturais únicos que atraem turistas com perfis e características distintas (Ramires et al., 2018). Similarmente é difícil definir o turista cultural porque muitos turistas culturais não se identificam como tal (Ramires et al., 2018). Por fim, a dificuldade em definir o turista cultural está relacionada com o facto das motivações culturais e a sua importância variarem de turista para turista (Ramires et al., 2018; Richards, 2018).

O Turismo Cultural existe porque é possível encontrar turistas que pretendem visitar locais que apresentem uma cultura diferente da sua, tal como consolidar os seus conhecimentos sobre diferentes culturas e sociedades (Maneenetr & Tran, 2014). Cada sociedade apresenta uma cultura diferente e os turistas pretendem conhecer essas diferenças e aspetos singulares que caracterizam cada local, incluindo o estilo de vida da comunidade local e o seu património cultural material e imaterial (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2015; Zieba, 2017). Tendo este aspeto em consideração, o Turismo Cultural permite que os turistas percebam e conheçam os aspetos únicos que caracterizam cada cultura (Marujo et al., 2013a, 2013b; Marujo, 2015), ao relacionarem-se com a mesma (Marujo et al., 2013a). O Turismo Cultural permite que os turistas adquiram conhecimentos sobre o local que estão a visitar, a sua comunidade, a sua cultura, o seu património e os seus elementos naturais (Marujo, 2015). O turista cultural aprecia todos os aspetos da cultura do local que está a visitar e devido a este aspeto procura constantemente elementos culturais únicos, singulares, distintivos e característicos (Marujo et al., 2013a; Marujo, 2014; Richards, 2014). Estes elementos levam a que realizem uma experiência profunda com o local que estão a visitar (Marujo et al., 2013a; Richards, 2014). Para além disto, estes turistas também pretendem criar uma relação com a população residente (Marujo, 2014).

Os turistas culturais apresentam várias características distintivas (Özel & Kozak, 2012), de onde se destacam as seguintes: apresentam um elevado nível de educação (superior ao da população em geral) apresentando cursos superiores (Richards, 1996; Hughes, 2002; Kim, Cheng & O'Leary, 2007; Özel & Kozak, 2012; Niemczyk, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Efentaki & Dimitropoulos, 2015; Dujmović & Vitasović, 2016; Konstantakis et al., 2020) e, por este motivo é que são mais interessados nos aspetos culturais de um destino (Silberberg, 1995; Richards, 1996; Cetin & Bilgihan, 2014); têm um elevado conhecimento em termos culturais e recolhem informação sobre o destino antes de realizarem a sua viagem (Niemczyk, 2014; Konstantakis et al., 2020); possuem um nível de rendimento elevado e por isso, gastam mais dinheiro nos locais que visitam (Silberberg, 1995; Hughes, 2002; Kim et al., 2007; Özel & Kozak, 2012; Niemczyk, 2014; Cetin & Bilgihan, 2014; Efentaki & Dimitropoulos, 2015; Croes & Semrad, 2015; Marujo, 2015; Chen & Rahman, 2018; Gómez, 2019; Konstantakis et al., 2020; Vena-Oya et al., 2021); pertencem às classes sociais mais elevadas da sociedade (Richards, 1996; Marujo, 2015; Gómez, 2019); são empregados por conta de outrem (Niemczyk, 2014); apresentam uma maior probabilidade de possuírem um trabalho relacionado com a cultura (Richards, 1996); ficam mais tempo nos locais que escolhem visitar (Silberberg, 1995; Özel & Kozak, 2012; Chen & Rahman, 2018; Konstantakis et al., 2020); preferem ficar em hotéis e motéis (Silberberg, 1995); gostam de fazer compras

(Silberberg, 1995); repartem as suas férias com o objetivo de poderem visitar mais locais (Richards, 1996; Figini & Vici, 2012); quase nunca visitam o mesmo destino duas vezes (Figini & Vici, 2012); apresentam comportamentos sustentáveis (Vena-Oya et al., 2021), respeitando a cultura local e os recursos naturais (Cetin & Bilgihan, 2014; Marujo, 2015); têm uma elevada compreensão dos impactos negativos do turismo (Dujmović & Vitasović, 2016); participam em mais atividades no destino do que os restantes tipos de turistas (Özel & Kozak, 2012; Konstantakis et al., 2020); procuram experiências de qualidade que lhes são proporcionadas pelas atrações e produtos culturais (Silberberg, 1995); as mulheres praticam mais este tipo de turismo do que os homens (Silberberg, 1995; Kim et al., 2007; Özel & Kozak, 2012; Niemczyk, 2014; Konstantakis et al., 2020); são pessoas de idade mais avançada (Silberberg, 1995; Kim et al., 2007; Özel & Kozak, 2012; Niemczyk, 2014; Efentaki & Dimitropoulos, 2015; Konstantakis et al., 2020); apresentam uma grande consciencialização dos riscos que os raios ultravioleta têm para a saúde e para a sua aparência no geral e, por este motivo procuram atividades que não sejam ao ar livre (Silberberg, 1995). Muito resumidamente, a imagem geral de um turista cultural corresponde a uma pessoa de mais idade, com elevados níveis de rendimento e educação (Richards, 1996). Também se considera que os turistas de longa distância e os que visitam o destino pela primeira vez são os que gastam mais dinheiro no destino (Richards, 2018). Devido a todas as características distintivas dos turistas culturais, estes são considerados como um dos tipos de turistas mais interessantes, benéficos e desejáveis para os destinos (Hughes, 2002; Vena-Oya et al., 2021). Muitos destinos preferem os turistas culturais a qualquer outro tipo de turistas (Hughes, 2002).

Os elevados gastos dos turistas culturais nos destinos, levam a que o Turismo Cultural seja um tipo de turismo atrativo para ser desenvolvido em diversos locais (Cetin & Bilgihan, 2014; Vena-Oya et al., 2021), uma vez que vai originar vários benefícios económicos (Gómez, 2019). Os turistas culturais gastam bastante dinheiro nos destinos pois consideram que investem o seu dinheiro em atividades e experiências que contribuem para os seus níveis de satisfação após terminarem a sua viagem (Vena-Oya et al., 2021). Como estes turistas contribuem para o desenvolvimento económico, cada vez mais se verifica que diversos elementos culturais são utilizados em termos turísticos com o objetivo de gerarem benefícios em termos económicos (Gómez, 2019).

Dentro dos turistas culturais é possível identificar vários níveis de motivações culturais (Silberberg, 1995; Özel & Kozak, 2012; Marujo, 2015), e estes níveis de motivações vão influenciar a forma como os turistas culturais se relacionam e participam nas atividades e experiências de Turismo Cultural (Galí-Espelt, 2012). Existem turistas que são profundamente motivados pela

cultura e viajam para os locais devido aos seus elementos culturais, mas também é possível encontrar turistas que são apenas motivados parcialmente pela cultura e visitam os locais devido aos seus elementos culturais, mas também por outros motivos, ou seja, as motivações culturais estão conjugadas com outros tipos de motivações e, ainda é possível encontrar turistas que não são motivados pela cultura, mas quando estão no destino visitam atrações culturais e consomem produtos culturais (Silberberg, 1995; Marujo, 2014). De acordo com as motivações que apresentam, existem turistas que contactam com a cultura do local que estão a visitar de forma quase acidental e outros que contactam com a cultura de forma intencional, sendo esse contacto o seu principal objetivo (Galí-Espelt, 2012). Isto leva a concluir que os turistas culturais não são um grupo homogéneo e que para alguns turistas culturais as atrações culturais são o objetivo e motivação principal para a viagem enquanto para outros turistas culturais que realizam a mesma viagem essas mesmas atrações culturais podem não ter qualquer influência na escolha do destino a visitar (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a), o que faz com que existam turistas culturais que realizam experiências culturais profundas no destino que estão a visitar, enquanto outros apenas realizam experiências superficiais (Galí-Espelt, 2012). O tipo de conhecimento a nível cultural que os turistas culturais apresentam também vai influenciar o tipo de experiência, uma vez que os turistas culturais com maior conhecimento em termos culturais vão viver experiências culturais profundas enquanto os turistas culturais com menor conhecimento em termos culturais vão viver experiências culturais superficiais (Marujo, 2014). Para além do tipo de conhecimento a nível cultural, os níveis de educação e de rendimento e as visitas culturais que realizaram anteriormente também vão influenciar o tipo de experiência e a forma como os turistas culturais se relacionam com o local que estão a visitar (Croes & Semrad, 2015).

Os turistas culturais procuram a autenticidade, tal como perceber as diferenças que existem entre as várias culturas e por isso, considera-se que estes são os turistas que procuram as experiências mais profundas e repletas de significado e, este aspeto distingue os turistas culturais dos restantes tipos de turistas (Saarinen et al., 2014). Outro aspeto que também distingue os turistas culturais é o facto de estes quererem mergulhar na cultura do local que estão a visitar, sendo este aspeto algo fundamental da experiência turística (Chen & Rahman, 2018). Os turistas culturais distinguem-se ainda por serem turistas com maiores níveis de rendimento (Smith, 2015). Para além disto, o Turismo Cultural é encarado como um tipo de turismo mais focado e profundo uma vez que vai para além do simples lazer apostando na educação dos turistas sobre o local que estão a visitar e, também sobre as pessoas que vivem nesse mesmo local (Saarinen et al., 2014; Cetin & Bilgihan, 2014). Posto isto, é possível afirmar que os turistas culturais são bastante

seletivos no que diz respeito às atrações e produtos de Turismo Cultural que consomem e para além de visitarem as atrações culturais que são bastante conhecidas querem também ter experiências relacionadas com o património e a cultura do local que estão a visitar (Richards, 1996).

Segundo Cetin e Bilgihan (2014), a experiência dos turistas culturais envolve cinco elementos. O primeiro elemento diz respeito à interação que existe com a comunidade local, o segundo elemento corresponde aos aspetos relacionados com as características únicas do local, o terceiro elemento envolve as infraestruturas turísticas que fazem parte do destino, o quarto elemento engloba a cultura e o património do destino e a sua valorização e, por fim o quinto elemento diz respeito às diferenças que os turistas culturais encontram no destino que estão a visitar e que geram algumas dificuldades para os mesmos (Cetin & Bilgihan, 2014).

É possível encontrar diversos estudos que pretendem caracterizar e segmentar os turistas culturais (Niemczyk, 2013; Ramires et al., 2018). Mas, a maioria dos estudos realizados foca-se em traçar um perfil dos turistas culturais, considerando que todos os turistas culturais são iguais (Ramires et al., 2018), o que na realidade não acontece porque diferentes turistas apresentam motivações diferentes e, conseqüentemente a cultura apresenta diferentes significados para cada turista, sendo possível identificar grupos de turistas que se interessam por atividades, experiências, atrações e produtos culturais diversos (Ramires et al., 2018). Tendo estes aspetos em consideração existem vários autores que tentaram agrupar os turistas culturais em diversos grupos distintos, definindo perfis para cada um dos grupos identificados (Hughes, 2002; Özel & Kozak, 2012; Ramires et al., 2018; Konstantakis et al., 2020).

Apesar de existirem diversos estudos que segmentam os turistas culturais em diversos grupos, a classificação que é mais utilizada foi a elaborada por McKercher (2002), uma vez que foi considerada como um marco na literatura sobre os turistas culturais (Özel & Kozak, 2012). Deste modo, as suas conclusões são as que são mais aceites no meio académico e que ainda são testadas em estudos recentes (Ramires et al., 2018; Konstantakis et al., 2020).

McKercher (2002) considerou que existiam diferentes tipos de turistas que procuravam diferentes experiências turísticas e participavam nas atividades turísticas de maneiras distintas. Tendo este aspeto em consideração elaborou um modelo de segmentação dos turistas culturais que se baseia em duas dimensões que são: a importância que os motivos culturais representam no processo de tomada de decisão para visitar um destino e a profundidade da experiência (McKercher, 2002).

A primeira dimensão corresponde à importância que os motivos culturais representam no processo de tomada de decisão para visitar um destino e esta dimensão considera que existem turistas que são mais motivados pelos aspetos culturais de um destino do que outros (McKercher, 2002). É possível encontrar turistas em que a vontade de se envolverem e participarem em atividades culturais corresponde à principal razão para visitarem determinado destino (McKercher, 2002). Também é possível encontrar turistas para os quais o Turismo Cultural corresponde apenas a uma motivação secundária, não sendo algo essencial para visitar determinado destino e ainda existem turistas para quem o Turismo Cultural não tem qualquer influência na tomada de decisão para visitar um destino turístico (McKercher, 2002). Posto isto, a participação dos turistas em atividades culturais não é suficiente para explicar as suas motivações (McKercher, 2002).

A segunda dimensão corresponde à profundidade da experiência e está associada ao facto de que diferentes pessoas vão conseqüentemente apresentar diferentes formas de se relacionarem com as atrações culturais (McKercher, 2002). Estas diferenças estão relacionadas com diversos fatores, de onde se destacam os seguintes: nível de escolaridade, nível de conhecimento sobre o destino antes de realizem a visita, ideias que os turistas têm sobre o destino, o significado que o destino apresenta para os turistas e a sua disponibilidade em termos de tempo (McKercher, 2002). Estes fatores levam a que diferentes turistas se relacionem de forma mais ou menos intensa com os aspetos culturais dos destinos que visitam (McKercher, 2002).

Ao conjugar estas duas dimensões é possível elaborar um modelo conceptual sobre os turistas culturais (McKercher, 2002). Estas duas dimensões existem de forma contínua (McKercher, 2002). A importância, ou centralidade, do Turismo Cultural pode ser para algumas pessoas a principal razão para visitarem um determinado destino turístico, mas para outros turistas pode ser apenas uma razão secundária e para outros turistas pode nem sequer influenciar o seu processo de tomada de decisão, mesmo quando participam em atividades culturais no destino (McKercher, 2002). A profundidade da experiência vai variar entre experiências superficiais e experiências profundas focadas na aprendizagem (McKercher, 2002). Posto isto, é possível segmentar os turistas culturais em cinco segmentos distintos (figura 1).

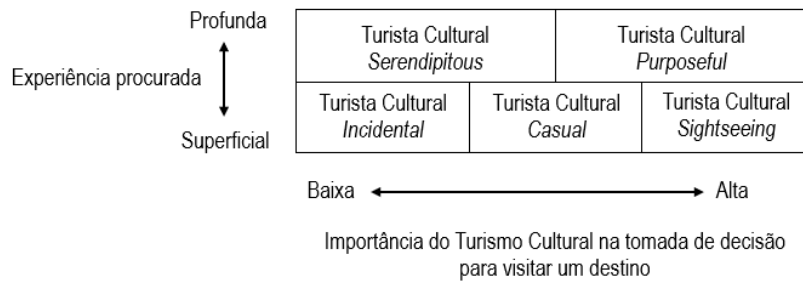


Figura 1 - Segmentação dos turistas culturais

Fonte: McKercher (2002)

O turista cultural *purposeful* apresenta uma elevada centralidade em termos de motivos e uma experiência profunda (McKercher, 2002). Este segmento de turistas culturais deseja adquirir conhecimento sobre a cultura do local que está a visitar, sendo este desejo um dos principais motivos para viajar (McKercher, 2002). Este segmento de turistas culturais realiza experiências culturais profundas (McKercher, 2002).

O turista cultural *sightseeing* demonstra uma elevada centralidade em termos de motivos e uma experiência superficial (McKercher, 2002). Este segmento de turistas culturais também deseja adquirir conhecimento sobre a cultura do local que está a visitar, mas realiza experiências superficiais, baseadas no entretenimento (McKercher, 2002).

O turista cultural *casual* exibe uma centralidade em termos de motivos modesta e uma experiência superficial (McKercher, 2002). As razões culturais pouco influenciam a tomada de decisão para visitar um destino e isto leva a que as experiências no destino sejam apenas superficiais (McKercher, 2002).

O turista cultura *incidental* apresenta uma centralidade em termos de motivos baixa e uma experiência superficial (McKercher, 2002). Os motivos culturais pouco ou nada influenciam o processo de tomada de decisão para visitar um destino (McKercher, 2002). Estes turistas vão viver uma experiência superficial quando participam em atividades culturais (McKercher, 2002).

O turista cultural *serendipitous* demonstra uma centralidade em termos de motivos baixa e uma experiência profunda (McKercher, 2002). Os motivos culturais pouco ou nada influenciam o processo de tomada de decisão para visitar um destino, mas quando visitam o destino acabam por viver uma experiência profunda em termos culturais (McKercher, 2002).

Os primeiros quatro segmentos concentram a grande maioria dos turistas culturais que visitam um destino turístico, expressando a relação esperada entre as duas dimensões que fazem parte do modelo (McKercher, 2002). No entanto, não se deve concluir que turistas altamente

motivados culturalmente vão viver uma experiência profunda, uma vez que existem turistas que são altamente motivados culturalmente e vivem experiências culturais superficiais (turista cultural *sightseeing*), tal como existem outros turistas para quem a cultura pouco ou nada influencia a tomada de decisão para visitar um destino turístico, mas vivem uma experiência cultural profunda no destino durante a sua visita (turista cultural *serendipitous*) (McKercher, 2002).

O autor menciona que nenhum dos cinco segmentos de turistas culturais é melhor do que outro e que os vários segmentos de turistas culturais variam de destino para destino e de atração para atração (McKercher, 2002). A presença dos vários segmentos de turistas culturais é influenciada principalmente pela política de marketing adotada pelo destino e a reputação do destino em termos culturais (McKercher, 2002). Os destinos culturais já bastante consolidados atraem mais turistas culturais *purposeful* e turistas culturais *sightseeing* e os destinos culturais pouco consolidados atraem mais turistas culturais *casual* e turistas culturais *incidental* (McKercher, 2002).

Mesmo apesar de estarem divididos em segmentos é necessário ter em consideração que cada turista apresenta diferentes aceções, compreensões e apreciações dos diversos elementos que fazem parte do património cultural do local que estão a visitar (Wei et al., 2020).

Existem autores que defendem que existem diferenças também entre os turistas culturais mais jovens e os turistas culturais mais velhos (Richards, 2018). Os turistas culturais mais jovens consomem produtos culturais que estão associados à arquitetura moderna, à criatividade e à arte contemporânea, enquanto os turistas culturais mais velhos consomem produtos turísticos associados ao património construído, como monumentos e museus (Richards, 2018).

Para que os destinos retirem partido do Turismo Cultural é necessário conhecer os vários segmentos de turistas culturais, as suas características, necessidades e desejos (Kolar & Zabkar, 2010; Ramires et al., 2018; Konstantakis et al., 2020), para que se apliquem estratégias de marketing e de gestão corretas e que tragam bons resultados (Kolar & Zabkar, 2010; Ramires et al., 2018). O conhecimento dos turistas culturais é também fundamental para criar produtos e experiências que correspondam as exigências, necessidades e desejos dos turistas culturais (Ramires et al., 2018). Posto isto, é possível concluir que os destinos devem focar os seus esforços em desenvolver produtos e experiências que sejam singulares e memoráveis, indo ao encontro das necessidades e expectativas destes turistas (Smith, 2015; Ramires et al., 2018).

1.5. O fenómeno do Dark Tourism

Como já foi referido anteriormente, o Turismo Cultural engloba um grande conjunto de elementos e atividades (Hughes, 2002; Marujo et al., 2013a, 2013b; Marujo, 2015), o que faz com que o Turismo Cultural abranja uma grande diversidade de atividades, produtos e atrações (Šťastná et al., 2020) e os investigadores que estudam o fenómeno do Dark Tourism, consideram este tipo de turismo como um subproduto do Turismo Cultural (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017), uma vez que retira partido do património material e imaterial (Light, 2017). O Dark Tourism é classificado como um mercado de nicho (Du, Littlejohn & Lennon, 2013; Simone-Charteris, Boyd & Burns, 2013; McKenzie, 2013; Martini & Buda, 2018; Mionel, 2020), estando integrado nos subtipos de turismo que fazem parte do Turismo Cultural que foram originados devido ao grande crescimento do Turismo Cultural (Richards, 2018).

O termo Dark Tourism foi criado pelos autores Foley e Lennon no ano de 1996 para descrever a atividade turística que estava relacionada com visitas que envolviam a visualização e consumo por parte dos turistas de locais e atrações que estavam relacionados com a morte e o desastre (Foley & Lennon, 1996). Os autores sentiram a necessidade de dar uma designação a este tipo de turismo, porque verificaram que este crescia cada vez mais (Lennon & Foley, 1999). Devido a terem criado o termo Dark Tourism e o terem introduzido no campo académico estes autores são considerados como pioneiros sobre o assunto em termos académicos (Wight & Lennon, 2007; Sharpley, 2009a; Stone, 2011; Garcia, 2012; Laws, 2013; Morales, 2013; Coutinho & Baptista, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Martini & Buda, 2018; Hartmann, Lennon, Reynolds, Rice, Rosenbaum & Stone, 2018; Marques, 2018; Mionel, 2020; Iliev, 2020; Silva et al., 2020).

Lennon e Foley no ano de 2000, elaboraram uma definição para Dark Tourism que é utilizada por muitos dos investigadores que se dedicam ao estudo do Dark Tourism como base para os seus trabalhos (figura 2). Estes autores definem Dark Tourism como um fenómeno social especial que diz respeito ao comportamento que envolve a visita a locais que estão associados com a morte, o desastre e a tragédia com a finalidade de recordação, educação ou entretenimento (Lennon & Foley, 2000, citados por Preece & Price, 2005; Cohen, 2010; Garcia, 2012; Kim & Butler, 2015; Yan et al., 2016; Light, 2017; Powell et al., 2018; Boateng et al., 2018; Marques, 2018; Iliev, 2020).

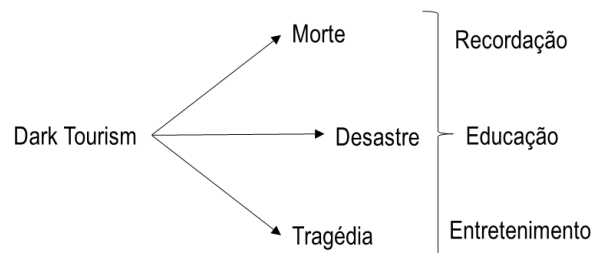


Figura 2 - Definição de Dark Tourism

Fonte: elaboração com base em Lennon e Foley (2000), citados por Preece e Price (2005), Cohen (2010), Garcia (2012), Kim e Butler (2015), Yan et al. (2016), Light (2017), Powell et al. (2018) Boateng et al. (2018), Marques (2018) e Iliev (2020).

Tendo como referência esta definição os vários autores começam os seus estudos com o objetivo de a enriquecerem e também realizarem as suas próprias considerações contribuindo para o desenvolvimento do campo académico sobre os estudos em Dark Tourism.

Na sociedade atual existe um interesse cada vez maior no Dark Tourism em termos turísticos e, seguindo esta tendência também se verifica que existe um interesse cada vez maior por parte dos investigadores e académicos em estudarem e investigarem o fenómeno do Dark Tourism (Sharpley, 2009a; Cohen, 2010; Stone, 2011; Frew & White, 2013; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Powell et al., 2018; Martini & Buda, 2018; Silva et al., 2020). No entanto, é possível verificar que a literatura que existe sobre este tipo de turismo ainda é pouco aprofundada e existem assuntos que ainda não foram estudados e analisados (Preece & Price, 2005; Stone, 2006; Sharpley, 2009a; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Silva et al., 2020), este aspeto pode ser justificado pelo facto de os estudos académicos sobre o tema do Dark Tourism só terem começado há cerca de vinte anos (Sharpley, 2009a; Frew & White, 2013; Laws, 2013; Morales, 2013; Ashworth & Isaac, 2015; Kim & Butler, 2015; Martini & Buda, 2018; Silva et al., 2020). Posto isto, considera-se que o Dark Tourism ainda é uma área de investigação relativamente recente (Preece & Price, 2005; Laws, 2013; Coutinho & Baptista, 2014), uma vez que antes da década de 1990 o termo Dark Tourism nunca tinha sido utilizado em termos académicos para definir a visita a locais e atrações que estão relacionados com a morte, o sofrimento, o desastre e o macabro (Stone, 2011).

A ideia de existir um tipo de turismo que apresentava um foco na morte, no desastre e na tragédia foi algo bastante chocante e surpreendente porque até à introdução da definição de Dark Tourism a atividade turística era encarada como algo alegre e inofensivo, que permitia o contacto e o estabelecimento de relações entre diversas culturas e sociedades (Ashworth & Isaac, 2015). Desta forma, a possibilidade de a atividade turística apresentar elementos e características macabras e sombrias foi algo bastante inesperado e, levou a que o comportamento e sensações

dos turistas fossem encaradas e estudadas através de diferentes perspetivas (Ashworth & Isaac, 2015).

Apesar dos contributos de Lennon e Foley serem utilizados como a base para o estudo e investigação desenvolvida por diversos autores, algumas das suas afirmações também são bastantes contestadas, principalmente no que diz respeito a estes autores defenderem que o Dark Tourism diz respeito a um fenómeno da pós-modernidade (Preece & Price, 2005; Stone, 2006; Sharpley, 2009a; Laws, 2013; Willard, Lade & Frost, 2013; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Light, 2017; Iliev, 2020; Silva et al., 2020). Estes autores em dois dos seus artigos científicos afirmaram que o Dark Tourism é um fenómeno da pós-modernidade (Foley & Lennon, 1996; Lennon & Foley, 1999) porque apenas os eventos recentes relacionados com atos horríveis e desumanos é que foram divulgados pela comunicação social e o Dark Tourism beneficia bastante da divulgação que é feita através da comunicação social (Foley & Lennon, 1996), uma vez que as motivações para a prática deste tipo de turismo surgiram porque as tecnologias de comunicação conjugadas com os média fazem com que eventos sejam partilhados e divulgados a nível global (Lennon & Foley, 1999) devido aos desenvolvimentos verificados principalmente ao nível da *Internet* que permitem que exista um grande acesso a informação, imagens e vídeos (Foley & Lennon, 1996). Também defendem que o Dark Tourism é um fenómeno da pós-modernidade porque este só foi possível crescer e desenvolver-se devido à afirmação de aspetos como a recordação, a interpretação, a simulação de experiências, a reprodução de acontecimentos, a utilização de tecnologias em termos visuais e o entretenimento que só se verificaram na pós-modernidade (Foley & Lennon, 1996; Lennon & Foley, 1999). Esta afirmação é criticada porque vários autores defendem que o Dark Tourism não pode ser considerado como um fenómeno que só se iniciou na pós-modernidade, uma vez que a morte se encontra associada ao turismo desde tempos bastante longínquos (Laws, 2013; Willard et al., 2013; Ashworth & Isaac, 2015; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Coutinho, Baptista, Martins & Rebelo, 2018; Marques, 2018; Silva et al., 2020), principalmente no que diz respeito a deslocações relacionadas com a religião (Stone, 2006; Walter, 2009). É possível associar os primeiros exemplos de Dark Tourism aos jogos de gladiadores romanos e desta forma, o Coliseu Romano pode ser identificado como uma das primeiras atrações de Dark Tourism (Stone, 2006; Sharpley, 2009a; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Silva et al., 2020). Para além do Coliseu Romano, as execuções públicas que eram realizadas até ao século XIX também podem ser identificadas como atrações de Dark Tourism (Stone, 2006; Sharpley, 2009a; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Silva et al., 2020). Posto isto, é possível concluir que o Dark Tourism não deve estar limitado a uma época ou

período histórico, pois o que interessa não é o ano em que os acontecimentos ocorreram, mas sim a existência de atrações e locais associados à morte, a atos de violência, a cenas de morte e a crimes contra a humanidade (Preece & Price, 2005).

Hartmann et al. (2018) defendem que existiram três épocas históricas que contribuíram para o desenvolvimento e para a afirmação do Dark Tourism. A primeira época engloba as peregrinações que foram realizadas entre o século IV e o século XVI, que estavam relacionadas com o Cristianismo e que se focavam em aspetos relacionados com a morte e a fatalidade (Hartmann et al., 2018). A segunda época diz respeito ao século XVI, onde se verificou principalmente na Europa um interesse em promover e divulgar as mortes de importantes figuras culturais, artistas, políticos, entre outras personalidades importantes da sociedade (Hartmann et al., 2018). Nesta época também se verificou o aumento do interesse em relação a memoriais, cemitérios e epitáfios (Hartmann et al., 2018). A terceira época corresponde ao Romantismo com os seus ideais em termos literários, artísticos e filosóficos que tiveram origem na última metade do século XVIII e que contribuíram para a tendência de se realizarem viagens associadas à morte, que continua presente na sociedade até aos dias de hoje (Hartmann et al., 2018).

O Dark Tourism como se pode verificar não é um conceito novo, ou um tipo de turismo recente (Frew & White, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Powell et al., 2018). É possível afirmar que a morte e a atividade turística estão relacionadas desde tempos longínquos (Sharpley, 2009a; Stone, 2011), uma vez que desde que as pessoas começaram a viajar que de forma direta ou indireta foram atraídas para visitar locais e atrações relacionadas com a morte, o desastre, a violência e o sofrimento (Sharpley, 2009a). Pelo que se pode concluir que sempre existiu nas várias culturas e sociedades um fascínio pela morte, pela tragédia, pelo desastre e pelo macabro (Hartmann et al., 2018; Silva et al., 2020), sendo este fascínio algo que faz parte da natureza humana (Morales, 2013). O que é novo é a forma como os locais relacionados com a morte, a tragédia, o sofrimento, o desastre e o macabro são divulgados, comercializados e incluídos na indústria do turismo, o que torna estes locais mais disponíveis e acessíveis para serem visitados do que eram no passado (Powell et al., 2018; Silva et al., 2020). Algo que também é novo relativamente a este tipo de turismo é o grande interesse em termos académicos e este interesse existe devido aos locais associados ao Dark Tourism atraírem mais visitantes, uma vez que estão mais disponíveis (Simone-Charteris et al., 2013).

Alguns investigadores afirmam que não existe nenhum consenso no que diz respeito a uma definição de Dark Tourism e que até mesmo a utilização do termo Dark Tourism não é consensual, mas é o que é mais utilizado na literatura (Preece & Price, 2005; Sharpley, 2009a;

Stone, 2011; Lelo & Jamal, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Powell et al., 2018; Martini & Buda, 2018; Iliev, 2020; Silva et al., 2020). O termo Dark Tourism muitas vezes não é aceite nem utilizado porque transmite ideias e sentimentos menos agradáveis, sendo visto como um conceito negativo e repleto de problemas a nível moral (Sharpley & Stone, 2009a; Martini & Buda, 2018). Contudo, é possível afirmar que o Dark Tourism é considerado como um termo generalista que engloba qualquer tipo de turismo que está relacionado com a morte, o sofrimento, a tragédia, o macabro e desastres (Sharpley, 2009a; Cohen, 2010; Light, 2017; Mionel, 2020, Iliev, 2020), algo que por vezes leva a que o termo se torne um pouco confuso (Sharpley, 2009a). No entanto, é possível verificar que a própria indústria do turismo tem sido lenta em adotar esta tipologia e foram as próprias atrações e destinos que começaram a usar o termo Dark Tourism na sua promoção (Light, 2017).

É bastante difícil definir o Dark Tourism devido a vários aspetos, destacando-se os seguintes: este tipo de turismo é bastante complexo, multidisciplinar, multidimensional e apresenta uma natureza emotiva (Sharpley & Stone, 2009a); ser um tipo de turismo cujas mensagens são bastante influenciadas pela política (Sharpley & Stone, 2009a); originar vários problemas em termos éticos e morais (Sharpley & Stone, 2009a); a visita a locais contemporâneos relacionados com a morte e sofrimento são feitas de forma imediata e espontânea, por oposição à visita que é realizada a locais e atrações que estão relacionados com acontecimentos históricos distantes que envolvem planeamento e organização (Stone, 2006; Sharpley, 2009a); ser necessário realizar uma separação entre os locais e atrações que realmente foram criadas com o intuito de integrarem a oferta turística e os locais que se tornaram em atrações turísticas de forma acidental, ou seja, a sua função original não era serem uma atração turística, mas tornaram-se numa devido à ligação que apresentam com acontecimentos trágicos e fatídicos (Stone, 2006; Sharpley, 2009a); tentar perceber se a morte é o motivo principal para se visitarem locais e atrações de Dark Tourism (Sharpley, 2009a); os locais, atrações e experiências de Dark Tourism são criados por variadas razões, de onde se destacam as seguintes: recordação e lembrança, fins educativos, entretenimento, motivos políticos e razões económicas (Stone, 2006); a necessidade de entender e explorar como é que as experiências de Dark Tourism são concebidas e elaboradas (Sharpley, 2009a).

No entanto torna-se fundamental existir um estudo sobre o fenómeno do Dark Tourism por vários motivos, de onde se destacam os seguintes: os locais e atrações de Dark Tourism serem muitas e bastantes diversificadas; os locais e atrações de Dark Tourism necessitam de um desenvolvimento, um planeamento, uma gestão, uma interpretação e uma promoção eficaz e

eficiente, o que leva a que seja necessário compreender o fenómeno do Dark Tourism em termos sociais, culturais, históricos e políticos; os locais e atrações de Dark Tourism devido aos eventos em que se focam despertam um conjunto de questões e problemas que necessitam ser estudados e investigados (Sharpley, 2009a).

As atrações e locais de Dark Tourism ao serem criados e desenvolvidos permitem: que um período negro da história contribua para a criação de uma identidade nacional (Frew & White, 2013); que seja prestado o devido respeito às vítimas, ao mesmo tempo que se impede que os responsáveis pelas tragédias sejam gloriados (Frew & White, 2013); que familiares, amigos e visitantes possam prestar a devida homenagem às vítimas (Frew & White, 2013); preservar e honrar a memória das pessoas que morreram (Frew & White, 2013); que exista um espaço onde se verifique uma lembrança coletiva das vítimas (Du et al., 2013; Morales, 2013); relembrar a necessidade de ser sempre realizada uma apertada vigilância para que eventos semelhantes não se repitam (Frew & White, 2013); que as pessoas possam ultrapassar o acontecimento trágico, ao aceitarem-no como parte da sua própria identidade (Simone-Charteris et al., 2013); marcar na história aspetos relacionados com a vida e a morte (Stone, 2011); que seja criada uma memória coletiva sobre o acontecimento trágico que ocorreu e que passa de geração em geração (Du et al., 2013; Simone-Charteris et al., 2013); seja elaborada uma identidade própria para os locais onde os acontecimentos relacionados com a morte, o sofrimento, a tragédia, o desastre e o macabro ocorreram (Du et al., 2013); criação de uma nova identidade em termos culturais (Simone-Charteris et al., 2013; Dehoorne & Jolliffe, 2013), que contribui para o enriquecimento da identidade nacional (Dehoorne & Jolliffe, 2013); que os turistas compreendam realmente o evento que ocorreu no espaço que estão a visitar (Frew & White, 2013; Morales, 2013); divulgar uma determinada ideologia política (Morales, 2013) ou até mesmo uma interpretação em termos políticos de eventos que ocorreram no passado (Stone, 2011); gerar desenvolvimentos em termos económicos (Morales, 2013).

Nas últimas décadas verificou-se um grande crescimento e desenvolvimento do turismo em termos gerais, o que proporcionou que o Dark Tourism também se desenvolvesse (Sharpley, 2009a) em termos de oferta e procura (Frew & White, 2013) e se tornasse mais conhecido (Sharpley, 2009a). Em termos de oferta é possível verificar que existe um grande crescimento em termos de locais e atrações de Dark Tourism (Sharpley, 2009a). Para promover esta oferta é possível encontrar na *internet* alguns *websites* que têm como objetivo dar a conhecer diferentes locais e atrações de Dark Tourism que existem a nível mundial (Sharpley, 2009a).

O aumento das visitas a locais e atrações de Dark Tourism está relacionado com o crescente interesse que existe em se realizarem experiências em locais que estejam associados com a morte, uma vez que se pode interpretar e ficar a conhecer o que realmente aconteceu nesses locais (Stone, 2006; Sharpley, 2009a; Podoshen, 2013; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Boateng et al., 2018), ao mesmo tempo que se vivem experiências transcendentais (Toussaint & Decrop, 2013) e, também por na sociedade atual a morte ser encarada como algo banal e não como um assunto sobre o qual não se deve falar (Coutinho & Baptista, 2014; Hartmann et al., 2018), ou seja, atualmente, a visita a locais com conotações negativas é algo comum e bastante normal e já não é considerado como algo negativo e imoral (Zheng, J. Zhang, Qian, Jurowski, H. Zhang & Yan, 2016). Morales (2013), defende que o aumento das visitas a locais e atrações de Dark Tourism também se relaciona com o interesse que existe em se observar locais onde crimes violentos ocorreram, uma vez que os aspetos mais sombrios do ser humano despertam sempre um elevado nível de curiosidade.

A comunicação social contribui bastante para o crescimento da popularidade do Dark Tourism, porque ao utilizarem a tecnologia de comunicação a nível global os acontecimentos que estão associados com a violência, tragédia, desastres e mortes são transmitidos em tempo real para as pessoas em todo o Mundo, sem qualquer tipo de filtro (Stone, 2006, 2011; Sharpley, 2009a; Walter, 2009; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Martini & Buda, 2018; Hartmann et al., 2018; Coutinho et al., 2018; Santos & Joaquim, 2018; Silva et al., 2020). Deste modo, é possível verificar que este tipo de turismo capta a atenção dos média, de uma forma completamente diferente das restantes tipologias de turismo, sendo por este motivo, um assunto recorrente na televisão, nos artigos de revistas e jornais e na *internet* (Sharpley, 2009a; Cohen, 2010; Light, 2017). Os média também divulgam bastante acontecimentos e eventos relacionados com mortes porque são notícias que vendem e que atraem audiências (Sharpley, 2009a). Posto isto, é possível concluir que a comunicação social e o Dark Tourism têm uma estreita relação entre si, uma vez que tanto a comunicação social como o Dark Tourism apresentam, divulgam e interpretam a morte (Walter, 2009).

O Dark Tourism separa-se dos restantes tipos de turismo porque está associado a algum tipo de atrocidade (Podoshen, 2013), as paisagens dos locais foram bastante influenciadas por conflitos, guerras ou ainda por desastres naturais ou realizados pelo Homem (Kang, Scott, Lee & Ballantyne, 2012; Kim & Butler, 2015) e, também por valorizar os estímulos visuais e as experiências em detrimento dos factos históricos (Sharpley, 2009a; Podoshen, 2013). Este tipo de turismo também permite conservar e divulgar a parte mais sombria da história da Humanidade

permitindo que esta seja conhecida e compreendida (Powell et al., 2018). Algo que ainda é característico deste tipo de turismo é o facto de permitir que os vivos contactem e se relacionem com os mortos, fazendo com que a morte seja algo presente na sociedade (Stone, 2009a; Walter, 2009; Laws, 2013; Best, 2013; Coutinho & Baptista, 2014; Boateng et al., 2018; Martini & Buda, 2018), ou seja, este tipo de turismo permite que exista uma relação entre a atividade turística e a mortalidade (Stone, 2011), sendo deste modo, possível afirmar que na sociedade atual o Dark Tourism é um mediador da morte muito importante (Coutinho & Baptista, 2014), uma vez que este tipo de turismo consegue mediar relações entre os vivos e os mortos (Walter, 2009).

Coutinho et al. (2018), apresentam quatro grandes razões para o Dark Tourism ser considerado como um mediador da morte. A primeira razão diz respeito ao facto de o Dark Tourism divulgar e representar a morte, a razão seguinte corresponde à oportunidade que o Dark Tourism concede aos turistas de adquirirem conhecimentos sobre a morte, a terceira razão está relacionada com o facto de o Dark Tourism fazer com que a morte seja algo mais acessível, ou seja, torna a morte um assunto menos complexo, e por fim, o quarto motivo está ligado com o facto de o Dark Tourism apresentar de um modo simbólico a morte, sendo um mediador de aspetos macabros (Coutinho et al., 2018).

O Dark Tourism é cada vez mais procurado e por isso, verifica-se que os locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism são cada vez mais diversificadas, mas são as atrações e locais relacionados com guerras que apresentam maior expressão (Stone, 2006, 2011; Sharpley, 2009a). No Dark Tourism é possível identificar dois tipos de locais, que são os locais primários e os locais secundários (Wight & Lennon, 2007). Os locais primários dizem respeito aos locais onde realmente ocorreram mortes, sofrimento e tragédias, destacando-se os cemitérios e campos de concentração (Wight & Lennon, 2007). Os locais secundários correspondem aos locais que estão apenas associados a mortes, a sofrimento e a tragédias, de onde se destacam os museus (Wight & Lennon, 2007). Os locais primários tornam-se atrações turísticas de forma acidental, ou seja, a sua função inicial não estava relacionada com o turismo, mas devido à sua ligação com eventos trágicos, fatídicos e macabros acabaram eventualmente por integrarem a oferta turística, enquanto os locais secundários já foram criados com o objetivo de integrarem a oferta turística (Stone, 2011).

A forma como os locais apresentam, divulgam e interpretam os vários acontecimentos que lá ocorreram está relacionada com fatores sociológicos, históricos e políticos (Sharpley, 2009b; Sharpley & Stone, 2009a; Cohen, 2010) e também com as opiniões e pontos de vista dos grupos de interesse do Dark Tourism que são: a comunidade que está relacionada com o acontecimento, a comunidade local, os proprietários e os turistas (Sharpley, 2009b; Cohen, 2010). As relações

que existem entre estes grupos são bastante imprevisíveis, podendo mudar com o passar do tempo e muitas vezes são influenciadas pela natureza do local ou atração (Sharpley, 2009b). No entanto, para tentar reduzir conflitos e chegar a algum acordo entre os quatro grupos de interesse do Dark Tourism é necessário que a informação que é divulgada no local ou atração respeite e inclua as opiniões e sentimentos dos quatro grupos quer sejam positivos ou negativos (Sharpley, 2009b).

O Dark Tourism permite que exista uma recordação constante na sociedade sobre eventos e acontecimentos que estão relacionados com mortes, sofrimento, o desastre, o macabro, a tragédia e diversas atrocidades (Lennon & Foley, 1999; Kang & Lee, 2013). A recordação é algo fundamental para a Humanidade, uma vez define a forma com que os seres humanos se relacionam com o seu passado, influenciando a forma como vivem o presente (Lennon & Foley, 1999). Ou seja, é possível concluir que o Dark Tourism permite que a memória seja preservada através de uma representação do passado (Lennon & Foley, 1999). No entanto, existe uma preocupação que a simulação e as representações que existem nos locais e atrações de Dark Tourism não sejam corretas e adequadas (Lennon & Foley, 1999).

Stone (2006) afirma que os produtos que estão associados ao Dark Tourism são bastante complexos, diversos e multifacetados e, desta forma apelidar todas as atrações e locais de Dark é algo bastante generalista, não demonstrando as várias facetas que existem em termos de oferta de Dark Tourism e, por este motivo propõe um espectro de Dark Tourism que apresenta seis níveis que são: Darkest (“o mais escuro”), Darker (“mais escuro”), Dark (“escuro”), Light (“claro”), Lighter (“mais claro”) e Lightest (“o mais claro”) (Stone, 2006). Com este espectro já é possível realizar alguma distinção entre os vários locais e atrações de Dark Tourism variando entre “o mais escuro” e “o mais claro” (Cohen, 2010; Yan et al., 2016; Light, 2017).

Stone (2006) defende que os locais que se encontram no extremo Darkest (“o mais escuro”) e que são verdadeiramente a essência do Dark Tourism são os locais onde aconteceram recentemente mortes e tragédias, uma vez que ainda existem sobreviventes e pessoas que assistiram aos eventos trágicos, ou seja, quanto mais distantes forem os acontecimentos, mais se afastam os locais onde estes ocorreram do extremo Darkest (“o mais escuro”) (Stone, 2006). Também fazem parte do extremo Darkest (“o mais escuro”) os locais cuja função original não era atrair turistas e visitantes e, devido a este motivo apresentam uma fraca infraestrutura turística (Stone, 2006). Este espectro elaborado por Stone (2006) realiza a distinção entre as atrações e locais baseando-se na noção de macabro que existe nos mesmos (Stone, 2006), sendo possível realizar uma distinção entre os dois extremos principalmente no que diz respeito à sua ideologia,

funções educacionais ou comerciais, relação com o espaço e influência política (Yan et al., 2016). O extremo Darkest (“o mais escuro”) diz respeito aos locais e atrações onde realmente aconteceram mortes e sofrimento e, apresentam várias características distintivas que são: elevados níveis de influência e ideologia política, desenvolvimento de programas educacionais, foco nos acontecimentos históricos, existência de autenticidade em termos de produtos e localização, aposta em acontecimentos que ocorreram há pouco tempo e o facto de se terem tornado em atrações turísticas de forma accidental, devido à ligação que apresentam com a morte, o sofrimento e o macabro, possuindo uma fraca infraestrutura turística (Stone, 2006). O outro extremo do espectro denominado Lightest (“o mais claro”) é o oposto do extremo já referido, uma vez que as atrações e locais que fazem parte do extremo Lightest (“o mais claro”) estão apenas associados à morte e ao sofrimento, ou seja, os acontecimentos que são retratados aconteceram noutros locais (Stone, 2006). Os locais e atrações que fazem parte deste extremo apresentam as seguintes características: baixos níveis de influência e ideologia política, orientação para o entretenimento, foco no património, inexistência de autenticidade em termos de localização e produtos, aposta em acontecimentos que já ocorreram há bastante tempo e uma elevada infraestrutura turística, uma vez que estes locais e atrações foram criados com o objetivo de integrarem a oferta turística (Stone, 2006).

Desta forma, é possível concluir que os produtos de Dark Tourism são muito diversificados, com várias facetas e bastante complexos (Yan et al., 2016). Devido a esta diversidade e complexidade é possível identificar várias subformas de Dark Tourism que incluem: turismo de prisão (Sharpley, 2009a; Light, 2017; Mionel, 2020), turismo de genocídio (Sharpley, 2009a; Light, 2017; Mionel, 2020), turismo de luto (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo cemiterial (Sharpley, 2009a; Toussaint & Decrop, 2013; Marques, 2018; Mionel, 2020), turismo de favela (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo de desastre (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo de medo (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo militar (Baldwin & Sharpley, 2009; Sharpley, 2009a), turismo pagão (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo de atrocidade (Sharpley, 2009a); turismo de escravatura (Sharpley, 2009a), turismo de suicídio (Light, 2017; Mionel, 2020), turismo atómico (Mionel, 2020), turismo de património de conflito (Mionel, 2020), turismo de património difícil (Mionel, 2020), entre outros, sendo também possível identificar alguns tipos de turismo de nicho, de onde se destaca o turismo gótico e o turismo de pobreza (Light, 2017). Deste modo, o Dark Tourism engloba a visita a locais muito diversificados que incluem: locais que estão associados à morte e ao desastre (Lelo & Jamal, 2013; Du et al., 2013), locais onde ocorreram assassinatos e um elevado número de mortes (Kang et al., 2012; Lelo & Jamal, 2013; Dehoorne & Jolliffe, 2013),

campos de batalha (Kang et al., 2012; Dehoorne & Jolliffe, 2013), cemitérios (Kang et al., 2012; Dehoorne & Jolliffe, 2013), jazigos (Kang et al., 2012), casas de celebridades famosas que já faleceram (Kang et al., 2012; Du et al., 2013), locais onde desastres ambientais aconteceram (Lelo & Jamal, 2013), locais onde ocorreram vários acontecimentos que resultaram no sofrimento de várias pessoas (Lelo & Jamal, 2013), favelas (Lelo & Jamal, 2013), memoriais de guerra (Kim & Butler, 2015), locais relacionados com perseguições e genocídios (de onde se destacam os locais relacionados com o Holocausto) (Lelo & Jamal, 2013; Kim & Butler, 2015), memoriais (Du et al., 2013; Kim & Butler, 2015), museus e exposições (Kim & Butler, 2015). Sendo possível concluir que os locais e atrações de Dark Tourism revelam eventos que estão associados a desastres naturais, desastres feitos pelo Homem, guerras, atos horríveis realizados por várias pessoas, mortes de muitas pessoas, massacres e genocídios (Frew & White, 2013).

Para além de ter proposto o espectro para os locais e atrações de Dark Tourism, Stone (2006) com base nos produtos oferecidos definiu que existem sete diferentes tipos de oferta em Dark Tourism que são: Fábricas de diversão, Exibições, Masmorras, Locais de descanso, Memoriais, Locais de conflito e Campos de genocídio (Stone, 2006). Os sete tipos de oferta localizam-se em níveis diferentes do espectro de Dark Tourism (Stone, 2006).

As Fábricas de diversão (Dark Fun Factories) englobam as atrações, locais e rotas cujo principal objetivo é o entretenimento (Stone, 2006). Os produtos que estão associados a este tipo de oferta focam-se em eventos reais ou fictícios relacionados com mortes e com o macabro (Stone, 2006). As Fábricas de diversão apresentam uma elevada infraestrutura turística e os produtos que são apresentados exibem um nível de macabro bastante reduzido em termos de representação e por isso, as Fábricas de diversão são caracterizadas por terem um nível de autenticidade mais baixo (Stone, 2006). As Fábricas de diversão fazem parte do extremo Lightest (“o mais claro”) do espectro (Stone, 2006).

As Exibições (Dark Exhibitions) referem-se aos locais e exibições que oferecem programas educacionais e oportunidades de aprendizagem (Stone, 2006). Os produtos oferecidos estão relacionados com a morte, o sofrimento e o macabro com finalidades educacionais e refletivas (Stone, 2006). As Exposições localizam-se geralmente distantes dos locais onde os acontecimentos realmente ocorreram e são alguns exemplos os museus que estão ligados à morte e ao sofrimento, mas que apresentam uma finalidade educacional (Stone, 2006). Estes locais apresentam já alguma infraestrutura turística, tal como um foco comercial (Stone, 2006). As Exposições localizam-se no segundo nível do espectro denominado Darker (“mais escuro”) (Stone, 2006).

As Masmorras (Dark Dungeons) aglomeram principalmente as visitas a prisões e a tribunais, conjugando a educação com o entretenimento (Stone, 2006). Ocupam espaços cuja função original não era o turismo e apresentam um elevado nível de comercialismo e de infraestrutura turística (Stone, 2006). As Masmorras situam-se no meio do espectro de Dark Tourism, uma vez que conjugam elementos Dark (“escuro”) e elementos Light (“claro”) (Stone, 2006).

Os Locais de descanso (Dark Resting Places) dizem respeito às visitas aos cemitérios e a sepulturas (Stone, 2006). Os cemitérios são cada vez mais locais onde os vivos podem contactar com a morte e a visita a estes espaços leva à manutenção dos túmulos, campas e jazigos que resulta na conservação da arquitetura e escultura gótica e românica (Stone, 2006). Tal como as Masmorras, os Locais de descanso localizam-se no centro do espectro de Dark Tourism, conjugando elementos Dark (“escuro”) e Light (“claro”) (Stone, 2006).

Os Memoriais (Dark Shrines) são os locais que se dedicam à recordação e homenagem das pessoas que morreram recentemente (Stone, 2006). Estes espaços são criados de forma bastante rápida e muito próximos dos locais onde as mortes ocorreram (Stone, 2006). Os acontecimentos que levam à criação dos Memoriais protagonizam os noticiários durante algum tempo, o que faz com que os memoriais atraiam bastantes pessoas (Stone, 2006). A maioria dos Memoriais não são criados com uma finalidade turística e por isso, não apresentam nenhuma infraestrutura turística (Stone, 2006). Os Memoriais localizam-se no extremo Darkest (“o mais escuro”) do espectro (Stone, 2006).

Os Locais de conflito (Dark Conflict Sites) estão associados às visitas realizadas a campos de batalha e a outros locais associados a guerras (Stone, 2006). Os Locais de conflito apresentam um foco educacional e comemorativo baseando-se em factos históricos (Stone, 2006). Originalmente estes locais não tinham uma função turística, mas como são cada vez mais comercializados verifica-se um aumento da infraestrutura turística (Stone, 2006). É possível encontrar inúmeros Locais de conflito, uma vez que a história da Humanidade está repleta de guerras e conflitos (Stone, 2006). Os conflitos que já ocorreram há bastante tempo são retratados com um menor nível de autenticidade, sendo realizadas recriações de batalhas tornando deste modo, algo bastante trágico num elemento de entretenimento e, por isso estes locais ocupam o extremo Lightest (“o mais claro”) do espectro (Stone, 2006).

Os Campos de genocídio (Dark Camps of Genocide) dizem respeito aos locais cujos temas centrais são o genocídio, a catástrofe e o sofrimento (Stone, 2006). Os Campos de

genocídio mantêm-se na atualidade para o consumo turístico, são extremamente macabros e oferecem um nível de interpretação limitado (Stone, 2006). Esse tipo de oferta é desenvolvido baseando-se na educação e comemoração (Stone, 2006). É possível encontrar os Campos de Genocídio nos locais onde os acontecimentos realmente ocorreram, dando a conhecer histórias terríveis da Humanidade, oferecendo uma verdadeira experiência emocional aos visitantes (Stone, 2006). Tal como os Memoriais, os Campos de genocídio situam-se no extremo Darkest (“o mais escuro”) do espectro (Stone, 2006).

No entanto, poderá não ser fácil determinar em que nível do espectro ou em que tipo de oferta se encontra um local ou uma atração de Dark Tourism, porque muitas vezes as atrações e os locais de Dark Tourism são multifacetados e híbridos, podendo ser interpretados de formas diversas por diferentes pessoas (Stone, 2006).

O Dark Tourism diz respeito a uma forma de colocar a morte presente na sociedade atual, permitindo que as pessoas contactem com a mesma, lembrando-se da efemeridade da sua própria vida ao contemplarem a morte de outras pessoas, ou seja, permite que os vivos contactem com os mortos (Stone, 2009b; Walter, 2009; Best, 2013; Light, 2017). A existência de locais de Dark Tourism permite que se possa consumir produtos e atrações relacionados com a morte em espaços seguros (Stone, 2009b; Coutinho & Baptista, 2014; Light, 2017), sem existir nenhuma preocupação a nível moral (Light, 2017).

O Dark Tourism vai levar a que as pessoas percam o medo que têm da morte, ou seja, reduz psicologicamente os receios que existem relativamente à morte (Stone, 2009b; Iliev, 2020). Uma vez que, ao se contactar e estar exposto à morte faz com que esta se aceite mais facilmente (Stone, 2009b). Posto isto, não se pode encarar o Dark Tourism como um tipo de turismo em que as atividades realizadas proporcionam apenas diversão, mas sim como um tipo de turismo cujas atividades permitem realizar uma experiência profunda associada ao medo da morte que os seres humanos apresentam (Iliev, 2020). Este tipo de turismo representa, reproduz e interpreta a morte para milhões de pessoas (Walter, 2009), utilizando formas que originam diversos sentimentos, enquanto permite que os turistas criem as suas próprias ideias de mortalidade (Stone, 2006; Frew & White, 2013).

O Dark Tourism diz respeito a uma nova instituição a nível social que reconhece o valor da morte e da mortalidade e o seu nível de precariedade, esforçando-se para que os acontecimentos relacionados com a morte e a mortalidade possam ser lembrados e divulgados de forma correta e ética (Stone, 2009b). Este tipo de turismo apresenta um papel muito importante

na sociedade, porque ao permitir que seja realizada uma relação com os mortos, faz com que parte da história coletiva e característica de uma comunidade não seja esquecida e faça parte da cultura (Walter, 2009). O consumo de produtos de Dark Tourism permite que os turistas elaborem os seus próprios significados e compreendam os eventos relacionados com a morte e a mortalidade (Stone, 2009b).

Verifica-se que o Dark Tourism para além de proporcionar experiências significativas para os turistas, também permite que a comunidade ultrapasse os acontecimentos trágicos (Kang et al., 2012; Light, 2017; Martini & Buda, 2018), sendo esta a principal vantagem deste tipo de turismo (Light, 2017), uma vez que cria uma imagem nova para o local onde ocorreram os acontecimentos trágicos (Martini & Buda, 2018). Para além disto, este tipo de turismo também permite o desenvolvimento e crescimento em termos económicos (Light, 2017; Boateng et al., 2018; Martini & Buda, 2018).

Algo que é essencial para a experiência turística é a interpretação (Wight & Lennon, 2007; Kang et al., 2012; Light, 2017), uma vez que é a principal forma de partilhar informação essencial com os turistas (Sharpley & Stone, 2009b; Kang et al., 2012), funcionando como um elo entre o local ou atração e o turista (Sharpley & Stone, 2009b). A interpretação permite que a história seja contada e recontada ao mesmo tempo que oferece significados políticos sobre os acontecimentos que ocorreram nos locais e atrações (Sharpley, 2009a). Deste modo, se a interpretação não existir os locais não terão nenhum significado ou contexto e a interpretação existente não deve apenas informar, mas também provocar quem está a receber a informação (Sharpley & Stone, 2009b; Podoshen, 2013; Kang & Lee, 2013). A interpretação e a informação em que se baseia vai influenciar a perceção e entendimento dos turistas sobre os acontecimentos (Yan et al., 2016) e, por esta razão Zheng, J. Zhang, Qiu, Guo e H. Zhang (2019) defendem que os sentimentos negativos despertados pelos locais e atrações de Dark Tourism devem ser utilizados na interpretação, uma vez que os sentimentos intensos e estímulos a nível visual aumentam os benefícios em termos de aprendizagem sobre os acontecimentos históricos. No entanto, existe a preocupação de como os turistas aceitam as mensagens interpretativas, uma vez que cada turista pode interpretar um local ou atração de Dark Tourism de maneira diferente, pois a leitura que vão realizar é influenciada pelo seu passado, personalidade e características intrínsecas (Light, 2017).

Inicialmente a interpretação que era realizada nos locais e atrações de Dark Tourism resumia-se a uma simples apresentação de factos, mas com o passar do tempo foi possível verificar que a interpretação realizada evoluiu e para além de informar passou também a permitir

que seja realizada uma ligação e relação entre os locais ou atrações e os turistas que se deslocam a estes espaços (Sharpley & Stone, 2009b).

A interpretação realizada nos locais e atrações de Dark Tourism deve basear-se em informação autêntica sobre os acontecimentos que são explorados pelos locais e atrações, de modo a conseguir corresponder às emoções e necessidades de potenciais turistas (Sharpley & Stone, 2009b). É fundamental que a interpretação se baseie apenas em informação verdadeira porque se a interpretação for feita corretamente aumenta a satisfação dos turistas em termos de experiência, uma vez que permite que o turista realmente obtenha informação sobre o local ou atração que está a visitar, pois coloca um evento do passado no tempo presente (Sharpley & Stone, 2009b). Mas, se a interpretação for feita de forma incorreta pode proteger os turistas de realidades e aspetos terríveis e macabros, mas a qualidade da experiência turística vai ser inferior, uma vez que não tiram nenhum benefício da visita que realizaram (Sharpley & Stone, 2009b).

A interpretação que é realizada de forma correta vai fazer com que a morte seja comunicada, divulgada, reconfigurada e até mesmo revigorada (Sharpley & Stone, 2009b). Uma correta interpretação também vai permitir que os turistas possam entender de forma completa os acontecimentos que ocorreram ao mesmo tempo em que podem prestar a sua homenagem às pessoas que morreram (Frew & White, 2013). Muitos locais e atrações de Dark Tourism não apresentam uma interpretação adequada devido aos assuntos que são retratados estarem repletos de controvérsia (Kang & Lee, 2013). Isto ocorre principalmente nos locais e atrações que estão relacionados com conflitos ideológicos ou governamentais, devido à grande importância que estes conflitos representam para a sociedade e, deste modo decidem desenvolver não uma interpretação adequada, mas sim uma interpretação seletiva (Kang & Lee, 2013).

Nos locais e atrações de Dark Tourism só é possível existir uma experiência turística de qualidade se se verificar uma interpretação correta e de sucesso para assegurar que existe uma gestão e conservação dos locais de Dark Tourism e dos eventos em que estes se baseiam (Frew, 2013). Este aspeto também é bastante importante na medida em que só se existir uma interpretação adequada é que os locais e atrações de Dark Tourism podem ser espaços onde família, amigos, curiosos e turistas podem prestar homenagem às vítimas enquanto percebem realmente o que aconteceu, valorizando a existência dos mesmos (Frew, 2013).

No Dark Tourism as mensagens políticas que fazem parte da interpretação vão depender bastante do tipo de oferta e do nível do espectro de Dark Tourism em que se encontram os locais ou atrações (Sharpley & Stone, 2009b).

Os locais e atrações de Dark Tourism originam sempre uma experiência em termos emocionais e, deste modo a interpretação tem de se basear neste aspeto emocional (Sharpley & Stone, 2009b). Para além disto, a interpretação também se deve esforçar para que a dignidade das pessoas que estiveram envolvidas no acontecimento trágico que é retratado no local ou na atração seja respeitada e por este motivo a interpretação no Dark Tourism deve apresentar uma narrativa baseada em factos verdadeiros que contenham elementos emocionais (Sharpley & Stone, 2009b). Consumir experiências de Dark Tourism permite que sejam atribuídos significados à morte e sofrimento de outras pessoas, enquanto os turistas realizam reflexões sobre a sua própria mortalidade e a interpretação neste contexto surge como um filtro no que diz respeito às respostas emocionais que são geradas no local ou atração de Dark Tourism (Sharpley & Stone, 2009b).

Uma das principais preocupações que estão relacionadas com a interpretação nos locais e atrações de Dark Tourism é a possibilidade de algumas formas de interpretação levarem a uma mercantilização, trivialização, distorção ou até mesmo ocultação de alguns factos para reduzir o nível de terror que está relacionado com o acontecimento que está a ser retratado no local ou atração (Sharpley & Stone, 2009b). A interpretação também pode ser influenciada e distorcida devido a ser bastante influenciada em termos ideológicos com o objetivo de divulgar mensagens políticas que nada estão relacionadas com o evento que está a ser retratado no local ou atração de Dark Tourism, o que vai influenciar a qualidade da experiência uma vez que a interpretação que é apresentada não é autêntica (Sharpley & Stone, 2009b).

Resumidamente, é possível concluir que a interpretação no Dark Tourism origina um sentimento de nostalgia ao se focar em eventos e acontecimentos que ocorreram no passado e também desperta um sentimento de melancolia que vai afetar os turistas em vários níveis (Sharpley & Stone, 2009b).

A autenticidade no Dark Tourism também é algo fundamental e essencial, pois sem autenticidade não é possível despertar a empatia nos turistas (Kang et al., 2012; Podoshen, 2013; Kang & Lee, 2013; Light, 2017) e, deste modo não é possível viver uma experiência emocionalmente significativa, que é algo que os turistas procuram no Dark Tourism (Wight & Lennon, 2007). Os locais onde realmente ocorreram mortes, sofrimento, tragédias e desastres são os locais que apresentam o maior nível de autenticidade e os locais que estão apenas associados com mortes, sofrimento, tragédias, desastres e o macabro apresentam um menor nível de autenticidade (Mionel, 2020). Deste modo, é possível concluir que quanto maior for o nível de autenticidade do local, mais significativa será a experiência (Mionel, 2020).

Se as experiências não forem autênticas não é possível existir interpretação (Podoshen, 2013). Deste modo, é possível concluir que as experiências de Dark Tourism correspondem a um processo que é interativo, uma vez que envolve os turistas e o local que estão a visitar, destacando a importância que existe na autenticidade do local, ou seja, cada turista vai compreender e interpretar o local que está a visitar de forma diferente, o que leva a que exista uma grande diversidade de interpretações para o mesmo local (Podoshen, 2013; Yan et al., 2016; Silva et al., 2020). Assim, é possível concluir que os turistas são também participantes ativos e contribuem para a criação de significado para o local de Dark Tourism que estão a visitar, o que faz com que os profissionais que se dedicam à interpretação não tenham controlo nas mensagens que serão entendidas pelos turistas (Light, 2017).

Cada vez mais se associa o Dark Tourism à educação, uma vez que se acredita que vários locais apresentam uma função educacional que está relacionada com a história do local, os processos e eventos que lá ocorreram (Yan et al., 2016). Devido a este motivo são cada vez mais criados programas de Dark Tourism educacionais e são elaborados produtos que se focam quase na sua exclusividade à componente educacional do Dark Tourism (Cohen, 2010).

Através da educação o Dark Tourism transmite sempre uma mensagem, que muitas vezes é provocatória, mas que vai ao encontro das necessidades e desejos dos turistas que procuram este tipo de turismo (Wight, 2009). De acordo com Cohen (2010), é necessário incluir elementos e mensagens relacionadas com a educação, o património, a história e a política para que as rotas de Dark Tourism possam ser significativas e capazes de originar uma experiência autêntica. A existência de aspetos educacionais é o que distingue experiências de Dark Tourism significativas de outras que apresentam apenas uma natureza recreativa ou de curiosidade (Cohen, 2010). Para além disto, os elementos educacionais que fazem parte de um local ou atração de Dark Tourism levam a que o turista apresente uma atitude e um comportamento mais consciente, o que leva a que o seu nível de satisfação seja mais elevado (Cohen, 2010).

Os locais e atrações de Dark Tourism também muitas vezes apresentam mensagens políticas (Sharpley, 2009b). Quando o objetivo é divulgar uma determinada mensagem política os locais e atrações de Dark Tourism são criados por vários motivos de onde se destacam os seguintes: criar um sentimento de identidade nacional, originar uma relação com as vítimas, reinterpretar eventos que ocorreram no passado para irem ao encontro da mensagem política vigente, negar ou até mesmo eliminar determinado passado, celebrar vitórias e simplesmente para atrair turistas (Sharpley, 2009b). É possível verificar que várias vezes para se divulgar determinada mensagem ou ideologia política existe uma recusa em partilhar informações negativas

relacionadas com histórias mais sombrias e macabras, o que faz com que a essência dos locais e das atrações de Dark Tourism desapareça e as suas características distintivas sejam esquecidas, influenciando a qualidade da interpretação que existe nos locais e atrações, que se vai refletir numa menor satisfação dos turistas (Sharpley, 2009b). Logo, é possível concluir que todas as histórias devem ser partilhadas com os turistas, quer sejam positivas ou negativas, pois partilhar toda a informação sobre o evento que ocorreu no local ou atração vai influenciar a qualidade da experiência turística (Sharpley, 2009b).

Muitas atrações e locais de Dark Tourism não foram criados com o objetivo de se tornarem em atrações turísticas, ou seja, tornaram-se atrações turística devido à ligação que apresentam com a morte, o desastre, a tragédia, o sofrimento e o macabro e a atratividade destes locais e atrações pode ser aumentada se for verificada uma promoção e marketing adequado e, numa fase inicial a comunicação social é uma importante ferramenta de promoção de locais e atrações de Dark Tourism (Sharpley, 2009a).

A gestão dos locais e atrações de Dark Tourism é algo bastante complexo porque existe sempre a dúvida sobre quem é que deve estar responsável pelos processos de decisão e em muitos casos não se consegue chegar a uma decisão sobre se os responsáveis devem ser os proprietários, os sobreviventes e as famílias das vítimas, a comunidade local ou até mesmo entidades nacionais e internacionais (Frew & White, 2013). No entanto, existe uma ideia que é aceite em termos gerais e que corresponde à necessidade de a gestão relacionada com o Dark Tourism se basear no respeito pelas vítimas, na preservação dos aspetos e características do local e também na consideração dos direitos e vontades da comunidade local (Sharpley, 2009a), uma vez que as atrações e locais de Dark Tourism estão associados à morte e ao sofrimento de várias pessoas e, por isso é necessário que exista uma gestão adequada nestes locais e atrações (Sharpley, 2009a). Estes aspetos levam a que muitas vezes o acesso a determinado local ou atração seja limitado ou até mesmo restringido (Sharpley, 2009a; Stone, 2011).

Yan et al. (2016) defendem que os locais e atrações de Dark Tourism devem apostar na sua promoção numa perspetiva de consumo e devem também ser associados a outros produtos turísticos que são consumidos em massa, com o objetivo de aumentar a sua notoriedade e popularidade para que possam contribuir para a recuperação económica dos locais após a ocorrência de uma tragédia.

1.5.1. Dark Tourism e ética

A ética está presente em todas as tipologias de turismo, mas o Dark Tourism é a tipologia que merece mais atenção quando se tem em conta este aspeto (Wight, 2009; Light, 2017).

Uma visita a um local ou atração de Dark Tourism permite que se viva uma experiência turística significativa enquanto origina novos problemas e dilemas em termos éticos, tal como novas ansiedades sociais (Kang et al., 2012). Neste contexto surge o debate sobre se é eticamente correto desenvolver, promover e comercializar os locais que estão relacionados com a morte, guerras, desastres, sofrimentos e tragédias para fins turísticos permitindo a sua visitação (Wight & Lennon, 2007; Sharpley, 2009a; Stone, 2009a, 2011; Wight, 2009; Light, 2017) e, se também se deve explorar a morte e o macabro para fins económicos (Stone, 2009a; Garcia, 2012; Powell et al., 2018). Para alguns autores o desenvolvimento do Dark Tourism irá tornar a morte em algo banal, transformando-a numa mercadoria que pode ser comercializada (Sharpley, 2009a; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Santos & Joaquim, 2018; Mionel, 2020). Para além de transformar a morte numa mercadoria, o Dark Tourism vai também transformar locais de tristeza e de luto em espaços de lazer e entretenimento (Sharpley, 2009a; Stone, 2009a). Ainda é possível identificar mais uma preocupação que está relacionada com o facto de os turistas não respeitarem os locais e se comportarem de uma forma inapropriada (Light, 2017). Posto isto, o Dark Tourism é visto como um tipo de turismo que transforma a morte numa mercadoria banal e que explora a tragédia e o desastre para fins económicos ou até mesmo para fins políticos, o que leva a que as visitas a locais e atrações de Dark Tourism sejam encaradas como algo que não é eticamente e moralmente correto (Stone, 2009a).

Por todo o Mundo é possível verificar que várias preocupações éticas e morais são originadas devido ao Dark Tourism, porque este tipo de turismo ao permitir que a morte, o sofrimento, o desastre e o macabro sejam consumidos em termos turísticos vai fazer com que estes aspetos se tornem em algo banal e trivial retirando-lhes a sua essência e importância (Stone, 2009a).

O Dark Tourism origina questões e desafios a nível ético que estão associados com a natureza e as características dos objetos que existem nos locais e atrações de Dark Tourism e a forma como estes são interpretados (Foley & Lennon, 1996). Para além disto, as questões e desafios a nível ético também estão associados com a influência política que pode existir nos locais e atrações de Dark Tourism, que se vai refletir na gestão da experiência turística e como esta é vista pelos turistas, pelos familiares das vítimas e pela comunidade local (Foley & Lennon, 1996).

As principais questões éticas e morais relacionadas com o Dark Tourism dizem respeito à relação do turismo com a comunidade local que acabou de experienciar uma tragédia ou um desastre (Stone, 2009a). O que permite entender que o Dark Tourism origina problemas éticos logo na sua produção, mas também no seu consumo (Stone, 2009a).

Um aspeto muito importante que levanta questões a nível ético e moral e que merece ser analisado diz respeito aos direitos humanos das vítimas e das pessoas que se encontram em processo de luto que podem não estar a ser respeitados quando o evento trágico e a mortalidade são banalizados e comercializados (Stone, 2011).

A comercialização do Dark Tourism origina questões éticas relacionadas com dois elementos fundamentais que são: a ética dos negócios, mais especificamente como as empresas que se focam em partilhar histórias e informações sombrias conseguem considerar o seu negócio como algo ético e até mesmo inofensivo e, também a moralidade pessoal de cada um dos turistas, ou seja, como é que pessoas com culturas e pensamentos bastante diferentes vão aceitar em termos morais e éticos a informação que lhes está a ser transmitida e, que muitas vezes é provocatória (Wight, 2009).

Algo também muito relevante relacionado com a ética no Dark Tourism é a forma como os locais ligados à morte e ao sofrimento são apresentados aos turistas (Garcia, 2012; Light, 2017), uma vez que em alguns casos os eventos históricos não estão explicados e representados de forma correta e completa, o que leva a que a educação seja esquecida em prol do entretenimento (Light, 2017), ou seja, as questões éticas ligadas ao Dark Tourism estão também associadas ao tipo de interpretação que é desenvolvida e realizada no local ou atração na medida em que vai afetar a experiência dos turistas (Dehoorne & Jolliffe, 2013). Esta discussão não é nova na área do turismo, uma vez que alguns estudos relacionados com o património mostraram que os locais relacionados com o património também valorizavam o entretenimento em vez de se focarem no valor histórico e educacional das atrações, o que faz com que as mensagens que são transmitidas aos turistas sejam apenas superficiais (Light, 2017).

O Dark Tourism foca-se em acontecimentos que envolveram a morte e o sofrimento de várias pessoas, o que faz com que este tipo de turismo se foque em assuntos que são bastante difíceis de gerir, trabalhar e desenvolver (Garcia, 2012). Acrescenta-se a esta dificuldade o facto de que nem todas as pessoas concordam com o facto de as histórias relacionadas com o sofrimento e morte de pessoas poderem ser partilhadas para fora da comunidade local com a finalidade de entreter os turistas (Garcia, 2012). A ideia de cobrar dinheiro para que histórias sobre

mortes, tragédias, desastres, sofrimento e o macabro sejam partilhadas e divulgadas também é rejeitada por inúmeras pessoas, de onde se destaca a comunidade local (Garcia, 2012). No entanto, vários investigadores defendem que não existe nenhum problema ético se o que for partilhado com os turistas forem apenas factos reais e nada for inventado apenas para satisfazer as necessidades dos mesmos (Garcia, 2012). Porém, outros investigadores defendem que são os próprios turistas que ao visitarem as atrações e locais de Dark Tourism que os validam como sendo espaços eticamente corretos (Wight, 2009). Algo que ajuda a combater os problemas éticos relacionados com o Dark Tourism é a existência de uma correta interpretação nos locais e atrações (Garcia, 2012).

É sabido, que os turistas não aceitam sem criticar as formas como os locais de Dark Tourism são apresentados, rejeitando os locais onde não podem desenvolver uma experiência significativa e profunda com os acontecimentos que ocorreram nos mesmos (Light, 2017). Os turistas entendem os locais de Dark Tourism de várias formas e podem aceitar, mas também enriquecer ou então rejeitar as mensagens e histórias que encontram, desenvolvendo as suas próprias interpretações que podem ser diferentes das dos gerentes dos locais e atrações (Light, 2017). Mas, é possível concluir que os debates sobre a ética no Dark Tourism são inconclusivos, uma vez que são realizadas críticas, mas não são realizadas sugestões para melhorar os locais e atrações de Dark Tourism (Light, 2017).

1.5.2. Turistas de Dark Tourism

Como já foi referido existem alguns assuntos relacionados com o Dark Tourism que ainda não foram analisados e estudados e um desses assuntos diz respeito aos turistas de Dark Tourism (Sharpley & Stone, 2009a; Stone, 2011; Light, 2017). É possível verificar que na literatura existente encontram-se poucos estudos e pouca investigação sobre as motivações que levam os turistas a visitar locais e atrações de Dark Tourism (Sharpley, 2009a; Stone, 2011; Podoshen, 2013; Du et al., 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Powell et al., 2018; Mionel, 2020). Também não existe muita informação publicada na literatura existente sobre as emoções que a visita a locais e atrações de Dark Tourism provoca nos turistas de Dark Tourism (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016), tal como sobre as experiências que os mesmos vivem nos locais e atrações de Dark Tourism (Stone, 2011; Simone-Charteris et al., 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Martini & Buda, 2018).

1.5.2.1. Motivações dos turistas de Dark Tourism

Quando se está a analisar e a estudar um tipo de turismo é essencial perceber os turistas que procuram esse mesmo tipo de turismo (Light, 2017). Assim, quando se fala em turistas de Dark Tourism é necessário reconhecer que existem turistas que visitam locais de Dark Tourism por estes fazerem parte do itinerário que compraram antes de visitarem o destino, que existem outros turistas que decidem e querem incluir experiências relacionadas com o Dark Tourism nas suas viagens de lazer a um determinado destino e, que por fim, ainda existem os turistas que são motivados a viajar para um destino devido à sua oferta em termos de Dark Tourism, uma vez que existem pessoas que se fascinam com o macabro e o sombrio (Preece & Price, 2005; Light, 2017).

É possível identificar vários fatores push e pull que levam os turistas a visitar locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism (Bhati, Agarwal, Tjayaindera, Aung, Thu & Nguyen, 2019). Os principais fatores push são: procura por emoção, recordação, morte e agonia e, por último educação e experiência (Bhati et al., 2019). A procura de emoção é originada pela busca de algo novo e pela curiosidade (Bhati et al., 2019). A recordação diz respeito à lembrança de eventos que aconteceram no passado (Bhati et al., 2019). A recordação é algo fundamental da essência humana, permitindo contactar com outros seres humanos e viver a sua própria vida (Bhati et al., 2019). A morte e a agonia estão relacionadas com o facto de os turistas visitarem locais e atrações de Dark Tourism por terem um grande interesse e fascínio pela morte (Bhati et al., 2019). A grande maioria dos locais e atrações de Dark Tourism focam-se na educação, com o intuito de explicarem aos turistas o que originou o acontecimento, como este ocorreu e a forma como a comunidade local lidou com o mesmo (Bhati et al., 2019). Ao escolherem este tipo de turismo os turistas vão viver uma experiência única, como ainda nunca viveram na vida (Bhati et al., 2019). No que diz respeito aos fatores pull destacam-se os seguintes: história, herança cultural e identidade e por fim, localização e artefactos (Bhati et al., 2019). A história é o ponto de ligação com o passado e, por este motivo se a história for conjugada com informação e estímulos visuais irá originar experiências enriquecedoras com um foco na aprendizagem (Bhati et al., 2019). A herança cultural e identidade dizem respeito à cultura, heranças e tradições de uma sociedade (Bhati et al., 2019). Os turistas podem identificar-se com as atrações que estão a visitar e encará-las como parte da sua herança cultural, passando a fazer parte da sua identidade através das experiências profundas que viveram (Bhati et al., 2019). A localização é um aspeto bastante importante, uma vez que está repleta de significados a nível geográfico e histórico (Bhati et al., 2019). Os artefactos dizem respeito aos testemunhos visuais que permitem que os turistas se

relacionem com as vítimas e entendam o que se passou no local, estando deste modo repletos de significado e simbolismo (Bhati et al., 2019).

Os turistas que visitam os locais e atrações de Dark Tourism apresentam o desejo de aprender, satisfazer a curiosidade, lembrar, prestar homenagem e peregrinação (Preece & Price, 2005; Sharpley, 2009a). É possível identificar cinco categorias de comportamento em Dark Tourism: viajar para testemunhar representações públicas de morte, viajar para observar os locais onde os extermínios em massa ou casos isolados de mortes ocorreram, viajar para visitar memoriais, viajar para observar representações simbólicas ou materiais de mortes principalmente em locais que não estão relacionados com os acontecimentos e viajar para testemunhar simulações de morte (Preece & Price, 2005; Sharpley, 2009a).

Compreender as motivações que levam os turistas a visitar os locais e atrações de Dark Tourism é algo bastante complexo, uma vez que as motivações podem variar em termos de intensidade e de visita para visita (Iliev, 2020). As motivações podem nem existir antes da visita ser realizada, podendo surgir apenas quando se está a realizar a visita ou até mesmo após a visita, quando se reflete sobre a experiência obtida no local ou na atração (Iliev, 2020). Contudo, torna-se fundamental entender as motivações dos turistas porque esclarecem o processo de decisão dos mesmos e vão influenciar o seu comportamento durante e após a visita (Bhati et al., 2019).

São diversas as motivações que levam os turistas a visitar locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism (Marques, 2018), de onde se destacam as seguintes: vontade de viver novas experiências (Podoshen, 2013; Chang, 2014; Marques, 2018; Silva et al., 2020) relacionadas com a morte (Yan et al., 2016); fascinação pela morte (Frew & White, 2013; Du et al., 2013; Zheng et al., 2016; Iliev, 2020; Silva et al., 2020); atração pelo horror, o sombrio e o macabro (Chang, 2014; Light, 2017); desejo de contemplar a morte e a mortalidade (Sharpley & Stone, 2009a; Stone, 2011); interesse na tragédia, no sacrifício e na coragem (Willard et al., 2013); desejo de realizar uma experiência que esteja relacionada com o sombrio e o macabro (Boateng et al., 2018); curiosidade sobre a morte (Sharpley, 2009a; Frew & White, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Silva et al., 2020); desejo de contactar com a morte (Du et al., 2013; Powell et al., 2018; Mionel, 2020); medo (Zheng et al., 2016); visitar locais que estão associados a crimes (Du et al., 2013; Simone-Charteris et al., 2013) e a atos horríveis e desumanos (Foley & Lennon, 1996); ver para acreditar (Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Mionel, 2020); necessidade de visitar locais famosos relacionados com a morte (Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Mionel, 2020); obrigações a nível moral (Light, 2017; Mionel, 2020); necessidade de observar o local onde ocorreram eventos relacionados com a morte e o

desastre sem ser através da comunicação social (Foley & Lennon, 1996); razões relacionadas com a identidade nacional (Simone-Charteris et al., 2013; Willard et al., 2013; Mionel, 2020; Silva et al., 2020); existência de uma relação entre o turista e o local que está a visitar ou com as vítimas (Walter, 2009; Willard et al., 2013; Mionel, 2020); apresentar empatia para com as vítimas (Simone-Charteris et al., 2013); prestar homenagem às vítimas (Walter, 2009); sentido de sobrevivência ou identidade (Sharpley, 2009a); ultrapassar medos antigos (Simone-Charteris et al., 2013); enfrentar a dor, o sofrimento e traumas (Stone, 2011); procurar viver uma experiência desafiante ou uma experiência que relembre a efemeridade da vida (Stone, 2011); necessidade de compreender algo que não entendem muito bem (Podoshen, 2013; Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Iliev, 2020; Silva et al., 2020); curiosidade em conhecer algo que não é comum ao seu dia-a-dia (Light, 2017; Mionel, 2020); desejo de conhecer a história do local que estão a visitar (Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Marques, 2018; Mionel, 2020; Iliev, 2020; Silva et al., 2020); procurar algo autêntico (Cohen, 2010; Simone-Charteris et al., 2013; Chang, 2014; Silva et al., 2020); relembrar o passado (Walter, 2009; Simone-Charteris et al., 2013; Chang, 2014; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Mionel, 2020; Silva et al., 2020); nostalgia (Sharpley, 2009a; Du et al., 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Laws, 2013; Light, 2017; Silva et al., 2020); procurar uma experiência educacional (Simone-Charteris et al., 2013; Silva et al., 2020); necessidade de viver uma experiência espiritual (Du et al., 2013); viver experiências que envolvam risco (Simone-Charteris et al., 2013); entretenimento (Frew & White, 2013; Light, 2017; Marques, 2018); lazer (Mionel, 2020; Silva et al., 2020); razões relacionadas com fatores psicológicos, culturais e pessoais (Silva et al., 2020); serem locais e atrações que devem ser visitadas (Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Mionel, 2020); ser um local ou atração que foi recomendada por familiares e amigos (Mionel, 2020); fugir da rotina (Isaac & Çakmak, 2016); procurar algo novo e que nunca viram antes (Sharpley, 2009a; Du et al., 2013; Laws, 2013); visitar o local ou atração apenas por fazer parte do itinerário (Mionel, 2020; Silva et al., 2020).

Yan et al. (2016), afirmam que se o património for cruzado com o Dark Tourism é possível identificar quatro grandes motivos de visita que são: ver para acreditar, aprender e compreender, visitar atrações turísticas famosas relacionadas com a morte e viver experiências emocionais relacionadas com o património. Estes quatro motivos são agrupados em três grandes grupos: necessidades educacionais, razões sociais e curiosidade (Yan et al., 2016). Deste modo, é possível afirmar que as motivações para visitar um local ou atração de Dark Tourism resultam da combinação de fatores psicológicos e fatores sociológicos e os últimos influenciam a forma como os eventos de Dark Tourism são apresentados e interpretados (Cohen, 2010).

As motivações de visita não se mantêm constantes ao longo do tempo, uma vez que à medida que os acontecimentos se distanciam do tempo presente, as motivações focam-se nos aspetos históricos e, por oposição os turistas que visitam locais em que alguma tragédia aconteceu recentemente apresentam motivações de visita mais relacionadas com os aspetos macabros dos acontecimentos (Preece & Price, 2005).

Segundo Light (2017), o interesse pela morte é um motivo importante para visitar atrações e locais de Dark Tourism, mas existem pessoas que não visitam os locais e atrações de Dark Tourism devido à sua ligação com a morte, sendo o interesse em compreender e aprender sobre os eventos que ocorreram no passado um motivo bastante comum. Posto isto, e para alguns autores, os motivos para visitar locais e atrações de Dark Tourism são muito semelhantes aos do Turismo Cultural (Light, 2017; Iliev, 2020).

Como já foi referido, os motivos para visitar uma atração ou um local de Dark Tourism são bastante diferentes e são influenciados por fatores culturais e pelo desejo de cada indivíduo em querer conhecer o desconhecido e o diferente (Mionel, 2020; Iliev, 2020). Assim, é possível concluir que a procura que se encontra neste tipo de turismo é bastante heterogénea e os turistas podem visitar um local ou uma atração de Dark Tourism por vários motivos diferentes (Light, 2017). Deste modo, como cada turista apresenta a sua própria motivação é possível afirmar que cada turista vai consumir o local ou atração de Dark Tourism de maneira diferente (Sharpley, 2009a).

Apesar de existir uma grande diversidade de motivações que levam os turistas a visitar locais e atrações de Dark Tourism, Walter (2009), defende que a visita a locais e atrações de Dark Tourism na grande maioria das vezes diz respeito a uma pequena parte da grande visita que está a ser realizada no destino, ou seja, os locais e atrações de Dark Tourism são apenas mais um espaço que tem de ser visitado, o que leva a que existam poucos turistas cuja viagem a um destino está apenas relacionada com a visita a locais e atrações de Dark Tourism. Para além deste aspeto, este autor também afirma que a repetição da visita a locais e atrações de Dark Tourism é algo que não é muito comum (Walter, 2009).

O Dark Tourism permite que os turistas possam contactar com a morte em locais onde isso seja socialmente e culturalmente aceite (Podoshen, 2013; Frew & White, 2013), ou seja, este tipo de turismo vai permitir que os turistas consigam relacionar-se com a morte com o objetivo de viverem emoções fortes (Podoshen, 2013).

1.5.2.2. Experiências e emoções dos turistas de Dark Tourism

O Dark Tourism proporciona um espaço emocional e cognitivo, através do qual os turistas têm a possibilidade de adquirir experiências de Dark Tourism que são completamente diferentes das experiências que podem realizar na sua rotina (Yan et al., 2016).

O Dark Tourism é visto como um fenómeno turístico relacionado com o desastre, portanto, os turistas desta tipologia procuram experiências associadas com tragédias, sofrimento e o macabro (Garcia, 2012). Estas experiências podem ser adquiridas de diversas formas, quer seja através da visita a um local onde um evento catastrófico ou trágico aconteceu, como o memorial do 11 de setembro, em Nova Iorque, ou até mesmo através da participação num tour sobre fantasmas, que pode ou não ser baseado em factos reais (Garcia, 2012). Esta ideia expressa por Garcia (2012), vai ao encontro dos estudos sobre a autenticidade dos locais e atrações de Dark Tourism realizados por Cohen (2010) em que o autor considera que a autenticidade do local é uma questão central nas experiências de Dark Tourism. Por isso, os locais como o memorial do 11 de setembro, referido por Garcia (2012) são considerados locais primários ou *in situ* e os tours de fantasmas também mencionados pela autora são caracterizados por Cohen (2010) como locais secundários ou locais criados apenas para satisfazer as necessidades dos turistas que procuram o Dark Tourism.

As experiências que são vividas pelos turistas variam de acordo com a relação que estes têm com o local (Walter, 2009; Cohen, 2010; Yan et al., 2016) se os turistas não apresentarem qualquer relação com o local, encaram a visita como uma atividade de lazer normal (Yan et al., 2016) mas, se apresentarem uma relação íntima com o local e com os acontecimentos que lá ocorreram, estando desta forma conectados com o seu património e identidade, encaram as experiências de forma completamente diferente, sendo mais significativas, proporcionando momentos temporários de atualização pessoal (Cohen, 2010). Para além de atualização pessoal, as experiências de Dark Tourism também proporcionam benefícios a nível físico e mental, tal como introspeções a nível educacional (Chang, 2014). Este tipo de turismo ao proporcionar experiências que os turistas não conseguem obter no seu dia-a-dia vai alterar a forma como os turistas vão viver o resto da sua vida (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017).

As experiências em locais e atrações de Dark Tourism são complexas e multifacetadas, apresentando significados profundos (Yan et al., 2016). Mas, não existe apenas um tipo de experiência uma vez que, cada turista de Dark Tourism faz a sua própria interpretação do local que vai visitar, idealizando o mesmo, elaborando a sua própria motivação (Yan et al., 2016). No entanto, as experiências cognitivas e as experiências emocionais são os tipos de experiência mais

explorados na literatura sobre Dark Tourism (Iliev, 2020). As experiências de natureza cognitiva estão profundamente relacionadas com a aprendizagem, uma vez que muitos turistas têm como objetivo obter informações sobre o local e os eventos que lá ocorreram (Light, 2017). Os locais e atrações que estão relacionados com a morte originam sempre experiências emocionais profundas (Iliev, 2020).

No entanto, os aspetos educacionais e emocionais das experiências de Dark Tourism são afetados por um diversificado conjunto de fatores de onde se destacam: a interpretação que é disponibilizada, a autenticidade do local ou da atração e o modo como o local ou a atração é divulgada pela comunicação social (Kang et al., 2012; Chang, 2014).

As visitas a locais e atrações de Dark Tourism permitem que os turistas reflitam sobre os eventos trágicos, influenciando a sua própria identidade enquanto seres humanos e deste modo, é possível afirmar que as experiências de Dark Tourism são intensas, profundas e transformadoras (Willard et al., 2013). Quando visitam locais e atrações de Dark Tourism, os turistas esperam encontrar espaços que capturem a sua atenção de forma imediata, o que vai colocar a sua imaginação a trabalhar e os locais e atrações que têm este aspeto em consideração utilizam a interpretação e outros equipamentos de apoio para ajudar os turistas a elaborarem o seu próprio significado para o local ou atração que estão a visitar, relacionando-se deste modo de forma íntima com o espaço que estão a visitar, o que origina uma experiência turística inesquecível (Willard et al., 2013).

Os locais e atrações de Dark Tourism apresentam significados a nível espiritual, ou seja, permitem que sejam realizadas experiências a nível espiritual (Zheng et al., 2019). Ao contactar com locais e espaços onde ocorreram várias mortes, os turistas ficam conscientes que um dia eles próprios também vão morrer (Walter, 2009; Best, 2013; Coutinho & Baptista, 2014), deste modo os locais e atrações de Dark Tourism podem ser caracterizados como locais de lembrança e recordação, uma vez que recordam as pessoas da sua condição mortal, dando origem a experiências únicas, profundas e significativas (Light, 2017). Mas aspetos sociais, culturais e religiosos fazem com que a morte seja encarada de diversas formas por pessoas diferentes (Zheng et al., 2019). Inicialmente os locais relacionados com a morte não são considerados como locais sagrados, mas após a sua criação e desenvolvimento são considerados como tal devido a processos sociais sequenciais (Toussaint & Decrop, 2013; Zheng et al., 2019). Os significados a nível espiritual e simbólico não estão relacionados apenas com os acontecimentos a nível histórico, mas também com a atuação humana, através da visita aos locais (Zheng et al., 2019). O significado dos locais e atrações relacionadas com a morte é feito através do entendimento,

experiências e emoções dos turistas, o que faz com que estes sejam agentes ativos na criação de significados para os locais e atrações que serão partilhados com as próximas gerações (Zheng et al., 2019).

A visita a locais e atrações de Dark Tourism desperta um conjunto de emoções, que também dependem de turista para turista e as mais comuns são: sofrimento (Light, 2017), tristeza (Light, 2017), terror (Stone, 2009c), horror (Light, 2017), nervosismo (Stone, 2009c) e dor (Light, 2017). Existem ainda locais e atrações que despertam os sentimentos de nojo, repulsa, choque, medo e desilusão (Light, 2017). Mas, os locais e atrações de Dark Tourism também podem despertar emoções positivas como o orgulho e o sentido de esperança (Light, 2017). Diferentes turistas vão experienciar diferentes emoções no mesmo local ou atração de Dark Tourism (Ashworth & Isaac, 2015), existindo mesmo turistas que são indiferentes ao que estão a observar nos locais e atrações de Dark Tourism, uma vez que não apresentam nenhum sentimento negativo ou positivo (Stone, 2009c). Deste modo, é possível concluir que visitar um local ou atração de Dark Tourism envolve uma experiência emocional profunda (Willard et al., 2013; Light, 2017), que pode originar uma transformação em termos pessoais (Zheng et al., 2019).

Ao visitarem uma atração ou local de Dark Tourism os turistas de Dark Tourism ficam realmente a conhecer o evento trágico que aconteceu e são influenciados pelo mesmo, o que pode originar uma mudança em termos morais e emocionais nestas pessoas (Stone, 2009a). Isto leva a concluir que as atrações e locais de Dark Tourism podem ser encarados como espaços contemporâneos que permitem conhecer, refletir e interpretar preocupações e dilemas éticos e morais (Stone, 2009a).

Qualquer contato e relação com a morte, o sofrimento, a tragédia, o desastre e o macabro está repleto de significados afetivos, que é algo que faz parte da essência do Dark Tourism (Martini & Buda, 2018). Contudo, estes significados afetivos não são muitas vezes apreendidos pelos turistas, porque vários locais não transmitem de forma correta a história que lhes está associada, pois querem reduzir um pouco o nível de tragédia e desastre que está relacionado com os mesmos, o que faz com que o significado em termos afetivos dos locais não seja o verdadeiro, nem o desejável (Martini & Buda, 2018). O Dark Tourism alcança um elevado nível de sucesso quando os testemunhos a nível material, as histórias e as reproduções dos eventos que ocorreram são transmitidos de forma correta, coerente e sem omitir nenhum facto aos turistas, pois só desta forma é que os significados em termos afetivos podem ser entendidos pelos turistas (Martini & Buda, 2018).

A visita a locais e atrações de Dark Tourism é tudo menos superficial, uma vez que as experiências nestes locais podem ter um carácter transformativo e ser de tal maneira marcantes e profundas que podem alterar a vida dos turistas (Light, 2017).

1.5.3. Estudos futuros em Dark Tourism

Apesar de todos os avanços que foram feitos em termos académicos no que diz respeito ao fenómeno do Dark Tourism, ainda existem alguns assuntos relacionados com este tipo de turismo que necessitam de mais estudo e investigação e também existem várias questões sobre este tipo de turismo que ainda não foram esclarecidas (Stone, 2011; Iliev, 2020).

Um dos principais assuntos que ainda se encontra pouco explorado e investigado diz respeito ao estudo da relação que este tipo de turismo estabelece com as esferas políticas e socioculturais da sociedade (Sharpley & Stone, 2009a; Stone, 2011). Isto leva a que o campo académico do Dark Tourism seja ainda pouco aprofundado e muitas vezes inconclusivo, o que leva a que o fenómeno do Dark Tourism não seja compreendido de uma forma completa (Stone, 2011).

Stone (2011), afirma que apesar de terem existido estudos que contribuíram bastante para o crescimento do campo académico sobre o Dark Tourism, é possível também identificar algumas investigações que foram realizadas sem apresentarem uma síntese legítima em termos disciplinares, ou seja, os investigadores não estudaram o Dark Tourism através de uma conjugação de várias disciplinas, o que faz com que o Dark Tourism não seja estudado como um todo pois, este tipo de turismo está relacionado com vários aspetos da sociedade, o que origina a necessidade de estudar o Dark Tourism através de uma conjugação de várias disciplinas, para que realmente se consiga entender de forma completa este tipo de turismo (Stone, 2011).

Para dar resposta a este problema Stone (2011), defende que é necessário adotar formas novas para investigar o fenómeno do Dark Tourism e que os estudos sobre este tipo de turismo só poderão avançar se forem feitos através de uma abordagem pós-disciplinar. Esta abordagem é defendida porque a investigação em Dark Tourism necessita de contributos de várias disciplinas para que se possam compreender e explorar as relações que este tipo de turismo estabelece com vários domínios da sociedade (Laws, 2013). Ao ser utilizada uma nova abordagem nos estudos e investigação sobre o Dark Tourism, será possível desenvolver a capacidade de elaborar novas teorias e conceitos associados a este tipo de turismo, o que proporcionará um maior entendimento do Dark Tourism e de tudo o que este tipo de turismo implica (Stone, 2011; Iliev, 2020).

A investigação e estudo em Dark Tourism deve apresentar um maior nível de discernimento, uma maior flexibilidade, integração e liberdade, deixando para trás limites em termos disciplinares, restrições e dogmas (Stone, 2011). A investigação que consegue ir para além dos limites em termos disciplinares irá originar uma síntese em termos críticos sobre os aspetos relacionados com o Dark Tourism que contribuirá para aumentar o conhecimento sobre o mesmo permitindo que a teoria em termos sociais e a prática em termos culturais sejam mais abrangentes (Stone, 2011).

Este tipo de investigação necessita de ser desenvolvida e aplicada de forma rápida, pois cada vez mais se verifica a necessidade de existir um campo académico completo e abrangente sobre o fenómeno do Dark Tourism devido às várias relações e inter-relações que este tipo de turismo estabelece com vários aspetos da cultura das sociedades, tanto em termos de oferta como em termos de procura e também devido a este tipo de turismo ser identificado como um instrumento contemporâneo que apresenta o papel de mediador da moralidade e da mortalidade (Stone, 2011). Ao ser implementado um tipo de investigação pós-disciplinar, os investigadores conseguirão apresentar contributos para que vários aspetos do Dark Tourism sejam finalmente compreendidos, uma vez que a abordagem pós-disciplinar permite que sejam adotados modelos de trabalho mais adaptáveis e integrados o que facilita a criação de novo conhecimento (Stone, 2011; Iliev, 2020). Stone (2011), sugere ainda que para facilitar a criação de novo conhecimento que irá permitir uma maior compreensão do fenómeno do Dark Tourism é necessário que os vários investigadores de diversas áreas trabalhem em conjunto em termos académicos. Sem o contributo da história, da antropologia, da sociologia, da geografia, entre outras disciplinas não será possível compreender de forma completa o Dark Tourism, principalmente no que diz respeito às relações que apresenta com a memorialização, o misticismo e a laicização (Stone, 2011).

Deste modo, é possível concluir que a adoção de uma abordagem pós-disciplinar para a investigação e estudos em Dark Tourism conseguirá dar resposta à necessidade que existe em chegar a conclusões lógicas e fiáveis sobre vários aspetos relacionados com o Dark Tourism (Stone, 2011; Iliev, 2020), uma vez que já não irão existir limitações em termos de disciplinas que podem ser utilizadas nos estudos em Dark Tourism (Stone, 2011).

1.6. Conclusões

No capítulo desenvolvido foi apresentado e definido o Turismo Cultural e a partir da explicação deste tipo de turismo foi explorado e analisado o Dark Tourism que é classificado como um subproduto do Turismo Cultural por alguns autores (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017).

Após o desenvolvimento do presente capítulo foi possível concluir que o Dark Tourism diz respeito a um tipo de turismo em que existem aspetos fundamentais que ainda necessitam de uma maior atenção, estudo e investigação (Preece & Price, 2005; Stone, 2006; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Silva et al., 2020), de onde se destacam os turistas de Dark Tourism (Light, 2017), principalmente no que diz respeito às suas motivações (Podoshen, 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Powell et al., 2018; Mionel, 2020), emoções (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016) e experiências (Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Martini & Buda, 2018). Pelo que se torna fundamental investir em estudos e investigação sobre este tipo de turismo, de modo a enriquecer a literatura já existente.

Apesar de o Dark Tourism ser uma prática turística antiga (Ashworth & Isaac, 2015; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Coutinho et al., 2018; Marques, 2018; Silva et al., 2020), é possível verificar que ainda continua na atualidade a atrair diversos turistas, originando diversas deslocações para locais e atrações de Dark Tourism (Cohen, 2010; Coutinho & Baptista, 2014; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Powell et al., 2018; Martini & Buda, 2018; Silva et al., 2020), mostrando que é uma boa aposta em termos de desenvolvimento turístico devido à sua atratividade.

Contudo, por se basear e focar em aspetos mais negativos da história da Humanidade, este tipo de turismo não é tão aceite como os outros tipos de turismo (Marques, 2018), principalmente por parte da comunidade local (Garcia, 2012). Mas, o Dark Tourism é um tipo de turismo que origina várias vantagens para os locais onde se desenvolve, de onde se destaca o contributo que apresenta para o desenvolvimento e crescimento em termos económicos (Frew & White, 2013; Boateng et al., 2018), a criação de uma imagem nova para o local onde ocorreram os acontecimentos trágicos (Martini & Buda, 2018) e a diversificação da oferta em termos turísticos (Silva et al., 2020). Para além disto, o Dark Tourism também faz com que os níveis de satisfação dos turistas sejam mais elevados, o que origina repetições de visitas e recomendações boca a boca a familiares e amigos (Frew & White, 2013).

Capítulo 2 – Dark Tourism no Mundo e em Portugal

2.1. Introdução

Um pouco por todo o Mundo é possível encontrar locais e atrações associadas ao Dark Tourism (Sharpley, 2009b; Frew & White, 2013). Isto acontece porque se considera que o Mundo atual se encontra bastante exposto ao fenómeno do Dark Tourism (Stone, 2013). Nos vários países do Mundo é possível visitar locais e atrações de Dark Tourism relacionadas com acontecimentos que já ocorreram há bastante tempo, tal como é possível conhecer locais e atrações de Dark Tourism que estão associadas a eventos que aconteceram recentemente (Frew & White, 2013). Este aspeto leva a que seja possível realizar estudos de caso por todo o Mundo (Frew & White, 2013). Considera-se que a procura por locais e atrações associadas com a morte, a tragédia, o sofrimento, o desastre e o macabro vai continuar a aumentar por todo o Mundo (Powell et al., 2018), o que irá resultar num aumento do número, já bastante significativo, de visitantes e turistas nos locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism (Kang et al., 2012).

No que diz respeito a Portugal a oferta turística relacionada com o Dark Tourism é muito reduzida devido a não existir uma aposta no desenvolvimento e afirmação deste tipo de turismo a nível nacional. Mas, ao realizar uma pesquisa mais aprofundada foi possível identificar vários locais e atrações turísticas com elevadas potencialidades para serem incluídas numa oferta de Dark Tourism, ilustrando que este tipo de turismo tem todas as condições para ser desenvolvido no país, diversificando a oferta turística existente.

Neste capítulo serão apresentadas as principais atrações de Dark Tourism que existem no Mundo, as atividades, locais e atrações de Dark Tourism que já existem em Portugal e ainda alguns locais e atrações turísticas existentes no país com elevadas potencialidades para integrarem uma oferta de Dark Tourism.

2.2. Dark Tourism no Mundo

Devido a existirem locais e atrações de Dark Tourism pelo Mundo todo, verifica-se que existem cada vez mais *websites* que se dedicam à enumeração dos vários locais e atrações de Dark Tourism, que é possível visitar nos vários países do Mundo (Sharpley, 2009a), de onde se destaca o dark-tourism.com que é o *website* mais conhecido sobre este tipo de turismo e que se dedica principalmente à listagem e descrição de todos os locais e atrações de Dark Tourism que é possível visitar em todos os países do Mundo.

O dark-tourism.com apresenta uma lista com os vinte principais locais e atrações de Dark Tourism no Mundo, que são as seguintes: 1-O Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau na Polónia; 2-Chernobyl, na Ucrânia; 3-Memorial da Paz de Hiroshima e a cidade de Nagasaki no Japão; 4-A cidade de Berlim, na Alemanha; 5-Os Memoriais do Genocídio de Murambi, Nyamata e Kigali em Ruanda; 6-O Memorial & Museu Nacional do 11 de setembro, Ground Zero, localizado em Nova Iorque, nos Estados Unidos da América; 7-Área de Testes de Semipalatinsk, no Cazaquistão; 8-O Museu do Genocídio Tuol Sleng e o Centro Genocida de Choeung Ek, no Camboja; 9-Campo de Concentração Majdanek, na Polónia; 10-Ruínas do Titanic, no Norte do Atlântico; 11-A Cidade-fantasma de Plymouth, em Montserrat, nas Caraíbas; 12-Palácio do Sol de Kumsusan, na Coreia do Norte; 13-Cratera de Ijen e a mina de enxofre, na Indonésia; 14-Museu dos Vestígios de Guerra, na cidade de Ho Chi Minh, no Vietname; 15-Cratera de Darvaza, no Turquemenistão; 16-Ilha Robben, na África do Sul; 17-O Mar de Aral, localizado no Cazaquistão e Uzbequistão; 18-Museu da História da Repressão Política Perm-36, na Rússia; 19-Museu dos Mísseis Titan, situado no Arizona, nos Estados Unidos da América; 20-Ilhas Falkland (Ilhas Malvinas), na América do Sul (Hohenhaus, s.d.).

O Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau é um dos principais testemunhos do Holocausto e, por isso tem uma forte ligação com a morte e o terror (Auschwitz-Birkenau State Museum, 2021). Este Campo de Concentração foi criado pelos Nazis em 1940, tornando-se o principal centro de extermínio dos judeus, uma vez que neste local morreram cerca de um milhão e cem mil pessoas (Auschwitz-Birkenau State Museum, 2021). O Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau, abriu as suas portas ao público em 1947 e, desde então já recebeu vários milhões de visitantes (Hohenhaus, s.d.), registando dois milhões e 320 mil visitantes em 2019 (Auschwitz-Birkenau State Museum, 2021).

No dia 26 de abril de 1986 aconteceu o acidente da Central Nuclear de Chernobyl e este acidente nuclear foi considerado como o mais grave da história, estando deste modo associado à tragédia e ao desastre (ChernobylX, 2021). Morreram 26 pessoas devido às explosões da Central Nuclear de Chernobyl, uma vez que estiveram expostas a doses letais de radiação (ChernobylX, 2021). Para além das vítimas mortais, este acidente também afetou a vida de três milhões e duzentas mil pessoas apenas na Ucrânia (ChernobylX, 2021). Este acidente originou ainda a contaminação radiativa de toda a cidade de Chernobyl e arredores (ChernobylX, 2021). Também existem registos que nuvens radioativas se espalharam por todo o Mundo (ChernobylX, 2021). Devido à contaminação a cidade de Chernobyl e outros territórios foram evacuados permanentemente, transformando-se em locais fantasma (ChernobylX, 2021). É possível visitar

Cherbonyl desde 2011 (Adams, 2021), registando-se cerca de quinhentos mil visitantes por ano (ChernobyIX, 2021).

As cidades de Hiroshima e Nagasaki estão marcadas pela morte, pela tragédia e pelo desastre devido aos bombardeamentos que foram realizados nestes locais durante a Segunda Guerra Mundial (History.Com Editors, 2021). Dia seis de agosto de 1945 a cidade de Hiroshima foi atingida por uma bomba atômica lançada pelos americanos (History.Com Editors, 2021). Esta explosão matou oitenta mil pessoas e, posteriormente várias dezenas de milhares faleceram devido à radiação a que foram expostas (History.Com Editors, 2021). Três dias depois a cidade de Nagasaki também foi atingida por uma bomba atômica que também foi lançada pelos americanos e, esta explosão vitimou quarenta mil pessoas (History.Com Editors, 2021). Estes acontecimentos levaram à rendição do Japão na Segunda Guerra Mundial (History.Com Editors, 2021). Estes bombardeamentos são considerados como dois dos acontecimentos mais mortais da história (Hohenhaus, s.d.). Atualmente a cidade de Hiroshima é visitada por cerca de dois milhões de turistas anualmente (Beser, 2017).

A cidade de Berlim é considerada como a capital do Dark Tourism, uma vez que é a cidade onde se pode encontrar o maior número de locais e atrações de Dark Tourism (Hohenhaus, s.d.). Os locais e atrações de Dark Tourism que se encontram em Berlim estão associados com a República de Weimar, com o regime nazi, com a Guerra Fria e com todos os acontecimentos relacionados com o muro de Berlim, que era o símbolo do conflito entre o bloco ocidental e o bloco de leste (Hohenhaus, s.d.). Considera-se que Berlim é visitada por cinco milhões de visitantes anualmente (Berlin Tourismus & Kongress GmbH, s.d.).

Os Memoriais do Genocídio de Murambi, Nyamata e Kigali em Ruanda estão associados com o genocídio que ocorreu em Ruanda durante cem dias em 1994, vitimando oitocentas mil pessoas (BBC News, 2019). Este genocídio foi realizado por extremistas étnicos hutus, que atacaram e mataram elementos da minoria tutsi, tal como todos os seus adversários políticos (BBC News, 2019). O Memorial do Genocídio de Murambi foi inaugurado dia 21 de abril de 1995 e apresenta os restos mortais de cinquenta mil vítimas do genocídio (Genocide Archive of Rwanda, 2015) e, por este motivo é considerado como uma das atrações mais “dark” do Mundo (Hohenhaus, s.d.). O Memorial do Genocídio de Nyamata foi aberto ao público no dia onze de abril de 1997 e diz respeito a uma antiga igreja que foi alterada para se tornar num memorial das vítimas do genocídio (Genocide Archive of Rwanda, 2015). Uma pessoa está sepultada dentro da igreja e cerca de 45,308 pessoas estão sepultadas em campas que se localizam por trás da igreja (Genocide Archive of Rwanda, 2015). Dentro da igreja também é possível encontrar peças de

roupa e objetos que pertenciam às vítimas (Genocide Archive of Rwanda, 2015). O Memorial do Genocídio de Kigali foi inaugurado no dia sete de abril de 2004 para marcar o décimo aniversário do genocídio (Genocide Archive of Rwanda, 2015). Neste memorial estão sepultadas 259,000 vítimas, sendo um local onde os sobreviventes podem lembrar e prestar homenagem às vítimas (Genocide Archive of Rwanda, 2015). Para além disto, também funciona como um museu que divulga informações sobre o genocídio e as suas consequências (Genocide Archive of Rwanda, 2015). Apenas o Memorial do Genocídio de Kigali revela o número de visitantes registados e este número é de 108,000 visitantes anuais (Kigali Genocide Memorial, s.d.).

O Memorial & Museu Nacional do onze de setembro está associado aos ataques de onze de setembro de 2001 que vitimaram duas mil e 977 pessoas e também está relacionado com o Atentado de 1993 ao World Trade Center que resultou na morte de seis pessoas (National September 11 Memorial & Museum, 2021). O Memorial & Museu Nacional do onze de setembro é o principal local que divulga a história do onze de setembro, as suas consequências e o seu significado, tendo como principal objetivo prestar homenagem e honrar as vítimas do onze de setembro e do Atentado de 1993 ao World Trade Center (National September 11 Memorial & Museum, 2021). O Memorial & Museu Nacional do onze de setembro regista uma média de nove mil visitantes por dia desde a sua abertura no dia onze de setembro de 2011 (National September 11 Memorial & Museum, 2021).

A Área de Testes de Semipalatinsk corresponde ao local onde a União Soviética realizava testes às suas armas nucleares, durante a Guerra Fria (Yan, 2019). Estes testes fizeram com que um milhão e 500 mil pessoas fossem expostas a elevados níveis de radiação, que resultaram em graves problemas de saúde (Yan, 2019). Este é o local onde se registaram o maior número de explosões nucleares no Mundo e é este aspeto que faz com que este local seja atrativo para os turistas de Dark Tourism (Hohenhaus, s.d.).

O Museu do Genocídio Tuol Sleng está relacionado com o Khmer Vermelho e corresponde ao principal local secreto de detenção e tortura do regime, onde eram eliminados os opositores do regime, tal como as suas famílias (Tuol Sleng Genocide Museum, s.d.). Entre 1975 e 1976 cerca de vinte mil pessoas foram presas pelo Khmer Vermelho neste local secreto de detenção e tortura e só foram libertadas doze pessoas (Tuol Sleng Genocide Museum, s.d.). Este museu foi inaugurado no dia dezassete de abril de 1980 (CIPDH International Center for the Promotion of Human Rights, 2021) e tem como objetivo lembrar as vítimas e prestar-lhes homenagem (Tuol Sleng Genocide Museum, s.d.). Os prisioneiros que sobreviviam à tortura eram enviados para Choeng Ek, que era o maior campo de extermínio do regime, mas que agora corresponde a um

centro que relembra todos os acontecimentos relacionados com o genocídio que foi realizado pelo Khmer Vermelho (Tuol Sleng Genocide Museum, s.d.). Cerca de dezassete mil pessoas foram mortas em Choeung Ek e, no espaço circundante é possível encontrar grandes campas, onde foram sepultadas cerca de oito mil e 985 pessoas (Tourism of Cambodia, s.d.). Atualmente é possível observar oito mil crânios que estão organizados por gênero e que relembram os horrores que foram realizados pelo Khmer Vermelho (Tourism of Cambodia, s.d.). O Centro Genocida de Choeung Ek foi inaugurado no dia dois de julho de 1999 (Tourism of Cambodia, s.d.). O Museu do Genocídio Tuol Sleng recebe cerca de sessenta mil visitantes por ano (Tuol Sleng Genocide Museum, s.d.) e o Centro Genocida de Choeung Ek recebe cerca de 450 visitantes por dia (Vannak, 2015).

O Campo de Concentração Majdanek, tal como o Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau, está relacionado com o Holocausto e foi um dos principais campos de extermínio dos judeus durante o regime nazi (Berenbaum, 2018). Este campo de extermínio recebeu as suas primeiras vítimas em 1941 e neste local foram registadas 360,000 vítimas mortais (Berenbaum, 2018). Este local começou a permitir visitas em julho de 1969 e no ano de 2016 foram registados 210,000 visitantes (The State Museum at Majdanek, s.d.).

O Titanic corresponde ao principal e mais famoso naufrágio que já aconteceu na história da Humanidade, vitimando mil e quinhentas pessoas (Hohenhaus, s.d.). Para marcar o centenário do naufrágio foram organizadas visitas de cruzeiro até ao local exato onde o navio naufragou, também foram inauguradas diversas exposições e ainda foi possível mergulhar e conhecer ao vivo as próprias ruínas do Titanic (Hohenhaus, s.d.). Todas as atividades relacionadas com as ruínas do Titanic são destinadas apenas para turistas com elevado poder de compra (Hohenhaus, s.d.).

Plymouth é a capital da ilha de Montserrat e está considerada como uma cidade-fantasma devido às erupções vulcânicas do Vulcão Soufriere Hills durante a década de 1990, que levaram à sua evacuação, uma vez que uma das erupções em 1997 vitimou dezanove pessoas (Hohenhaus, s.d.). Plymouth é o principal destino de Dark Tourism nas Caraíbas devido à destruição originada pelas erupções vulcânicas (Hohenhaus, s.d.). No ano de 2019 foram registadas dez mil chegadas a Montserrat (López, 2021).

O Palácio do Sol de Kumsusan, funciona como mausoléu para o presidente Kim Il-sung e o seu filho e sucessor Kim Jong-il (Hohenhaus, s.d.). Neste local os seus corpos estão expostos como se fossem elementos de uma exposição (Hohenhaus, s.d.). Por se localizar na Coreia do Norte é um local muito pouco acessível (Hohenhaus, s.d.).

A Cratera de Ijen diz respeito a uma cratera de um vulcão ativo e esta cratera apresenta um lago cuja água é de cor turquesa, sendo considerado como o maior lago de ácido sulfúrico do Mundo (Hohenhaus, s.d.). Dentro da cratera existe uma mina de enxofre, onde é possível recolher grandes quantidades de enxofre solidificado (Hohenhaus, s.d.). Este local está considerado como um local de Dark Tourism devido as condições de trabalho horrendas dos trabalhadores da mina, que lhes causam bastante sofrimento (Hohenhaus, s.d.).

O Museu dos Vestígios de Guerra é o principal museu sobre as várias guerras e conflitos em que o Vietname teve de participar para conseguir alcançar a sua independência (War Remnants Museum, 2020). Este museu faz parte das atrações de Dark Tourism porque apresenta bastantes testemunhos sobre guerras e conflitos que envolveram o Vietname, sendo muitos deles bastante descritivos e até gráficos, o que faz com que este museu proporcione uma experiência de Dark Tourism aos seus visitantes (Hohenhaus, s.d.). A inauguração deste museu foi no dia quatro de julho de 1995 e tem como objetivo mostrar à comunidade local e aos seus visitantes como é importante lutar pela liberdade e independência (War Remnants Museum, 2020). Este museu recebe quinhentos mil visitantes por ano (War Remnants Museum, 2020).

A Cratera de Darvaza, é também conhecida como a Porta do Inferno, uma vez que as suas chamas estão ativas há mais de quarenta anos (National Geographic, 2014). Esta cratera teve origem em 1971, quando cientistas Soviéticos fizeram escavações no local, acabando por perfurar uma caverna de gás natural (National Geographic, 2014). Mas, a perfuração desencadeou o desabamento da estrutura da caverna, dando origem a um buraco com 69 metros de diâmetro e trinta metros de profundidade (National Geographic, 2014). Devido à quantidade de gás que encontraram e, que poderia trazer consequências nocivas para a saúde, os cientistas decidiram queimar o gás, mas o fogo nunca mais se apagou, durando até aos dias de hoje (National Geographic, 2014). Esta cratera é considerada como uma atração de Dark Tourism porque teve origem num desastre que foi causado pelo Homem e também por ser apelidada como a Porta do Inferno (Hohenhaus, s.d.). A Cratera de Darvaza recebe cerca de dez mil visitantes anualmente (Huang, s.d.).

A ilha Robben funcionou como uma prisão de segurança máxima na África do Sul, onde os presos políticos cumpriam as suas penas, vivendo em condições bastante difíceis, de onde se destaca Nelson Mandela (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2021). No ano de 1997 esta prisão foi transformada num museu e em 1999 foi reconhecido como um Monumento Nacional por parte da UNESCO (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2021), sendo considerado como a principal atração de Dark Tourism na África do Sul (Hohenhaus, s.d.). As visitas guiadas que são

realizadas no museu são organizadas por antigos presos (Hohenhaus, s.d.). No ano de 2016 registaram-se 49,738 visitantes na ilha de Robben (Steyn, 2017).

O Mar de Aral está relacionado com um dos maiores desastres ambientais causados pelo Homem (Qobilov, 2015). Este desastre aconteceu porque os soviéticos queriam plantar algodão na região em que situa o Mar de Aral e, para isso tiveram de implementar um sistema de irrigação intensiva, que transformou 90% do quarto maior lago do Mundo, num deserto (Qobilov, 2015). À medida que as dimensões do mar diminuíram, levaram a que todos os pesticidas e inseticidas que estavam nas águas deste mar se tornassem cada vez mais concentrados e tóxicos, eliminando todos os peixes que existiam nas águas do Mar de Aral (Qobilov, 2015). A não existência de água também resultou no desaparecimento dos animais que existiam nas redondezas (Qobilov, 2015).

O Museu da História da Repressão Política Perm-36 corresponde ao único museu dedicado ao período de repressão política que se viveu na Rússia, durante o regime soviético (International Coalition of Sites of Conscience, 2019). Este museu engloba o campo que era destinado à realização de trabalhos forçados, onde os presos políticos trabalharam em condições desumanas, chegando muitos deles a morrer (International Coalition of Sites of Conscience, 2019). Este campo funcionou entre 1946 e 1987 (World Monuments Fund, 2021) e abriu as suas portas ao público em 1995, recebendo cerca de 35,000 visitantes por ano (Hohenhaus, s.d.).

O Museu dos Mísseis Titan corresponde ao único local Titan II que ainda está aberto ao público, permitindo que os visitantes fiquem a conhecer a época da Guerra Fria (Titan Missile Museum, 2020). Este museu tem em exposição um míssil desativado, a sua plataforma de lançamento e todo o equipamento necessário para a sua manutenção (Titan Missile Museum, 2020). O Museu dos Mísseis Titan foi inaugurado no dia 21 de maio de 1986 e desde a sua inauguração já recebeu um milhão e 500 mil visitantes (Titan Missile Museum, 2020).

As Ilhas Falkland (Ilhas Malvinas) foram a origem de vários conflitos entre a Argentina e o Reino Unido, uma vez que os dois países afirmavam que as ilhas lhes pertenciam (Hohenhaus, s.d.). Estes conflitos originaram uma guerra em 1982, uma vez que a Argentina decidiu ficar com as ilhas à força (Hohenhaus, s.d.). Mas, esta invasão durou pouco tempo, pois o Reino Unido conseguiu recuperar as ilhas após uma guerra que teve a duração de 14 dias (Hohenhaus, s.d.). As ilhas Falkland são um destino excepcional para os turistas de Dark Tourism que se interessam pelo turismo de guerra (Hohenhaus, s.d.).

2.3. Dark Tourism em Portugal

Relativamente a Portugal, o *website* dark-tourism.com apenas refere que existem elementos de Dark Tourism na cidade de Lisboa e na cidade de Évora (Hohenhaus, s.d.).

O *website* afirma que na cidade de Lisboa é possível encontrar alguns elementos que estão relacionados apenas de forma indireta com o regime do Estado Novo (Hohenhaus, s.d.).

Na cidade de Évora, o *website* menciona que existe a Capela dos Ossos, classificando-a como a única e principal atração de Dark Tourism que existe no país (Hohenhaus, s.d.). A Capela dos Ossos será descrita mais à frente quando se analisar o Dark Tourism na cidade de Évora.

No entanto, se for realizada uma pesquisa mais profunda sobre o Dark Tourism em Portugal é possível encontrar mais elementos, locais, atrações, experiências e atividades de Dark Tourism.

Em Loures, desde 2019 existe a Rota do Turismo Cemiterial (Câmara Municipal de Loures, 2019). Esta rota inclui o Cemitério Municipal de Loures, o Cemitério Paroquial de Bucelas, o Cemitério Paroquial de São João do Tojal, o Cemitério Paroquial de São João da Talha e o Cemitério Paroquial de Sacavém (Câmara Municipal de Loures, 2019). Esta rota pretende preservar o património, a arte e a história que fazem parte destes cemitérios (Câmara Municipal de Loures, 2019). O Cemitério de Loures apresenta várias características distintivas, possuindo o único Mausoléu da República e outros conjuntos de elementos bastante importantes que originam os vinte percursos que existem neste cemitério (Câmara Municipal de Loures, s.d.). Atualmente existe apenas um percurso que inclui todos os cemitérios que fazem parte da rota (Câmara Municipal de Loures, s.d.). A autarquia com esta rota pretende dar a conhecer a história da sua população ao mesmo tempo que a aprecia e conserva (Câmara Municipal de Loures, 2019). Esta Rota do Turismo Cemiterial é uma rota pioneira e inovadora em Portugal (Câmara Municipal de Loures, 2019). Para além da Rota do Turismo Cemiterial, Loures também criou nos seus cemitérios a Rota da Memória da República que celebra, valoriza e relembra as pessoas que contribuíram para a implementação da República e que estão sepultadas nos cemitérios de Loures (Câmara Municipal de Loures, s.d.).

A realização de visitas guiadas em cemitérios não acontece apenas em Loures, uma vez que também é possível realizar visitas guiadas nos cemitérios de Lisboa, do Porto, de Coimbra e de Loulé.

Em Lisboa são realizadas visitas guiadas no Cemitério do Alto de São João, no Cemitério dos Prazeres e no Cemitério da Ajuda (Santos, 2019). No Cemitério do Alto de São João as visitas guiadas têm como principal objetivo valorizar o património arquitetónico, cultural e histórico e são realizadas uma vez por mês por um técnico da divisão de gestão cemiterial, com o limite de cinco pessoas (Câmara Municipal de Lisboa, s.d.). As visitas guiadas ao Cemitério dos Prazeres são organizadas e realizadas nos mesmo moldes das visitas guiadas ao Cemitério do Alto de São João (Câmara Municipal de Lisboa, s.d.). Mas, no Cemitério dos Prazeres existem já alguns percursos temáticos relacionados com: atrizes e atores que estão sepultados no cemitério; músicos que estão enterrados no cemitério; Fernando Pessoa, que foi originalmente sepultado no Cemitério dos Prazeres; histórias de amor; mulheres importantes que estão sepultadas no cemitério; elementos importantes relacionados com a arquitetura que é possível encontrar no Cemitério dos Prazeres (Câmara Municipal de Lisboa, s.d.). No Cemitério dos Prazeres, também existe uma capela que é possível visitar e que inclui elementos que estão relacionados com o ritual fúnebre (Turismo de Lisboa, s.d.). Nesta capela também é possível observar uma antiga sala de autópsias (Turismo de Lisboa, s.d.). Devido aos vários elementos que existem na capela, esta é considerada como um núcleo museológico (Turismo de Lisboa, s.d.). No Cemitério da Ajuda foi apenas realizada uma visita guiada no dia nove de março de 2019, com o objetivo de dar a conhecer os vários jazigos de elevado interesse em termos históricos e arquitetónicos (Junta de Freguesia Ajuda, 2019).

No Porto também são realizadas visitas guiadas no Cemitério de Agramonte, no Cemitério Britânico, no Cemitério dos Paranhos, no Cemitério Prado do Repouso (Viva Porto., 2019) e no Cemitério da Lapa (Fonseca, 2019). As visitas guiadas realizadas nos cemitérios da cidade do Porto têm como objetivo dar a conhecer o património histórico, arquitetónico e artístico que é possível encontrar nos mesmos (Redação, 2019). Nos vários cemitérios são visitadas as campas de pessoas ilustres, de onde se destacam os poetas, os prosadores, os músicos e os escultores (Porto., 2017). As visitas guiadas aos cemitérios da cidade do Porto não se realizam sempre, sendo apenas realizadas durante o Ciclo Cultural dos Cemitérios do Porto que decorre anualmente entre maio e outubro (Viva Porto., 2019). Na última edição que se realizou no ano de 2019, foram realizadas nos vários cemitérios visitas noturnas, musicadas e teatralizadas (Porto., 2019). No Cemitério Britânico também foram organizados workshops de desenho (Redação, 2019). O Cemitério da Lapa organiza as visitas guiadas de forma independente, mas também são realizadas apenas uma vez por ano (Fonseca, 2019). No ano de 2019, entre maio e setembro foram realizadas visitas guiadas durante todos os fins-de-semana no Cemitério da Lapa (Fonseca, 2019).

As visitas guiadas que foram realizadas neste cemitério apresentaram diversos temas de onde se destacaram os seguintes: os liberais, os mestres pedreiros e canteiros, a burguesia que viveu no Porto, a maçonaria, estátuas românicas e caminhos de Santiago (Fonseca, 2019).

Em Coimbra, entre novembro de 2019 e março de 2020 foram realizadas visitas guiadas no Cemitério da Conchada (Agenda UC, s.d.). Estas visitas tinham o limite máximo de 25 participantes e tinham como objetivo divulgar a arte, a história e a cultura que é possível encontrar no Cemitério da Conchada (Jornal O Despertar, 2020). Durante a visita guiada eram visitados 21 locais que correspondiam a jazigos e mausoléus que apresentavam uma grande importância em termos patrimoniais, artísticos, históricos e culturais (Jornal O Despertar, 2020). No ano de 2011, integradas nas Jornadas Europeias do Património, foram realizadas visitas guiadas no Cemitério de Loulé (Rodrigues, 2011).

Foi possível verificar que existe muita informação sobre as visitas guiadas que são realizadas nos cemitérios de Lisboa, mas também se verificou que foi difícil encontrar informação sobre as visitas guiadas que são realizadas nos cemitérios da cidade do Porto, da cidade de Coimbra e da cidade de Loulé. No entanto, o Dark Tourism em Portugal não se resume apenas a visitas guiadas em cemitérios.

Em Lisboa é possível encontrar a “Ghost Tours”, que é uma empresa, que pretende dar a conhecer os episódios chocantes e misteriosos da cidade (lifecooler, 2016). Cada percurso dura aproximadamente uma hora e meia, e os guias estão vestidos de forma a dramatizar as histórias que são contadas durante o percurso (Portugal Sport and Adventure, s.d.). As visitas realizadas por esta empresa de animação turística permitem que se fique a conhecer de uma forma alegre e didática, os acontecimentos mais catastróficos, excêntricos e enigmáticos que fazem parte da história de Lisboa (lifecooler, 2016). Todas as histórias que são contadas aos participantes são resultado de uma investigação realizada em artigos e jornais antigos, sendo apenas selecionadas as histórias que estão associadas a episódios reais e sombrios, lendas e boatos estimulantes (Portugal Sport and Adventure, s.d.). Esta empresa foi criada em 2011 e apresenta dois percursos, um que se localiza na Baixa-Castelo e outro que se situa no Bairro Alto-Chiado (lifecooler, 2016).

No Porto existe a “Scary Tours” que diz respeito a uma empresa localizada no Porto, onde são realizados passeios noturnos a pé ou num autocarro assombrado (Fonseca, 2015). Nestes passeios os participantes ficam a conhecer as histórias verdadeiras mais assustadoras e sombrias da cidade e, para terminar o passeio é possível assistir a filmes de terror que são projetados nos cemitérios locais (Fonseca, 2015). Na cidade do Porto, para além da empresa “Scary Tours”

também existe uma casa de terror que se chama “HotHell”, que é dinamizada pelas mesmas pessoas que estão responsáveis pela “Scary Tours” (Vidal, 2016). Tal como a empresa “Scary Tours”, o “HotHell” também se foca apenas em histórias e acontecimentos verídicos que são representados por uma equipa de atores (Alves, 2016). Esta casa do terror tem seis divisões onde os visitantes ficam a conhecer a câmara de tortura de João Branco, o Mosteiro de São de Avé-Maria que já foi demolido, tal como várias personagens sombrias e macabras (Vidal, 2016).

Para além da “Scary Tours” e da casa de terror “HotHell”, também é possível encontrar outra empresa de animação turística na cidade do Porto que se dedica ao Dark Tourism e que tem o nome de “Porto Dark Tours” (Cardoso, 2018). Esta empresa de animação turística realiza passeios noturnos a pé que pretendem dar a conhecer os aspetos mais sombrios que estão relacionados com as lendas da cidade (Cardoso, 2018). A única rota que a empresa realiza é completamente baseada em factos históricos e verídicos e em lendas que estão registadas em registos históricos (Cardoso, 2018). A rota dá a conhecer os mártires da cidade do Porto, uma lenda que envolve um assassino e empadas e ainda divulga informações sobre elementos arquitetónicos da cidade (Cardoso, 2018). As visitas são realizadas às sextas e aos sábados à noite, com marcação prévia para um mínimo de três pessoas (Cardoso, 2018).

No nosso país é possível encontrar seis capelas dos ossos que são: A Capelas dos Ossos de Évora (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016), que como já foi referido, vai ser descrita mais à frente; A Capela dos Ossos de Lagos (Ferreira, 2020); A Capela dos Ossos de Campo Maior (Guia da Cidade, 2021a); A Capela dos Ossos de Monforte (Ferreira, 2020); A Capela dos Ossos de Alcantarilha (Guia da Cidade, 2021b); A Capela dos Ossos de Faro (Portugal Travel Guide, 2021).

A Capela dos Ossos de Lagos corresponde a uma das três naves que fazem parte da Igreja de São Sebastião, que foi construída no século XV (Ferreira, 2020). Esta Capela é de pequena dimensão, mas de elevada importância em termos arquitetónicos (Ferreira, 2020). O teto curvo é de dupla arcada e as paredes que circundam as colunas estão revestidas por ossos e crânios humanos (Ferreira, 2020).

A Capela dos Ossos de Campo Maior está ligada à Igreja Matriz de Campo Maior, sendo considerada como a segunda maior Capela dos Ossos do país (Guia da Cidade, 2021a). Esta Capela foi construída em 1766, após uma explosão que aconteceu num paiol e que matou mais de dois terços da população de Campo Maior (Guia da Cidade, 2021a). Esta Capela encontra-se totalmente revestida pelos ossos das vítimas da explosão (Guia da Cidade, 2021a).

A Capela dos Ossos de Monforte é a Capela dos Ossos mais pequena em termos de dimensões que existe em Portugal, tendo apenas quatro metros quadrados (Ferreira, 2020). A Capela do Ossos de Monforte localiza-se junto à Igreja Matriz de Monforte e a sua construção foi realizada no século XVIII (Ferreira, 2020). Todo o interior desta Capela está revestido de ossos e crânios humanos (Ferreira, 2020).

A Capela dos Ossos de Alcantarilha, em Silves, está ligada à Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Conceição, que foi construída no século XVI, tal como a Capela dos Ossos (Guia da Cidade, 2021b). O interior desta Capela está quase totalmente coberto por mais de mil e 500 ossadas humanas (Guia da Cidade, 2021b). Para além dos ossos humanos é também possível encontrar uma escultura de Cristo Crucificado, que também foi construída no século XVI (Guia da Cidade, 2021b). Acredita-se que os ossos que cobrem o interior da Capela pertencem a frades Jesuítas da região, mas não existe nenhum registo histórico que comprove esta afirmação (Guia da Cidade, 2021b).

A Capela dos Ossos de Faro está localizada junto à Igreja da Nossa Senhora do Carmo, que foi construída no século XVIII (Portugal Travel Guide, 2021). Nesta Capela é possível encontrar mais de mil ossadas humanas, de onde se destacam tíbias e crânios (Ferreira, 2020), que se acredita que são dos Monges Carmelitas que foram exumados em 1816 de um cemitério nas redondezas (Portugal Travel Guide, 2021). Esta Capela, tal como as que já foram descritas, tem como objetivo relembrar a efemeridade da vida humana (Portugal Travel Guide, 2021).

No Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas, em Sintra, nas noites de sexta-feira treze e na noite de 31 de outubro foram realizadas as Noites das Bruxas, que incluíam temáticas relacionadas com superstições e crenças de tempos longínquos (Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas, s.d.). A primeira edição das “Noites das Bruxas” foi em 2006 e a última foi realizada no ano de 2019 (Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas, s.d.).

Em Portugal existem vários monumentos e atrações turísticas que poderiam ser desenvolvidos e integrados numa oferta de Dark Tourism, mas é algo que não acontece devido a este tipo de turismo não estar muito desenvolvido no nosso país. De seguida, serão apresentados os principais monumentos e atrações turísticas que existem em Portugal e que poderiam ser utilizados para desenvolver o Dark Tourism nos locais onde se localizam.

Em Coimbra, quando são realizadas as visitas guiadas ao cemitério, são também organizadas visitas guiadas ao Pátio da Inquisição (Queiroz, 2019). Estas visitas guiadas pretendem dar a conhecer os espaços exteriores que estiveram relacionados com a presença da

Inquisição na cidade de Coimbra desde a sua criação até à sua extinção, tal como divulgar os vários locais em que o Tribunal da Inquisição exerceu o seu poder, com o objetivo de difundir um património menos conhecido da cidade de Coimbra (Queiroz, 2019). Inicialmente, o Pátio da Inquisição dizia respeito ao Colégio das Artes que funcionava nos edifícios dos Colégios de São Miguel e de Todos os Santos que eram da propriedade do Mosteiro da Santa Cruz, que começou a funcionar em 1548 (Universidade de Coimbra, 2021). Passados alguns anos em 1555, o Colégio das Artes tornou-se propriedade da Companhia de Jesus, que entregou o edifício ao Tribunal do Santo Ofício no ano de 1566 (Universidade de Coimbra, 2021). O antigo Colégio das Artes foi o edifício onde a Inquisição atuou até 1821, ano que foi extinto o Tribunal do Santo Ofício em Coimbra (Universidade de Coimbra, 2021). Com a extinção da Inquisição foram realizadas várias obras no edifício, mas foram mantidas as várias celas (Câmara Municipal de Coimbra, 2021). Apesar de atualmente este edifício funcionar como o Centro de Artes Visuais, é ainda conhecido como o Pátio da Inquisição (Câmara Municipal de Coimbra, 2021).

Em Portugal é possível encontrar 94 monumentos dedicados aos mortos da Grande Guerra nos seguintes locais: Valença, Viana do Castelo, Barcelos, Braga, Fafe, Vila Nova de Famalicão, Vila Verde, Marco de Canaveses, Póvoa de Varzim, Vila do Conde, Vila Nova de Gaia, Penafiel, Porto, Chaves, Mondim de Bastos, Vila Real, Bragança, Aveiro, Anadia, Espinho, Espinho-Regimento de Engenharia 3, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira de Azeméis, Oliveira do Bairro, Ovar, São João da Madeira, Vagos, Viseu, Tondela, Lamego, Almeida, Pinhel, Vila Nova de Foz Côa, Vila Nova de Tazem, Guarda, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Lousã, Mira, Oliveira do Hospital, Penacova, Penela, São Pedro de Alva, Soure, Vila Nova de Oliveirinha, Castelo Branco, Covilhã, Penamacor, Batalha, Caldas da Rainha, Cortes, Leiria, Marinha Grande, Monte Redondo, Ourém, São Mamede, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Cascais, Lisboa-Avenida da Liberdade, Lisboa-Alto de São João, Lisboa-Regimento de Artilharia Ligeira, Lisboa-Regimento de Engenharia 1, Loures, Oeiras, Sintra, Abrantes, Cartaxo, Mação, Santarém, Tancos, Tomar, Torres Novas, Vila Nova da Barquinha, Ourém, Elvas, Portalegre, Palmela, Seixal, Setúbal, Lagos, Tavira, Estremoz, Montemor-o-Novo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Ponta Delgada, Vila do Porto, Funchal, Parque Santa Catarina, e Évora (Lopes, 2021) que será descrito mais à frente. Devido ao elevado número de monumentos que são dedicados aos mortos da Primeira Guerra Mundial em Portugal, existem condições para se elaborar uma rota turística a nível nacional.

No Mosteiro da Batalha, mais especificamente no Templo da Pátria, estão sepultados, desde o dia nove de abril de 1921, os Dois Soldados Desconhecidos que perderam a vida na

Flandres e na África Portuguesa (Mosteiro da Batalha, s.d.). Estes dois soldados representam todos os soldados portugueses que morreram de forma heroica (Mosteiro da Batalha, s.d.). O Mosteiro da Batalha por apresentar o túmulo do Soldado Desconhecido tornou-se num local onde são realizadas visitas patrióticas e num espaço onde se presta homenagem a todos os que perderam a sua vida nas guerras em que Portugal esteve envolvido (Mosteiro da Batalha, s.d.).

Em Reguengos de Monsaraz existe a Casa da Inquisição, mas acredita-se que a Casa da Inquisição nunca tenha funcionado como Tribunal da Inquisição, uma vez que os julgamentos eram realizados em Évora (Município de Reguengos de Monsaraz, 2020). Este espaço funcionava apenas como um local de albergue de um familiar do Santo Ofício ou como local de estadia temporária de acusados (Município de Reguengos de Monsaraz, 2020). Neste local funciona agora o Centro Interpretativo da História Judaica (Município de Reguengos de Monsaraz, 2020).

Em Portugal é possível encontrar vários museus militares de onde se destacam os seguintes: O Museu Militar de Lisboa (Exército, 2021); O Museu Militar do Porto (Exército, 2021); O Museu Militar de Elvas (Exército, 2021); O Museu Militar de Bragança (Exército, 2021); Museu Militar do Buçaco (Exército, 2021); O Museu Histórico Militar de Almeida (Município de Almeida, s.d.); O Museu Militar dos Açores (Exército, 2021); O Museu Militar da Madeira (Exército, 2021); O Museu do Ar (Força Aérea Portuguesa, s.d.); O Museu, biblioteca e arquivo histórico da Guarda Nacional Republicana (Guarda Nacional Republicana, s.d.); O Museu da Guerra Colonial (Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão, 2021). Para além dos Museus Militares é também possível encontrar o Centro de Interpretação da História Militar de Ponte de Lima (Município de Ponte de Lima, 2020) e o Núcleo Museológico da Manutenção Militar (Junta de Freguesia do Beato, 2019). Refira-se que os museus militares apresentam um elevado interesse para os turistas de Dark Tourism, uma vez que o turismo militar corresponde a uma das subformas de turismo que fazem parte do Dark Tourism (Baldwin & Sharpley, 2009; Sharpley, 2009a).

Em Lisboa, na Rua António Maria Cardoso situa-se o edifício em que a PIDE exerceu as suas atividades até ao dia 25 de abril de 1974 (Ribeiro, 2005). No dia da revolução, quando o edifício foi rodeado, a PIDE abriu fogo e matou quatro pessoas neste local (Ribeiro, 2005). Atualmente este edifício foi transformado num condomínio de luxo, onde ainda existe uma placa em memória das vítimas com a seguinte inscrição: “Aqui, na tarde de 25 de Abril de 1974, a PIDE abriu fogo sobre o povo de Lisboa e matou: Fernando C. Gesteira, José J. Barneto, Fernando Barreiros dos Reis, José Guilherme R. Arruda. Homenagem de um grupo de cidadãos - 25-4-1980” (Esquerda, 2009).

A cadeia de Aljube, que se situava em Lisboa, estava destinada a receber os presos políticos durante o regime do Estado Novo (Roque, 2020). Antes de ser a cadeia destinada aos presos políticos, foi o local onde se situavam as masmorras da época muçulmana (Roque, 2020). Depois de ser o local onde se situavam as masmorras, funcionou como uma prisão nos anos iniciais da nacionalidade e no final do século XVI passou a receber presos religiosos (Roque, 2020). Na época do Liberalismo era apenas uma prisão normal, que se transformou numa prisão para apenas mulheres (Roque, 2020). Desde o dia 25 de abril de 2015 situa-se neste edifício o Museu do Aljube – Resistência e Liberdade, que se foca em preservar a memória de todos os presos políticos, homenageando a sua luta pela liberdade, combatendo o regime do Estado Novo (Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, 2021). Este é o único museu que divulga informação sobre o regime fascista que se instalou em Portugal, tal como toda a sua repressão e consequências, e ainda partilha com os seus visitantes tudo o que foi necessário fazer para o derrubar, focando-se bastante nas diversas formas de resistência que eram realizadas de modo ilegal (Roque, 2020). Neste museu também é possível encontrar o circuito prisional que se foca nas diversas fases que faziam parte do mesmo e que são: detenção, identificação, destino prisional, interrogatórios, isolamento, visitas, tribunais políticos, sentenças e cumprimento de penas (Roque, 2020). Devido aos vários elementos relacionados com a cadeia de Aljube que fazem parte do circuito prisional é realizado um relacionamento emocional do visitante com os presos políticos que passaram pela cadeia de Aljube (Roque, 2020). Isto acontece principalmente porque existe uma reconstituição dos curros onde os presos políticos ficavam (Roque, 2020). Para além de tudo isto, o museu também se foca nos aspetos coloniais do regime do Estado Novo, principalmente nas lutas de libertação dos povos que estavam colonizados (Roque, 2020). Existe também neste museu um corredor que homenageia as várias pessoas que lutaram pela liberdade, mas que perderam a vida ao fazê-lo (Roque, 2020). A visita ao museu termina com a explicação da conquista da liberdade no dia 25 de abril de 1974 (Roque, 2020).

A Ponte Salazar foi construída durante o Estado Novo, sendo identificada como a primeira ponte sobre o rio Tejo (Agência Lusa, 2016). Mesmo apesar de o líder do Estado Novo não ter tido nada a ver com o projeto, foi dado à ponte o nome do ditador (Agência Lusa, 2016). Esta ponte foi inaugurada dia seis de agosto de 1966, tendo sido dedicada a Deus e a Salazar (Agência Lusa, 2016). Com a revolução de 25 de abril de 1974, a ponte foi renomeada para Ponte 25 de Abril, com o objetivo de eliminar qualquer ligação com o Estado Novo (Agência Lusa, 2016). A Ponte 25 de abril pode ser explorada como uma atração de Dark Tourism, devido à ligação que apresenta com o regime fascista que vigorou em Portugal.

A Igreja do Carmo começou a ser construída em 1389 e, desde a sua construção que foi considerada como um monumento muito importante da cidade de Lisboa (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Esta igreja tornou-se ainda mais importante após Nuno Álvares Pereira ter sido sepultado na mesma (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Com o passar dos anos a igreja sofreu várias alterações para se adaptar aos diversos estilos arquitetónicos que iam surgindo (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Mas, com o Terramoto de 1755 a igreja sofreu danos bastante graves, tendo sido a sua destruição agravada com o incêndio que se seguiu ao terramoto e que destruiu quase tudo o que estava no interior da igreja (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Logo no ano seguinte ao terramoto foram iniciadas as obras de reconstrução que eram no estilo neogótico, mas a reconstrução foi interrompida no ano de 1834, com a extinção das Ordens Religiosas em Portugal (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). No século XIX, surge o gosto romântico por ruínas e monumentos antigos, o que levou a que o edifício da igreja não fosse mais reconstruído, ficando o corpo das naves da igreja completamente descoberto (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Deste modo, as ruínas da Igreja do Carmo, são um importante testemunho de toda a destruição causada pelo Terramoto de 1755 (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). Atualmente é possível visitar as ruínas e o Museu Arqueológico do Carmo que foi inaugurado em 1864 (Associação dos Arqueólogos Portugueses, 2020). As ruínas da Igreja do Carmo têm interesse em termos de Dark Tourism, devido à ligação que apresentam com o Terramoto de 1755, que vitimou cerca de vinte mil pessoas (Mandim, 2020).

Em Sintra desde o dia 31 de julho de 2015 que existe o Centro Interpretativo de Mitos e Lendas de Sintra que tem como objetivo dar a conhecer aspetos relacionados com mitos, lendas e histórias misteriosas da cidade de Sintra, conjugando a ficção com a realidade através de experiências sensoriais que são realizadas com o auxílio da multimédia e da cenografia (Câmara Municipal de Sintra, 2015). É realizado um percurso a dezassete locais, onde se ficam a conhecer as lendas e mitos que fazem parte da cidade de Sintra (Câmara Municipal de Sintra, 2015). Os mitos e lendas são contados por diversas personagens utilizando *tablets* que permitem interagir com as várias imagens, através da realidade aumentada (Câmara Municipal de Sintra, 2015). Para além da realidade aumentada também são utilizados hologramas que ligam a realidade à ficção (Câmara Municipal de Sintra, 2015). Para a criação da ligação entre a realidade e a ficção foi necessário utilizar o trabalho realizado por uma equipa composta por arquitetos, cenógrafos e especialistas em audiovisuais, hologramas, efeitos sensoriais, realidade aumentada e filmes 3D (Câmara Municipal de Sintra, 2015). Este Centro Interpretativo pode ser integrado numa oferta de

Dark Tourism, uma vez que este tipo de turismo proporciona experiências aos turistas que se baseiam nas lendas dos locais que estão a visitar (Morgado, Pires, Rodrigues, Simões e Almeida, 2016).

O Convento de Mafra e os seus túneis também poderão ter um grande interesse para o Dark Tourism, uma vez que estão associados a diversas lendas (Morgado et al., 2016). Ao Convento de Mafra está associada a lenda do Capitão Sem Cabeça, que percorre o Convento para tentar encontrar a cabeça que perdeu em combate (Morgado et al., 2016). Para além desta lenda, também existe a lenda do emparedado que relata que uma pessoa foi enterrada viva nas paredes do Convento (Morgado et al., 2016). Estão também duas lendas relacionadas com os túneis do Convento de Mafra (Morgado et al., 2016). A primeira está relacionada com o facto de existirem ratos gigantes nos túneis do Convento que comeram um soldado vivo (Morgado et al., 2016). A segunda está relacionada com a existência de um túnel que ligava o Convento de Mafra à Ericeira e por onde o rei D. Manuel II terá fugido quando foi para o exílio (Morgado et al., 2016).

2.4. Conclusões

Neste capítulo foram enumeradas e descritas as principais atrações de Dark Tourism que existem a nível mundial, também foram identificadas as atividades, locais e atrações de Dark Tourism existentes em Portugal e ainda foram referidos vários locais e atrações turísticas nacionais com potencialidades para integrarem uma oferta de Dark Tourism.

A nível mundial foi possível verificar que existem diversas atrações de Dark Tourism bastante consolidadas procuradas continuamente por diversos turistas e visitantes, o que mostra que é possível identificar vários países que decidiram apostar de forma contínua e coesa no desenvolvimento deste tipo de turismo devido às diversas vantagens que o Dark Tourism traz para os destinos em que é desenvolvido.

Após a realização da pesquisa sobre o Dark Tourism em Portugal é possível concluir que este tipo de turismo não se encontra muito desenvolvido, mas o nosso país apresenta um elevado potencial para o desenvolvimento deste tipo de turismo, uma vez que existem locais e atrações espalhadas um pouco por todo o país com todas as características necessárias para integrarem uma oferta de Dark Tourism.

Capítulo 3 – Contextualização do estudo do Dark Tourism na cidade de Évora

3.1. Introdução

Évora é uma cidade que se localiza no Alentejo e é bastante significativa em termos históricos a nível nacional devido a possuir um diversificado e rico património cultural em termos materiais e imateriais com características únicas (Marujo et al., 2013a, 2013b). A cidade de Évora é singular tanto a nível histórico como a nível cultural e, deste modo, apresenta uma grande atratividade em termos turísticos, sendo um local ideal para a prática do Turismo Cultural (Marujo et al., 2013a, 2013b). O centro histórico da cidade e todo o seu diverso e distinto património cultural material e imaterial são os elementos da cidade que mais atraem turistas e visitantes (Marujo et al., 2013a, 2013b). No ano de 1986 a cidade de Évora obteve a classificação de Património Mundial da UNESCO que foi fundamental para a atração de mais turistas e visitantes e também para a conservação do património que identifica a cidade (Marujo et al., 2013a, 2013b). Évora atualmente é visitada por turistas e visitantes de todos os continentes do Mundo, sendo possível afirmar que o turismo é uma atividade muito importante para a economia local da cidade (Marujo et al., 2013a, 2013b).

Na cidade de Évora, como já foi referido, existe apenas uma atração turística identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism que é a Capela dos Ossos. A Capela dos Ossos da cidade de Évora é também a única atração turística nacional que faz parte da listagem elaborada pelo *website* dark-tourism.com sobre as várias atrações de Dark Tourism que existem por todo o Mundo. Mas, ao analisar a cidade, a sua história e o que esta oferece em termos turísticos é possível concluir que a Capela dos Ossos não é a única atração turística que pode ser identificada e classificada como uma atração de Dark Tourism, uma vez que, é possível nomear vários locais e atrações turísticas que podem ser incluídas numa oferta de Dark Tourism. Estes locais e atrações serão referidos e descritos mais à frente neste capítulo.

3.2. Capela dos Ossos da cidade de Évora

A Capela dos Ossos de Évora está ligada à Igreja de São Francisco (Seco, s.d.) e foi construída no século XVII (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). A Capela dos Ossos da cidade de Évora é a mais antiga Capela dos Ossos do nosso país, sendo também a de maior dimensão e ainda a mais conhecida (Ferreira, 2020). Por ser a Capela dos Ossos mais antiga do país é possível afirmar que esta serviu de inspiração para as restantes que foram construídas posteriormente (Lousa, 2017).

A Capela dos Ossos da cidade de Évora foi construída com base numa ideia de três frades franciscanos (Lousa, 2017), que tinha como finalidade lembrar e consciencializar as pessoas sobre a efemeridade da vida humana e, também ilustrar a necessidade que existia em viver segundo os ensinamentos da doutrina cristã (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). Por este motivo, existe uma inscrição à entrada da capela que diz: “Nós ossos que aqui estamos pelos vossos esperamos” (Ferreira, 2020). Esta frase macabra não deixa nenhum visitante indiferente, uma vez que os relembra da efemeridade da sua vida, ao mesmo tempo que os introduz ao que vão observar quando entrarem na capela (Lousa, 2017).

Ao visitar a Capela dos Ossos de Évora é possível identificar uma marcada diferença em termos estilísticos, uma vez que a entrada é bastante decorada e o interior é bastante simples, o que transmite ao visitante que a capela é bastante simples, indo ao encontro da simplicidade da vida humana que termina com a morte (Lousa, 2017).

Esta capela foi construída nos locais que estavam destinados ao dormitório e à sala de reflexão dos frades (Seco, s.d.), apresentando três naves de 18,70 metros de comprimento e onze metros de largura (Seco, s.d.). As paredes e pilares desta capela estão cobertos por milhares de crânios e ossos humanos (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016), acreditando-se que existam cerca de cinco mil crânios a decorarem as paredes e os pilares da Capela dos Ossos da cidade de Évora (Lousa, 2017). Os frades decidiram utilizar os ossos provenientes dos cerca de 42 cemitérios monásticos que existiam na cidade (Seco, s.d.), de onde se destaca a própria Igreja de São Francisco que era um dos principais locais onde eram sepultadas pessoas em Évora (Lousa, 2017). Os 42 cemitérios monásticos ocupavam bastante espaço e a solução encontrada foi construir uma capela, utilizando os vários ossos para decorar a mesma (Seco, s.d.). Nesta capela não existem apenas ossos e crânios, pois é possível observar vários frescos do ano de 1810, que ornamentam o teto abobadado (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). Alguns frescos estão repletos de símbolos que estão relacionados com diversas passagens bíblicas e outros apresentam elementos que estão associados à Paixão de Cristo (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). Para além dos frescos, existe também por cima de um portal com duas colunas renascentistas uma pintura que ilustra a presença de uma alma no purgatório (Lousa, 2017). Na Capela dos Ossos da cidade de Évora é ainda possível encontrar duas múmias, que correspondem a uma criança e a um adulto, não sendo conhecida a sua origem (Lousa, 2017). A presença das múmias é algo apenas característico da Capela dos Ossos da cidade de Évora, não existindo nada semelhante nas outras Capelas dos Ossos que existem no país (Lousa, 2017). Estas múmias representam claramente a efemeridade

da vida, porque através da presença de uma múmia de uma criança é possível perceber que a morte pode ocorrer a qualquer idade (Lousa, 2017). As múmias são os dois elementos que permitem que os visitantes vejam a morte individualizada, através de pessoas de corpo inteiro, uma vez que no resto da capela apenas é possível observar partes de esqueletos desmembrados que funcionam como elementos decorativos (Lousa, 2017). Estas duas múmias estão atualmente colocadas em dois expositores de vidro, mas antes da reabilitação que foi realizada no ano de 2016 estavam penduradas nas paredes, o que causavam um grande impacto nos visitantes, uma vez que ilustravam a morte de forma direta e sem qualquer tipo de filtro, algo que já não acontece após esta intervenção, porque ao estarem expostas em expositores de vidro ilustram uma morte tranquila, algo que vai contra a essência da própria Capela dos Ossos da cidade de Évora (Lousa, 2017). As múmias que existem na Capela dos Ossos da cidade de Évora estavam envoltas numa lenda que afirmava que as múmias eram um pai e um filho que maltratavam a mulher e a mãe e, esta decidiu amaldiçoá-los para que quando falecessem os seus corpos não se transformassem em pó (Rádio Campanário, 2020). Sendo esta a razão para se terem transformado em múmias (Rádio Campanário, 2020). Mas, uma investigação realizada pela investigadora Teresa Fernandes desmitificou a lenda que envolvia estas múmias, uma vez que concluiu que as duas múmias são do sexo feminino com cerca de trinta anos e dois anos e meio, invalidando deste modo a lenda que estava relacionada com as múmias que é possível encontrar na Capela dos Ossos da cidade de Évora (Rádio Campanário, 2020).

Nesta capela a arte barroca é o estilo artístico que impera (Ferreira, 2020), uma vez que este estilo artístico apostava na representação da morte, utilizando ossos como elementos decorativos de capelas (Lousa, 2017). Para além deste aspeto, a Capela dos Ossos da cidade de Évora foi dedicada ao Senhor dos Passos e corresponde a um monumento que está relacionado com a arquitetura penitencial (Seco, s.d.).

A Capela dos Ossos de Évora apresenta um horário de verão e um horário de inverno (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). No horário de verão está aberta entre as nove horas da manhã e as seis horas e trinta minutos da tarde (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). Durante o inverno o horário de funcionamento é das nove da manhã até às cinco da tarde (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). A entrada nesta atração turística é paga, apresentando os seguintes valores: cinco euros para um bilhete de adulto, 3,50€ para um bilhete jovem até aos 25 anos e para um bilhete sénior para os maiores de 65 anos e 12,50€ para um bilhete família (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016).

A Capela dos Ossos da cidade de Évora devido às suas características é um local, que de forma clara apresenta uma das principais funções do Dark Tourism que é consciencializar as pessoas sobre a sua própria mortalidade (Walter, 2009; Best, 2013; Coutinho & Baptista, 2014; Light, 2017). Logo à entrada os visitantes encontram a inscrição que diz: “Nós ossos que aqui estamos pelos vossos esperamos” (Ferreira, 2020), o que é uma lembrança de que um dia todas as pessoas vão morrer. Os vários ossos, crânios e as duas múmias que se encontram dentro da capela reforçam ainda mais a consciencialização da própria mortalidade que é iniciada pela inscrição da entrada. Posto isto, a Capela dos Ossos da cidade de Évora é um ótimo exemplo de como os locais e atrações com potencialidades de serem integrados numa oferta de Dark Tourism pretendem recordar os seus visitantes da sua condição mortal, originando uma experiência única, profunda e significativa (Light, 2017).

A Capela dos Ossos da cidade de Évora constitui um dos exemplos que contraria as declarações realizadas por Foley e Lennon no ano de 1996 e por Lennon e Foley no ano de 1999. Estes dois autores nas suas investigações defendem que o Dark Tourism é um fenómeno da pós-modernidade (Foley & Lennon, 1996; Lennon & Foley, 1999) e, deste modo, esta afirmação elimina várias atrações de Dark Tourism de elevada riqueza e importância, onde se inclui a Capela dos Ossos de Évora que foi construída no século XVII e que de acordo com estes autores não poderia fazer parte do Dark Tourism. A Capela dos Ossos de Évora é uma atração turística que ilustra o porquê de o Dark Tourism não poder incluir apenas atrações e locais que estejam associados a acontecimentos recentes, que fazem parte da pós-modernidade, porque se apenas fossem incluídas atrações e locais que estivessem relacionados com a pós-modernidade estariam a ser excluídos locais e atrações de importância extrema que contribuem para se perceber a forma como a Humanidade lidou e se relacionou com a mortalidade, sendo a Capela dos Ossos da cidade de Évora um perfeito exemplo.

De acordo com a classificação de Stone (2006) para os vários tipos de oferta que é possível encontrar no Dark Tourism, considera-se que a Capela dos Ossos de Évora se poderia integrar na categoria Exibições (Dark Exhibitions), que se localizam no segundo nível do espectro denominado Darker (“mais escuro”) (Stone, 2006). Admite-se que a Capela dos Ossos da cidade de Évora faz parte desta categoria porque nesta atração turística existe uma oportunidade de aprendizagem, uma vez que permite que os visitantes fiquem a perceber o que estão a visitar e a observar (Stone, 2006). Sendo possível concluir que a Capela dos Ossos da cidade de Évora está relacionada com a morte e o macabro, apresentando finalidades refletivas e educacionais (Stone, 2006). Para além disto, Stone (2006) também afirma que algo característico da categoria Exibições

(Dark Exhibitions) é as atrações e locais apresentarem já alguma infraestrutura turística e um foco comercial (Stone, 2006), algo que acontece na Capela dos Ossos da cidade de Évora.

Alguns autores defendem que os locais e atrações de Dark Tourism podem ser considerados como heterotopias (Frew & White, 2013; Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013; Light, 2017), ou seja, os locais e atrações de Dark Tourism são caracterizados por serem lugares diferentes e separados da vida diária e do que se pode viver e encontrar no dia-a-dia (Frew & White, 2013; Toussaint & Decrop, 2013; Light, 2017), ultrapassando os limites da normalidade (Stone, 2013) e apresentando significados profundos para os turistas de Dark Tourism (Frew & White, 2013), que podem ser diversos, segmentados e incompatíveis com os espaços que rodeiam os locais e atrações de Dark Tourism (Toussaint & Decrop, 2013). Para além de apresentarem significados profundos para os turistas de Dark Tourism as heterotopias também proporcionam experiências momentâneas (Toussaint & Decrop, 2013), únicas, excecionais (Light, 2017) e transcendentais para os mesmos num local distinto do espaço circundante (Toussaint & Decrop, 2013). Os locais e atrações de Dark Tourism enquanto heterotopias constituem um espaço que está desassociado do tempo e do local em que esta integrado (Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013), sendo regido e organizado pelas suas próprias regras, permitindo que os turistas se desliguem da sua realidade diária e dos seus problemas do dia-a-dia (Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013). Deste modo, é possível afirmar que as heterotopias são locais que causam uma rutura em termos temporais e espaciais, uma vez que são locais que fazem parte de outro período temporal diferente do que é vivido na realidade que existe fora da heterotopia (Toussaint & Decrop, 2013), ou seja, as atrações e locais de Dark Tourism enquanto heterotopias proporcionam uma mudança em termos de realidade, na medida em que criam uma realidade diferente da que é possível encontrar na vida mundana (Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013). Resumindo, as atrações e locais de Dark Tourism colocam uma mudança e diferença na sociedade monótona (Stone, 2013).

A Capela dos Ossos da cidade de Évora corresponde a uma atração turística que pode ser considerada como uma atração de Dark Tourism e que pode também ser classificada como uma heterotopia, uma vez que é um local completamente diferente de todos os que é possível encontrar na cidade, estando desligada do tempo e do local em que se situa (Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013), apresentando deste modo uma realidade diferente da que é possível vivenciar fora da capela, não se podendo encontrar esta realidade noutra local (Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013). A Capela dos Ossos da cidade de Évora pode também ser considerada como uma heterotopia uma vez que esta atração é completamente diferente e desassociada da vida diária e

do que se pode encontrar no dia-a-dia (Frew & White, 2013; Toussaint & Decrop, 2013; Light, 2017), uma vez que na cidade de Évora não é possível encontrar mais nenhum local que tenha expostos ossos, crânios e múmias com o objetivo de lembrar os visitantes da efemeridade da vida. Devido a este aspeto a Capela dos Ossos da cidade de Évora vai proporcionar aos visitantes uma experiência singular, excepcional (Light, 2017) e até mesmo transcendente (Toussaint & Decrop, 2013). A Capela dos Ossos da cidade de Évora pode ainda ser considerada como uma heterotopia porque reflete aspetos da sociedade em que existe marcando a passagem do tempo (Stone, 2013), pois reflete os ideais da arquitetura barroca (Lousa, 2017) e a necessidade que existiu no século XVII de libertar espaço nos vários cemitérios monásticos da cidade, o que originou o aproveitamento dos ossos que foram retirados dos vários cemitérios para decorarem a capela (Seco, s.d.), que teria como objetivo lembrar as pessoas da sua própria condição mortal (Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro, 2016). A Capela dos Ossos da cidade de Évora apresenta todas as características necessárias para ser identificada como uma heterotopia, mas através do inquérito por questionário que será aplicado aos visitantes desta atração turística será verificado se as pessoas que visitam a Capela dos Ossos da cidade de Évora concordam com o facto de este local poder ser caracterizado como uma heterotopia.

Walter (2009), defende que as atrações e locais de Dark Tourism são muitas vezes visitados apenas por fazerem parte do itinerário e estarem incluídos nos guias turísticos e nas informações sobre os vários locais a visitar no destino, sendo estas visitas integradas na grande viagem que é realizada num destino turístico. Deste modo, as atrações e locais de Dark Tourism são encarados, muitas vezes, como mais uma atração ou local que se tem de visitar no destino, não existindo qualquer motivação relacionada com o Dark Tourism que origine a visita (Walter, 2009). Esta situação pode acontecer na Capela dos Ossos da cidade de Évora, algo que vai ser verificado através do inquérito por questionário que será aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos de Évora.

Como já foi referido, na cidade de Évora, a Capela dos Ossos é a única atração turística que é incluída no Dark Tourism por alguns promotores de turismo, sendo conhecida a nível mundial. Mas, Évora apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do Dark Tourism, uma vez que na cidade para além da Capela dos Ossos, existem locais onde a Inquisição atuou, várias lendas associadas a personagens célebres da cidade, diversas igrejas com túmulos, dois cemitérios e alguns locais que têm a reputação de serem assombrados.

3.3. Cemitérios

Em Évora existem dois cemitérios que são: o cemitério dos remédios e o cemitério do espinheiro (Câmara Municipal de Évora, 2021). O cemitério dos remédios situa-se dentro da cidade de Évora, mas o cemitério do espinheiro localiza-se fora da cidade de Évora, próximo dos Canaviais (Câmara Municipal de Évora, 2021). Estes dois cemitérios estão abertos todos os dias, incluindo os fins-de-semana e feriados (Câmara Municipal de Évora, 2021). O cemitério dos remédios está aberto desde as oito da manhã, fechando para a hora do almoço entre o meio-dia e a uma da tarde, e encerra às cinco da tarde, durante a semana (Câmara Municipal de Évora, 2021). Nos fins-de-semana e feriados também abre às oito da manhã, mas fecha para a hora de almoço entre as onze e meia da manhã e as duas da tarde, e encerra às cinco da tarde (Câmara Municipal de Évora, 2021). O cemitério do espinheiro funciona todos os dias desde as oito horas da manhã até as cinco horas da tarde (Câmara Municipal de Évora, 2021). Algo que é necessário destacar é o facto de existirem no cemitério dos remédios talhões privativos dos Combatentes na Grande Guerra (Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2012a).

A visita a cemitérios é algo muito procurado pelos turistas de Dark Tourism, o que faz com que as visitas a cemitérios sejam consideradas como um subtipo do Dark Tourism (Sharpley, 2009a; Mionel, 2020), levando a que os cemitérios apresentem uma elevada potencialidade em termos turísticos (Marques, 2018). Os turistas de Dark Tourism apreciam muito estes locais devido a todo o património, principalmente arquitetónico e obras de arte que é possível encontrar nestes locais (Marques, 2018).

3.4. Igrejas com túmulos

Na cidade de Évora existem oito igrejas com túmulos, que são as seguintes: Sé Catedral de Évora (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), Igreja de São Francisco (Seco, s.d.), Igreja de São João Evangelista (Palácio dos Duques de Cadaval) (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011), Igreja e Convento de São José (Câmara Municipal de Évora, 2020), Convento de São Bento de Castris (Évora e seus arredores, s.d.), Convento dos Remédios (a sua cerca anexa funcionou como um cemitério público) (Câmara Municipal de Évora, 2020), a Igreja de Santo Antão (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011; Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) e a Igreja do Colégio do Espírito Santo (Silva, 2005).

A Sé Catedral de Évora, cujo nome verdadeiro é Basílica Sé de Nossa Senhora da Assunção, é considerada como a maior catedral medieval que existe em Portugal (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A Sé de Évora foi construída na parte mais alta da cidade (Seco, s.d.), pois pretendia-se que a mesma pudesse ser observada por toda a cidade e região circundante a diversos quilómetros de distância (Silva, 2005). Ao ser construída no local mais alto da cidade, a Catedral pretende simbolizar a ascensão de Jesus Cristo que foi realizada no Monte das Oliveiras (Silva, 2005). Antes de ser construída a grandiosa Catedral, já existia no local uma pequena igreja que tinha sido construída em 1186, que foi demolida para dar origem à Catedral da cidade de Évora (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) que começou a ser construída no ano de 1280 (Silva, 2005). A construção da Catedral terminou cerca de trinta anos depois, tendo sido consagrada no ano de 1308 por D. Fernando Martins (Silva, 2005). A construção da Catedral só foi possível devido a existir um grupo de doadores que financiaram toda a obra e, em troca estes doadores pretendiam ser sepultados na Catedral (Silva, 2005). Pensa-se que a construção desta catedral deve ter começado na capela-mor, que já não existe atualmente, uma vez que o túmulo de D. Durando Pais foi colocado inicialmente neste local (Silva, 2005). Este monumento é todo construído em granito e é um perfeito exemplo da transição do estilo românico para o estilo gótico (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). No portal principal desta Catedral de ambos os lados existem esculturas dos doze apóstolos que foram construídas no século XIV por Mestre Pêro (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). No interior da Sé de Évora existem três naves (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Na nave central existe um altar dedicado à Nossa Senhora do Ó com estátuas em mármore da Virgem Maria e do Anjo Gabriel (Seco, s.d.). O altar é revestido de talha barroca (Seco, s.d.). Na nave central ainda é possível encontrar um púlpito e um órgão de tubos (Seco, s.d.). No transepto localizam-se as Capelas de São Lourenço e do Santo Cristo, tal como as Capelas da Relíquias e do Santíssimo Sacramento (Seco, s.d.). Nos claustros existem estátuas dos quatro Evangelistas em cada um dos cantos (Seco, s.d.) e a capela funerária do Bispo D. Pedro, que foi o fundador da Catedral (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nesta capela funerária existe uma estátua jacente do Bispo D. Pedro e a gravação que existe no seu túmulo faz alusão à ressurreição de Jesus Cristo (Silva, 2005). Para além deste túmulo é possível encontrar os túmulos dos Arcebispos de Évora que morreram durante o século XX (Seco, s.d.), de onde se destaca a estátua jacente de D. Durando Pais que apresenta uma inscrição tumular (Silva, 2005). Nos séculos XV e XVI foram realizadas obras com o intuito de melhorar esta Catedral e, nestas obras foram construídos o coro-alto, o púlpito, o batistério e o arco da Capela da Senhora da Piedade (Seco, s.d.). Mais tarde no século XVIII registaram-se novas intervenções na Catedral, com a construção da capela-mor utilizando

mármore de Estremoz (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Na Sé de Évora existem duas torres medievais e a do lado Sul diz respeito a uma torre sineira (Seco, s.d.). Para além das torres também é possível encontrar um zimbório que apresenta um coruchéu com escamas feitas em pedra (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A Sé de Évora apresenta ainda um terraço que corresponde ao ponto mais alto da cidade, de onde é possível observar toda a cidade e a sua área envolvente (Cabido da Sé, 2017). Para além de tudo isto, é também possível visitar na Sé de Évora o Museu da Arte Sacra (Seco, s.d.). A Catedral de Évora é tão magnificente e exuberante pois, acredita-se que a sua construção representa a criação da cidade espiritual, sendo Deus o seu arquiteto (Silva, 2005).

A Igreja de São Francisco foi construída entre 1480 e 1510, sendo integrada no estilo arquitetónico do gótico-manuelino (Seco, s.d.). Esta igreja está bastante relacionada com o período dos Descobrimentos, algo que é possível verificar nos símbolos que existem na nave de abóbada ogival e que são os seguintes: a cruz da Ordem de Cristo e os emblemas do rei D. João II e do rei D. Manuel I (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Inicialmente, a Igreja de São Francisco fazia parte do Convento de São Francisco que foi criado no século XIII (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). De acordo com a Regra de São Francisco, a igreja original deveria apresentar três naves, em que as várias capelas comunicariam entre elas (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). No século XV foi iniciada a remodelação da igreja original para dar origem à igreja que é conhecida atualmente (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). As três naves foram substituídas por apenas uma nave com uma planta em cruz latina que está coberta por uma abóbada gótico-manuelina de 24 metros de altura (Seco, s.d.). Na nave da Igreja de São Francisco existem dez capelas laterais que apresentam retalhos de talha dourada e policromada, tal como estuques que pertenciam ao Convento que foi destruído com a extinção das Ordens Religiosas no século XIX (Seco, s.d.). Nesta igreja é possível encontrar um órgão de tubos setecentista, tal como várias pinturas do período do Renascimento (Seco, s.d.). Nesta igreja foram realizados eventos de extrema importância como o casamento de D. Pedro I com D. Constança Manuel (Seco, s.d.). Foi também na Igreja de São Francisco que foi sepultado Gil Vicente no ano de 1536 (Seco, s.d.).

A Igreja de São João Evangelista, também conhecida como Igreja dos Lóios, faz parte do Palácio dos Duques de Cadaval (Câmara Municipal de Évora, 2020). Inicialmente esta igreja estava integrada no Convento de São João Evangelista ou Convento dos Lóios (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) e a sua construção foi iniciada no ano de 1485 a mando de D. Rodrigo de Melo com o objetivo de construir um panteão para a família (Direção-Geral do Património

Cultural, s.d.). A igreja pertence ao estilo arquitetónico tardo-gótico e apresenta uma planta longitudinal com apenas uma nave com cinco tramos retangulares coberta por uma ogiva de arestas vivas nervuradas e com encerramentos heráldicos (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A capela-mor apresenta uma cobertura com ogivas entrecruzadas, onde é possível observar um retábulo de talha seiscentista (Seco, s.d.). As paredes da igreja estão cobertas por painéis de azulejos do século XVIII (Seco, s.d.). Esta igreja apresenta um portal ogival, de influência gótico-flamejante (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), que é composto por cinco arquivoltas que são sustentadas por colunas de mármore com capitéis em granito, com decorações vegetais (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Próximo deste portal é possível encontrar o brasão de armas da família Melo (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A entrada para a igreja é realizada através de uma porta de madeira do século XVII (Seco, s.d.). Como esta igreja foi construída com o objetivo de se tornar o panteão da família Melo é possível encontrar neste local alguns túmulos, de onde se destacam os túmulos de D. Manuel de Melo e de D. Francisco de Melo que se encontram na Capela do Santíssimo (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Para além de D. Manuel de Melo e de D. Francisco de Melo, estão sepultados nesta igreja D. Rodrigo de Sousa e a sua mulher no presbitério, tal como o seu cunhado e a sua mulher, D. Rui de Sousa e D.^a Branca de Vilhena (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.).

Entre 1720 e 1933 foram construídos a Igreja e o Convento de São José (Câmara Municipal de Évora, 2020). Inicialmente a Igreja e o Convento de São José correspondiam a um Mosteiro Feminino que pertencia à Ordem das Carmelitas Descalças que foi extinto no ano de 1886 com a morte da última residente do Mosteiro (Turismo de Portugal, s.d.). O Mosteiro de São José, era também conhecido na cidade de Évora como o Convento Novo por ter sido a última casa religiosa a ser construída na cidade (Turismo de Portugal, s.d.). A Igreja do Mosteiro apresenta um coro-alto, uma sacristia, dois confessionários e dois claustros (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A Igreja apresenta o estilo estilístico barroco-rococó e possui uma nave coberta de azulejos e silhares que ilustram a vida de São José (Câmara Municipal de Évora, 2020) e da Virgem Maria (Turismo de Portugal, s.d.). Na capela-mor desta igreja é possível encontrar o túmulo do cônego António Rosado Bravo, que é construído em mármore (Câmara Municipal de Évora, 2020). Para além deste existe na ombreira feita em mármore do segundo confessionário, um pedaço da campa de Maria de São José, que esteve envolvida na criação do Convento (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). No claustro desta igreja é possível encontrar uma fonte em mármore, gárgulas com aspeto zoomórfico

e quatro oratórios com as portas revestidas com pinturas e forradas por azulejos (Câmara Municipal de Évora, 2020). A Igreja e o Convento apresentam escadas em granito e a portaria tal como a fachada apresentam portais com decoração barroca (Câmara Municipal de Évora, 2020). Após a extinção das Ordens Religiosas, o Convento e a Igreja foram ocupados de diversas formas, sendo apenas a igreja reaberta ao culto no ano de 2010 (Turismo de Portugal, s.d.).

O Convento de São Bento de Castris foi construído com o objetivo de substituir uma primitiva ermida já existente no local dedicada a São Bento (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Este convento foi construído no século XIV e diz respeito a uma das mais antigas casas de religiosas femininas do país (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). No Convento é possível identificar elementos românicos, góticos, mudéjares, manuelinos e barrocos (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A entrada para o Convento é feita através de um pórtico que é rematado por um frontão triangular e pináculos (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Este convento apresenta um claustro central, em volta do qual se construíram todos os elementos que fazem parte do Convento (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A igreja deste Convento exibe uma planta longitudinal que se divide em quatro tramos sendo coberta por uma abóbada polinervada e, também apresenta um coro alto (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Neste Convento é possível encontrar alguns túmulos (Évora e seus arredores, s.d.). Existe o túmulo da abadessa D. Joana de Silva, o túmulo de uma religiosa importante no chão do claustro, o túmulo de uma abadessa com apelido Matos, alguns túmulos onde se encontram as pessoas que confessavam quem vivia no Convento, dois túmulos que já não é possível perceber de quem são os restos mortais, túmulos de quatro abadessas, o túmulo de uma abadessa da nobre casa dos Castros e o túmulo da D. Ana de Souto Maior (Évora e seus arredores, s.d.).

O Convento dos Remédios foi criado em 1606 pelo Arcebispo de Évora, D. Tetónio de Bragança para os frades da Ordem dos Carmelitas Descalços (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), estando o nome do Convento relacionado com esta mesma Ordem (Seco, s.d.). Este Convento apresenta uma arquitetura marcada por linhas rígidas que refletiam a severidade que distinguia a Ordem dos Carmelitas Descalços (Seco, s.d.). Deste Convento merecem destaque a sacristia, os painéis de azulejo, o claustro (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) e as celas dos monges (Seco, s.d.). Na sua fachada existe o brasão eclesiástico de D. Tetónio de Bragança e uma estátua em mármore da Nossa Senhora dos Remédios (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Posterior ao Convento, surgiu a Igreja da Nossa Senhora dos Remédios que foi consagrada no ano de 1614, sendo um grande exemplo de arquitetura barroca na cidade (Seco, s.d.). Esta Igreja apresenta uma nave de planta retangular e a capela-mor está decorada

com um altar feito em talha dourada, o que faz com que seja uma das mais importantes e impressionantes igrejas no que diz respeito à talha dourada (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Convento dos Remédios esteve relacionado com alguns acontecimentos históricos importantes, de onde se destacam os seguintes: a Guerra da Independência em maio de 1663, tendo sido realizadas no Convento batalhas entre portugueses e castelhanos e a Invasão Francesa em julho de 1820 que resultou no roubo e invasão do Convento (Câmara Municipal de Évora, 2020). Com a extinção das Ordens Religiosas em 1834, a posse do Convento e a sua cerca passou a ser do Estado (Seco, s.d.). No ano de 1839 o Convento e a cerca passaram a pertencer à Câmara Municipal de Évora e esta tinha a obrigação de construir um cemitério na cerca que fazia parte do Convento (Seco, s.d.). Posto isto, foi criado o Cemitério Municipal de Nossa Senhora dos Remédios, sendo possível ainda encontrar este cemitério na cerca do Convento (Câmara Municipal de Évora, 2020). Na entrada deste cemitério existe um portal de estilo renascentista construído em mármore (Seco, s.d.). Atualmente nos espaços do Convento encontram-se em funcionamento o Conservatório Regional Eborae Música e a exposição com o nome Megalithica Eborae (Seco, s.d.). Para além do Conservatório Regional Eborae Música e da exposição Megalithica Eborae, várias salas do Convento são utilizadas para a realização de concertos e exposições sobre a cidade (Seco, s.d.).

Na Praça do Giraldo encontra-se a Igreja de Santo Antão que também é conhecida como Igreja Paroquial de Santo Antão e, foi mandada construir, tal como o chafariz da Praça do Giraldo, pelo Cardeal D. Henrique para substituir a ermida medieval de Santo Agostinho (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Cardeal D. Henrique não queria que nada obstruísse a visão da nova igreja e por este motivo, mandou derrubar o Arco do Triunfo Romano que existia na Praça do Giraldo (Seco, s.d.). A construção desta igreja foi iniciada no ano de 1557, tendo sendo terminada no ano de 1563 e corresponde ao estilo renascentista, uma vez que apresenta as características das igrejas-salão que era possível encontrar na altura (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A Igreja de Santo Antão apresenta apenas um salão com uma abóbada única que se divide em três naves que apresentam colunas de granito, cinco tramos e três capelas que se localizam atrás do altar-mor (Seco, s.d.). Os cinco tramos que existem nas três naves são assinalados por colunas jónicas que conferem uma grande magnificência a esta igreja (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A capela-mor apresenta um retábulo em talha dourada com duas telas que ilustram a última ceia e a Matança dos Inocentes (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Para além do retábulo é possível encontrar na capela-mor um frontal de um altar do estilo gótico que diz respeito ao único testemunho que existe da antiga ermida (Seco, s.d.). Nas capelas laterais

existem pinturas e retábulos que exibem São Miguel e as Almas e Santo Agostinho (Seco, s.d.). No portal axial existe uma lápide que tem como objetivo homenagear o Cardeal D. Henrique e, esta lápide encontra-se conjugada com um falso arco de volta perfeita (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Para além da lápide que homenageia o Cardeal D. Henrique é possível encontrar no chão da igreja mais três lápides em mármore (Direção-Geral do Património Cultural – Ministério da Cultura, 2011).

Em Portugal, na segunda metade do século XVI surgem os primeiros edifícios relacionados com a Companhia de Jesus, onde se inclui a Igreja do Colégio do Espírito Santo (Silva, 2005), que está associada ao Colégio do Espírito Santo que também foi fundado pela Companhia de Jesus, sendo atualmente o edifício principal da Universidade de Évora (Seco, s.d.). No dia quatro de outubro do ano de 1566 foi iniciada a construção desta igreja e no dia 22 de março de 1574 a Igreja do Colégio do Espírito Santo foi consagrada (Silva, 2005). A construção desta igreja foi paga pelo Cardeal D. Henrique, sendo considerada com um belo exemplar do estilo barroco (Silva, 2005). A Igreja do Colégio do Espírito Santo diz respeito ao primeiro exemplar do estilo chão, tendo servido de inspiração para muitas igrejas em Portugal e no estrangeiro (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Esta Igreja apresenta um exterior com um aspeto austero e, no seu interior as diversas obras decorativas que é possível encontrar são consideradas como sendo rigorosas (Silva, 2005). No final do século XVII foram realizadas obras nesta igreja com o objetivo de a tornar mais interessante em termos decorativos no seu interior (Silva, 2005). Das obras do final do século XVII destacam-se as capelas laterais que são trabalhadas em talha dourada, sendo deste modo testemunhas do estilo artístico barroco característico do reinado de D. João V (Silva, 2005). Vários investigadores consideram que a talha dourada das capelas laterais desta Igreja guarda um tesouro valioso, uma vez que apresenta um microcosmo bastante diverso (Silva, 2005). A Igreja do Colégio do Espírito Santo está repleta de simbolismos diversos relacionados com a forma como a Companhia de Jesus encarava e interpretava os diversos locais espalhados pelo Mundo e a cultura ocidental e católica de que faziam parte (Silva, 2005). É este aspeto da Companhia de Jesus que se encontra presente na talha dourada e nos frescos que se encontram na igreja (Silva, 2005). Tanto na talha dourada como nos frescos é possível verificar que existe uma junção entre o religioso e o profano (Silva, 2005). Posto isto, é possível encontrar diversos elementos profanos numa igreja católica, que ilustravam os vários locais do Mundo onde os padres da Companhia de Jesus pregaram e a interpretação que os padres fizeram destes locais, seguindo o contexto dos Descobrimentos portugueses (Silva, 2005). Nesta igreja também é possível encontrar diversas representações do Sol, que em termos católicos representa Jesus Cristo (Silva,

2005). A Igreja do Colégio do Espírito Santo com todo o seu simbolismo ilustra a relação que existia entre a Companhia de Jesus e a Igreja Católica, ou seja, o que a Companhia de Jesus considerava ser a mensagem e os ensinamentos de Jesus Cristo (Silva, 2005). Numa das capelas laterais é possível visualizar uma alegoria que está relacionada com a Fénix (Silva, 2005). As características da Fénix na época medieval passaram a fazer parte do cristianismo, uma vez que estava relacionada com a ressurreição de Jesus Cristo (Silva, 2005). Todos os elementos que se encontram presentes na talha dourada representam a mudança que a Companhia de Jesus realiza na vida das pessoas (Silva, 2005). Na Igreja do Colégio do Espírito Santo existem duas sacristias que são a sacristia nova e a sacristia primitiva (Silva, 2005). A sacristia primitiva apresenta o seu chão coberto por placas feitas em ardósia e, neste local é possível encontrar a sepultura bastante simples, sem qualquer elemento decorativo de D. Frei Manuel do Cenáculo, que foi um importante arcebispo de Évora (Silva, 2005). A sacristia nova começou a ser construída no ano de 1596, tendo sido terminada no ano de 1599 (Silva, 2005). No teto da sacristia nova existe uma abóbada de berço que apresenta doze painéis que representam acontecimentos marcantes da vida de Santo Inácio de Loiola (Silva, 2005). Considera-se que estes painéis se classificam entre o classicismo e o estilo barroco (Silva, 2005). Algo também bastante importante relacionado com os painéis do teto da sacristia nova é o facto de estes painéis transmitirem a ideia de um labirinto (Silva, 2005). Esta ideia de labirinto tem como objetivo ilustrar que a vida está cheia de caminhos confusos, difíceis e repletos de obstáculos, que é necessário ultrapassar para triunfar na vida (Silva, 2005). Sendo esta uma importante mensagem que é transmitida pelo elevado simbolismo que se encontra na Igreja do Colégio do Espírito Santo (Silva, 2005).

3.5. Inquisição na cidade de Évora

Em Portugal o Tribunal do Santo Ofício da Inquisição começou a funcionar no ano de 1536 (Branco, Lopes & Olival, 2016) e foi extinto no ano de 1821 (Branco et al., 2016; Coelho, 2018) pelo Decreto de 31 de março (Coelho, 2018).

O Tribunal do Santo Ofício da Inquisição corresponde a uma instituição impossível de esquecer na história nacional e tinha como um dos principais objetivos alcançar a uniformidade ideológica, atuando em nome Deus e da fé cristã (Branco et al., 2016; Coelho, 2018). Este era o tribunal mais importante de todos em termos de justiça, funcionando de forma completamente autónoma, uma vez que o poder político respeitava todas as ordens dadas pela Inquisição (Coelho, 2018). Desta forma, a Inquisição portuguesa tinha um poder enorme uma vez que controlava o

ensino, a política, o funcionamento da sociedade e até o próprio Estado (Coelho, 2018). Todas as pessoas que viviam em Portugal, vivas ou mortas, poderiam ser julgadas pela Inquisição, incluindo o próprio Rei (Branco et al., 2016; Coelho, 2018).

Foi na cidade que Évora, local onde se encontrava a corte (Branco et al., 2016; Coelho, 2018), que foi lida na Sé, a bula *Cum ad nil magis* (Olival, 2016a; Coelho, 2018) que estabeleceu oficialmente o Tribunal do Santo Ofício da Inquisição em Portugal (Branco et al., 2016; Coelho, 2018) a 22 de outubro de 1536 (Coelho, 2018). A cidade de Évora também foi um dos locais escolhidos para acolher um dos quatro tribunais distritais da Inquisição portuguesa (Branco et al., 2016; Coelho, 2018).

Évora é o local onde é possível encontrar mais elementos de património construído relacionados com a Inquisição (Branco et al., 2016). Para além do património edificado é também possível encontrar um vasto acervo sobre a Inquisição no Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo e na Biblioteca pública da cidade (Branco et al., 2016).

Em Évora, no Largo do Marquês de Marialva é possível encontrar as armas do Santo Ofício que consistem numa cruz que se localiza no centro, que apresenta à direita uma espada que está relacionada com a justiça e à esquerda é possível encontrar um ramo de oliveira que está associado à misericórdia que é mostrada para com os arrependidos (Branco et al., 2016; Coelho, 2018). As armas do Santo Ofício que é possível encontrar em Évora, são um dos símbolos mais divulgado em termos internacionais quando se fala da Inquisição portuguesa (Branco et al., 2016).

O tribunal da Inquisição de Évora começou realmente a funcionar no ano de 1533, pois foi o ano em que se registou a primeira detenção realizada pela Inquisição de Évora (Coelho, 2018). Esta detenção foi realizada porque uma versão mais primitiva da bula *Cum ad nil magis* já se encontrava em vigor, mesmo apesar de não ser ainda a versão oficial (Coelho, 2018). Mas, o Tribunal da Inquisição de Évora só é considerado como um tribunal individualizado no dia cinco de setembro de 1541, dia em que o cardeal D. Henrique deu posse ao primeiro inquisidor exclusivo da Inquisição de Évora, Pedro Álvares (Coelho, 2018). O cardeal D. Henrique é considerado como o criador da Inquisição portuguesa, uma vez que foi ele que definiu as suas regras, modo de funcionamento e formas de atuação (Coelho, 2018).

O primeiro tribunal da Inquisição a ser criado e a começar a funcionar foi o que existia na cidade de Évora (Olival, 2016b; Branco & Olival, 2016). Este tribunal começou a funcionar nas “pousadas de D. Diogo Silva, primeiro inquisidor-geral” (Olival, 2016b, p.6). Acredita-se que as

instalações iniciais tenham sido no edifício onde está instalada atualmente a Fundação Eugénio de Almeida, uma vez que este edifício quando foi estabelecido o Tribunal da Inquisição de Évora foi comprado ao fidalgo Tristão da Cunha (Branco & Olival, 2016). O Tribunal da Inquisição funcionou no edifício onde está instalada a Fundação Eugénio de Almeida, o que faz com que o edifício também seja conhecido como o Palácio da Inquisição (Branco & Olival, 2016). À medida que aumentavam o número de seguidores e o número de presos, foi necessário adquirir mais edifícios e, por isso a Inquisição adquiriu os edifícios que estavam próximos das instalações iniciais (Branco & Olival, 2016), existindo relatos de que o edifício onde se localiza atualmente o Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo também foi utilizado pela Inquisição (Coelho, 2018). No ano de 1635, todos os edifícios que eram propriedade da Inquisição da cidade de Évora foram reordenados pelo arquiteto Mateus do Couto e, este arquiteto conferiu ao edifício principal (o Palácio da Inquisição), a todas as diversas salas onde operava o tribunal e os locais onde se situavam as prisões (Branco & Olival, 2016), que eram cerca de 69 que se dividiam entre o primeiro e segundo andar do edifício (Coelho, 2018), um aspeto apalaçado de estilo maneirista com pouca exuberância, que ficou preservado até aos dias de hoje (Branco & Olival, 2016). Para além do Palácio da Inquisição existiam outros edifícios anexos, onde não foram realizadas alterações (Branco & Olival, 2016). Estes edifícios anexos eram os cómodos de servidores e casas onde viviam inquisidores que ocupavam metade da rua que hoje em dia é conhecida como a Rua de Vasco da Gama (Branco & Olival, 2016).

No portal principal do Palácio da Inquisição (atual Fundação Eugénio de Almeida) que foi construído com mármore de Estremoz é possível ler no seu lintel a seguinte inscrição: “EXVRGE . DEVS . IVDICA . CAVSAM . TV AM” (Branco & Olival, 2016, p.8). Esta inscrição foi extraída do Salmo 73 e está relacionada com Deus se defender a si próprio e ao seu povo dos seus inimigos, algo que a Inquisição na teoria fazia (Branco & Olival, 2016). É também possível encontrar o mesmo salmo inscrito no estandarte da Inquisição de Évora, que se encontra guardado no Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo (Branco & Olival, 2016). No Palácio da Inquisição destacam-se duas salas que são as seguintes: a sala do Inquisidor e a sala grande das audiências, que se encontram no segundo andar do edifício (Branco & Olival, 2016). A sala do Inquisidor é uma pequena sala cheia de ornamentos do ano de 1712 e a sala grande das audiências apresenta um teto de madeira de carvalho em caixotões que exhibe o emblema do Santo Ofício no centro (Branco & Olival, 2016; Coelho, 2018). O Palácio da Inquisição até ao século XIX estava encostado ao Templo Romano que na época funcionava como um açougue (Branco & Olival, 2016; Coelho, 2018) e, após a extinção do Tribunal do Santo Ofício em Portugal no dia cinco de abril de 1821

(Lopes, 2016a) este começou a entrar num elevado estado de degradação (Branco, 2016a). Devido a esta situação na cidade de Évora foi criado por alguns cidadãos um movimento que tinha como objetivo restaurar o Templo Romano (Branco, 2016a). Este movimento com o apoio da Câmara Municipal de Évora conseguiu adquirir em 1844 a Casa de Palmela que dizia respeito “aos cómodos da Inquisição Velha” (Branco, 2016a, p.9) que estavam encostados ao Templo (Branco, 2016a). Após obterem uma autorização de câmara e o apoio financeiro por parte de uma subscrição pública este movimento libertou o Templo Romano de todos os edifícios que estavam encostados à sua estrutura e conseguiram identificar através de escavações que o Templo Romano no passado apresentou tanques ou um banho de água ao seu redor (Branco, 2016a). Mas, os tanques ou banhos de água não foram as únicas coisas que foram descobertas com as escavações uma vez que, também foram encontradas ossadas humanas nos espaços que faziam parte do pátio e das prisões do Palácio da Inquisição (Branco, 2016a; Coelho, 2018).

Para além dos edifícios já mencionados, a Inquisição de Évora decidiu adquirir todos os edifícios da fachada ocidental do largo onde se localiza o Palácio da Inquisição com o intuito de serem usados como quartos para os inquisidores (Branco & Olival, 2016). Os quartos dos inquisidores situavam-se nas casas destinadas aos arcebispos, onde se situavam as armas do Santo Ofício na entrada principal (correspondem às armas do Santo Ofício que é possível encontrar no Largo do Marquês de Marialva) (Branco & Olival, 2016). Todos estes edifícios estavam incluídos nos bens urbanos do Tribunal da Inquisição de Évora, juntamente com outros edifícios (Branco & Olival, 2016).

No ano de 1565 a Inquisição já estava completamente estabelecida em Portugal, baseando-se nos tribunais que existiam em Évora, Lisboa e Coimbra (Olival, 2016b; Coelho, 2018). Para além dos tribunais que existiam em Portugal, a Inquisição portuguesa também criou um tribunal em Goa (López-Salazar, 2016; Coelho, 2018). Todos os tribunais estavam relacionados e funcionavam de formas muito semelhantes, uma vez que tinham as mesmas regras (Coelho, 2018).

Os tribunais da Inquisição eram organizados e geridos pelo Conselho-Geral e pelo Inquisidor-Geral (Coelho, 2018). O Inquisidor-Geral era indicado pelo Rei e depois nomeado pelo Papa (Coelho, 2018). Quando não existia Inquisidor-Geral, a Inquisição funcionava apenas com o Conselho-Geral (Coelho, 2018). Através da nomeação dos Inquisidor-Geral é possível verificar a ligação que a Inquisição tinha com o Rei e com o Papa, mas existiram alturas em que a Inquisição desobedeceu ao Rei e ao Papa (Coelho, 2018). A Inquisição ignorava e agia contra as ordens e decretos do Rei sempre que considerava que estava a ser prejudicada e que perdia o seu poder,

benefícios iniciais, a sua influência e a sua importância em termos sociais e políticos (Coelho, 2018).

O Conselho-Geral incluía todas as atividades inquisitoriais e era composto pelos inquisidores mais importantes de todos os tribunais do país (Coelho, 2018). Os inquisidores do Conselho-geral também estavam encarregues das detenções das pessoas importantes na sociedade, tendo também o poder de perdoar penas e condenações (Coelho, 2018).

Cada tribunal da Inquisição funcionava de forma individual e apresentava três inquisidores que eram responsáveis por todo o funcionamento do tribunal (Coelho, 2018). Mas, nem todas as pessoas poderiam ser inquisidores, pois para se ser inquisidor era necessário ser um elemento do clero, ser licenciado em teologia ou então ser um doutor do Direito Canónico (Coelho, 2018). Os inquisidores tinham de ter mais de trinta anos, deveriam também ser identificados como cristãos-velhos e não podiam apresentar sangue de mouro, judeu, escravo ou de qualquer outro povo que se tivesse convertido há pouco tempo à fé cristã (Coelho, 2018). Deste modo, os inquisidores eram principalmente pessoas que faziam parte do clero, de onde se destacavam bispos, teólogos, licenciados e doutores do Direito Canónico (Coelho, 2018). Os inquisidores podiam prender, questionar, condenar, perseguir e sentenciar (Coelho, 2018). Podendo até mesmo condenar os presos à justiça secular, que equivalia a condenar à morte na fogueira (Coelho, 2018). Os inquisidores deveriam prender e julgar principalmente os cristãos-novos, que eram considerados pelos inquisidores como judeus, faltando apenas provas que comprovassem a crença dos inquisidores, tal como todas as pessoas que não consideravam Cristo como o seu Deus (Coelho, 2018). Um dos principais motivos para a criação da Inquisição foi a necessidade de diminuir o número de pessoas que se identificavam como cristãos-novos, mas que na realidade praticavam o judaísmo em segredo (Coelho, 2018). Deste modo, é possível concluir que os judeus (cristãos-novos) eram o principal inimigo e alvo da Inquisição, na medida em que possuíam cargos e posições importantes na sociedade, tendo elevados níveis de influência e, por isso eram vistos pela Inquisição como uma ameaça ao seu poder e preponderância, pois eram considerados como os únicos com capacidade de fazerem chegar pessoas contra a atividade inquisitorial aos lugares mais importantes em termos políticos e, por este motivo tinham de ser eliminados (Coelho, 2018).

Os inquisidores realizavam o seu trabalho baseando-se muito em denúncias de atos, palavras e por vezes até de pensamentos (Coelho, 2018). Para obterem estas denúncias utilizavam a confissão, locais e objetos de culto, ou seja, abusavam do poder que tinham na sociedade para encontrarem as próximas vítimas (Coelho, 2018). Os inquisidores acusavam, prendiam, julgavam e decidiam as penas dos presos que eles próprios prendiam sem terem de se

justificar a ninguém, uma vez que a Inquisição estavam acima de tudo e todos (Coelho, 2018). Deste modo, os inquisidores destruíam famílias completas em termos sociais, económicos, físicos e psicológicos (Coelho, 2018).

Para além de sentenciar todos os detidos, a Inquisição de Évora também realizava diversos e longos interrogatórios a diversas pessoas com o objetivo de conseguirem encontrar motivos para prenderem pessoas com bens que interessavam e poderiam sustentar o tribunal, ou seja, cristãos-novos que eram as pessoas que mais poses e riquezas tinham na sociedade (Coelho, 2018). Os inquisidores ainda invadiam a privacidade das pessoas sem qualquer problema e também analisavam e identificavam os crimes e pecados que eram cometidos a nível espiritual (Coelho, 2018).

A Inquisição de Évora tinha vários instrumentos que permitiam que os inquisidores realizassem todas as suas tarefas, principalmente as de interrogação, de onde se destacam os seguintes: um livro com os quatro Evangelho onde os presos colocavam a sua mão e juravam dizer apenas a verdade, uma espécie de uma tábua que continha a oração dirigida ao Espírito Santo com o intuito de fazer os presos confessarem todas as suas infidelidades a Deus, diversos livros com regras, bulas relativas ao funcionamento do Santo Ofício e os privilégios dos seus trabalhadores, uma campainha e tinteiros feitos de prata para se poder registar tudo o que os presos diziam sob juramento (Coelho, 2018). Quando as confissões não eram suficientemente satisfatórias para os inquisidores, os presos eram levados para uma sala onde eram realizados atos de tortura, contendo um conjunto diversificado de instrumentos destinados a infligir toda a dor possível e imaginável (Coelho, 2018). A Inquisição utilizava a tortura pois considerava que tudo era válido para que os pecadores e hereges pudessem alcançar a salvação (Coelho, 2018). Muitos não sobreviveram à tortura e os que sobreviveram confessaram crimes que nunca cometeram (Coelho, 2018). Os restos mortais dos que morriam na sala de tortura ou nas prisões eram à mesma queimados no próximo auto da fé, o que ilustrava que nem após a morte os presos eram capazes de escapar ao poder implacável da Inquisição (Coelho, 2018). Posto isto, é possível afirmar que a Inquisição realizava diversos atos bárbaros e desumanos em nome da fé cristã, uma vez que os quatro evangelhos estavam presentes em todas as operações deste tribunal (Coelho, 2018).

Para além destes locais, existia também uma sala que estava destinada a guardar todos os documentos elaborados e que estavam relacionados com a atividade e funcionamento do Tribunal da Inquisição de Évora (Coelho, 2018). Era ainda possível encontrar no Tribunal da Inquisição uma sala que só continha uma arca que apenas era aberta com três chaves que

pertenciam a três inquisidores diferentes e que continha todo o dinheiro que pertencia à Inquisição de Évora (Coelho, 2018). Por fim, existia ainda um Oratório, onde se realizavam missas diárias e, no altar deste oratório era possível encontrar o crucifixo que era utilizado nas procissões que eram realizadas juntamente com os autos da fé (Coelho, 2018).

A Inquisição de Évora perseguia de forma bastante insistente os cristãos-novos, que considerava como judeus e como o principal inimigo ao seu funcionamento e permanência na sociedade (Coelho, 2018). A Inquisição confiscava todos os bens dos cristãos-novos, porque a grande maioria destas pessoas estavam ligadas à atividade comercial e eram bastante influentes na sociedade em termos políticos e sociais (Coelho, 2018). A riqueza e importância que se verificava na grande maioria dos cristãos-novos pode justificar o facto de serem o principal alvo da Inquisição de Évora e das restantes a nível nacional, existindo relatos que a maioria dos cristãos-novos eram presos com base em testemunhos falsos para que a Inquisição lhe pudesse apreender os bens e utilizá-los para seu próprio benefício, sendo um meio para sustentar toda a atividade inquisitorial (Coelho, 2018).

Relativamente ao ritmo de funcionamento dos três tribunais (Évora, Lisboa e Coimbra) até ao ano de 1605 (ano em que foi dado o perdão geral aos cristãos-novos), verificou-se que a Inquisição de Évora foi a que registou o número mais baixo de presos (Olival, 2016c). A Inquisição de Évora inicialmente funcionou de forma lenta, pois não existiam infraestruturas suficientes para ser realizado um trabalho de repressão em massa (Coelho, 2018). Só após a aquisição de mais edifícios é que a Inquisição de Évora começou a funcionar a um ritmo semelhante ao registado pelos restantes Tribunais do país (Coelho, 2018). A Inquisição de Évora começou a funcionar a um ritmo bastante rápido, sendo possível afirmar que a década de 1591 a 1600 e a década de 1621 a 1630 foram as décadas em que a Inquisição esteve mais ativa, realizando muitas detenções (Coelho, 2018). Coelho (2018), também defende que os anos de 1572 e 1596 foram os anos em que foram relaxadas mais pessoas para a justiça secular, com dezanove condenados em cada ano e dezasseis relaxados em carne e dezassete relaxados em carne, respetivamente (Coelho, 2018). É possível afirmar que entre 1533 e 1668 foram presos pela Inquisição de Évora 8644 pessoas, em que 4123 eram homens e 4521 mulheres (Coelho, 2018). A esmagadora maioria dos presos eram acusados de judaísmo (Coelho, 2018). Verificou-se ainda que por ano apenas sobreviviam cerca de 67 de todos os detidos pela Inquisição de Évora (Coelho, 2018). Este número mostra o quão terrível e violenta era o Tribunal da Inquisição de Évora, se for tido em conta que só no ano de 1667 foram presas 337 pessoas (Coelho, 2018). É necessário ainda destacar que entre 1606 e 1674, período em que a Inquisição foi suspensa em Portugal, a

Inquisição de Évora era o Tribunal que registava os números mais elevados (Olival, 2016c). Para confirmar ainda mais o seu poderio e domínio, a Inquisição de Évora volta a ser o Tribunal que entre 1751 e 1767, registou os valores mais elevados (Olival, 2016c). Com esta informação é possível afirmar que o Tribunal da Inquisição de Évora foi o mais ativo e violento dos três Tribunais da Inquisição que existiam no país (Coelho, 2018).

O crime que foi mais detetado pela Inquisição de Évora foi o Judaísmo, na medida em que foi este crime que registou um maior número de presos e julgamentos (Olival, 2016d; Coelho, 2018), tal como relaxados para a justiça secular (Coelho, 2018). Para além do crime de Judaísmo, a Inquisição também punia os seguintes crimes: Islamismo (Olival, 2016d; Coelho, 2018); Luterismo (Olival, 2016d; Coelho, 2018); Anglicanismo (Olival, 2016d); Calvinismo (Olival, 2016d; Coelho, 2018); ateísmo (Coelho, 2018); superstições (Olival, 2016d); feitiçaria (Olival, 2016d; Coelho, 2018) e bruxaria (Coelho, 2018); astrologia (Coelho, 2018); proposições (blasfémias); (Olival, 2016d), bigamia, que era o principal crime sexual (Olival, 2016d; Coelho, 2018); solicitação (desde 1599) e este crime era cometido por padres quando solicitavam relações sexuais enquanto realizavam confissões (Olival, 2016d; Coelho, 2018); sodomia (a partir de 1562) (Olival, 2016d; Coelho, 2018); homossexualidade (Coelho, 2018); prostituição (Coelho, 2018); entregar armas em terras de muçulmanos (Olival, 2016d); celebrar a missa sem possuir nenhuma ordem sacra (Olival, 2016d); não agir de acordo com os dez mandamentos (Coelho, 2018); não respeitar o crucifixo, a imagem de Jesus Cristo, a comunhão, a missa e a instituição da igreja (Coelho, 2018); sacrilégios (Olival, 2016d); não cumprir com as obrigações religiosas (Coelho, 2018); ações contra a Inquisição (Olival, 2016d; Coelho, 2018); proteger e ajudar pessoas perseguidas pela Inquisição a fugirem do país (Coelho, 2018); mentir em julgamento à Inquisição (Coelho, 2018); afirmar que pertenciam à Inquisição quando na verdade não pertenciam (Coelho, 2018); agir contra a atividade inquisitorial (Coelho, 2018); afirmar que a tortura a que a Inquisição submetia os seus presos, fazia com que estes confessassem crimes que não tinham cometido (Coelho, 2018); um conjunto bastante diversificado de heresias (Olival, 2016d; Coelho, 2018) e blasfémias (Coelho, 2018); idolatria e várias transgressões em termos religiosos e morais (Olival, 2016d; Coelho, 2018), onde se destacava a leitura e propriedade de livros que fossem considerados como proibidos pela Inquisição (Olival, 2016d; Coelho, 2018). É importante destacar que a Inquisição não prendia e condenava as pessoas apenas pelas suas ações, mas também pelos seus discursos e pensamentos, que eram considerados como heresias e pecados mentais contra a fé cristã (Coelho, 2018).

Muitas das pessoas que eram presas pela Inquisição ficavam bastante surpreendidas porque não sabiam que crime tinham cometido mas, a Inquisição não se importava minimamente com este aspeto uma vez que as levava para a prisão, confiscavam-lhes os bens e destruía a sua estrutura familiar, uma vez que fazia com que os membros da mesma família se acusassem uns aos outros de crimes muitas vezes inexistentes, mas que eram convenientes para a ação da Inquisição de Évora (Coelho, 2018).

Acredita-se que as celas das prisões deveriam ser bastante escuras, de dimensões reduzidas e húmidas, principalmente nos séculos XVII e XVIII (Branco & Olival, 2016; Coelho, 2018). Para conseguir prender o maior número de pessoas possível a Inquisição de Évora juntava por vezes quatro a cinco pessoas em cada cela, combatendo assim alguns dos problemas de espaço que por vezes dificultavam a ação da Inquisição de Évora (Coelho, 2018). Os presos recebiam um jarro com água uma vez por semana e outro jarro para fazerem as suas necessidades que só era despejado uma vez por semana, o que mostra as condições desumanas em que viviam os presos da Inquisição, justificando deste modo, as diversas mortes que ocorreram nas prisões (Coelho, 2018).

Entre 1533 e 1668 a Inquisição de Évora prendeu 6618 pessoas e realizou 8164 processos (Coelho, 2018). Ao analisar as vítimas da Inquisição de Évora é possível concluir que este tribunal não atuava apenas em Évora e nos seus arredores, na medida em que existem presos provenientes de terras do norte do país, de Lisboa, de Trancoso, de Castelo Branco, do Algarve, de Castela, imigrantes do Norte de África, França, Inglaterra, Alemanha, Áustria, Flandres, Índia, Ilhas Canária e Guiné (Coelho, 2018). No entanto, a atuação da Inquisição de Évora foi mais sentida no Alentejo e, foi na cidade de Beja que a Inquisição de Évora prendeu mais pessoas (Coelho, 2018). Tendo em consideração a profissão das pessoas presas pela Inquisição de Évora é possível afirmar que no Tribunal da Inquisição de Évora foram julgados principalmente pessoas com o seu próprio ofício, sapateiros, mercadores, lavradores, agricultores militares, administrativos e intelectuais, ou seja, profissões que na época permitiam enriquecer e adquirir muitos e diversos bens (Coelho, 2018). As profissões dos presos pela Inquisição de Évora levam a concluir que os inquisidores preferiam acusar e prender pessoas que tivessem poses suficientes para sustentar o funcionamento do tribunal (Coelho, 2018). Sendo deste modo, as pessoas ricas, com posses, influentes e com elevada posição social os verdadeiros inimigos da Inquisição (Coelho, 2018). Como já foi referido, a grande maioria dos presos eram identificados como cristãos-novos, vistos pela Inquisição como judeus, mas que na grande maioria dos casos eram inocentes, nunca tendo cometido qualquer crime (Coelho, 2018).

No reinado de D. João V, a Inquisição de Évora prendeu o maior número de pessoas em Avis e de um modo geral, a Inquisição de Évora esteve mais presente no Alentejo interior e fronteiro, uma vez que era nestas duas regiões que existia um maior número de cristãos-novos (Olival, 2016c).

Os autos da fé realizados pela Inquisição correspondiam à leitura pública das sentenças, não correspondendo à execução das penas de morte como muitas pessoas pensam (Lopes, 2016b; Olival & Branco, 2016). Os auto da fé eram encarados como uma celebração social que mobilizava muitas pessoas (Coelho, 2018). No domingo antes da realização do auto da fé, era exposto em todas as igrejas da cidade o dia em que o próximo auto da fé iria acontecer, motivando todos os cristãos a assistirem (Coelho, 2018).

Os autos da fé poderiam ser públicos (Lopes, 2016b), sendo realizados dentro de uma igreja ou ao ar livre (Olival & Branco, 2016) e também poderiam ser privados (Lopes, 2016b). Quando eram privados os autos da fé eram também denominados de autos de sala (Lopes, 2016b), pois eram realizados numa sala e na mesa do Tribunal (Olival & Branco, 2016). Em Évora foram realizados autos da fé públicos a cada dois anos até ao século XVII, mas entre 1620 e 1644 existiram autos da fé públicos todos os anos (Olival & Branco, 2016). Entre 1660 e 1674 só não foram realizados autos da fé públicos no ano de 1661 e no de 1668 (Olival & Branco, 2016). Neste período foram realizados muitos autos da fé devido a existir um elevado número de presos, o que levou a que este período correspondesse aos anos em que a Inquisição de Évora esteve mais ativa, abrandando o seu ritmo apenas quando a Inquisição foi suspensa em Portugal no ano de 1674 (Olival & Branco, 2016). A Inquisição voltou a funcionar em Portugal a partir de 1681 e a Inquisição de Évora realizou autos da fé públicos todos os anos entre 1682 e 1686, mas a partir deste ano a realização dos autos da fé públicos começou a ser irregular, tendo sido o último auto da fé realizado no ano de 1760 (Olival & Branco, 2016).

Os autos da fé públicos envolviam a realização de uma procissão que tinha como objetivo mostrar a força da Fé Cristã e o poder da Inquisição que estava responsável por proteger e salvaguardar a Fé Cristã (Lopes, 2016b). A procissão era realizada com a utilização de um estandarte da Inquisição (Lopes, 2016b; Coelho, 2018), estando o de Évora guardado no Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo (Lopes, 2016b). Nesta procissão participavam elementos das entidades locais, os presos e os familiares do Santo Ofício que tomavam conta dos presos (Lopes, 2016b), o que resultava num número bastante elevado de pessoas que estavam envolvidas no auto da fé (Coelho, 2018). Os familiares do Santo Ofício eram pessoas com diversas e ricas poses em quem os Inquisidores poderiam confiar (Coelho, 2018). Os presos que tinham a sorte de serem

reconciliados iam numa fila com os homens à frente e as mulheres atrás, sendo acompanhados por o guarda prisional que tivesse uma maior ligação com os presos (Coelho, 2018). Por outro lado, os condenados à morte eram acompanhados por um padre jesuíta, por familiares da Inquisição e por ministros que faziam parte da justiça secular (Coelho, 2018).

As pessoas que quisessem assistir ao auto da fé juntavam-se no Tribunal da Inquisição, outras assistiam pelas janelas e muitas preferiam esperar na Praça do Giraldo (Coelho, 2018). Isto mostra que a cidade praticamente parava para que se pudesse assistir ao espetáculo que era o auto da fé (Coelho, 2018). A procissão do auto da fé era bastante lenta e começava junto ao Tribunal da Inquisição, depois descia a Rua cinco de outubro até à Praça do Giraldo onde se encontrava o cadafalso, essencial para a celebração do auto da fé, em frente ao edifício da Câmara que atualmente corresponde ao edifício do Banco de Portugal (Coelho, 2018). Esta procissão que era realizada antes dos autos da fé era vista, pelos eborenses, como um espetáculo (Olival & Branco, 2016). O cadafalso que existia nos autos da fé públicos era semelhante a um palco, que apresentava lugares para os presos, lugares especiais para os membros do Tribunal, para o arcebispo e outros membros importantes do clero (Coelho, 2018). Junto ao Chafariz ficavam as pequenas torres onde os condenados à morte assistiriam ao auto da fé e, também a lenha necessária para fazer as fogueiras para os condenados à morte (Coelho, 2018). Os presos nesta procissão usavam umas vestes, que eram chamadas sambenitos, que estavam relacionadas com as penas que iriam obter (Lopes, 2016b; Coelho, 2018). Os condenados à morte levavam um casaco com um retrato seu a arder no fogo do Inferno (Coelho, 2018). A realização dos autos da fé englobava a presença de alguns elementos menos comuns como: objetos para que os presos doentes se pudessem sentar, elementos religiosos relacionados com o culto religioso, arcas onde estavam guardados os processos, papel, tinta, objetos que serviam para os presos estarem calados, comida para os Inquisidores e objetos onde os presos pudessem fazer alguma necessidade fisiológica de última hora (Coelho, 2018).

Qualquer auto da fé, quer fosse público ou de sala, envolvia a leitura de uma lista das pessoas que estavam a ser julgadas e, esta lista funcionava como um guião do que iria acontecer no auto da fé, tal como um registo do que aconteceu durante o auto da fé (Olival & Branco, 2016; Coelho, 2018). Para além da lista com os nomes de todas as pessoas que estavam a ser julgadas, os autos da fé envolviam também a realização de um sermão e o orador do sermão era escolhido pelo Conselho-Geral (Coelho, 2018). Todos os sermões eram focados no judaísmo e no facto dos seus seguidores serem o principal inimigo do cristianismo, justificando a necessidade de os inimigos da fé cristã serem eliminados e purificados através do fogo (Coelho, 2018). Antes da

leitura individual das sentenças de cada um dos presos, era lido o Edital da Fé que informava os fiéis presentes da sua obrigação de denunciarem todos os inimigos da fé cristã (Coelho, 2018).

Os autos da fé poderiam resultar em reconciliação, que era o que acontecia na maioria das vezes, ou então em relaxamento para a justiça secular, que equivalia à pena de morte (Coelho, 2018). Após a leitura das penas de cada um dos presos, os que tinham a sorte de serem reconciliados ajoelhavam-se com uma vela na mão em frente ao cadafalso e juravam nunca mais desrespeitar a fé cristã (Coelho, 2018). Após este acontecimento eram lidas as sentenças dos condenados à morte (Coelho, 2018). Após a leitura destas sentenças era feito um grande silêncio enquanto os condenados à morte eram entregues ao ministro da justiça secular (Coelho, 2018). De seguida, era realizada de novo a procissão, mas apenas com os reconciliados que eram levados novamente para as prisões (Coelho, 2018).

Os condenados à morte tinham conhecimento da sua sentença dois dias antes do auto da fé, ficando de mãos atadas até à sua morte (Coelho, 2018). Ao saberem que iriam morrer na fogueira, muitas destas pessoas pediam para realizar uma última confissão e confessavam tudo aquilo que os inquisidores queriam, mesmo que não fosse verdade, com a esperança de salvarem a sua vida, o que muitas vezes não acontecia (Coelho, 2018). Acredita-se que a grande maioria de pessoas que foram condenadas à morte pela Inquisição morreram cristãs, o que faz com que sejam considerados por muitos como mártires, uma vez que eram inocentes (Coelho, 2018). O máximo que a Inquisição poderia fazer era condenar alguém a ser relaxado para a justiça secular, uma vez que a Inquisição por ser uma instituição religiosa não podia executar ninguém (Lopes, 2016b; Olival, 2016c; Coelho, 2018) e, por este motivo é que o poder civil tinha a responsabilidade de colocar em prática as penas de morte (Olival, 2016c; Coelho, 2018). Como a Inquisição estava acima de tudo e todos, nunca se registou um caso em que a justiça secular não cumprisse as ordens e desejos dos inquisidores (Coelho, 2018). As penas de morte (“ser relaxado em carne”) (Lopes, 2016b, p.32) eram executadas apenas durante a noite ou no dia após a leitura do auto da fé (Lopes, 2016b). Mas, as fogueiras eram logo acesas após o fim do auto da fé (Coelho, 2018). Na fogueira os condenados eram presos a um poste para que não pudessem escapar ao seu castigo (Coelho, 2018). Muitos enquanto estavam a arder na fogueira, imploravam aos inquisidores para serem ouvidos mais uma vez, mas o Tribunal da Inquisição de Évora já não ouvia ninguém que estivesse a arder na fogueira, terminado assim com qualquer réstia de esperança que os condenados pudessem ter em conseguir escapar com vida das garras dos inquisidores (Coelho, 2018). Juntamente com as pessoas que eram condenadas a morrerem queimadas na fogueira eram também queimados os ossos das pessoas que morriam na prisão, tal como os livros

proibidos (Coelho, 2018). A execução das penas de morte decretadas pela Inquisição correspondia ao clímax da atuação da Inquisição, que mostrava à sociedade o seu poder e as consequências que enfrentariam os que ousassem a desrespeitar os seus princípios (Lopes, 2016b; Coelho, 2018). Após as queimas estarem terminadas eram cumpridas as restantes penas a que os reconciliados tinham sido condenados, que se resumiam a açoites na Praça do Giraldo (Coelho, 2018). Quando todas as penas estavam cumpridas, as prisões da Inquisição eram esvaziadas, preparando-se para receberem novas vítimas (Coelho, 2018). Os casacos dos condenados à morte, com o seu retrato a arder nas chamas do Inferno, tal como as suas vestes, eram expostos na Igreja de Santo Antão para lembrar o que aconteceria a quem desrespeitasse a fé cristã ou ousasse contrariar o Tribunal do Santo Ofício (Coelho, 2018).

Os autos de sala eram realizados de forma simples, uma vez que não envolviam uma procissão (Lopes, 2016b), estando apenas presentes os inquisidores e os seus auxiliares (Olival & Branco, 2016). Nos autos de sala eram julgados os presos e os crimes que a Inquisição não queria que fossem conhecidos pelo público (Olival & Branco, 2016). Mas, os autos de sala também poderiam ser realizados quando não estavam reunidas as condições para realizar um auto da fé público e quando isto acontecia, estes autos da fé envolviam a presença de um estrado e de outros elementos dispendiosos (Olival & Branco, 2016).

Alguns reconciliados após serem libertados admitiam que tinham mentido, dizendo tudo o que os inquisidores queriam ouvir, tendo acusado quem estes pretendiam apenas para escaparem à morte (Coelho, 2018). Quando estas informações chegavam aos inquisidores, estas pessoas eram presas novamente e muitas delas eram condenadas à morte por terem mentido em juramento perante os quatro Evangelhos (Coelho, 2018).

Na cidade de Évora até ao ano de 1683, os autos da fé públicos eram realizados na sua esmagadora maioria na Praça do Giraldo, tendo sido realizados 74 autos da fé neste local (Olival & Bilou, 2016). Foram realizados tantos autos da fé na Praça do Giraldo, porque neste local era possível alcançar um maior nível de imponência na leitura das sentenças devido à existência de um palco destinado à leitura dos autos da fé próximo ao edifício da Câmara que agora é o Banco de Portugal (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018). Foi ainda na Praça do Giraldo, que D. Sebastião e Filipe III assistiram a autos da fé realizados pela Inquisição portuguesa (Olival & Bilou, 2016). No entanto, a Praça do Giraldo não foi o único local onde foram realizados os autos da fé (Olival & Bilou, 2016). Durante alguns anos, os autos da fé eram lidos no adro da Sé de Évora (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018). No adro da Sé de Évora foram lidos oito autos da fé (Olival & Bilou, 2016). Para além dos autos da fé, durante o século XVI, eram penduradas à porta da Sé todas as

bruxas condenadas pela Inquisição (Coelho, 2018). As bruxas eram penduradas numa escada à porta da Sé sem qualquer peça de roupa, apenas com uma corda ao pescoço, um género de chapéu com representações de demónios e um papel no peito que explicava todos os pecados que tinham cometido (Coelho, 2018). As bruxas ficavam penduradas na Sé de Évora desde as oito da manhã até ao fim da missa do meio-dia (Coelho, 2018). Depois de estarem penduradas desciam os degraus para sofrerem o castigo de cem açoites nas costas (Coelho, 2018). Entre 1684 e 1755 (ano do terramoto que ocorreu em Lisboa) os autos da fé eram realizados na Igreja de São João Evangelista (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018), mas a realização dos autos da fé nesta igreja, que era bastante próxima do Palácio da Inquisição, implicava que a procissão que estava relacionada com os autos da fé não fosse tão impressionante como deveria ser (Olival & Bilou, 2016). Na Igreja de São João Evangelista foram realizados 27 autos da fé (Olival & Bilou, 2016). Entre 1705 e 1716, tal como em 1726 os autos da fé foram feitos no adro da Igreja de Santo Antão que se situa na Praça do Giraldo (Olival & Bilou, 2016). Na Igreja de Santo Antão foram feitos seis autos da fé (Olival & Bilou, 2016). No interior da Igreja de São Francisco também se realizaram autos da fé entre 1756 e 1760 (Olival & Bilou, 2016). No interior desta igreja foram realizados apenas quatro autos da fé (Olival & Bilou, 2016). É possível verificar que o local onde eram realizados os autos da fé mudou algumas vezes durante a atuação da Inquisição em Évora, mas não existe nenhum registo que justifique as mudanças que foram realizadas (Olival & Bilou, 2016).

Na cidade de Évora, os autos da fé eram realizados maioritariamente nos meses de março, maio, junho, agosto e setembro (Olival & Bilou, 2016). Os autos da fé eram realizados maioritariamente nestes meses porque até ao ano de 1683 estes eram realizados na rua, ou seja, era necessário existirem condições meteorológicas favoráveis para a sua realização e os meses referidos são os que de modo geral apresentam as condições mais favoráveis em termos meteorológicos (Olival & Bilou, 2016).

Quando o auto da fé determinava que iriam existir relaxados, a execução da sentença, ou seja, a queima quer fosse em carne (a própria pessoa) ou quer fosse em estátua (uma representação da pessoa) era realizada num local diferente do local onde eram lidos os autos da fé (Olival & Bilou, 2016). As queimas em estátua eram realizadas quando os condenados não se encontravam em Portugal (Branco, 2016b). Algumas queimas foram feitas também na Praça do Giraldo, mas junto ao pelourinho em frente ao Chafariz da Praça do Giraldo, outras foram realizadas no terreiro da Sé (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018), foram também queimadas pessoas em frente à Igreja de São João Evangelista (Coelho, 2018) e ainda foram realizadas

queimas no Rossio de São Brás (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018). De acordo com os registos existentes, a Inquisição de Évora foi a que registou um menor número de relaxados (Olival, 2016c). Isto deve-se ao facto de entre 1705 e 1755, as penas destinadas aos relaxados não serem realizadas na cidade de Évora (Olival, 2016c). Acredita-se que as queimas decretadas pela Inquisição de Évora tenham sido executadas em Lisboa, durante o período de tempo em que não foram realizadas queimas na cidade de Évora (Olival, 2016c). Apenas em 1756 é que voltaram a existir relaxados em carne na cidade de Évora (Olival, 2016c). O ano de 1756 foi também o último ano em que a pena dos relaxados em carne foi executada em Évora (Olival, 2016c). No referido ano um homem e uma mulher foram condenados a serem relaxados em carne, tendo sido queimados no Rossio de São Brás (Olival, 2016c).

No que diz respeito às pessoas que foram mortas na fogueira é possível afirmar que foram mais homens do que mulheres (Coelho, 2018). Foram queimados vivos na fogueira 166 homens e queimados em estátua mais 68, enquanto foram queimadas vivas 141 mulheres e mais setenta foram queimadas em estátua (Coelho, 2018). As idades das vítimas condenadas à justiça secular variaram entre os dezassete anos e os 120 anos, mas é possível afirmar que a maioria dos condenados tinham idades iguais ou superiores a cinquenta anos (Coelho, 2018). Isto leva a concluir que os inquisidores focaram a sua atenção nas pessoas que poderiam trabalhar e que tinham capacidade de gerarem alguma riqueza individual (Coelho, 2018). As pessoas que foram queimadas na fogueira eram provenientes principalmente do Alentejo e eram principalmente mercadores, sapateiros, pessoas que trabalhavam com o cabedal, pessoas que tinham o seu próprio ofício, trabalhadores liberais, médicos e advogados (Coelho, 2018). Estas profissões estavam relacionadas com pessoas ricas e influentes, o que leva a concluir que a Inquisição de Évora condenou à morte muitos dos cidadãos mais importantes da cidade, tal como pessoas com uma elevada posição em termos sociais (Coelho, 2018). Relativamente ao nível de educação das pessoas que morreram na fogueira sabe-se que sessenta sabiam ler e escrever e que onze tinham um curso superior (Coelho, 2018). O número de pessoas com um curso superior é elevado para a época, uma vez que nem todas as pessoas tinham acesso ao ensino (Coelho, 2018). Para além dos judeus (cristãos-novos), que corresponderam a cerca de 99% do total de pessoas que morreram na fogueira, foram também condenadas à morte três pessoas pela prática de sodomia, uma pessoa foi condenada por praticar o islamismo, foi condenada também uma pessoa por praticar atos que eram considerados como blasfémias e foi ainda condenada à morte uma pessoa que a Inquisição acusou de ser feiticeira (Coelho, 2018). As pessoas que eram queimadas na fogueira serviam de exemplo para o que acontecia a quem desrespeitasse a fé cristã, fazendo

com que as pessoas vivessem sempre com medo do que a Inquisição poderia fazer, uma vez que ninguém a poderia parar (Coelho, 2018).

A Inquisição foi abolida em Portugal no ano de 1821 pelas Cortes Constituintes quando estas declararam que em Portugal existia liberdade de pensamento e de culto (Coelho, 2018).

3.5.1. Locais relacionados com a atuação da Inquisição na cidade de Évora

Após a análise da atuação da Inquisição na cidade de Évora é possível identificar um conjunto de locais onde a Inquisição esteve presente de diversas formas e, que por este motivo apresentam um elevado interesse em termos de Dark Tourism.

Os locais relacionados com a Inquisição na cidade de Évora são os seguintes: A Sé de Évora que diz respeito ao local onde foi lida a bula que instaurou o Tribunal do Santo Ofício da Inquisição em Portugal (Olival, 2016a; Coelho, 2018). Para além da leitura da bula, na Sé de Évora foram realizados oito autos da fé (Olival & Bilou, 2016), também foram executadas queimas no seu terreiro (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018) e ainda era o local onde as mulheres acusadas de serem bruxas eram penduradas e açoitadas (Coelho, 2018); O Largo do Marquês de Marialva, onde é possível encontrar as armas do Santo Ofício (Branco et al., 2016; Coelho, 2018); O Palácio da Inquisição, atual Fundação Eugénio de Almeida e as Casas Pintadas que eram os locais onde estava instalado o Tribunal da Inquisição de Évora (Branco, 2016a; Coelho, 2018); A Rua de Vasco da Gama, corresponde ao local onde existiam as casas dos inquisidores (Branco & Olival, 2016); A Praça do Giraldo, pois foi o lugar onde foram realizados 74 autos da fé (Olival & Bilou, 2016) e também queimas junto ao Pelourinho que existia em frente ao Chafariz (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018); A Igreja de Santo Antão uma vez que foi o local onde se executou a leitura de seis autos da fé (Olival & Bilou, 2016) e, também era nesta igreja que ficavam penduradas as vestes e os casacos com os retratos das pessoas que eram condenadas à morte (Coelho, 2018); A Rua cinco de outubro que estava incluída na procissão dos autos da fé, quando estes eram executados na Praça do Giraldo (Coelho, 2018); A Igreja de São João Evangelista, que corresponde ao local onde foram lidos 27 autos da fé (Olival & Bilou, 2016) e também foram realizadas algumas queimas (Coelho, 2018); A Igreja de São Francisco, foi o local onde foram realizados quatro autos da fé (Olival & Bilou, 2016); O Rossio de São Brás que diz respeito a um dos locais onde eram realizadas queimas (Olival & Bilou, 2016; Coelho, 2018).

Para além destes locais é possível encontrar um importante e diversificado acervo sobre o funcionamento e atuação da Inquisição no Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo e na

Biblioteca Pública de Évora (Branco et al., 2016). Este acervo permite entender a história e forma de atuação da Inquisição de Évora, que ilustra o pensamento do Clero e do Estado português durante o funcionamento do Santo Ofício (Coelho, 2018). O Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo apresenta uma maior importância em termos de testemunho da Inquisição na cidade de Évora na medida em que existem relatos de que o edifício onde este funciona foi propriedade da Inquisição de Évora (Coelho, 2018).

A Sé de Évora, a Igreja de São Francisco, a Igreja de São João Evangelista e a Igreja de Santo Antão já foram descritas anteriormente na secção 3.2.3.

No Largo do Marquês de Marialva é possível encontrar as armas do Santo Ofício no edifício onde anteriormente se poderia encontrar a Fachada do Paço dos Bispos Inquisidores (Coelho, 2018), o Palácio da Inquisição, que agora diz respeito à Fundação Eugénio de Almeida, a Sé de Évora, o antigo Palácio dos Condes do Vimioso, que agora é um dos edifícios que pertence à Universidade de Évora e a partir deste Largo ainda é possível observar o Templo Romano (Arquivo Municipal de Évora, 2018).

O Palácio da Inquisição diz respeito ao edifício onde a Inquisição da cidade de Évora funcionou desde a sua criação (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Com o passar do tempo, foram realizadas várias obras no Palácio da Inquisição que tinham como objetivo aumentar e ajustar o edifício para diversas finalidades (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). A primeira alteração no edifício foi realizada pelo Cardeal D. Henrique, que foi arcebispo de Évora e Inquisidor-Geral e, esta alteração consistiu na ligação do local onde se encontravam os presos com o Templo Romano que na altura funcionava como um Açougue (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Foram realizadas novas obras para aumentar o edifício e o adequar às necessidades da Inquisição entre 1622 e 1655 (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). As diversas obras realizadas transformaram bastante o edifício, o que leva a que o edifício que se conhecer atualmente seja diferente do edifício que existiu inicialmente (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a).

No edifício que existe atualmente é possível encontrar no seu interior a sala grande das audiências e a sala do inquisidor (Branco & Olival, 2016). A sala grande das audiências teve origem no século XVII e apresenta uma planta retangular de pé alto direito, sendo iluminada por seis janelas que são emolduradas por mármore (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). As paredes desta sala apresentam um rodapé de azulejos azuis e brancos (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Mas, o que apresenta maior imponência nesta sala é o seu teto de madeira de carvalho,

do estilo barroco, com caixotões em forma de retângulos e losangos que no centro apresenta o emblema que identificava o Santo Ofício (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). No teto da sala do inquisidor, que foi feito em madeira de 1712, é possível encontrar diversas pinturas, de onde se destacam as armas dos Francos ou Cortezes, que se localizam no centro (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Atualmente a sala do inquisidor funciona como uma sala que exhibe as exposições temporárias da Fundação Eugénio de Almeida (Branco & Olival, 2016).

Após o fim da Inquisição Portuguesa no ano 1821 o edifício onde funcionou o Tribunal da Inquisição de Évora foi adquirido pelos duques de Palmela e, posteriormente foi a pousada do lavrador Diogo Maldonado Passanha (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Após algumas obras o Palácio da Inquisição tornou-se no Hotel Alentejano que funcionou entre 1928 e 1949 (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). No entanto, no século XX, o edifício onde funcionou a Inquisição de Évora foi comprado por Vasco Maria Eugénio de Almeida e foi transformado para funcionar como o Instituto Superior Económico e Social de Évora (ISESE) (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). A criação do ISESE contribuiu bastante para a reabertura da Universidade de Évora após duzentos anos (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). Quando o ISESE deixou de funcionar no ano de 1977, foi criado o Instituto Universitário de Évora, que corresponde à atual Universidade, com um sistema de utilização gratuita das instalações que chegou ao fim no ano de 2005 (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a). No ano de 2013 foi realizado um projeto que se destinava a requalificar o património existente no Centro Histórico de Évora e, por este motivo a Fundação Eugénio de Almeida decidiu que o antigo Palácio da Inquisição se iria transformar num Centro de Arte e Cultura que funciona até aos dias de hoje (Fundação Eugénio de Almeida, 2018a).

As Casas Pintadas, que fazem atualmente parte da Fundação Eugénio de Almeida, devem o seu nome a um conjunto de frescos quinhentistas que decoram a galeria e o oratório do jardim que estas apresentam (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). As Casas Pintadas estavam integradas no Palácio da Inquisição, tendo sido utilizadas como habitações (Branco & Olival, 2016) para os bispos inquisidores a partir de 1631 (Silva, 2005). A solução que foi encontrada para ligar as Casas Pintadas ao Palácio da Inquisição consistiu na construção de uma porta da altura do chão das Casas Pintadas (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Mas, esta porta encontrava-se a mais de um metro de distância do claustro do Palácio da Inquisição e, para resolver este problema foram fabricados alguns degraus de madeira (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A junção das Casas Pintadas ao Palácio da Inquisição foi feita sem existir qualquer preocupação com os frescos existentes nas Casas Pintadas, o que fez com que alguns dos frescos fossem destruídos (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nas Casas Pintadas, tal como no

edifício onde funcionava a Inquisição de Évora, também foram realizadas diversas obras (Silva, 2005). As primeiras obras foram levadas a cabo durante a ocupação castelhana, no ano de 1635, a mando do rei Filipe IV de Espanha que considerava as Casas Pintadas demasiado pequenas (Silva, 2005). As Casas Pintadas voltaram a sofrer uma nova intervenção no século XVIII que resultou na construção de um corpo novo com o objetivo de modificar a sua estrutura e volume (Silva, 2005).

O jardim das Casas Pintadas é único no que diz respeito à Arte dos Jardins no nosso país, pois representa a expressão artística que se verificou na passagem da Idade Média para o Renascimento e também devido ao facto de o pátio, o jardim e a horta existirem há mais de quatrocentos anos (Associação Portuguesa dos Jardins Históricos, 2018). As Casas Pintadas são também um excelente exemplo da transformação em termos urbanos que ocorreu na cidade de Évora durante o reinado de D. João III, estando inseridas no conjunto de casas nobres que foram construídas na cidade durante o reinado deste monarca (Associação Portuguesa dos Jardins Históricos, 2018). Os frescos que se encontram nas Casas Pintadas foram realizados quando as Casas Pintadas eram propriedade de D. Francisco Silveira que foi o 3º Coudel-mor de D. Manuel I e de D. João III e um dos poetas do Cancioneiro Nacional (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). No entanto, durante muito tempo pensou-se que Vasco da Gama teria vivido nas Casas Pintadas, mas a verdade é que este viveu noutras casas que faziam parte do mesmo aglomerado habitacional onde se encontram as Casas Pintadas (Silva, 2005; Direção-Geral do Património Cultural, s.d.)

Os frescos, que correspondem a elementos decorativos, são um dos exemplares mais importantes do género que é possível encontrar no país, sendo um exemplo único no que diz respeito à pintura mural palaciana da primeira metade do século XVI (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Os frescos estão divididos em dois níveis e no nível superior é possível encontrar as cenas mais importantes (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nos frescos dos claustros é possível encontrar várias aves reais e imaginárias, lebres, sereias, uma pessoa a tocar uma gaita-de-foles representando a vida dos pastores ao mesmo tempo que atualiza a lenda da flauta de Pã, uma luta de galos, um dragão que apresenta sete cabeças, uma hidra ou um animal apocalíptico que está junto a um leopardo pronto para atacar, um dragão com a língua bifurcada (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), um cisne, uma coruja circundada por aves de pequena dimensão e um coelho ou lebre, duas mulheres, uma com corpo de sereia e a outra com corpo de pássaro (Silva, 2005). Muitas das figuras que se encontram nos frescos das Casas Pintadas estão relacionados com significados cristãos, de onde se destacam: a hidra de sete

cabeças, o pavão, o leão e a salamandra (Silva, 2005). O último conjunto de frescos encontra-se no arco da capela que é possível encontrar nas Casas Pintadas e, neste conjunto de frescos é possível encontrar um pelicano que está a sangrar para cima das suas próprias crias e um falcão que leva uma lebre nas suas garras (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nos frescos é possível encontrar diversas alegorias que são formadas pela simbologia de alguns animais representados (Silva, 2005). A grande maioria dos elementos presentes nos frescos apresentam significados bastante simbólicos, diversos, profundos e complexos, sendo deste modo de difícil interpretação (Silva, 2005). Dentro da capela é possível verificar que existem pinturas de diferentes épocas, sendo possível encontrar um rodapé clássico, frescos que apresentam seres híbridos e génios nas paredes laterais, uma Pietá e uma missa de São Gregório e de São Cristóvão (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). No retábulo que existe no altar-mor ainda é possível encontrar uma pintura da Sagrada Família (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.).

Após a extinção da Inquisição, nas Casas Pintadas durante o século XIX funcionou o Teatro Eborense que foi a primeira sala de espetáculos pública da cidade (Silva, 2005; Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Com o encerramento do Teatro Eborense, o edifício voltou a passar por um período de instabilidade até que foi instalado nas Casas Pintadas e no Palácio da Inquisição o Hotel Alentejano que funcionou entre 1928 e 1949 (Silva, 2005). Após o fecho do Hotel Alentejano, as Casas Pintadas foram abandonadas até que foram adquiridas por Vasco Maria Eugénio de Almeida que as transformou numa residência para a Companhia de Jesus (Silva, 2005; Fundação Eugénio de Almeida, 2018b), uma vez que eram os jesuítas que estavam encarregues da coordenação em termos científicos do ISESE (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Mas, os frescos foram menosprezados durante todas as transformações que as Casas Pintadas sofreram, o que levou a que tenha sido escrito em 1969 um artigo que dava a conhecer o bastante mau estado de conservação dos frescos que estavam integrados nas Casas Pintadas (Silva, 2005). Para além deste artigo, no ano de 1991 alguns alunos do Departamento de História da Universidade de Évora também apresentaram através da comunicação social o estado de bastante deterioração em que se encontravam os frescos das Casas Pintadas (Silva, 2005). Após estes alertas, no ano de 2001 a Fundação Eugénio de Almeida realizou escavações arqueológicas e analisou todo o edifício das Casas Pintadas, o que resultou na restauração dos frescos (Silva, 2005), sendo possível visitá-los atualmente (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b).

A Rua de Vasco da Gama localiza-se bastante próxima do Palácio da Inquisição e do edifício onde se encontram as armas do Santo Ofício no Largo do Marquês de Marialva. A Rua de Vasco da Gama tem este nome porque Vasco da Gama viveu numa das casas que existiam na

rua agora conhecida como Rua de Vasco da Gama (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). É possível afirmar que o navegador viveu numa das casas da rua atualmente denominada Rua de Vasco da Gama porque foi possível encontrar pinturas relacionadas com Vasco da Gama numa das casas da rua e, para além destas pinturas existe também documentação que prova que Vasco da Gama foi o proprietário de uma das casas que se localizaram na atual Rua de Vasco da Gama (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nos anos em que a Inquisição esteve ativa na cidade de Évora, localizavam-se na Rua de Vasco da Gama as casas onde viviam os inquisidores (Branco & Olival, 2016).

A Praça do Giraldo, como o nome indica homenageia Geraldo Geraldês que foi quem conseguir reconquistar a cidade de Évora aos mouros no ano de 1165 (Seco, s.d.). A Praça do Giraldo é o local onde todas as ruas da cidade permitem chegar desde o período da sua construção (Seco, s.d.). Esta Praça já teve muitas funções ao longo do tempo de onde se destacam as seguintes: receber um mercado que era realizado diariamente, tal como uma Feira anual (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) e, ser o local onde foram realizados autos da fé e queimas durante a atuação da Inquisição na cidade de Évora (Olival & Bilou, 2016). Para além de todas estas funções, foi na Praça do Giraldo no ano de 1483 que D. Fernando, Duque de Bragança, foi decapitado por D. João II (Stilwell, 2020). D. João II decidiu decapitar o Duque de Bragança porque acreditava que este estava a conspirar com os Espanhóis para lhe roubarem o trono (Stilwell, 2020). Quando Évora voltou a fazer parte do reino de Portugal, as esculturas e o arco do triunfo que lá existiam foram destruídos para construir o Chafariz da Praça do Giraldo, que é um monumento bastante conhecido na cidade (Seco, s.d.). Este Chafariz foi construído com a finalidade de substituir um antigo chafariz que tinha sido construído para assinalar a finalização das obras do Aqueduto da Água de Prata (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O primeiro chafariz foi destruído porque o Cardeal D. Henrique queria retirar da Praça tudo o que poderia afetar a visão da Igreja de Santo Antão, da qual era o padre principal (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Chafariz foi construído com mármore branco no ano 1571 e apresenta uma planta circular (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Chafariz da Praça do Giraldo está integrado no estilo barroco e divide-se em base, fuste, taça e arca, exibindo um formato de píxide que é terminada por um remate pinacular (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Existem neste Chafariz oito bicas (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) que correspondem às oito ruas que dão acesso à Praça do Giraldo (Seco, s.d.). No cume deste Chafariz existe uma coroa, que exhibe o patrocínio do rei D. Sebastião, uma vez que está relacionada com este monarca, algo que se comprova pela inscrição que existe na mesma e que é: SEBAS/ TIANO LVSIT REGII/ PIO FE /

LICIS/ VICTO/ RIA (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Chafariz da Praça do Giraldo corresponde a uma das mais importantes estruturas de abastecimento de água desde a sua construção e, atualmente é conhecida por todos como um dos elementos identitários da cidade de Évora (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Na Praça do Giraldo também é possível encontrar a Igreja de Santo Antão, que já foi descrita na secção 3.2.3, o Banco de Portugal e o Posto de Turismo (Seco, s.d.). As arcadas que se podem observar na Praça do Giraldo são muito procuradas e apreciadas pela sua importância em termos arquitetónicos e, também por ser por baixo delas que se desenvolve um comércio bastante diversificado que é um elemento bastante característico do funcionamento da Praça do Giraldo (Seco, s.d.). Como já foi referido, a Praça do Giraldo está relacionada com a Inquisição, pois foi um local onde ocorreram autos da fé e queimas (Olival & Bilou, 2016) e, por este motivo quando foram assinalados 480 anos desde a criação do Tribunal do Santo Ofício na cidade de Évora foi inaugurado na Praça um monumento para homenagear todas as vítimas da Inquisição Portuguesa (Godinho, 2016). Este monumento localiza-se entre o Chafariz e a Igreja de Santo Antão (Godinho, 2016), que correspondem a dois locais onde, em conjunto, foram realizados cerca de oitenta autos da fé (Olival & Bilou, 2016). A vontade de criar este monumento na cidade de Évora, surgiu após terem sido encontradas diversas ossadas junto ao Palácio da Inquisição (Godinho, 2016) quando foram realizadas as obras e escavações com o objetivo de restaurar o Templo Romano (Branco, 2016a; Coelho, 2018).

A Rua cinco de outubro faz a ligação do espaço onde é possível encontrar a Sé Catedral de Évora e o Largo do Marquês de Marialva com a Praça do Giraldo. A Rua cinco de outubro era a rua que era utilizada na procissão dos autos da fé quando estes eram realizados na Praça do Giraldo (Coelho, 2018). Atualmente, a Rua cinco de outubro está bastante dedicada à atividade turística sendo possível encontrar nesta rua diversas lojas de artesanato, cafés, restaurantes e ainda a Rota dos Vinhos do Alentejo.

O Rossio de São Brás foi um dos locais onde eram realizadas as queimas durante o funcionamento da Inquisição na cidade de Évora (Olival & Bilou, 2016). Para além deste aspeto no Rossio de São Brás existe um Monumento dedicado aos mortos da Grande Guerra (Madeira, 2021), que será descrito mais à frente e um chafariz (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Relativamente ao Chafariz do Rossio de São Brás não existe nenhum consenso no que diz respeito à sua data de construção, existindo vários historiadores e investigadores que consideram que este Chafariz foi construído em épocas e anos diferentes, a mando de diversas pessoas e com objetivos e finalidades variadas (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). O Chafariz do Rossio de São Brás apresenta uma escadaria circular que possui cinco degraus feitos em granito,

descontinuados por dois tanques em forma de retângulo em cada um dos lados (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), que serviam para os animais beberem água (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A taça superior, apresenta atualmente a forma de um leque, exibindo diversas curvas e contracurvas, que lhe conferem uma forma ondulada (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). No meio do tanque existe uma agulha em forma de pirâmide que é suportada por uma esfera que ostenta gárgulas com formas primitivas (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), que é por onde sai a água (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). O Rossio de São Brás é também o local onde são realizados mercados e feiras, de onde se destaca a anual Feira de São João que é realizada no mês de junho.

A Igreja e o Convento da Nossa Senhora da Graça foram construídos entre 1537 e 1546 (Câmara Municipal de Évora, 2020) e apresentam uma relação com a atuação da Inquisição na cidade de Évora (Coelho, 2018). Esta relação está associada às estátuas de figuras atlantes gigantes com lanças de ferro e com globos de fogo por trás das mesmas (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011), que é possível encontrar na fachada da Igreja e Convento da Nossa Senhora da Graça (Câmara Municipal de Évora, 2020). Acredita-se que as estátuas das figuras atlantes gigantes representam os quatro cantos do Mundo, tal como o poder de D. João III (Câmara Municipal de Évora, 2020) mas, estas estátuas são chamadas de Meninos da Graça por parte dos eborenses (Seco, s.d.) e estão associadas a várias histórias que foram criadas pela população (Coelho, 2018; Câmara Municipal de Évora, 2020). De todas as histórias que foram criadas pelos eborenses sobre os Meninos da Graça, destaca-se a história que afirma que os Meninos da Graça correspondem aos primeiros mártires da Inquisição da cidade de Évora que foram queimados na fogueira no ano de 1543 (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011; Coelho, 2018). Sendo esta a história que relaciona a Igreja e Convento da Nossa Senhora da Graça com a atuação da Inquisição na cidade de Évora (Coelho, 2018). O conjunto da Igreja e o Convento da Nossa Senhora da Graça corresponde ao primeiro monumento renascentista do Alentejo (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A igreja foi construída com o objetivo de ser o panteão da Casa do Vimioso (Câmara Municipal de Évora, 2020), sendo feita em granito e apresentando uma planta longitudinal e assimétrica com uma única nave de quatro tramos e um teto composto por caixotões (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A extinção das Ordens Religiosas em 1834 transformou a igreja da Nossa Senhora da Graça num quartel militar e, esta ação levou a que a igreja se degradasse bastante, culminando com a queda da abóbada da mesma em 1884 (Seco, s.d.). Na

última metade do século XX a Igreja foi restaurada e atualmente é utilizada como Messe de Oficiais da guarnição de Évora (Seco, s.d.).

3.6. Lendas da cidade de Évora

Após a realização de uma pesquisa sobre as lendas da cidade de Évora, foi possível concluir que existem três lendas que estão associadas com a cidade. As lendas relacionadas com a cidade de Évora são as seguintes: a lenda da Bruxa de Évora (Farelli, 2002), a lenda de Évora e Evorinho (Silva, 2005) e a lenda de Geraldo Geraldes (Silva, 2005; Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017).

As lendas são um dos elementos do património imaterial que pode ser integrado e desenvolvido numa oferta de Dark Tourism (Morgado et al., 2016; Light, 2017). Para além deste aspeto, as lendas da cidade de Évora devem ser exploradas pelo Dark Tourism, uma vez que estão relacionadas com a morte, o sombrio, o macabro e o ocultismo, indo deste modo ao encontro da essência deste tipo de turismo.

Seguidamente, serão apresentadas as lendas da cidade de Évora e os locais e monumentos que estão relacionadas com as mesmas.

3.6.1. A lenda da Bruxa de Évora

No que diz respeito à Lenda da Bruxa de Évora é necessário referir que foi complicado recolher alguma informação fidedigna, sendo apenas possível encontrar um livro que aprofunda esta lenda.

Na cidade de Évora existiu uma bruxa com enormes poderes que era conhecida como a Bruxa de Évora (Farelli, 2002). A Bruxa de Évora por ser tão poderosa ficou conhecida por todo o Mundo e atualmente continua a fazer parte da memória coletiva apesar de ter existido há bastantes séculos (Farelli, 2002).

As lendas sobre a Bruxa de Évora começaram a surgir na Idade Média e, espalharam-se de forma bastante rápida no período em que a Inquisição começou a atuar na cidade de Évora (Farelli, 2002). A Inquisição de Évora agiu de forma bastante forte e violenta, perseguindo todas as bruxas, bruxos, feiticeiros e pessoas que pareciam ter alguma ligação com o diabo (Farelli, 2002). No entanto, mesmo após o fim da Inquisição a Bruxa de Évora continuou a fazer parte do folclore nacional (Farelli, 2002).

Segundo Farelli (2002), a história da Bruxa de Évora começa no ano de 1230, uma vez que se acredita que a Bruxa de Évora tenha vivido durante o reinado de D. Afonso Henriques, que foi o primeiro Rei de Portugal (Farelli, 2002). Os pais da Bruxa de Évora morreram quando esta tinha apenas sete anos e, por isso a Bruxa foi criada por uma tia que a introduziu ao mundo da magia, oferecendo-lhe três talismãs que eram: sete moedas de ouro do califa Omar, uma pedra ágata com inscrições árabes e uma chapa feita em prata com o nome de um profeta (Farelli, 2002). Esta tia também ensinou a Bruxa de Évora a trabalhar com o barro e, por este motivo esta Bruxa fazia as suas próprias panelas e vasos (Farelli, 2002).

De acordo com a lenda da Bruxa de Évora, esta era moura e muitos diziam que também era árabe ou mourisca e, por este motivo apresentava um tom de pele mais escuro do que as outras pessoas da cidade de Évora (Farelli, 2002). Devido à sua aparência a Bruxa de Évora também era conhecida como a Moura Torta (Farelli, 2002). Este nome levava a que as pessoas ficassem horrorizadas e por isso, sempre que o ouviam benziavam-se fazendo o sinal da cruz (Farelli, 2002).

A Bruxa de Évora era velha com diversas rugas, desdentada e bastante sábia (Farelli, 2002). O cabelo da Bruxa ainda era preto e estava sempre apanhado de forma bastante simples (Farelli, 2002). Usava sempre um chapéu, um vestido que tinha bastante marcas de uso, um avental, uma blusa que estava caída num dos ombros, uma saia curta de formato estranho, sapatos rasgados, um amuleto feito de âmbar que correspondia ao mais importante elemento de comércio dos árabes e murmurava sempre rezas que ninguém conseguia entender (Farelli, 2002). A Bruxa de Évora apresentava sempre uma expressão fechada, mas ao mesmo tempo bondosa, que indicava que realizava feitiços, poções e pomadas para curar diversas doenças às pessoas que a procuravam, devolvendo-lhes a felicidade (Farelli, 2002). No entanto, os seus olhos mostravam uma expressão que demonstrava que esta Bruxa era capaz de ver para além do que estava evidente, o que transmitia que se vingaria de quem a maltratasse, mas que também ajudaria de diversas formas quem a procurasse (Farelli, 2002). Este aspeto fez com que na cidade de Évora, a Bruxa de Évora, para além de ser bastante temida, também fosse muito procurada pelas pessoas que pretendiam ajuda para as suas doenças, para proteção e para sucesso na vida e no amor, ou seja, a Bruxa era muitas vezes o último recurso e a esperança de muitas pessoas (Farelli, 2002).

A Bruxa de Évora vivia sozinha numa pequena casa simples, pois não queria que o amor fizesse parte da sua vida e, por isso passava os dias à lareira com os seus animais que lhe faziam companhia (Farelli, 2002). Esta Bruxa era uma feiticeira, cartomante, rezadeira, entre outras

coisas, com a finalidade de conseguir sobreviver num local onde a maioria das pessoas lhe desejavam a morte (Farelli, 2002). A Bruxa de Évora lia bastante o Alcorão, tinha conhecimentos ao nível da matemática, astronomia e astrologia, conseguia ler o futuro e fazia feitiços que tinham propriedades curativas (Farelli, 2002). Para além disto, a Bruxa de Évora tinha um caderno que estava repleto de feitiços, bruxedos, poções e rezas (Farelli, 2002).

O conhecimento em termos mágicos da Bruxa de Évora estava relacionado com diversos deuses de múltiplas religiões que se faziam presentes através das forças da natureza (Farelli, 2002). Como os poderes da Bruxa de Évora se baseavam bastante na natureza, esta utilizava diversas plantas e ervas para fazer os seus feitiços e poções (Farelli, 2002). Esta Bruxa era muito conhecida por colocar na cabeça dos doentes uma pomada de celidónia para evitar que estes morressem (Farelli, 2002). Para além disto, também dava às pessoas que a procuravam uma pedra com propriedades mágicas para os proteger do mau olhado (Farelli, 2002).

A Bruxa de Évora para ganhar o seu dinheiro colhia diversas ervas e flores para poder fazer as suas poções e feitiços, mas viveu sempre com medo de ser capturada, torturada e morta por ser uma bruxa e por isso, desaparecia por diversos períodos de tempo (Farelli, 2002). Os habitantes da cidade afirmavam que a Bruxa desaparecia montada na sua vassoura com o seu mocho às costas (Farelli, 2002).

Esta Bruxa andava sempre com o seu mocho às costas e participava nas procissões que existiam em Portugal e que duravam bastantes dias (Farelli, 2002). Assistia às procissões sempre descalça, sendo várias vezes expulsa (Farelli, 2002). Mas, quando os sinos tocavam a Bruxa rezava às portas das igrejas e cuidava dos santos e das diversas relíquias existentes (Farelli, 2002).

Para além do mocho, a Bruxa de Évora tinha um gato preto chamado Lusbel (Farelli, 2002). Um dia, a Bruxa de Évora quase foi queimada viva pois, foi acusada de ter entrado na casa de um sacerdote na forma de um gato preto (Farelli, 2002). Mas, antes que a conseguissem apanhar ela desapareceu pelos ares na sua vassoura levando o seu gato porque a população queria assá-lo vivo com o objetivo de se livrarem dos espíritos malignos (Farelli, 2002). Existem relatos que afirmam que a Bruxa de Évora também tinha uma mula de estimação e andava montada nela durante a noite pelas ruas da cidade (Farelli, 2002).

A Bruxa de Évora foi avistada um pouco por todo o país voando montada em vassouras e diversos animais como: carneiros, cães, lobos e camelos (Farelli, 2002). Em Évora a Bruxa de

Évora percorria os céus da cidade montada num bode, e era montada neste bode que ela visitava igrejas e adegas e também participava nas diversas festas que eram realizadas (Farelli, 2002).

Tal como todas as bruxas, a Bruxa de Évora era encarada como uma inimiga da Igreja, mas não era esse o caso uma vez que, a Bruxa de Évora já tinha feito peregrinações a Santiago de Compostela para ir observar as várias relíquias que lá existiam e também já tinha ido à Sé de Braga para pagar promessas (Farelli, 2002). Posto isto, é possível concluir que esta Bruxa conhecia as orações da Igreja católica, não podendo ser classificada como uma pessoa herege, ou seja, é possível afirmar que a Bruxa de Évora não se encaixava nos rótulos formulados para as bruxas que existiam na época que ela viveu (Farelli, 2002).

A Bruxa de Évora passava bastante tempo na Sé de Évora, principalmente à noite, quando mais ninguém se encontrava neste local e acendia fogueiras ao mesmo tempo que cantava numa língua que ninguém conseguia entender (Farelli, 2002). Ao verem a Bruxa a dirigir-se para a Sé, a população fechava-se nas suas casas e fazia o sinal da cruz (Farelli, 2002). Quando a fogueira se apagava por algum motivo a Bruxa adivinhava o futuro através dos raios, trovões e dados (Farelli, 2002). As pessoas relatavam que durante a noite aparecia uma figura que era parte animal, parte humano e parte vegetal e que tinha os órgãos fora do sítio correto para conversar com a Bruxa de Évora e acatar as suas ordens (Farelli, 2002). Durante o dia a Bruxa de Évora gostava de ir à Sé de Évora pra rezar junto das estátuas do portal (Farelli, 2002). Quando a Bruxa chegava, todas as pessoas deixavam o local e apenas permaneciam os mendigos e os leprosos (Farelli, 2002). Ao verem a Bruxa os mendigos e os leprosos começavam a tocar os seus sinos para a saudarem e ela para retribuir dava-lhes pomadas para as suas feridas e dizia rezas de cura (Farelli, 2002). Eram estes gestos que faziam com que a Bruxa para além de ser temida, também fosse bastante respeitada (Farelli, 2002). No entanto, quando um grande senhor ia visitar a Sé de Évora, a Bruxa desaparecia o mais rapidamente possível, uma vez que as pessoas poderosas estavam sempre acompanhadas por uma escolta que apresentava diversas armas, espalhando o medo e a Bruxa receava que a capturassem para ser queimada na fogueira (Farelli, 2002). Um dia, a Bruxa de Évora estava perto da Sé quando chegou um príncipe que tinha sido ferido numa guerra contra os turcos estando por isso a coxear (Farelli, 2002). A Bruxa ao ver que o príncipe estava ferido aplicou uma pomada de beladona que ajudou o príncipe a sentir-se bastante melhor (Farelli, 2002). Este ao perceber os poderes da Bruxa pediu-lhe para ela o ajudar a fazer com que uma mulher se apaixonasse por ele e, a Bruxa ensinou-lhe um feitiço que o iria ajudar (Farelli, 2002). Após transmitir o feitiço ao príncipe apareceu um pregador que a humilhou e difamou, o que fez com que a Bruxa desaparecesse rapidamente (Farelli, 2002).

Os pregadores na cidade de Évora odiavam a Bruxa e realizavam sermões para a população explicando que esta deveria arder na fogueira (Farelli, 2002). Um dia, a Bruxa de Évora ouviu o discurso repleto de ódio de um dos pregadores e, decidiu saudá-lo (Farelli, 2002). O pregador ao ver a Bruxa pediu à população para a perseguir, mas quando a população se dirigiu na sua direção, a Bruxa de Évora simplesmente desapareceu deixando no seu lugar apenas um monte de ossos (Farelli, 2002). A população não queria acreditar que a Bruxa tinha fugido tão facilmente e por isso, procuraram-na por todo o lado, tendo até danificado os telhados das casas que demoraram sessenta dias a ser reparados (Farelli, 2002). Algo bastante curioso associado a este episódio é que alguns séculos depois na cidade de Évora foi criada a Capela dos Ossos, pelo que também se pode associar este monumento à figura lendária da Bruxa de Évora (Altar S. Cipriano, s.d.).

Na cidade de Évora, devido a todo o ódio que existia pela Bruxa de Évora foi criada a seguinte frase que era recitada quando pessoas importantes a avistavam e era a seguinte: “O diabo tem muitos nomes, Satã ou Lúcifer, e aqui em Évora ele tem uma amiga, a bruxa que voa montada nos bodes e nas vassouras” (Farelli, 2002, p.52).

Como já foi referido algumas pessoas também gostavam da Bruxa de Évora e algo que contribuía para este aspeto eram as festas que a Bruxa organizava à volta da sua fogueira (Farelli, 2002). Estas festas levavam a que a população que se mostrava constantemente triste se alegrasse e se esquecesse do sofrimento e da miséria em que vivia (Farelli, 2002). Deste modo, a Bruxa era uma pessoa que tinha bastante importância na sociedade, uma vez que ajudava o povo colocando-se ao seu nível, preferindo ajudar os mais pobres (Farelli, 2002). Para além disto, a Bruxa era muito procurada porque fazia diversas poções que curavam várias doenças, disponibilizando-as para as pessoas mais pobres, sendo encarada como uma médica para os pobres (Farelli, 2002).

Uma festa que a Bruxa de Évora gostava muito era o Entrudo e nesta data saía à rua com os seus animais para celebrar e festejar junto com o povo (Farelli, 2002). Mas, a Bruxa era a única habitante da cidade de Évora que não participava na procissão da Quaresma (Farelli, 2002). Como não participava na procissão a Bruxa de Évora escondia-se nos locais mais escuros e desertos da cidade para fazer os rituais para acabar com a inveja, o mau-olhado e diversas doenças, que as bruxas realizavam no período da Quaresma (Farelli, 2002).

No tempo da Bruxa de Évora também foram realizadas execuções que eram ordenadas pelo rei e pelos padres (Farelli, 2002). Nos dias das execuções a Bruxa de Évora nunca era vista

de forma clara, só alguns videntes e curadores é que diziam que viam a sua sombra atrás das muralhas, onde esta ao longe via tudo o que se estava a passar (Farelli, 2002). Na hora do enforcamento dos condenados a Bruxa ia para a sua casa onde realizava bruxedos que só se podiam fazer nos dias de enforcamento (Farelli, 2002). Para a realização desses bruxedos a Bruxa fazia sopa e quando esta fervia deitava uma parte no chão que se destinava aos espíritos e o resto era consumido por ela (Farelli, 2002). Depois de comer a sopa realizava um feitiço de segurança para que não fosse apanhada, presa ou morta (Farelli, 2002).

Quando se começaram a perseguir e a queimar os bruxos, bruxas e feiticeiros, todos pensaram que a Bruxa de Évora, que vivia a fazer feitiços, poções e rezas, iria certamente morrer queimada na figueira, mas tal não aconteceu e muitos acreditam que a Bruxa de Évora desapareceu e se transformou numa assombração (Farelli, 2002).

A fama da Bruxa de Évora era tão grande que a transformou numa figura lendária e, por este motivo possui o título da bruxa mais famosa de Portugal (Farelli, 2002). Este aspeto fez com que a lenda da Bruxa de Évora chegasse a diversos países do Mundo mesmo após o seu desaparecimento físico (Farelli, 2002).

Apesar de ser possível descrever a lenda da Bruxa de Évora, existem diversas dúvidas no que diz respeito à época em que a Bruxa de Évora realmente viveu (Farelli, 2002). Estas dúvidas existem porque viveu na cidade de Évora uma bruxa que esteve bastante ligada a São Cipriano e também porque outras pessoas adotaram o nome de Bruxa de Évora em épocas diferentes para continuarem o seu legado e espalharem os seus conhecimentos (Altar de S. Cipriano, s.d.).

3.6.1.1. Locais relacionados com a lenda da Bruxa de Évora na cidade de Évora

Após a análise desta lenda é possível afirmar que existem três locais na cidade de Évora que estão relacionados com a Bruxa de Évora. Estes locais são: a Sé de Évora, que era um local que a Bruxa frequentava bastante, principalmente à noite, e na Sé a Bruxa fazia fogueiras, cantava, adivinhava o futuro, rezava e ajudava os mendigos, os leprosos e todas as pessoas que necessitassem da sua ajuda (Farelli, 2002); as muralhas, que eram o local onde a Bruxa se escondia nos dias de execução (Farelli, 2002) e a Capela dos Ossos, que está associada a um dos episódios mais intrigantes da atuação da Bruxa de Évora (Farelli, 2002; Altar S. Cipriano, s.d.).

Como a Capela dos Ossos já foi descrita no ponto 3.2.1. e a Sé de Évora também já foi apresentada no ponto 3.2.3, apenas se fará a descrição das muralhas que estão associadas à

lenda da Bruxa de Évora. A cidade de Évora apresenta as suas muralhas num bom estado de conservação, tendo sido quase intocadas, algo que é raro no país (Seco, s.d.). Estas muralhas dizem respeito a um conjunto militar defensivo que se foi adaptando ao crescimento da cidade ao longo dos séculos (Seco, s.d.). As muralhas são constituídas por torres e panos (Seco, s.d.) e, apresentam duas linhas distintas, que foram construídas em períodos temporais diferentes (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A muralha mais antiga, também conhecida como cerca-velha (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011), foi construída no século III, durante o período da romanização e apresenta uma área de dez hectares com dois mil metros de comprimento (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A primeira muralha diz respeito a uma construção romano-medieval, possuindo várias torres de diversas formas de onde se destacam as formas quadradas, circulares e poligonais (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A cerca-velha rodeava a parte mais alta da cidade e o atual centro histórico (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), possuindo diversas portas nos principais eixos de circulação (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A segunda muralha, também é apelidada de cerca-nova, foi criada devido à necessidade que existia em proteger as habitações que se localizavam fora da muralha já existente, resultantes de um alargamento em termos habitacionais (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A cerca-nova corresponde a uma construção do estilo medieval do século XIV, que foi fortalecida durante o século XVII através da inclusão de baluartes avançados (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). O conjunto das muralhas de Évora exibe diversos estilos arquitetónicos que resultaram de várias transformações e restauros que foram realizados por diversas populações, de onde se destacam os Romanos, os Visigodos, os Mouros e os Portugueses da época medieval (Seco, s.d.) uma vez que, estes povos que passaram pela cidade de Évora utilizaram as muralhas para fins defensivos adaptando-as aos seus objetivos bélicos (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.).

3.6.2. Lenda de Évora e Evorinho

Tal como o que aconteceu com a lenda da Bruxa de Évora, foi também bastante difícil encontrar alguma fonte fidedigna que explicasse a lenda de Évora e Evorinho, tendo sido apenas possível encontrar a explicação desta lenda no trabalho de Joaquim Palminha Silva que foi publicado no ano de 2005. Este autor para explicar a lenda de Évora e Evorinho baseou-se na obra *História das Antiguidades de Évora* escrita pelo padre jesuíta Martim Cardoso de Azevedo, através do seu alónimo Amador Patrício, no ano de 1739.

A lenda de Évora e Evorinho relaciona-se com a fundação mítica da cidade de Évora que aconteceu duzentos anos após o dilúvio (Patrício, 1739 citado por Silva, 2005). Esta lenda relaciona-se com o primeiro rei da cidade de Évora que era descendente de Tubal (filho de Noé) (Silva, 2005). Este rei teve um descendente que era hermafrodita a quem deu o nome feminino de Elbora e, foi a partir de Elbora que a cidade de Évora obteve o seu nome (Silva, 2005). Quando o pai de Elbora morreu, esta decidiu esconder as suas características femininas e passou a ser conhecida como Elbur (Silva, 2005). Na sua forma masculina Elbur, casou-se com uma mulher com quem teve uma filha que chamou de Évora (Silva, 2005). Mas, após o nascimento da filha a esposa de Elbur acabou por falecer e depois deste acontecimento Elbur decidiu que queria ser Elbora novamente (Silva, 2005). Como Elbora casou-se com um homem e teve um filho ao qual chamou Evorinho (Silva, 2005).

Após o nascimento dos seus filhos Elbura construiu uma torre entre a Praça do Sertório e o Largo Luís de Camões para viver com a sua família (Silva, 2005). Mas, Elbura faleceu pouco tempo depois da torre ter sido construída (Silva, 2005).

Quando Évora e Evorinho tinham trinta anos começaram uma briga relacionada com o trono da cidade de Évora e, esta briga originou uma divisão da cidade (Silva, 2005). Posto isto, Évora ficou a reinar na maior parte da cidade que incluía a torre construída por Elbora e Evorinho ficou a governar o resto do território da cidade que se situava junto à Porta do Moinho do Vento (Silva, 2005). Após a divisão da cidade, foram vividos tempos dominados pela paz o que levava a querer que a briga que existia entre os dois irmãos tinha terminado, mas tal não aconteceu (Silva, 2005). Evorinho, decidiu visitar Évora no dia em que foi organizada uma festa para os habitantes das duas partes da cidade (Silva, 2005). No entanto, quando todos os habitantes da cidade de Évora estavam distraídos na festa, Évora e Evorinho subiram juntos até ao cimo da torre e observaram todo o vasto território que circundava a cidade (Patrício, 1739 citado por Silva, 2005). Quando Évora estava a observar o território que rodeava a cidade, Evorinho, que queria ser o único a reinar na cidade, pensou que tinha encontrado o momento perfeito para atirar a sua irmã da torre e, para isso abraçou a irmã para a poder empurrar, mas Évora percebeu as intenções do irmão e agarrou-se a ele, fazendo com que ambos caíssem da torre e morressem (Patrício, 1739 citado por Silva, 2005). Os habitantes da cidade ficaram em choque com o acontecimento e decidiram enterrar os dois irmãos junto da torre (Patrício, 1739 citado por Silva, 2005). A população após sepultar os irmãos esculpiu no local os seus rostos e os seus nomes (Silva, 2005). No entanto, a morte de Évora e Evorinho serviu para unificar novamente a cidade de Évora, conferindo-lhe unidade e tranquilidade (Silva, 2005), uma vez que os habitantes da cidade mesmo

sem ninguém para os reinar organizaram-se de forma autónoma e com muita paz (Patrício, 1739 citado por Silva, 2005). Ou seja, a morte dos irmãos que não se conseguiam entender acabou com a sensação de instabilidade que existia em Évora, fazendo com que esta se tornasse numa unidade territorial coesa, realizando-se realmente e finalmente a fundação da cidade de Évora (Silva, 2005).

Silva (2005) afirma que nos brasões mais antigos da cidade de Évora era possível encontrar retratado o mito fundador da cidade, mas com o passar dos séculos este deixou de fazer parte do brasão da cidade, não estando presente no brasão atual da cidade.

3.6.2.1. Locais relacionados com a lenda de Évora e Evorinho

Ao analisar esta lenda é possível afirmar que existem três locais na cidade de Évora que estão relacionados com a lenda de Évora e Evorinho. Dois desses locais correspondem à Praça do Sertório e ao Largo Luís de Camões que são bastante próximos e, entre estes locais localizava-se a torre de onde os irmãos caíram, construída por Elbura (Silva, 2005). Atualmente não existe qualquer registo ou testemunho do local exato onde a torre se terá localizado (Silva, 2005). O terceiro local corresponde à Porta do Moinho do Vento, que delimitava a parte da cidade que era gerida e controlada por Evorinho (Silva, 2005).

Na Praça do Sertório é possível encontrar a Igreja do antigo Convento do Salvador, o edifício das finanças, algumas lojas de roupa, papelarias, cafetarias e pastelarias com esplanadas e ainda o edifício da Câmara Municipal, que inclui as termas romanas que são visitáveis sendo este o local de maior importância nesta Praça.

O Largo Luís de Camões é um pequeno largo onde existe comércio bastante diversificado, variando entre o comércio tradicional e o comércio com características modernas. Mas, o que se destaca neste largo são as suas arcadas que fazem parte de um troço do Aqueduto que existe na cidade (Arquivo Municipal de Évora, 2018). O troço do Aqueduto que existe no Largo Luís de Camões é o elemento mais importante e de maior interesse que se pode encontrar no largo.

A Porta do Moinho do Vento corresponde a uma das portas que existem nas muralhas da cidade de Évora e apresenta um vão com 2,62 metros tal como um arco duplo (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Um dos arcos apresenta uma volta perfeita e o outro é um arco abatido que possui um aparelho classificado como irregular sendo construído em cantaria, apresentando no seu cume ameias e um adarve estreito (Direção-Geral do Património

Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A Porta do Moinho do Vento está encostada perpendicularmente ao muro da cerca-velha das muralhas (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011).

3.6.3. A lenda de Giraldo Giraldes

A lenda de Giraldo Giraldes, é a lenda mais conhecida que existe sobre a cidade de Évora e, por este motivo foi mais fácil encontrar informação sobre a mesma em algumas fontes de informação credíveis.

O nome verdadeiro do protagonista desta lenda é Geraldo Giraldes, mas este ficou conhecido como Giraldo Giraldes devido à transmissão oral (Pereira, 2008; Martins, 2013). Giraldo Giraldes foi um homem que existiu realmente apesar de ser conhecido principalmente como uma personagem que faz parte das lendas que existem em Portugal uma vez que, apenas os seus feitos integram o imaginário coletivo na categoria de uma grande lenda (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) apresentando elementos verídicos e outros imaginativos, algo característico de qualquer lenda (Pereira, 2008).

Giraldo Giraldes, surge relacionado com a criação do reino de Portugal, com o rei D. Afonso Henriques e ainda com diversas conquistas militares (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) que se baseavam no elemento surpresa (Pereira, 2008; Martins, 2013). Posto isto, é possível afirmar que Giraldo foi um trunfo importante para a concretização do processo de Reconquista Cristã devido aos seus grandes talentos em termos militares (Pereira, 2008; Martins, 2013).

Apesar de ter ficado conhecido na história devido aos seus feitos relacionados com a Reconquista Cristã, Giraldo trabalhava tanto para os mouros como para os cristãos, uma vez que a sua fidelidade estava relacionada com o dinheiro (Pereira, 2008; Martins, 2013). Posto isto, Giraldo trabalhava de forma autónoma sem ter de responder a ninguém aceitando os trabalhos que lhe proporcionavam maiores benefícios em termos pessoais (Pereira, 2008; Martins, 2013), sendo deste modo caracterizado por muitos não como um cavaleiro ou guerreiro, mas sim como um mercenário (Pereira, 2008).

Giraldo Giraldes era também conhecido como o Sem Pavor e tendo em conta a sua alcunha, é possível caracterizar Giraldo Giraldes como um guerreiro sem medo, que enfrentava tudo e todos sem pensar duas vezes (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017). Esta

característica e as suas capacidades em termos militares eram o que o destacava dos restantes homens do reino (Pereira, 2008; Martins, 2013).

Não existe um consenso em termos históricos no que diz respeito a diversos elementos da vida de Giraldo Giraldes, de onde se destaca a sua origem e os locais onde este viveu os seus primeiros anos de vida (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017), o que contribui ainda mais para o seu estatuto em termos lendários (Martins, 2013). No entanto, existem relatos de que Giraldo foi capturado em criança por mouros, tornando-se num escravo cristão que servia o povo islâmico (Pereira, 2008; Martins, 2013) e, por este motivo é que o Sem Pavor era fluente na língua dos mouros, o que era uma mais-valia quando trabalhava para eles por dinheiro e até mesmo quando os queria derrotar (Pereira, 2008). Foi com os mouros que Giraldo aprendeu todas as suas técnicas de batalha, conhecendo as forças e fraquezas dos exércitos dos mouros, o que era essencial para os derrotar (Martins, 2013). Pensa-se que Giraldo terá conseguido libertar-se da sua condição de escravo através de uma conversão ao islamismo (Pereira, 2008; Martins, 2013), ou devido à morte do seu proprietário (Pereira, 2008), ou também através da sua fuga (Pereira, 2008; Martins, 2013), ou ainda poderá ter sido resgatado numa operação militar realizada por cristãos (Martins, 2013). Quando voltou ao seu local de origem decidiu conquistar diversas terras que estavam na posse dos mouros como uma forma de vingança (Pereira, 2008). Também se sabe que o Sem Pavor foi um cavaleiro durante o reinado de D. Afonso Henriques, tendo vivido algum tempo na corte de Coimbra até ter tido de fugir devido à sede de vingança do monarca português (Moutinho, 2017). Este acontecimento será explicado de seguida.

Giraldo Giraldes criou um conflito com o filho de um dos melhores cavaleiros de D. Afonso Henriques, porque se apaixonou pela sua noiva (Moutinho, 2017). Ao ter conhecimento de que Giraldo Giraldes queria roubar a sua noiva, o filho de um dos melhores cavaleiros de D. Afonso Henriques, que se chamava D. Jorge, decidiu perseguir Giraldo para acabar com o conflito que existia entre eles (Moutinho, 2017). No dia em que D. Jorge decidiu perseguir Giraldo, este estava desarmado, mas para a sua sorte Giraldo encontrou um amigo que trazia consigo três espadas e decidiu pedir-lhe uma espada emprestada (Moutinho, 2017). O amigo de Giraldo ao verificar que D. Jorge trazia consigo mais seis homens para lutarem com Giraldo decidiu apoiar o Sem Pavor na batalha desequilibrada que se aproximava (Moutinho, 2017). No entanto, um rapaz ao observar que dois homens iam lutar contra sete decidiu apoiar os dois companheiros e, para se juntar à luta ficou com a última espada que o amigo de Giraldo trazia consigo (Moutinho, 2017). Durante esta batalha Giraldo Giraldes acabou por matar D. Jorge e os companheiros do filho de um dos

melhores cavaleiros de D. Afonso Henriques abandonaram a batalha para espalharem por toda a cidade de Coimbra que Giraldo Giraldes tinha assassinado D. Jorge (Moutinho, 2017).

Após a batalha Giraldo Giraldes, o seu amigo e o rapaz que se juntou para os ajudar tiveram de fugir pois iam ser perseguidos pelo alcaide-mor de Coimbra porque Giraldo matou o filho de um dos melhores cavaleiros de D. Afonso Henriques (Moutinho, 2017). Durante a sua fuga foram surpreendidos por um grupo de homens que estavam armados com espadas, punhais e lanças (Moutinho, 2017). Após poucos minutos de conversa o trio ficou a perceber que o grupo de homens que tinham à sua frente os queriam assaltar, mas Giraldo não se deixou intimidar e iniciou uma luta com os assaltantes (Moutinho, 2017). Enquanto batalhavam Giraldo disse ao líder do grupo que o melhor que tinham a fazer era unirem forças para conseguirem despistar os homens de D. Afonso Henriques e, o líder do grupo concordou (Moutinho, 2017). Após unirem forças, Giraldo explicou que se trabalhassem juntos iriam conseguir assaltar mais pessoas de forma mais eficaz e eficiente (Moutinho, 2017). O chefe dos assaltantes gostou tanto do plano de Giraldo que decidiu colocá-lo imediatamente em marcha (Moutinho, 2017). O resto dos assaltantes ao ouvirem a forma como Giraldo discursava decidiram que ele era o homem indicado para os chefiar e, por este motivo decidiram torná-lo chefe do grupo (Moutinho, 2017).

Como chefe do grupo dos assaltantes (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) Giraldo Giraldes decidiu que o melhor que tinham a fazer era iniciarem uma viagem com destino ao Alentejo (Moutinho, 2017). Nas terras alentejanas o grupo chefiado pelo Sem Pavor encontrou vários grupos de mouros que derrotou com facilidade (Moutinho, 2017). Alguns dos mouros após serem derrotados decidiram juntar-se ao grupo liderado por Giraldo e foram estes mouros recém-chegados ao grupo que guiaram Giraldo e os seus homens pelo Alentejo (Moutinho, 2017). No Alentejo, o Sem Pavor procurou um castelo para habitar com o seu grupo e após sugestão de um dos mouros que integravam o seu grupo (Moutinho, 2017), Giraldo escolheu o castelo que se localizava na freguesia de Nossa Senhora de Guadalupe (Pereira, 2008; Moutinho, 2017) que se situa a cerca de treze quilómetros da cidade de Évora (Moutinho, 2017). Ainda hoje, as ruínas deste castelo são conhecidas como o Castelo de Giraldo (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017).

Giraldo pretendia conquistar a cidade de Évora com o objetivo de obter o perdão de D. Afonso Henriques, mas a conquista da cidade de Évora teve de ser planeada ao pormenor uma vez que, os mouros que estavam responsáveis pela cidade de Évora tinham um bom sistema defensivo que se baseava numa torre que se localizava em Atalaia que os auxiliava bastante na proteção da cidade (Moutinho, 2017). A torre que se localizava em Atalaia permitia observar toda

a cidade, sendo deste modo possível identificar qualquer ataque que poderia ser realizado contra a cidade (Moutinho, 2017). Esta torre para não ser tomada pelos inimigos foi construída sem qualquer porta, sendo apenas possível entrar na torre através de cordas que os responsáveis pela torre lançavam (Moutinho, 2017). Na torre viviam dois mouros que eram pai e filha e, estes comunicavam com os mouros da cidade de Évora através de um sistema de sinais que mais ninguém conhecia (Pereira, 2008; Moutinho, 2017).

Ao observar a torre, Giraldo teve a ideia de construir uma escada que o permitisse subir qualquer muralha, o que facilitaria a conquista de qualquer cidade (Martins, 2013; Moutinho, 2017), mas os seus companheiros avisaram-no de que os mouros que estavam na torre de Atalaia iriam perceber o seu plano, pois conseguiam distinguir muito bem cavaleiros de mercadores, por mais disfarçados que estivessem (Moutinho, 2017). Giraldo concordou com esta observação e disse aos seus companheiros que tinham de encontrar uma forma de eliminar os mouros de Atalaia para conseguirem chegar até Évora (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). No entanto, um dos homens do grupo de Giraldo, que se chamava Afonso, informou-o que tinha conseguido descodificar os sinais que os mouros de Atalaia utilizavam para comunicar com os mouros da cidade de Évora e, esta informação deu ainda mais motivação a Giraldo para atacar Atalaia (Moutinho, 2017). Para conseguir eliminar os mouros de Atalaia o Sem Pavor decidiu conquistar a sua confiança levando-lhes alguns presentes, que não eram nada mais nada menos do que frutas e legumes, sempre que se deslocava a Évora para fazer negócios com o emir da cidade (Moutinho, 2017). Os presentes de Giraldo alcançaram bons resultados pois, fizeram com que os mouros da torre indicassem aos mouros da cidade de Évora que Giraldo era um cavaleiro de confiança que não apresentava perigo (Moutinho, 2017). No entanto, Giraldo percebeu que os mouros não comiam nenhum dos presentes, o que tornava impossível envenená-los e, por este motivo o Sem Pavor teve de pensar num plano alternativo (Moutinho, 2017). Como plano alternativo, Giraldo e o seu grupo assaltaram uma caravana de mantimentos de origem portuguesa e propuseram vender os mantimentos roubados ao emir de Évora que aceitou o negócio prontamente (Moutinho, 2017). Após a resposta positiva por parte do emir, Giraldo colocou o seu plano em prática e informou o emir que precisava de cinco ou seis homens da sua força militar para trazerem até Évora os carros com os mantimentos (Moutinho, 2017). Giraldo sugeriu que o pagamento fosse feito pelo mouro da torre de Atalaia que o entregaria a um dos homens do emir de Évora, que posteriormente o daria a Giraldo (Moutinho, 2017). Giraldo pediu ainda ao emir para avisar os mouros de Atalaia do negócio que iria ser realizado através do seu sistema de sinais (Moutinho, 2017). O emir concordou com tudo o que Giraldo lhe disse e informou os mouros de Atalaia (Moutinho, 2017).

Entretanto, no castelo de Giraldo os seus homens já estavam dentro dos sete carros que tinham como destino Évora (Moutinho, 2017). Os mouros ao chegarem ao castelo de Giraldo decidiram ir ver os mantimentos, mas rapidamente descobriram que não existia qualquer tipo de mantimento nos carros, mas sim homens armados, ou seja, perceberam que tinham sido atraídos para uma emboscada (Moutinho, 2017). Antes de conseguirem responder ao ataque foram mortos pelos homens de Giraldo que vestiram as suas roupas para conseguirem enganar os mouros de Atalaia (Moutinho, 2017). Giraldo decidiu que ele é que iria subir a corda da torre de Atalaia para receber o pagamento e, por este motivo para além de vestir uma roupa dos mouros também pintou a sua cara com carvão e colocou uma barba postiça (Moutinho, 2017). Antes de partirem para Atalaia Giraldo deu orientações de última hora aos seus homens (Moutinho, 2017).

Quando chegaram a Atalaia, Giraldo desceu do carro que estava a conduzir e começou a subir a corda que tinha sido descida pelos mouros da torre (Moutinho, 2017). Ao chegar ao cimo da torre, Giraldo matou o mouro com um golpe fatal na garganta e, a filha do mouro ao ver o que tinha acontecido decidiu atacar Giraldo com uma espada, mas este foi mais rápido e golpeou-a com o mesmo punhal com que tinha matado o seu pai, matando-a de seguida (Moutinho, 2017). Após matar os dois mouros, Giraldo utilizou a espada da moura para decapitar os dois cadáveres (Moutinho, 2017). Depois de se livrarem dos corpos, Giraldo ordenou a Afonso que fizesse sinais aos mouros de Évora para os informar que os mantimentos estavam quase a chegar à cidade e que poderiam abrir as portas da mesma, pois não existia qualquer tipo de perigo (Moutinho, 2017). Após os sinais estarem concluídos, Giraldo continuou a sua viagem até Évora, sendo acompanhado pelos seus homens (Moutinho, 2017).

Já era quase de noite (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) quando Giraldo, acompanhado pelos seus homens, chegou a Évora (Moutinho, 2017). Os mouros da cidade ao verem os carros conduzidos pelos seus supostos companheiros mouros abriram as portas da cidade para os deixarem passar (Moutinho, 2017). Entretanto, o comandante da guarda dirigiu-se até aos carros com o intuito de fazer algumas questões, mas não as conseguiu fazer porque os homens de Giraldo saíram dos carros (Moutinho, 2017) e começaram a matar tudo e todos de forma impiedosa (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017). Os mouros ainda tentaram fechar as portas da cidade, mas não conseguiram porque os mouros que estavam dentro da cidade antes de conseguirem perceber o que se estava a passar foram atacados por homens de Giraldo que subiram pelas muralhas utilizando a escada que Giraldo mandou construir (Moutinho, 2017). Giraldo e os seus homens conquistaram a cidade de Évora de forma fácil, impiedosa e cruel, derrotando os mouros numa questão de horas (Martins, 2013; Moutinho, 2017). Após matarem

todos os mouros, os homens de Giraldo saquearam tudo o que tinha algum valor (Martins, 2013). De todos os triunfos em termos militares que Giraldo tinha alcançado na sua vida, a reconquista da cidade de Évora foi definitivamente o mais importante e o que o imortalizou na história (Pereira, 2008).

Após a conquista da cidade de Évora, Giraldo pediu a um ferreiro para fazer a chave da cidade de Évora em prata e com elementos decorativos, de onde se deveria destacar o escudo do rei D. Afonso Henriques (Moutinho, 2017). Para além dos elementos decorativos, a chave da cidade de Évora deveria incluir a história da conquista da mesma (Moutinho, 2017). A mulher do ferreiro fez também um saco de damasco para facilitar o transporte da chave até ao rei (Moutinho, 2017). Giraldo iria enviar a chave da cidade de Évora ao rei D. Afonso Henriques com o objetivo de obter perdão para si mesmo e para todos os homens que o acompanhavam, pois sabia que o rei queria muito agregar Évora ao reino de Portugal, por ser uma cidade de grandes dimensões, com muitos habitantes, com boas muralhas (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) e com uma mesquita de boas condições (Martins, 2013; Moutinho, 2017). Para além destes motivos o rei queria conquistar a cidade de Évora por esta estar rodeada de campos bastante férteis (Pereira, 2008; Moutinho, 2017), o que tornava a cidade bastante valiosa (Martins, 2013). Évora era também bastante atrativa para o rei porque era um local onde se realizavam diversos negócios, sempre com bons resultados (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). Posto isto, é possível afirmar que o Sem Pavor não conquistou Évora com o objetivo de realizar um grande feito heroico ou militar, mas sim com o intuito de obter benefícios pessoais pois sabia que se entregasse a cidade de Évora a D. Afonso Henriques que este o perdoaria a si e a todos os seus homens (Silva, 2005; Pereira, 2008).

Giraldo quis que fosse um cavaleiro cristão a levar a chave da cidade de Évora até ao rei (Pereira, 2008; Moutinho, 2017), pois acreditava que um cavaleiro cristão tinha mais hipóteses de chegar até ao rei com vida, mas teria de levar consigo um cavalo árabe para conseguir viajar com maior velocidade (Moutinho, 2017). O cavaleiro escolhido para levar a chave da cidade de Évora ao rei, que se encontrava no castelo de Coimbra, foi Martinho (Moutinho, 2017). Martinho ao chegar ao castelo de Coimbra ficou imediatamente rodeado de soldados do rei, o que fez com que Martinho ficasse bastante nervoso e com medo de ser morto mesmo antes de conseguir falar com o rei (Moutinho, 2017). Após algum tempo chegou um homem que colocou a mão no ombro de Martinho e perguntou-lhe quem ele era e o que queria com o rei, ao que Martinho respondeu que tinha uma mensagem bastante urgente que só poderia ser entregue ao próprio rei (Moutinho, 2017). Após a fala de Martinho entrou um homem nobre na mesma sala onde Martinho se encontrava e identificou-o como sendo um dos homens do grupo de Giraldo Giraldes (Moutinho,

2017). Este homem nobre disse a Martinho que o rei não falava com qualquer pessoa e, Martinho desesperado por não poder falar diretamente com o rei decidiu tirar a mensagem que estava dentro da bolsa feita para a mesma (Moutinho, 2017). Quando Martinho tirou a mensagem da bolsa, o homem que tinha a mão sobre o seu ombro pediu para ver a chave e, só nesse momento é que Martinho se apercebeu que o homem que tinha a mão sobre o seu ombro era nada mais nada menos que o próprio rei D. Afonso Henriques e prontamente prestou-lhe reverência (Moutinho, 2017). Após prestar a devida reverência ao rei, Martinho entregou a chave da cidade de Évora a D. Afonso Henriques (Moutinho, 2017). O rei pediu a Martinho para lhe explicar o que a chave significava e Martinho disse-lhe que Giraldo Giraldes para pedir perdão para si mesmo e para os seus homens decidiu oferecer ao rei a chave da cidade de Évora que tinha sido conquistada pelo Sem Pavor e pelo seu grupo (Moutinho, 2017). Martinho explicou ainda ao rei que foi Giraldo quem mandou fazer a chave em prata e que na mesma era possível encontrar as cabeças dos dois mouros que estavam a vigiar a cidade (Moutinho, 2017). D. Afonso Henriques ficou bastante surpreendido com o feito de Giraldo e disse a Martinho que ele podia regressar a Évora para comunicar ao Sem Pavor que ele e todo o seu grupo estavam perdoados e que tinham também o agradecimento do rei (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). O rei mandou dois dos seus homens com Martinho e informou-o que ele mesmo dentro de dias iria visitar a cidade que tinha acabado de ser conquistada com o intuito de a organizar em termos defensivos para que os mouros não a pudessem conquistar novamente (Moutinho, 2017).

Após a sua conversa com o rei, Martinho partiu o mais depressa possível para a cidade de Évora para comunicar a Giraldo e ao seu grupo que estes tinham conseguido obter o perdão de D. Afonso Henriques (Moutinho, 2017).

Giraldo esperava calmamente Martinho no topo das muralhas de Évora, pois estava bastante confiante que o rei iria dar uma resposta afirmativa ao ser pedido devido ao presente que lhe enviou (Moutinho, 2017). Quando Martinho chegou a Évora acompanhado pelos dois emissários do rei, foi rapidamente ao encontro do Sem Pavor para o informar que ele e todos os seus homens tinham obtido o perdão e o agradecimento do rei e que o próprio D. Afonso Henriques iria visitar a cidade dentro de quatro dias (Moutinho, 2017). Ao saberem que o rei iria visitar Évora, Giraldo e o seu grupo organizaram toda a cidade, livrando-se dos corpos dos mouros e limpando também toda a cidade para lhe dar um novo aspeto (Moutinho, 2017). Para além disto, os homens de Giraldo também se organizaram em termos militares e defensivos para conseguirem dar resposta a qualquer ataque que pudesse ser feito pelos mouros para tentarem recuperar a cidade de Évora (Moutinho, 2017). Quando D. Afonso Henriques chegou a Évora tratou Giraldo Giraldes

como um amigo novamente e nomeou-o alcaide da cidade (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) e governador das terras alentejanas (Moutinho, 2017).

Após a conquista de Évora Giraldo Giraldes, ao lado de D. Afonso Henriques, conquistou diversas cidades utilizando táticas muito semelhantes às que foram utilizadas na conquista da cidade de Évora (Martins, 2013).

Após as fronteiras do reino de Portugal estarem definidas de forma permanente, o nome de Giraldo Giraldes, o Sem Pavor, deixou de ser ouvido (Moutinho, 2017), pois já não existia utilidade para os seus talentos militares o que fez com que Giraldo perdesse a sua importância em Portugal (Pereira, 2008). Isto levou a que ninguém tivesse notícias sobre o Sem Pavor (Moutinho, 2017). No entanto, D. Sancho, o segundo rei de Portugal, filho de D. Afonso Henriques, tinha curiosidade em saber o que tinha acontecido ao Sem Pavor e pediu a um dos seus homens de confiança para tentar saber alguma informação sobre Giraldo (Moutinho, 2017). O homem de confiança do rei D. Sancho descobriu que Giraldo tinha sido morto por mouros no Norte de África, pois um dos seus homens contou ao chefe dos mouros do Norte de África que Giraldo pretendia trair os mouros (Martins, 2013; Moutinho, 2017), uma vez que trocava correspondência com D. Afonso Henriques informando-o das fraquezas dos mouros no Norte de África para que o rei português conseguisse conquistar o Norte de África (Pereira, 2008; Martins, 2013). O chefe dos mouros ao saber do plano de Giraldo mandou chamá-lo ao seu palácio e, Giraldo dirigiu-se completamente sozinho até ao palácio do chefe dos mouros, demonstrando o porquê de ser conhecido como o Sem Pavor (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). Ao chegar ao palácio, Giraldo foi completamente desarmado e atacado com bastante violência pelos mouros (Moutinho, 2017). Os mouros para acabarem com o traidor de uma vez por todas, cortaram-lhe a cabeça (Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) e colocaram-na numa lança à porta da cidade onde se localizava o palácio do chefe dos mouros no Norte de África (Moutinho, 2017). D. Sancho ficou triste ao saber o que aconteceu ao homem que tanto ajudou o seu pai a construir o reino de Portugal (Moutinho, 2017).

Giraldo Giraldes, o Sem Pavor, conquistou a cidade de Évora em setembro de 1165 (Silva, 2005; Pereira, 2008; Martins, 2013; Moutinho, 2017) e foi morto quase onze anos depois em maio de 1176 (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). Apesar de se saber que o Sem Pavor foi morto pelos mouros no Norte de África, os seus últimos anos de vida, tal como as suas origens e primeiros anos de vida estão cobertos por uma penumbra de incerteza (Martins, 2013).

Devido a todos os seus feitos Giraldo Giraldes, o Sem Pavor, ficou conhecido como um dos mais importantes combatentes na obra de criação do reino de Portugal (Moutinho, 2017). Mas, a morte de Giraldo não ditou o seu desaparecimento, porque as suas conquistas e a sua lenda são contadas de geração em geração, sobrevivendo deste modo ao passar dos séculos (Moutinho, 2017). Algo que ilustra a afirmação anterior é o facto de ainda hoje, no brasão de armas da cidade de Évora ser possível observar um cavaleiro com uma espada cheia de sangue que se acredita ser nada mais nada menos de que o próprio Giraldo Giraldes, o Sem Pavor e as cabeças decapitadas dos mouros (Silva, 2005; Pereira, 2008; Moutinho, 2017) da torre de Atalaia (Pereira, 2008; Moutinho, 2017). A existência de uma cabeça masculina e outra feminina mostra que ninguém escapava à fúria e à espada do Sem Pavor, cujo papel era eliminar todos os mouros existentes para que as cidades reconquistadas pudessem ser repovoadas por cristãos (Pereira, 2008). Segundo Silva (2005), o brasão de armas da cidade de Évora imortaliza uma parte importante da história nacional relacionada com a criação do reino de Portugal, conferindo identidade a todos os habitantes da cidade. Deste modo, o brasão de armas da cidade de Évora é identificado como um dos mais antigos do país, conjugando elementos históricos e lendários ao apresentar a figura que se acredita ser Giraldo Giraldes, que se conseguiu redimir dos seus crimes perante o rei devido à sua inteligência, bravura e audácia (Silva, 2005). Para além do brasão de armas da cidade de Évora, nesta mesma cidade é possível encontrar a Praça do Giraldo, que deve o seu nome à figura de Giraldo Giraldes e ao facto de este ter conquistado a cidade aos mouros no ano de 1165 (Seco, s.d.). Ainda é possível encontrar na Sé Catedral da cidade, num dos contrafortes do transepto do claustro, um baixo-relevo feito em mármore que apresenta uma figura que se acredita ser Giraldo Giraldes (Pereira, 2008). Este baixo-relevo apresenta de perfil um cavaleiro de origem cristã que segura na mão direita uma espada ao mesmo tempo que controla as rédeas do cavalo com a mão esquerda (Pereira, 2008). Por cima do cavaleiro estão representadas duas cabeças, uma do sexo masculino e outra do sexo feminino que se supõe que sejam as cabeças dos mouros da torre de Atalaia, ou seja, os trofeus da vitória de Giraldo (Pereira, 2008). Todos estes elementos que homenageiam os feitos de Giraldo Giraldes fizeram com que o Sem Pavor ficasse imortalizado na história para sempre.

3.6.3.1. Locais relacionados com a lenda de Giraldo Giraldes

Após o estudo e compreensão desta lenda é possível identificar três locais na cidade de Évora que estão relacionados com a mesma. Os locais ligados à lenda de Giraldo Giraldes são os seguintes: as muralhas por onde Giraldo e os seus homens treparam e entraram surpreendendo

os mouros que estavam responsáveis pela segurança da cidade (Moutinho, 2017), a Praça do Giraldo que é uma homenagem ao herói que conquistou a cidade de Évora aos mouros no ano de 1165 (Seco, s.d.) e a Sé Catedral onde existe um baixo-relevo com um cavaleiro, que se supõe que é Giraldo (Silva, 2005; Pereira, 2008). As muralhas da cidade já foram descritas no ponto 3.2.5.1.1., a Praça do Giraldo também já foi explicada no ponto 3.2.4. e a Sé Catedral de Évora foi explanada no ponto 3.2.3.

3.7. Locais “assombrados” na cidade de Évora

Na cidade de Évora existem locais que são caracterizados pelos eborenses como “assombrados” devido a diversos acontecimentos sobrenaturais que supostamente aconteceram nestes locais. A identificação dos locais considerados como “assombrados” na cidade de Évora foi feita através de relatos e testemunhos partilhados no *website* Portugal Paranormal que se dedica à divulgação de locais identificados como “assombrados” e ainda através da informação divulgada numa publicação da escola básica de Santa Clara. Os resultados da pesquisa sobre os locais considerados como “assombrados” na cidade de Évora não foram comprovados com nenhuma fonte documental porque não foi possível encontrar nenhuma que se dedicasse à identificação de locais relacionados com supostos eventos paranormais na cidade de Évora.

Os locais considerados como “assombrados” na cidade de Évora são os seguintes: a casa abandonada que é possível encontrar na rua de Timor, uma casa que se localiza na rua de Machede (Portugal Paranormal, s.d.), o convento de São Bento de Castris (Portugal Paranormal, s.d.) e uma sala da escola básica de Santa Clara (Escola Básica Santa Clara, Escolas do 1º Ciclo e Jardins de Infância, 2020).

Relativamente à casa abandonada na rua de Timor é possível encontrar vários relatos que afirmam que existe atividade paranormal nesta casa, o que faz com que se acredite que esteja “assombrada” (Portugal Paranormal, s.d.).

Existem relatos de que em diversas ocasiões numa das casas da rua de Machede os objetos inanimados voaram e atingiram as pessoas que se encontravam no seu interior, fazendo com que todas as pessoas que entravam na casa saíssem feridas e, por isso a casa encontra-se atualmente encerrada (Portugal Paranormal, s.d.). Estes eventos que são relatados por várias pessoas levam a acreditar que esta casa tem alguma ligação com o mundo sobrenatural (Portugal Paranormal, s.d.).

No convento São Bento de Castris também existem relatos de alguma atividade paranormal (Portugal Paranormal, s.d.).

Na escola Santa Clara a sala 27 está sempre fechada, devido a supostamente existir neste espaço o “espírito” de uma freira que morreu na referida sala quando a escola ainda era um convento (Escola Básica Santa Clara, Escolas do 1º Ciclo e Jardins de Infância, 2020). Algumas funcionárias da escola afirmam que já observaram o “espírito” da freira a vaguear pela escola (Escola Básica Santa Clara, Escolas do 1º Ciclo e Jardins de Infância, 2020). Acredita-se que o “espírito” da freira protege os alunos, evitando que estes caiam dos claustros que se localizam no segundo andar do edifício da escola (Escola Básica Santa Clara, Escolas do 1º Ciclo e Jardins de Infância, 2020).

Apesar de ser possível identificar quatro locais que se consideram “assombrados” na cidade de Évora, a sua visita por parte de turistas de Dark Tourism pode ser dificultada devido a pertencerem a privados e estas pessoas podem ou não permitir visitas turísticas a espaços que fazem parte da sua propriedade.

3.8. Outros locais com potencialidades para fazerem parte de uma oferta de Dark Tourism

Na cidade de Évora ainda é possível identificar outros locais com potencialidades para integrarem uma oferta turística relacionada com o Dark Tourism. Estes locais são: O Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo (Arquivo Municipal de Évora, 2018; Casa Comum, s.d.), o Hospital Militar Regional nº4 (Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2012b), o monumento dedicado aos mortos da Grande Guerra (Madeira, 2021), o colégio Luís António Verney (Arquivo Municipal de Évora, 2018), o quartel dos Dragões de Évora (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011; Câmara Municipal de Évora, 2020; Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), o Páteo de São Miguel (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b; Câmara Municipal de Évora, 2020), o Paço de São Miguel (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b; Câmara Municipal de Évora, 2020), a Ermida de São Miguel (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.), a Torre das Cinco Quinas (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011; Stilwell, 2020; Seco, s.d.) e a Igreja de São Vicente (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011; Câmara Municipal de Évora, 2020; Seco, s.d.; Direção-Geral do Património Cultural, s.d.).

No Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo é possível encontrar alguns elementos tumulários que são os seguintes: a estátua jacente do Bispo Dom Durando Pais, o túmulo de Fernão Gonçalves Cegominho, a sepultura geminada dos Condes do Vimioso, a campa de Dom Duarte da Costa, tampas de sepulturas que se encontram localizadas no claustro do museu, a ara funerária de Tito Caleu Marciano (Arquivo Municipal de Évora, 2018) e o túmulo de Dom Álvaro da Costa (Casa Comum, s.d.). No Museu de Évora também existe uma lápide com inscrições árabes tal como dois fragmentos de lápides com inscrições árabes (Arquivo Municipal de Évora, 2018). A visita ao Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo pode ser interessante para os turistas que procuram o Dark Tourism, uma vez que podem observar elementos que estão relacionados com a morte, cerimónias fúnebres e elementos artísticos que estas envolviam. Para além dos elementos tumulários que é possível encontrar no Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo, existe ainda neste museu um escudo de armas da cidade (Arquivo Municipal de Évora, 2018), que está relacionado com a lenda de Giraldo Giraldes, o que contribui ainda mais para que este museu seja um local de interesse para os turistas que estão interessados no Dark Tourism.

Em Évora existe também o Hospital Militar Regional nº4 que esta localizado num edifício bastante simples (All About Portugal, 2021). No ano de 1910, o Hospital do Regimento da Cavalaria nº5 passou a chamar-se Hospital Militar de Évora e no ano de 1937 recebeu a designação que mantém até hoje e que é Hospital Militar Regional nº4 (Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2012b).

A cidade de Évora apresenta um monumento dedicado aos mortos da Grande Guerra (Lopes, 2021). Este monumento localiza-se no Rossio de São Brás e foi construído devido ao trabalho desenvolvido por uma comissão executiva que incluiu autoridades militares e civis (Madeira, 2021). A construção deste monumento terminou em 1933 e apresenta uma inscrição, que é a seguinte: "Feliis Pró Pátria Caesis Eborae" (Madeira, 2021).

O colégio Luís António Verney também poderá ter interesse para os turistas de Dark Tourism, uma vez que no passado era o local onde se situava o Regimento de Artilharia Ligeira 3 (Arquivo Municipal de Évora, 2018).

O quartel dos Dragões de Évora localiza-se no edifício que foi criado inicialmente para albergar o Castelo Novo de Évora que foi construído entre 1518 e 1528 por ordens do rei D. Manuel I (Câmara Municipal de Évora, 2020). A partir de 1736 o Castelo Novo de Évora foi modificado para se tornar num edifício militar com o objetivo de receber o Regimento de Dragões de Évora

(Câmara Municipal de Évora, 2020). Este quartel é um importante edifício do estilo barroco profano (Câmara Municipal de Évora, 2020) e apresenta uma planta quadrada com quatro torres construídas em alvenaria que se encontram revestidas por pilastras de grandes lajes almofadadas de granito (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A entrada principal do quartel apresenta um pórtico que possui pilastras de cantaria trabalhada, sendo rematado por um frontal central que apresenta as armas reais de Portugal construídas com mármore de Estremoz (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Na biblioteca do quartel é possível encontrar pinturas murais que estão relacionadas com a vida militar (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). No quartel dos Dragões de Évora ainda é possível encontrar alguns elementos do antigo Castelo Novo de Évora que são os seguintes: o seu traçado manuelino, duas torres no lado sul em forma de paralelepípedo (Câmara Municipal de Évora, 2020), as sapatas de plano inclinado que são decoradas pelo cordão característico da época Manuelina (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.) e os alçados laterais que tinham como objetivo defender as cortinas que existiam entre as quatro torres do edifício (Câmara Municipal de Évora, 2020).

O Pátio de São Miguel localiza-se no Centro Histórico de Évora, mais precisamente no edifício do Castelo Velho, e foi palco de várias ocupações militares tendo também testemunhado acontecimentos bastante importantes para a história local e nacional (Câmara Municipal de Évora, 2020), devido a se localizar numa zona bastante estratégica e rica da cidade (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Deste o período romano-visigótico que este local no Castelo Velho era de extrema importância para a cidade em termos defensivos, algo que se acentuou ainda mais na Idade Média (Câmara Municipal de Évora, 2020). Este local tinha tanta importância em termos defensivos porque se localizava no ponto mais alto da cidade, dificultando deste modo a chegada dos inimigos quando ocorresse um ataque e, também porque possibilitava observar uma grande área da planície que ficava à sua volta tal como diversas fortificações (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Posteriormente à conquista da cidade de Évora aos mouros em 1165, o Castelo Velho foi dado pelo rei D. Afonso Henriques à Ordem Militar de São Bento de Calatrava, que mais tarde se tornou a Ordem de Avis (Câmara Municipal de Évora, 2020). Com o crescimento da cidade e o alargamento da muralha, o Castelo Velho deixou de apresentar uma função em termos defensivos e passou a ser um local importante devido a ser uma sede do poder militar, político e administrativo (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Atualmente o Pátio de São Miguel faz parte da Fundação Eugénio de Almeida e está integrado no conjunto arquitetónico que engloba: o Paço de São Miguel, a Ermida de São Miguel, a Coleção de Carruagens e o Arquivo e Biblioteca Eugénio de Almeida (Câmara Municipal de Évora, 2020). O conjunto arquitetónico onde está

integrado o Pátio de São Miguel foi adquirido em 1957 por Vasco Maria Eugénio de Almeida em elevado estado de degradação (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Pouco tempo depois da compra do conjunto arquitetónico o novo proprietário deu início a obras de recuperação e restauração, que salvaram os diversos edifícios da ruína (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b).

O Paço de São Miguel apresenta a classificação de Monumento Nacional e é considerado como um dos locais mais emblemáticos da cidade (Câmara Municipal de Évora, 2020). Este local teve origem na Idade Média, mas atualmente quase não existem vestígios do edifício original devido à destruição que ocorreu neste espaço que foi originada com os vários conflitos relacionados com a crise de sucessão ao trono entre 1383 e 1385 que envolveu os apoiantes de D. Leonor Teles e os apoiantes de D. João Mestre de Avis, (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Mas estes conflitos não são os únicos acontecimentos que conferem fama e importância ao Paço de São Miguel, uma vez que com o passar dos séculos este paço foi o Paço régio na Idade Média (Câmara Municipal de Évora, 2020). Para além deste aspeto, este local também foi a pousada de todos os reis da primeira dinastia e ainda foi a base militar de D. Nuno Álvares que foi o fronteiro-mor do Alentejo (Câmara Municipal de Évora, 2020). Algo marcante para a história do Paço de São Miguel foi a sua transformação no século XV para receber a sede da Capitania-mor de Évora, sendo deste modo a residência dos Condes de Basto (Câmara Municipal de Évora, 2020), pois estes foram considerados como Capitães-mor de Évora pelo rei D. Afonso V (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Os Condes de Basto foram responsáveis por todos os frescos do século XVI que se podem encontrar nos tetos dos salões nobres, sendo considerados como exemplos raros da pintura com temas mitológicos e profanos da época (Câmara Municipal de Évora, 2020). Para além disto, os Condes de Basto realizaram várias obras no edifício, conferindo ao Paço de São Miguel um aspeto muito semelhante ao que apresenta hoje em dia (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). No entanto, os Condes de Basto por apoiarem a dinastia filipina foram forçados a sair do Paço de São Miguel após a Restauração de Independência em Portugal e devido a esta situação o Paço de São Miguel ficou ao abandono, começando a degradar-se (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Esta degradação só foi travada por Vasco Maria Eugénio de Almeida em 1957 quando este adquiriu o Paço de São Miguel, e os restantes edifícios que lhe estavam associados (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). Após 1957 o Paço de São Miguel passou a ser a residência de Vasco Maria Eugénio de Almeida e também a sede da Fundação Eugénio de Almeida que este criou em 1963 (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b). O Paço de São Miguel apresenta os seguintes locais que podem ser visitados: a sala Ramalho

Ortigão, a sala da virtude, a sala de La Goletta, a sala de bilhar, a Loggia, a cozinha, a sala do amor, a sala de Diana e o jardim (Fundação Eugénio de Almeida, 2018b).

A Ermida de São Miguel foi construída pelos cavaleiros da Ordem Militar de São Bento de Calatrava, que mais tarde se tornou na Ordem de Avis e, considera-se que deve ter sido um dos primeiros locais religiosos a ser consagrado na cidade (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Neste local ocorreram várias obras após a sua construção no final do século XIII, de onde se destacam as seguintes: um abside que foi acrescentado no final do século XV e início do século XVI, a reconstrução do presbitério em 1500, uma reedificação de todo o edifício que foi realizada no século XVII aproximando-o do seu estado atual e algumas obras pontuais que ocorreram no século XX (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Devido a todas as obras que foram realizadas nesta Ermida não é possível identificar um único estilo arquitetónico, mas sim vários elementos e características de diversos estilos arquitetónicos que foram surgindo com o passar dos séculos, de onde se destacam o estilo manuelino e o estilo maneirista (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Esta ermida possui um portal de verga reta que se encontra rematado por um frontão triangular (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Apresenta também uma planta longitudinal e apenas uma nave com uma capela-mor estreita e baixa (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). A nave única exhibe uma abóbada de berço e a capela-mor, por seu lado, possui uma abóbada manuelina (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.).

O Hospital Militar Regional nº4, o monumento dedicado aos mortos da Grande Guerra, o colégio Luís António Verney, o quartel dos Dragões de Évora, o Pátio de São Miguel, o Paço de São Miguel e a Ermida de São Miguel podem ser integrados numa oferta de Dark Tourism por serem elementos que fazem parte do turismo militar que está integrado no Dark Tourism (Baldwin & Sharpley, 2009; Sharpley, 2009a).

A Torre das Cinco Quinas localiza-se junto ao Palácio dos Duques de Cadaval, que foi mandado construir pelo fidalgo Martim Afonso de Melo, que era descendente do trono português (Seco, s.d.). Antes deste Palácio ser construído a Torre das Cinco Quinas estava integrada na muralha que fazia parte do Castelo de Évora (Seco, s.d.). Atualmente ainda é possível ver a Torre das Cinco Quinas com os seus elementos militares, mas esta está bastante diferente do que era devido à construção do Palácio dos Duques de Cadaval (Seco, s.d.). Esta Torre como o seu nome indica apresenta uma planta pentagonal, com um dos seus cantos um pouco chanfrado e possui três andares (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Para além disto, apresenta um volume simples e uma cobertura em formato de terraço (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). Atualmente apenas se pode visitar o Palácio dos

Duques de Cadaval, pelo que não é possível visitar a Torre das Cinco Quinas (Seco, s.d.), ou seja, só se pode observar o exterior desta Torre. A Torre das Cinco Quinas terá interesse para o Dark Tourism, pois foi o local onde D. Fernando, Duque de Bragança ficou preso antes de ser executado na Praça do Giraldo pelo rei D. João II no dia 21 de junho de 1483 (Stilwell, 2020).

A Igreja de São Vicente, também é conhecida como a Igreja dos Mártires da cidade de Évora uma vez que é dedicada a três santos padroeiros da cidade que são os irmãos Vicente, Sabina e Cristeta que morreram como mártires, no ano de 303 (Seco, s.d.). A igreja foi construída entre 1461 e 1467 no local onde já existia uma ermida, sendo ainda possível encontrar dois portais góticos com inspiração mudéjar que pertenciam à ermida (Seco, s.d.). A igreja apresenta um portado principal que é feito de granito, possuindo um frontão triangular e um óculo circular (Seco, s.d.). Na parte superior da igreja é possível observar uma estação da via-sacra que corresponde à Irmandade do Senhor Jesus dos Passos (Seco, s.d.). Esta igreja apresenta uma planta quadrada com três naves e três tramos com uma abóbada de berço (Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura, 2011). A capela-mor desta igreja é dedicada a São Vicente e as capelas laterais são dedicadas à Nossa Senhora da Conceição e a São Gregório Papa (Seco, s.d.). A capela-mor possui um altar revestido em talha dourada, que apresenta um frontão de estilo circular onde é possível encontrar o emblema do Espírito Santo (Seco, s.d.) e uma pintura mural do século XVI sobre os santos a quem esta Igreja é dedicada (Direção-Geral do Património Cultural, s.d.). Nesta Igreja também existe um retábulo do século XVI que é protegido por duas figuras atlantes (Seco, s.d.). No século XVII imagens dos três santos foram colocadas na igreja, para honrar e preservar a sua memória (Seco, s.d.). Algo que chama bastante à atenção nesta igreja é o facto de no presbitério existir supostamente uma marca de um dos pés de São Vicente (Câmara Municipal de Évora, 2020). Atualmente, nesta igreja já não se realiza nenhuma atividade relacionada com o culto religioso, uma vez que na Igreja são apenas realizadas exposições de carácter temporário (Seco, s.d.). Esta igreja poderá ter interesse para uma oferta em termos de Dark Tourism devido à sua ligação com mártires que estão na sua grande maioria associados a sacrifícios que resultaram em mortes violentas e cruéis, podendo deste modo despertar o interesse de turistas que procuram uma oferta turística ligada ao Dark Tourism.

3.9. Conclusões

Após a realização do levantamento de todos os locais e atrações turísticas que podem ser integrados numa oferta de Dark Tourism é possível afirmar que Évora apresenta um elevado

potencial para o desenvolvimento deste tipo de turismo uma vez que, esta cidade desde a sua fundação está relacionada com histórias, lendas, eventos, acontecimentos e instituições relacionadas com mortes, tragédias, sofrimento, desgraças e o macabro. Após a análise e listagem de todos os locais e atrações que apresentam uma conexão com o Dark Tourism torna-se possível concluir que é quase impossível não visitar um local ou uma atração turística que apresente uma ligação com o Dark Tourism quando se está a explorar Évora em termos turísticos. Posto isto, é possível afirmar que muitos turistas e visitantes de dia incluem no seu itinerário de visita à cidade de Évora locais e atrações turísticas relacionadas com o Dark Tourism sem sequer saberem que estas têm alguma ligação com este tipo de turismo, algo que é bastante negativo porque se a ligação dos locais e atrações turísticas com o Dark Tourism fosse divulgada poderia atrair mais turistas e criar um novo segmento de mercado para a cidade de Évora. Isto acontece porque na cidade de Évora não existe uma aposta no Dark Tourism e nunca foi realizada uma investigação em termos académicos e científicos que possa originar o seu desenvolvimento.

Capítulo 4 – Metodologia

4.1. Introdução

A metodologia é fundamental para a realização de todo o trabalho necessário para que se possa concretizar uma investigação. Primeiramente, foi realizada uma revisão de literatura com a finalidade de expor a temática em estudo. Para além de apresentar a temática estudada, a revisão de literatura também permitiu analisar diversas abordagens realizadas por diferentes autores quando estudaram e analisaram a temática em estudo, tal como identificar e recolher informação pertinente e essencial que será utilizada para a elaboração de um quadro conceptual consistente e coeso que suportará toda a investigação que será concretizada. A revisão de literatura foi realizada através de uma análise de diversos documentos sobre a temática da investigação que incluiu capítulos de livros, artigos científicos e dois *papers* que fizeram parte de conferências.

Após a revisão de literatura foi possível delinear todo o processo de investigação, que por sua vez originou uma problemática de investigação que levou à criação de uma questão inicial e de uma hipótese de estudo. Para solucionar a questão inicial e validar ou não a hipótese de estudo foram definidos os objetivos da investigação. Com os objetivos definidos foi possível identificar o que era necessário realizar em termos de investigação e também selecionar a técnica que seria a mais adequada para realizar a recolha dos dados primários que eram necessários recolher. Posteriormente, foi definida também a melhor forma de analisar e interpretar os dados primários recolhidos.

Como o Dark Tourism é um tipo de turismo que ainda é pouco estudado e investigado em termos científicos e académicos a nível nacional, decidiu-se realizar um estudo empírico com um carácter exploratório baseado numa metodologia quantitativa. A metodologia quantitativa englobou a construção e aplicação de um inquérito por questionário que permitiu recolher dados primários sobre o fenómeno do Dark Tourism, algo que nunca tinha sido feito anteriormente na cidade de Évora.

Nos próximos subcapítulos será descrita de forma mais pormenorizada toda a metodologia que foi utilizada durante a investigação que foi realizada.

4.2. Processo de investigação

A investigação é o objetivo de qualquer ciência e traduz-se na criação de um conjunto de conhecimentos sobre um fenómeno que até então não era compreendido pela Humanidade, ou

seja, a investigação pretende aumentar e desenvolver o conhecimento dos seres humanos (Elias, 1986 citado por Veal, 2006). Deste modo, é possível concluir que a grande finalidade da investigação é a descoberta (Elias, 1986 citado por Veal, 2006).

Para a realização de qualquer investigação é necessário definir um processo de investigação (Jennings, 2011) que resume a forma como toda a investigação foi executada (Veal, 2006). É possível identificar diversos processos de investigação elaborados por vários autores que apresentam várias diferenças, mas também alguns aspetos em comum (Veal, 2006; Jennings, 2011). Cada um dos processos de investigação existentes apresenta diversas fases diferentes (Jennings, 2011) e, para a realização da investigação necessária para analisar a temática em estudo foi utilizado o processo de investigação elaborado por Veal (2006) que apresenta nove etapas fundamentais que são as seguintes:

1. Selecionar um tema;
2. Realizar uma revisão de literatura sobre o tema;
3. Elaborar um quadro conceptual;
 - 3.1. Explorar/explicar relações existentes entre os conceitos;
 - 3.2. Identificar os conceitos;
 - 3.3. Definir conceitos;
 - 3.4. Operacionalizar os conceitos;
4. Decidir as questões de investigação;
5. Elaborar uma lista com as necessidades de informação;
6. Decidir a estratégia de investigação;
7. Obter clareza ética (se aplicável);
8. Realizar a investigação;
9. Apresentar as conclusões.

Como é possível verificar, Veal (2006) apresenta uma ordem sequencial para o processo de investigação que elaborou, mas o autor destaca que as quatro primeiras fases muitas vezes não são realizadas de forma linear seguindo a sequência numérica, algo que aconteceu na investigação que foi realizada.

4.3. Problemática, questão inicial, objetivos da investigação e hipótese de estudo

Para a elaboração da presente dissertação foi necessário selecionar um tema e ao selecionar o tema foi identificada a problemática de investigação que está relacionada com o facto de a cidade de Évora apresentar um grande potencial para o desenvolvimento do Dark Tourism. Na cidade existe a Capela dos Ossos que é conhecida a nível mundial e que corresponde à única atração turística da cidade que é classificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism. Para além da Capela dos Ossos, existem vários locais onde a Inquisição atuou em Évora, várias lendas associadas a personagens célebres da cidade, várias igrejas com túmulos, dois cemitérios e alguns locais que têm a reputação de serem “assombrados”. Todas estas potencialidades foram apresentadas e descritas no capítulo 3. No entanto, apesar de a cidade apresentar diversas e importantes potencialidades em termos de Dark Tourism, este tipo de turismo em Évora ainda não foi estudado e investigado em termos académicos e científicos. Com base na problemática identificada surgiu uma questão inicial que diz respeito ao foco de todo o processo de investigação (Veal, 2006) e que é a seguinte: O turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora apresenta motivações relacionadas com o Dark Tourism?. Para responder a esta questão inicial é necessário concretizar o objetivo geral e os objetivos específicos que é possível observar na tabela 3.

Tabela 3 - Objetivo geral e objetivos específicos da investigação

Objetivo geral	Objetivos específicos
a) Identificar e analisar se as motivações do turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora estão associadas ao Dark Tourism.	a) Caracterizar as potencialidades turísticas do Dark Tourism na cidade de Évora; b) Identificar as atrações relacionadas com o Dark Tourism que os turistas e/ou visitantes visitam na cidade de Évora.

Fonte: elaboração própria

Com a identificação da problemática para além da questão inicial e dos objetivos de investigação também foi elaborada uma hipótese de estudo que é a seguinte: Os turistas e/ou visitantes consideram que a Capela dos Ossos não é uma atração turística associada ao Dark Tourism. Esta hipótese de estudo surgiu também porque apesar de a Capela dos Ossos ser identificada como uma atração de Dark Tourism por alguns promotores de turismo e fazer parte da lista de atrações de Dark Tourism que existem espalhadas por todo o mundo do *website* mais conhecido sobre este tipo de turismo que é o *dark-tourism.com*, algo que já referido anteriormente, foi possível verificar que esta informação não é em momento algum referida aos visitantes desta atração turística e também foi possível concluir que esta informação também não faz parte de nenhuma estratégia de marketing ou de comunicação da Capela dos Ossos. Assim, considerou-se ser bastante interessante perceber se as pessoas que visitam a Capela dos Ossos a

consideram como uma atração turística que pode ser integrada no Dark Tourism. A hipótese de estudo será validada ou não utilizando a mesma técnica de recolha de dados com que se irá dar resposta à questão inicial e executar o objetivo geral.

É importante referir que após a primeira fase do processo de investigação estar concluída, foi realizada a quarta fase onde foi definida a questão de investigação, juntamente com a problemática, os objetivos de investigação e a hipótese de estudo. De seguida, foi executada a segunda fase do processo de investigação e, por último foi desenvolvido o quadro conceptual que será apresentado de seguida. Na investigação realizada verificou-se que as quatro primeiras fases do processo de investigação não foram realizadas de forma sequencial e numérica, algo que foi previsto e destacado por Veal (2006).

4.4. Quadro conceptual

O quadro conceptual corresponde a um dos elementos mais importantes de qualquer investigação (Veal, 2006). O quadro conceptual engloba conceitos que são fundamentais para a investigação que será realizada e a forma como estes se relacionam, ou seja, define o que será estudado e investigado, representando o centro do processo de investigação (Veal, 2006). Os conceitos identificados e explicados definem o rumo de toda a investigação que será realizada (Veal, 2006).

O quadro conceptual apresentado teve origem numa reflexão realizada em termos individuais após a realização da revisão de literatura (Veal, 2006) e tem como principal objetivo dar resposta à questão inicial e aos objetivos de investigação, tal como validar ou não a hipótese de estudo. Tendo em consideração a questão inicial, os objetivos e a hipótese de estudo foram elaboradas as fases do quadro conceptual (tabela 4) que traduzem o que será realizado em termos de investigação. Na tabela 4 é possível verificar o desenvolvimento das ideias que fizeram parte da investigação. É possível verificar que as ideias começaram com uma simples constatação (fase A) e foram-se desenvolvendo, tornando-se cada vez mais complexas até atingirem o seu máximo de complexidade na fase D.

Tabela 4 - Fases do quadro conceptual

Fases	Afirmações
A	Existência na cidade de Évora de uma atração turística de Dark Tourism que é a Capela dos Ossos.
B	Investigar se na cidade existem outros locais e atrações turísticas, que já são visitadas pelos turistas e/ou visitantes, com potencialidades para serem integradas numa oferta de Dark Tourism.
C	Verificar se os visitantes da Capela dos Ossos a classificam como uma atração de Dark Tourism.
D	Identificar se as motivações do turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora e especialmente a Capela dos Ossos estão associadas ao Dark Tourism.

Fonte: elaboração própria com base em Veal (2006)

Algo importante para um quadro conceptual que tem como função ilustrar as suas fases é a elaboração de um mapa conceptual (figura 3). O mapa conceptual foi originado em conjunto com as fases do quadro conceptual e apresenta todos os conceitos que são fundamentais para a realização da investigação e a forma como estes se relacionam (Veal, 2006). No mapa conceptual é possível observar que todos os conceitos essenciais para a investigação apresentam relações entre si e estas relações são representadas através das setas direcionais que estão legendadas com as fases do quadro conceptual em que os conceitos se relacionam (Veal, 2006).

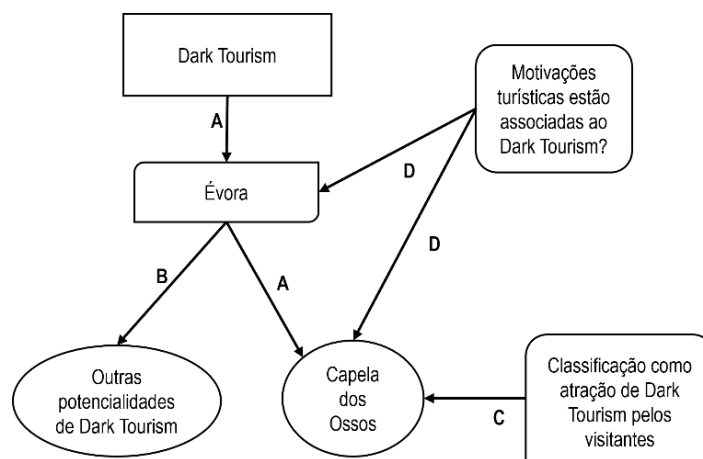


Figura 3 - Mapa conceptual

Fonte: elaboração própria com base em Veal (2006)

Para a construção de um quadro conceptual para além da definição das fases do quadro conceptual e da elaboração do mapa conceptual é fundamental também definir e operacionalizar os principais conceitos que estão relacionados com a investigação. A primeira coluna da tabela 5 apresenta os principais conceitos da investigação que já foram apresentados na tabela 4 e na figura 3. Após a apresentação dos conceitos é necessário defini-los de acordo com os objetivos e necessidades da investigação (Veal, 2006), algo que é possível observar na segunda coluna da

tabela 5. Por fim, é necessário definir como é que os conceitos serão operacionalizados, ou seja, como é que serão aplicados na investigação e como vão contribuir para o avanço e desenvolvimento da mesma, ou seja, a operacionalização corresponde à aplicação dos conceitos em termos práticos (Veal, 2006), que é o que está contemplado na terceira coluna da tabela 5. Deste modo, é possível concluir que na investigação realizada o primeiro passo foi definir o conceito de Dark Tourism e tudo o que este tipo de turismo envolve e, posteriormente todos os restantes conceitos que se encontram interligados com o mesmo para que possa existir um quadro conceptual consistente e coeso que permita dar resposta à questão inicial, cumprir os objetivos de investigação definidos e rejeitar ou não a hipótese de estudo.

Tabela 5 - Conceitos: definição e operacionalização

Conceitos	Definição	Operacionalização
Dark Tourism	O Dark Tourism é um fenómeno social especial que diz respeito ao comportamento que envolve a visita a locais que estão associados com a morte, o desastre e a tragédia com a finalidade de recordação, educação ou entretenimento (Lennon & Foley, 2000, citados por Preece & Price, 2005; Cohen, 2010; Garcia, 2012; Kim & Butler, 2015; Yan et al., 2016; Light, 2017; Powell et al., 2018; Boateng et al., 2018; Marques, 2018; Iliev, 2020).	Identificação de locais e atrações turísticas que existem na cidade de Évora, para além da Capela dos Ossos, que podem ser incluídas numa oferta de Dark Tourism.
Capela dos Ossos	Única atração turística da cidade de Évora que é identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism.	Local onde será aplicada a técnica de recolha de dados.
Potencialidades de Dark Tourism na cidade de Évora	Outros locais e atrações turísticas já existentes na cidade de Évora que apresentam características e elementos relacionados com a morte, o desastre e a tragédia e, que por este motivo podem ser integradas numa oferta de Dark Tourism.	Realização de uma pesquisa sobre a oferta turística da cidade de Évora com o objetivo de identificar os locais e atrações turísticas que apresentam potencialidades para fazerem parte de uma oferta de Dark Tourism.
Motivações turísticas	As motivações turísticas dizem respeito a desejos pessoais intrínsecos que originam uma vontade de satisfazer a necessidade de viajar (Damijanić e Šergo, 2013). Tendo em conta as suas motivações turísticas, as pessoas escolhem os destinos turísticos que apresentam as características e atributos que as possam satisfazer (Damijanić e Šergo, 2013).	Resposta através de uma lista de motivações que teve origem na revisão de literatura.
Évora	Cidade que é capital de distrito no Alentejo e que apresenta a classificação de Património Mundial da UNESCO.	Cidade onde será realizada a investigação.

Fonte: elaboração própria com base em Veal (2006)

4.5. Necessidades de informação

Após a definição da questão inicial, dos objetivos de investigação, da hipótese de estudo e da elaboração do quadro conceptual foi possível enumerar as necessidades em termos de informação para a realização da investigação. Tendo este aspeto em consideração foi possível elaborar uma lista que apresenta as principais necessidades em termos de informação, a informação que foi recolhida, de que fontes de informação essa informação foi retirada e que tipo de informação foi analisada (tabela 6). Como é possível observar na tabela 6 as necessidades de informação estão interligadas com o quadro conceptual e têm como finalidade recolher informação que permita dar resposta à questão inicial, realizar os objetivos de investigação e rejeitar ou não a hipótese de estudo.

Nas fontes de informação foi referido o inquérito por questionário que foi aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos que será descrito e explicado mais à frente, mas é importante referir que no inquérito por questionário foram contempladas mais questões do que as que estão enumeradas na tabela 6. As restantes questões tiveram origem na revisão de literatura e estavam principalmente relacionadas com a visita à cidade e à Capela dos Ossos.

Tabela 6 - Lista das necessidades de informação

Necessidades de informação	Informação recolhida	Fontes de informação	Tipo de informação
Dark Tourism	Definição e outros aspetos essenciais relacionados com este tipo de turismo; Atrações existentes a nível mundial; Atrações existentes a nível nacional.	Artigos científicos, capítulos de livros e <i>paper</i> de conferência; <i>Websites</i> e artigos científicos; <i>Websites</i> , artigos científicos e tese de mestrado.	Secundária.
Turismo Cultural	Definição e outros aspetos essenciais relacionados com este tipo de turismo.	Artigos científicos e <i>paper</i> de conferência.	Secundária.
Dark Tourism na cidade de Évora	Existência de apenas uma atração turística que é classificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism que é a Capela dos Ossos.	<i>Websites</i> e artigos científicos.	Secundária.
Potencialidades de Dark Tourism na cidade de Évora	Análise de informação sobre a oferta turística da cidade para verificar se existem alguns locais e atrações turísticas com elementos, características e histórias relacionadas com a morte, a tragédia e o desastre para serem incluídas numa oferta de Dark Tourism; História da cidade de onde se destacam algumas lendas, a atuação da Inquisição e locais "assombrados".	<i>Websites</i> , artigos científicos e livros; <i>Websites</i> e livros.	Secundária.
Motivações dos turistas e/ou visitantes que visitam a cidade de Évora, mais especificamente a Capela dos Ossos	Respostas dos visitantes da Capela dos Ossos.	Inquérito por questionário aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos.	Primária.
Identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism	Respostas dos visitantes da Capela dos Ossos.	Inquérito por questionário aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos.	Primária.

Fonte: elaboração própria com base em Veal (2006)

4.6. Decidir a estratégia de investigação

A investigação que é realizada em termos turísticos apresenta várias finalidades que são as seguintes: divulgar informação importante para a administração e planificação a nível local, regional, nacional e internacional; reunir dados sobre os impactos da atividade turística; partilhar informação sobre as motivações, necessidades, expectativas e satisfação dos turistas e visitantes; identificar carências em termos educacionais; permitir a realização de comparações a nível temporal (passado, presente e futuro); identificar a melhor informação que deve ser utilizada em termos de marketing e divulgação; possibilitar a realização de comparações; desenvolver diversas regras; tornar possível a apreciação do desenvolvimento turístico e tudo o que esta atividade origina (Jennings, 2011).

Na investigação em turismo pode ser utilizada: a metodologia qualitativa que se baseia principalmente na observação participante, nos *focus groups* e nas entrevistas (Veal, 2006; Jennings, 2011); a metodologia quantitativa que emprega geralmente inquéritos (Veal, 2006; Jennings, 2011); a metodologia mista que conjuga a metodologia qualitativa com a metodologia quantitativa (Jennings, 2011).

A investigação desenvolvida focou-se num assunto que é pouco investigado e explorado a nível académico e científico e, por este motivo foi realizada uma investigação de natureza exploratória que utilizou a metodologia quantitativa. Como já foi referido a metodologia quantitativa traduziu-se no desenvolvimento e aplicação de um inquérito por questionário que tinha como principal objetivo recolher dados primários sobre o Dark Tourism na cidade de Évora.

4.6.1. Investigação exploratória

A investigação exploratória é utilizada sempre que se pretende estudar um assunto relacionado com o turismo sobre o qual pouco ou nada se sabe, ou seja, investiga-se um assunto em que apenas é possível encontrar pouca ou até mesmo nenhuma informação produzida sobre o mesmo em termos científicos e académicos (Jennings, 2011). Este tipo de investigação é utilizado quando são iniciados os estudos sobre um assunto pouco conhecido e compreendido pelo público em geral e também pelo próprio investigador (Révillion, 2003). A investigação exploratória foi escolhida porque a nível nacional o Dark Tourism é muito pouco estudado em termos científicos e académicos e, principalmente por na cidade de Évora este tipo de turismo nunca ter sido estudado anteriormente.

A investigação exploratória tem como finalidades descobrir algo novo e aliciante, tal como desenvolver conceitos originais e inovadores através da exploração de uma temática sobre a qual pouco ou nada se sabe (Révillion, 2003; Swedberg, 2020). Este tipo de investigação tem ainda como objetivo tentar perceber os motivos que originam determinadas ações e condutas manifestadas pelas pessoas (Révillion, 2003). A realização deste tipo de investigação acarreta alguns riscos, uma vez que só se sabe no final da mesma se foi possível produzir novos dados e informação sobre o tema estudado (Swedberg, 2020).

Os resultados obtidos através das investigações exploratórias são bastante úteis para o desenvolvimento de estudos futuros mais profundos, uma vez que identificam definições e temas que podem ser explorados em investigações futuras (Révillion, 2003; Jennings, 2011; Swedberg, 2020). Por outras palavras, este tipo de investigação baseia-se em estudar ideias de forma prática

que são interessantes no papel, criando a base para que possam ser desenvolvidos no futuro estudos mais complexos, uma vez que os métodos e as técnicas que devem ser utilizados já foram definidos pela investigação exploratória (Swedberg, 2020).

A investigação exploratória é muito versátil, apresentando várias configurações (Révillion, 2003; Swedberg, 2020), mas utiliza principalmente como fontes de informação dados secundários (Révillion, 2003; Jennings, 2011), estudos de caso (Révillion, 2003; Swedberg, 2020) e dados estatísticos (Swedberg, 2020). Importa referir que estas foram também as principais fontes de informação que foram utilizadas na investigação que foi desenvolvida.

Outro aspeto importante associado à investigação exploratória é o facto de este tipo de investigação não permitir generalizações dos resultados obtidos (Jennings, 2011; Swedberg, 2020), uma vez que não utiliza técnicas de amostragem aleatória (Jennings, 2011).

4.6.2. Metodologia quantitativa

A metodologia quantitativa corresponde a um ponto de vista científico bastante exigente e tem sido a metodologia predominante nos anos mais recentes no que diz respeito à investigação que é realizada em turismo (Marujo, 2013). Esta metodologia está baseada no paradigma positivista que faz parte das ciências sociais (Jennings, 2011; Marujo, 2013). A metodologia quantitativa emprega uma abordagem dedutiva no processo de investigação que se caracteriza por ser iniciada com a elaboração de questões de partida, hipóteses ou teorias (Jennings, 2011; Marujo, 2013; Scholl, 2015) sobre um determinado assunto relacionado com a atividade turística que se pretende analisar e estudar, seguidamente é selecionada a técnica de recolha de dados mais adequada (Jennings, 2011), que geralmente é o inquérito por questionário (Jennings, 2011; Scholl, 2015; Pereira & Ortigão, 2016), logo depois são recolhidos os dados necessários que posteriormente são analisados com programas de análise estatística (Jennings, 2011; Marujo, 2013; Ramos, 2013; Scholl, 2015; Pereira & Ortigão, 2016) com o objetivo de se validar ou não a(s) hipótese(s) desenvolvida(s) inicialmente (Veal, 2006; Jennings, 2011; Marujo, 2013). Para além do inquérito por questionário, os dados necessários para a realização de uma investigação quantitativa podem também ser obtidos através de observações e fontes de dados secundários (Veal, 2006). Os resultados que são obtidos através de análises estatísticas (Veal, 2006; Jennings, 2011; Silva, 2010; Scholl, 2015; Pereira & Ortigão, 2016) são apresentados e compreendidos em termos numéricos (Veal, 2006; Silva, 2010; Marujo, 2013) utilizando uma linguagem matemática (Silva, 2010), principalmente através de tabelas e gráficos (Jennings, 2011). Se a(s) hipótese(s)

for(em) validada(s) através dos resultados obtidos passa(m) a ser integrada(s) no quadro teórico que descreve e esclarece o assunto que foi investigado e estudado (Jennings, 2011).

Torna-se importante referir que a revisão de literatura é a base de qualquer investigação que utiliza a metodologia quantitativa, na medida em que só através da revisão de literatura é que é possível selecionar a melhor técnica para realizar a recolha dos dados (Ramos, 2013), tal como identificar que temas devem ser incluídos nas questões que serão desenvolvidas e ainda que hipóteses é possível desenvolver (Marujo, 2013; Ramos, 2013). Para além destes aspetos a revisão de literatura é também fundamental para que se possa realizar uma interpretação dos resultados obtidos com sentido e significado (Ramos, 2013). Marujo (2013) afirma que vários investigadores dedicados à área do turismo defendem que a metodologia quantitativa é a mais apropriada uma vez que apresenta de forma mais adequada a realidade devido a ser baseada em métodos exigentes que permitem que os resultados obtidos possam ser generalizados.

Resumidamente a metodologia quantitativa utiliza uma abordagem dedutiva (Jennings, 2011; Marujo, 2013) e objetiva (Jennings, 2011; Silva, 2010; Marujo, 2013; Ramos, 2013) para estudar relações existentes em termos casuais (Jennings, 2011; Ramos 2013), validar ou não hipóteses (Jennings, 2011; Marujo, 2013; Ramos, 2013), apresentar factos (Marujo, 2013), realizar previsões (Marujo, 2013) e identificar as relações que existem entre variáveis (Jennings, 2011; Ramos, 2013). As investigações quantitativas focam-se na análise de variáveis e caracterizam-se por serem organizadas, metódicas e repetíveis (Jennings, 2011). Nesta metodologia o investigador tenta afastar-se do que está a ser investigado (Jennings, 2011; Silva, 2010; Marujo, 2013) e por isso, apresenta apenas uma voz passiva na investigação que realiza (Jennings, 2011), tal como um texto imparcial e protocolar que segue diversas regras (Marujo, 2013).

Como já foi referido o inquérito por questionário é uma técnica de recolha de dados bastante utilizada quando se realiza uma investigação que se baseia na metodologia quantitativa (Veal, 2006; Jennings, 2011; Scholl, 2015; Pereira & Ortigão, 2016). Tendo este aspeto em consideração decidiu-se elaborar um inquérito por questionário com a finalidade de ser aplicado aos visitantes da única atração turística da cidade de Évora que é considerada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism, e esta atração turística diz respeito à Capela dos Ossos, para se obter dados primários que permitissem dar resposta à questão inicial, cumprir os objetivos de investigação e validar ou não a hipótese de estudo. De seguida, será definido o que caracteriza um inquérito por questionário e também será descrito todo o processo de criação do inquérito por questionário que foi utilizado na investigação realizada.

4.6.3. Inquérito por questionário

O inquérito por questionário transforma as necessidades de informação enumeradas pelo investigador em questões (Malhotra, 2006) que permitem realizar uma colheita de dados primários (Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin, Youn-Jung & Doonam, 2015). De forma geral, os inquéritos por questionário apenas englobam uma parte da população que se pretende investigar, ou seja, baseiam-se em amostras (Baker, 2003; Veal, 2006; Pereira & Ortigão, 2016). O inquérito por questionário é a técnica de recolha de dados que é mais utilizada na investigação em turismo (Eusébio, Kastenholz & Carneiro, 2003; Veal, 2006).

Para além da recolha de dados primários fundamentais para a realização de uma investigação (Eusébio et al., 2003), os inquéritos por questionário também apresentam outra função essencial para qualquer investigação que é a de permitirem através das questões elaboradas a operacionalização dos conceitos identificados numa fase anterior da investigação (Eusébio et al., 2003; Pereira & Ortigão, 2016).

Os inquéritos por questionário estão dependentes de uma colaboração da população alvo da investigação que pode não querer responder ao inquérito por questionário e mesmo quando responde as suas respostas podem não ser honestas (Baker, 2003; Eusébio et al., 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006). Para além deste aspeto, uma outra desvantagem da aplicação dos inquéritos por questionário diz respeito ao facto de apresentarem elevados custos em termos temporais e monetários (Eusébio et al., 2003).

A revisão de literatura tem uma grande importância para a construção de um inquérito por questionário porque através da sua realização é possível identificar questões que podem ser adaptadas para a investigação que está a ser desenvolvida tal como elaborar a partir da mesma novas perguntas que se consideram essenciais para satisfazer as necessidades de informação que estão associadas ao estudo que está a ser implementado (Eusébio et al., 2003; Youngshin et al., 2015; Pereira & Ortigão, 2016).

Os inquéritos por questionário quando são aplicados num contexto turístico permitem obter informações sobre: as características, as atitudes, as motivações, as experiências e os comportamentos dos turistas e visitantes (Veal, 2006).

A construção de um inquérito por questionário é algo bastante complexo e, por este motivo deve seguir algumas regras (Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015). Os inquéritos por questionário devem ser simples, diretos, (Baker, 2003) de fácil compreensão (Baker, 2003; Youngshin et al., 2015; Pereira & Ortigão, 2016), com instruções esclarecedoras para o seu

preenchimento (Baker, 2003; Youngshin et al., 2015) e de dimensão razoável para facilitar a sua aplicação e também apelar à participação dos inquiridos (Baker, 2003; Eusébio et al., 2003; Pereira & Ortigão, 2016). No que diz respeito à construção das questões devem ser respeitados os seguintes princípios: serem simples (Baker, 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015); diretas (Baker, 2003); utilizarem uma linguagem simplificada, evitando termos complexos, para que sejam compreendidas por todas as pessoas que possam responder ao inquérito por questionário (Baker, 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006); não serem ambíguas (Baker, 2003; Eusébio et al., 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006) ou dirigidas (Eusébio et al., 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015); não devem questionar mais do que uma coisa ao mesmo tempo (Baker, 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015; Pereira & Ortigão, 2016). Em termos da organização do inquérito por questionário este deve ser iniciado com as questões mais simples (Baker, 2003; Veal, 2006; Malhotra, 2006) e as perguntas associadas ao perfil sociodemográfico e económico devem ser deixadas para o final (Veal, 2006; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015; Pereira & Ortigão, 2016). Um inquérito por questionário bem construído e de fácil compreensão fará com que os inquiridos se interessem e respondam de forma correta e relevante para a investigação que está a ser realizada, contribuindo para a qualidade da informação que é recolhida (Baker, 2003; Youngshin et al., 2015).

Seguidamente, será descrita a forma como foi elaborado o inquérito por questionário que foi aplicado na investigação realizada.

4.6.3.1. Elaboração do inquérito por questionário

De acordo com a literatura na elaboração de um inquérito por questionário é possível utilizar dois tipos de questões que são as seguintes: questões estruturadas e questões não estruturadas (Baker, 2003). As questões estruturadas apresentam opções de resposta e as questões não estruturadas, também conhecidas como questões de resposta aberta, não apresentam qualquer opção de resposta, ou seja, são de resposta livre (Baker, 2003; Malhotra, 2006; Youngshin et al., 2015). As questões estruturadas podem ser dicotómicas, de escolha múltipla (Baker, 2003; Malhotra, 2006) e de escala, de onde se destaca a escala de *Likert* (Malhotra, 2006).

Através das questões que fazem parte de um inquérito por questionário é possível obter três tipos de informação que são os seguintes: informação básica, informação de classificação e informação de identificação (Malhotra, 2006). A informação básica está relacionada com as

necessidades de informação e com o problema da investigação, a informação de classificação está relacionada com dados que permitem classificar os respondentes e incluem principalmente dados sociodemográficos e económicos e por fim, a informação de identificação, tal como o nome indica, permite identificar os inquiridos (Malhotra, 2006). No inquérito por questionário aplicado na investigação realizada não foi recolhida informação de identificação porque o inquérito por questionário era anónimo.

O inquérito por questionário que foi elaborado possuía dezoito questões que eram na sua grande maioria questões estruturadas, uma vez que só existiam três questões não estruturadas. Dentro das questões estruturadas foram desenvolvidas principalmente questões de resposta múltipla, mas também foram elaboradas questões dicotómicas tal como uma questão de escala para as classes etárias (Apêndice 1). Foi possível dividir as dezoito questões do inquérito por questionário em doze grupos que são os seguintes: caracterização sociodemográfica dos inquiridos, preparação da visita à cidade de Évora, associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural, familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism, identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism, fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos, motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos, emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos, a Capela dos Ossos enquanto heterotopia, satisfação dos inquiridos relativamente à sua visita à Capela dos Ossos, perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora e visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal.

De seguida, serão descritas todas as questões elaboradas, tal como a informação que foi possível obter através das mesmas e ainda serão mencionados os autores em que as questões se basearam.

A caracterização sociodemográfica dos inquiridos englobou questões relacionadas com o género, a idade, a nacionalidade, a região de origem dos respondentes portugueses, a profissão e as habilitações literárias (tabela 7). A questão relacionada com o género tinha duas opções de resposta que eram: feminino e masculino. Para a questão associada à idade foram criadas sete classes etárias. As questões ligadas à nacionalidade e à profissão das pessoas que responderam ao inquérito por questionário eram questões estruturadas com escolha múltipla. A pergunta relativa à região de origem dos inquiridos nacionais não era estruturada, ou seja, era de resposta aberta.

Tabela 7 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
14 - Género	Estruturada dicotómica	Informação de classificação	Cohen (2010); Figini e Vici (2012); Özel e Kozak (2012); Marujo et al. (2013a, 2013b); Lelo e Jamal (2013); Simone-Charteris et al. (2013); Coutinho e Baptista (2014); Cetin e Bilgihan (2014); Maneenetr e Tran (2014); Croes e Semrad (2015); Yan et al. (2016); Zheng et al. (2016); Isaac e Çakmak (2016); Chen e Rahman (2018); Ramires et al. (2018); Bhati et al. (2019); Zheng et al. (2019); Gómez (2019); Mionel (2020); Konstantakis et al. (2020); Wei et al. (2020); Vena-Oya et al. (2021).
15 - Idade	Estruturada com escala para as várias classes etárias	Informação de classificação	Cohen (2010); Figini e Vici (2012); Özel e Kozak (2012); Lelo e Jamal (2013); Simone-Charteris et al. (2013); Coutinho e Baptista (2014); Cetin e Bilgihan (2014); Maneenetr e Tran (2014); Croes e Semrad (2015); Yan et al. (2016); Zheng et al. (2016); Isaac e Çakmak (2016); Chen e Rahman (2018); Ramires et al. (2018); Bhati et al. (2019); Zheng et al. (2019); Gómez (2019); Mionel (2020); Konstantakis et al. (2020); Wei et al. (2020); Vena-Oya et al. (2021).
16 - Nacionalidade	Estruturada com escolha múltipla	Informação de classificação	Cohen (2010); Figini e Vici (2012); Marujo et al. (2013a, 2013b); Lelo e Jamal (2013); Simone-Charteris et al. (2013); Coutinho e Baptista (2014); Cetin e Bilgihan (2014); Croes e Semrad (2015); Yan et al. (2016); Isaac e Çakmak (2016); Ramires et al. (2018); Boateng et al. (2018); Bhati et al. (2019); Gómez (2019); Mionel (2020).
16.1 - Região de origem dos inquiridos portugueses	Não estruturada	Informação de classificação	Figini e Vici (2012); Lelo e Jamal (2013); Yan et al. (2016); Gómez (2019); Mionel (2020); Vena-Oya et al. (2021).
17 - Profissão	Estruturada com escolha múltipla	Informação de classificação	Cohen (2010); Figini e Vici (2012); Özel e Kozak (2012); Lelo e Jamal (2013); Yan et al. (2016); Ramires et al. (2018); Konstantakis et al. (2020); Wei et al. (2020).
18 - Habilitações literárias	Estruturada com escolha múltipla	Informação de classificação	Cohen (2010); Figini e Vici (2012); Özel e Kozak (2012); Coutinho e Baptista (2014); Cetin e Bilgihan (2014); Maneenetr e Tran (2014); Yan et al. (2016); Chen e Rahman (2018); Ramires et al. (2018); Mionel (2020); Konstantakis et al. (2020); Wei et al. (2020); Vena-Oya et al. (2021).

Fonte: elaboração própria

As questões referentes à preparação da visita à cidade de Évora estavam relacionadas com a frequência de visita à cidade e as motivações que levaram os respondentes a visitar Évora (tabela 8). A questão associada à frequência de visita à cidade era uma questão estruturada dicotómica (sim ou não). Relativamente às motivações que levaram as pessoas que responderam ao inquérito por questionário a visitar a cidade de Évora foi feita uma distinção entre os indivíduos

que nunca tinham visitado a cidade e os sujeitos que estavam a visitar Évora novamente. A questão associada às motivações de visita destes dois grupos de inquiridos correspondia a uma questão estruturada com escolha múltipla.

Tabela 8 - Preparação da visita à cidade de Évora

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
1 - É a primeira vez que vem a Évora? 1.1 e 1.2 - Quais foram as duas principais motivações que o(a) levaram a visitar Évora/visitar novamente Évora?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Marujo et al. (2013a, 2013b); Niemczyk (2014); Ramires et al. (2018); Vena-Oya et al. (2021)
	Estruturada com escolha múltipla	Informação básica	Figini e Vici (2012); Özel e Kozak (2012); Marujo et al. (2013a, 2013b); Simone-Charteris et al. (2013); Niemczyk (2013); Cetin e Bilgihan (2014); Ramires et al. (2018); Vena-Oya et al. (2021).

Fonte: elaboração própria

A questão relativa à associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural era de resposta aberta, ou seja, era uma questão não estruturada (tabela 9).

Tabela 9 - Associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
13 - Quando pensa na cidade de Évora qual é a principal atração cultural que lhe vem à mente?	Não estruturada	Informação básica	Marujo et al. (2013a, 2013b)

Fonte: elaboração própria

Para perceber a familiarização dos respondentes com o termo Dark Tourism foi elaborada uma questão estruturada dicotómica (sim ou não) (tabela 10).

Tabela 10 - Familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
2 - Conhece ou está familiarizado(a) com o termo "Dark Tourism" - Turismo Sombrio?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Elaboração própria

Fonte: elaboração própria

Também foi utilizada uma questão estruturada dicotómica (sim ou não) para entender se as pessoas que responderam ao inquérito por questionário consideravam que a Capela dos Ossos poderia ser identificada como uma atração de Dark Tourism (tabela 11).

Tabela 11 - Identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
3 - Considera a Capela dos Ossos como uma atração de "Dark Tourism"?	Estruturada dicotômica	Informação básica	Elaboração própria

Fonte: elaboração própria

Com o objetivo de identificar as fontes de informação através das quais os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos foi elaborada uma questão estruturada com escolha múltipla (tabela 12).

Tabela 12 - Fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
12 - Como teve conhecimento da Capela dos Ossos?	Estruturada com escolha múltipla	Informação básica	Özel e Kozak (2012); Marujo et al. (2013a, 2013b); Simone-Charteris et al. (2013); Maneenet e Tran (2014); Ramires et al. (2018).

Fonte: elaboração própria

As motivações que levaram os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos foram questionadas através de uma pergunta estruturada com escolha múltipla (tabela 13).

Tabela 13 - Motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
4 - Quais são as motivações para a sua visita à Capela dos Ossos?	Estruturada com escolha múltipla	Informação básica	Preece e Price (2005); Kang et al. (2012); Lelo e Jamal (2013); Simone-Charteris et al. (2013); Toussaint e Decrop (2013); Chang (2014); Yan et al. (2016); Zheng et al. (2016); Isaac e Çakmak (2016); Bhati et al. (2019); Mionel (2020).

Fonte: elaboração própria

As emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos também foram identificadas pelos inquiridos através de uma questão estruturada com escolha múltipla (tabela 14).

Tabela 14 - Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
5 - O que sentiu quando visitou a Capela dos Ossos?	Estruturada com escolha múltipla	Informação básica	Kang et al. (2012); Lelo e Jamal (2013); Yan et al. (2016); Isaac e Çakmak (2016); Boateng et al. (2018); Zheng et al. (2019); Mionel (2020).

Fonte: elaboração própria

Utilizou-se uma questão estruturada dicotómica (sim ou não) para se entender se os respondentes consideravam a Capela dos Ossos como uma heterotopia (tabela 15).

Tabela 15 - A Capela dos Ossos enquanto heterotopia

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
6 - Considera que a Capela dos Ossos é uma heterotopia?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Frew e White (2013); Toussaint e Decrop (2013); Stone (2013); Light (2017).

Fonte: elaboração própria

Tentou-se perceber se as pessoas que responderam ao inquérito por questionário tinham ficado satisfeitas com a sua visita à Capela dos Ossos através de uma questão estruturada dicotómica (sim ou não) (tabela 16).

Tabela 16 - Satisfação dos inquiridos relativamente à sua visita à Capela dos Ossos

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
11 - Vai recomendar a visita à Capela dos Ossos na cidade de Évora?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Simone-Charteris et al. (2013); Chen e Rahman (2018); Mionel (2020).

Fonte: elaboração própria

Para analisar a perceção dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora foram elaboradas três questões estruturadas dicotómicas (sim ou não) (tabela 17).

Tabela 17 - Perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
7 - Na sua opinião deveriam existir mais atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism” na cidade de Évora?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Elaboração própria
8 - Se na cidade de Évora existissem mais atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism” iria incluí-las na sua visita à cidade?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Elaboração própria
9 - Voltaria a visitar Évora se existissem novas atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism”?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Preece e Price (2005)

Fonte: elaboração própria

Também se tentou entender através de uma questão estruturada dicotómica (sim ou não) se os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism em Portugal. Aos inquiridos que responderam que sim na questão estruturada dicotómica foi-lhes pedido através de uma questão de resposta aberta (questão não estruturada) que indicassem as atrações de Dark Tourism que já tinham visitado em Portugal (tabela 18).

Tabela 18 - Visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal

Questão	Tipo de questão	Tipo de informação obtida	Autores
10 - Em Portugal já visitou mais alguma atração de “Dark Tourism”?	Estruturada dicotómica	Informação básica	Elaboração própria
10.1 - Se sim, indique qual(ais)	Não estruturada	Informação básica	Elaboração própria

Fonte: elaboração própria

4.6.3.2. Aplicação do inquérito por questionário

Com a finalidade de dar resposta à questão inicial, validar ou não a hipótese de estudo e cumprir os objetivos definidos anteriormente foi aplicado o inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora durante os meses de maio e julho de 2021. O inquérito por questionário foi aplicado na Capela dos Ossos da cidade de Évora devido a esta ser a única atração turística na cidade que é identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism. Refira-se que para validar/reformular algumas questões do inquérito por questionário foi feito um pré-teste a alguns visitantes da Capela de Ossos. Note-se que os

inquéritos por questionário aplicados a visitantes de atrações turísticas correspondem ao tipo de inquérito por questionário mais utilizado na investigação em turismo (Veal, 2006).

O inquérito por questionário foi aplicado de forma pessoal e direta (Eusébio et al., 2003; Veal, 2006), ou seja, cara-a-cara (Baker, 2003; Eusébio et al., 2003) aos visitantes da Capela dos Ossos. Neste tipo de aplicação o inquiridor lê as questões aos inquiridos e regista as suas respostas (Veal, 2006). Este tipo de aplicação é bastante dispendioso em termos de tempo e diminui o anonimato das respostas (Veal, 2006), mas permite obter um maior índice de respostas, mais respostas válidas, tal como um maior número de inquéritos por questionário respondidos de forma correta e completa (Eusébio et al., 2003; Veal, 2006). A aplicação pessoal e direta é a mais adequada para se conseguir obter dados primários viáveis e significativos para a investigação (Eusébio et al., 2003). Este tipo de aplicação ao originar um contacto interpessoal motiva as pessoas a responderem, uma vez que se sentem incluídas num processo credível que leva a que se sintam confiantes para responderem ao inquérito por questionário (Eusébio et al., 2003).

O inquérito por questionário foi aplicado a seres humanos e, por este motivo foi necessário respeitar os códigos de ética que estão associados a investigações que envolvem seres humanos (Veal, 2006; Jennings, 2011). Tendo os códigos de ética em consideração, a aplicação do inquérito por questionário foi realizada com base na honestidade e respeito pelas decisões e opiniões dos respondentes (Veal, 2006; Jennings, 2011). De acordo com os códigos de ética, as pessoas que são abordadas para fazerem parte da investigação devem ser informadas sobre o que se está a investigar e só depois é que devem decidir de livre e espontânea vontade se querem ou não responder ao inquérito por questionário que está a ser aplicado (Veal, 2006; Jennings, 2011). Esta orientação foi bastante respeitada porque ao abordar os visitantes da Capela dos Ossos era-lhes inicialmente explicada a natureza da investigação que estava a ser realizada e só depois é que se perguntava se estavam dispostos e disponíveis para responderem ao inquérito por questionário. Para além do aspeto já referido, de acordo com os códigos de ética também é necessário assegurar que os dados primários recolhidos são confidenciais e anónimos, sem existir a possibilidade de se poder identificar a pessoa que respondeu ao inquérito por questionário (Veal, 2006; Jennings, 2011), algo que foi respeitado através do desenvolvimento de um inquérito por questionário que se baseava no anonimato.

4.6.3.3. Técnica de amostragem utilizada

Para solucionar a questão inicial, rejeitar ou não a hipótese de estudo e cumprir o objetivo geral decidiu-se que a população que se iria estudar corresponderia aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora e, como não era possível inquirir todos os visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora teve de ser selecionada e adotada uma técnica de amostragem. A técnica de amostragem utilizada foi a técnica de amostragem não probabilística por conveniência. A técnica de amostragem não probabilística por conveniência caracteriza-se por incluir sujeitos que são facilmente acessíveis (Taherdoost, 2016; Marôco, 2018), tal como participantes voluntários e ainda elementos selecionados de forma acidental quando se cruzam com o inquiridor (Marôco, 2018). Algo que aconteceu na aplicação do inquérito por questionário para a realização da investigação necessária para a presente dissertação, uma vez que eram abordadas e inquiridas as pessoas que passavam pela investigadora quando terminavam a sua visita à Capela dos Ossos. Posto isto, é possível concluir que a técnica de amostragem não probabilística por conveniência é bastante vantajosa, pois é menos dispendiosa em termos financeiros e requer menos tempo para ser aplicada (Taherdoost, 2016). Mas, por se tratar de uma técnica de amostragem não probabilística a amostra selecionada não é representativa da população em estudo e por este motivo não é possível generalizar os resultados obtidos (Taherdoost, 2016; Marôco, 2018).

4.7. Análise dos dados primários obtidos através do inquérito por questionário

Foi utilizado o *software* IBM SPSS Statistics (24) para inserir, codificar e analisar os dados primários obtidos através da aplicação do inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora durante os meses de maio e julho de 2021. Depois desta primeira fase os dados primários obtidos através de cada questão foram analisados de forma descritiva, que segundo Marôco (2018) é algo inevitável quando se realiza alguma investigação relacionada com as ciências sociais, como é o caso da investigação que foi realizada.

Após a análise descritiva dos dados primários obtidos através do inquérito por questionário decidiu-se realizar uma análise mais profunda às motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos e, por este motivo decidiu-se cruzar estas mesmas motivações com a idade, as habilitações literárias e o género dos elementos que fizeram parte da amostra da investigação. Também se considerou ser bastante interessante analisar mais profundamente as emoções que os respondentes sentiram quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos e por esta razão,

tal como para as motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos, foram realizados cruzamentos das emoções experienciadas pelas pessoas que responderam ao inquérito por questionário durante a visita que realizaram à Capela dos Ossos com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género.

Ainda foram realizados testes estatísticos, no *software* IBM SPSS Statistics (24), cruzando as motivações que levaram os elementos da amostra a visitarem a Capela dos Ossos e as emoções que os respondentes experienciaram durante a sua visita a esta atração turística com as restantes variáveis em análise para analisar que tipo de relações apresentavam entre si. Como as variáveis em estudo eram de natureza qualitativa, o teste que foi utilizado foi o teste do Qui-Quadrado (X^2).

4.8. Conclusões

No presente capítulo foi descrita toda a metodologia que foi utilizada desde a elaboração do processo de investigação até à descrição da forma como os dados primários obtidos seriam analisados.

Na descrição de toda a metodologia utilizada e desenvolvida destaca-se a técnica de recolha de dados primários utilizada nesta investigação que foi o inquérito por questionário que diz respeito à técnica de recolha de dados primários que é mais utilizada nas investigações realizadas na área do turismo (Eusébio et al., 2003; Veal, 2006). Todas as questões que fizeram parte do inquérito por questionário foram enumeradas e justificadas de acordo com as necessidades de informação e a revisão de literatura que foi realizada. O inquérito por questionário foi aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora, pois correspondiam à população que se decidiu estudar. No entanto, foi utilizada uma técnica de amostragem que foi a técnica de amostragem não probabilística por conveniência devido à impossibilidade de se conseguir inquirir toda a população.

No capítulo seguinte será realizada a apresentação e análise dos dados primários obtidos através da aplicação do inquérito por questionário.

Capítulo 5 – Apresentação e análise dos resultados

5.1. Introdução

A apresentação e análise dos resultados corresponde à última etapa da investigação que foi realizada e possui uma grande relevância porque permite responder à questão inicial que é a seguinte: “O turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora apresenta motivações relacionadas com o Dark Tourism?”, tal como solucionar o objetivo geral e ainda confirmar ou rejeitar a hipótese de estudo.

A informação que será apresentada e analisada corresponde a dados primários que tiveram origem no trabalho de campo que se traduziu na aplicação de um inquérito por questionário. O inquérito por questionário foi aplicado entre maio e julho de 2021 e da sua aplicação resultaram 173 inquéritos por questionário válidos.

Os dados primários obtidos através dos 173 inquéritos por questionário válidos possibilitaram a realização de uma caracterização sociodemográfica dos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora, que é a única atração turística da cidade que é identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism. Estes dados permitiram perceber se era a primeira vez que os inquiridos estavam na cidade e também foi possível através dos dados primários analisar as motivações que fizeram os respondentes visitar pela primeira vez a cidade tal como identificar as motivações dos sujeitos que estavam a repetir a sua visita à cidade e que responderam ao inquérito por questionário. Ainda foi possível identificar a principal atração cultural que as pessoas que responderam ao inquérito por questionário associaram à cidade de Évora.

Através dos dados primários obtidos através do inquérito por questionário foi possível entender se os visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora que fizeram parte da amostra, estavam familiarizados com o conceito de Dark Tourism, se consideravam a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism e ainda se classificavam esta atração turística como uma heterotopia que é uma característica dos locais e atrações de Dark Tourism (Frew & White, 2013; Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013; Light, 2017).

Algo fundamental que foi possível analisar através do inquérito por questionário foram as motivações que os inquiridos apresentaram para visitar a Capela dos Ossos, tal como identificar as emoções que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário sentiram quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos.

Foi também possível identificar as fontes de informação que os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário utilizaram para preparar a sua visita à Capela dos Ossos, tal como entender se os respondentes iriam recomendar esta atração turística a outras pessoas.

Utilizando os dados primários conseguiu-se ainda compreender a opinião dos respondentes sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora, tal como perceber se incluiriam no seu itinerário de visita mais atrações/produtos/atividades/rotas de Dark Tourism caso estas já existissem na cidade e ainda foi possível entender se voltariam de propósito a Évora apenas para conhecerem novas atrações/produtos/atividades/rotas que fossem desenvolvidas no futuro.

Foi ainda possível compreender se os inquiridos já tinham visitado mais alguma atração de Dark Tourism em Portugal.

Após a análise descritiva dos dados primários recolhidos através do inquérito por questionário decidiu-se estudar de forma mais aprofundada as motivações que levaram as pessoas que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos e as emoções que sentiram quando realizaram a sua visita a esta atração turística e, por este motivo foram realizados cruzamentos dos resultados destas duas questões com três variáveis que permitiram realizar a caracterização sociodemográfica dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário que foram as seguintes: idade, habilitações literárias e género.

Por fim, também para analisar de forma mais profunda as motivações que levaram os inquiridos a visitar a Capela dos Ossos e as emoções que os mesmos sentiram quando realizaram a sua visita a esta atração turística foram realizados testes estatísticos no *software* IBM SPSS Statistics (24) que se traduziram no cruzamento das variáveis associadas às motivações e emoções dos respondentes com as restantes variáveis em análise. Devido à natureza qualitativa das variáveis em estudo o teste estatístico que foi aplicado foi o teste do Qui-Quadrado (X^2).

A ligação com os autores que fazem parte da revisão de literatura será realizada ao longo da apresentação e análise dos resultados obtidos.

5.2. Caracterização sociodemográfica dos inquiridos

Os dados recolhidos através do inquérito por questionário possibilitaram a realização de uma caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos utilizando as seguintes variáveis: a) Género; b) Idade; c) Nacionalidade; d) Profissão; e) Habilitações literárias.

a) Género

No que diz respeito ao género das pessoas que responderam ao inquérito por questionário (figura 4) foi possível verificar que a maioria era do género feminino (63,6%). Os dados obtidos vão ao encontro dos resultados das investigações de Cohen (2010), Lelo e Jamal (2013), Simone-Charteris et al. (2013), Coutinho e Baptista (2014), Cetin e Bilgihan (2014), Croes e Semrad (2015), Zheng et al. (2016), Ramires et al. (2018), Zheng et al. (2019), Bhati et al. (2019), Gómez (2019) e Mionel (2020), uma vez que estes autores nas suas investigações também verificaram que o número dos inquiridos do género feminino era superior ao número de respondentes do género masculino. Ao observar a figura 4 é possível afirmar que o número de elementos do género feminino que responderam ao inquérito por questionário (63,6%) foi quase o dobro do número de indivíduos do género masculino que fizeram parte da amostra (36,4%), algo que também se verificou nos estudos realizados por Cohen (2010), Zheng et al. (2016) e Zheng et al. (2019).

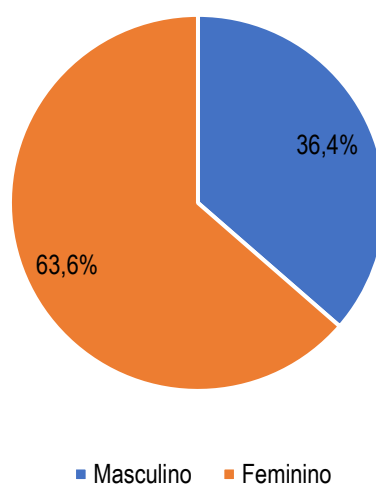


Figura 4 - Género

Fonte: elaboração própria

b) Idade

Foram inquiridas apenas pessoas com idade igual ou superior a quinze anos para ser possível integrar os visitantes que estivessem a realizar alguma visita de estudo. Com o intuito de

facilitar a análise dos resultados obtidos foram criadas sete classes etárias que se podem observar na figura 5. A partir das classes etárias foi possível concluir que a terceira classe etária (trinta aos 39 anos) foi a que registou o maior número de inquiridos (29,5%). Em seguida, surgiu a segunda classe etária (vinte anos aos 29 anos) que concentrou 22,5% do total de respostas. Depois foi possível encontrar a quarta e quinta classes etárias (quarenta anos aos 49 anos e cinquenta aos 59 anos) que apresentaram ambas valores 16,2% no total da amostra. Seguidamente, surgiu a sexta classe etária (sessenta anos aos 69 anos) que registou 6,9% do total de respondentes. Em penúltimo lugar encontrou-se a primeira classe etária (\leq a dezanove anos) que concentrou 5,2% do total de inquiridos e, por fim surgiu a última classe etária identificada (\geq a setenta anos) que registou 3,5% do total de respostas. Verificou-se que a maioria dos visitantes da Capela dos Ossos que responderam ao inquérito por questionário tinham entre vinte e 39 anos (52,0%), o que mostrou que a maioria das pessoas que fizeram parte da amostra eram jovens adultos e adultos (figura 5).

Os resultados obtidos vão ao encontro das conclusões feitas por Cohen (2010), Özel e Kozak (2012), Figini e Vici (2012), Lelo e Jamal (2013), Coutinho e Baptista (2014), Cetin e Bilgihan (2014), Croes e Semrad (2015), Isaac e Çakmak (2016), Chen e Rahman (2018), Ramires et al. (2018), Bhati et al. (2019), Gómez (2019), Mionel (2020), Konstantakis et al. (2020) e Wei et al. (2020) que também verificaram que a maioria dos inquiridos que responderam aos seus inquéritos por questionário eram adultos. Mas, a análise realizada é muito semelhante às que foram realizadas por Simone-Charteris et al. (2013), Yan et al. (2016), Zheng et al. (2016) e Zheng et al. (2019), na medida em que estes autores concluíram também que a maioria da amostra dos seus estudos correspondia a jovens adultos e a adultos com um intervalo de idades quase idêntico ao que se verificou para os visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora que responderam ao inquérito por questionário.

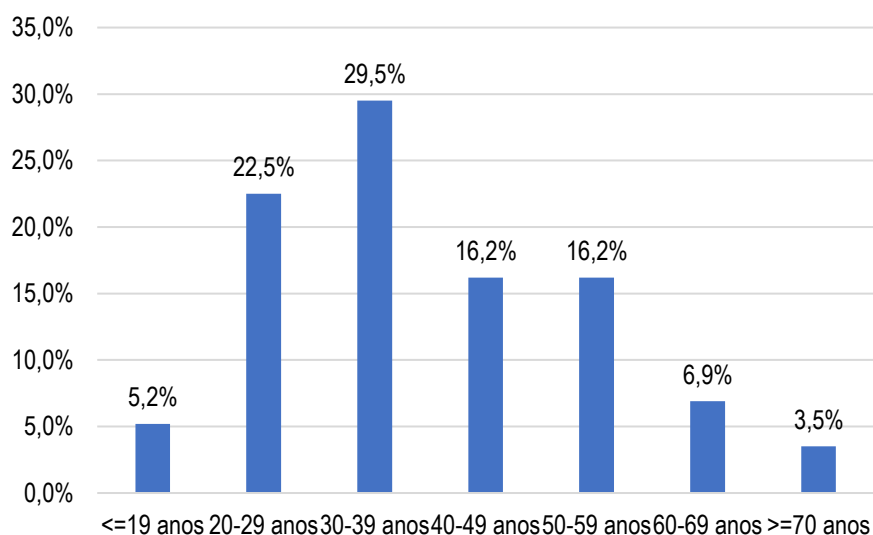


Figura 5 - Idade

Fonte: elaboração própria

c) Nacionalidade

Após a análise da tabela 19 que diz respeito à nacionalidade dos inquiridos foi possível identificar que as cinco principais nacionalidades foram as seguintes: a nacionalidade portuguesa que representou 68,8% do total de pessoas que responderam ao inquérito por questionário, a nacionalidade brasileira que concentrou 12,1% do total das respostas e as nacionalidades inglesa, espanhola e alemã que apresentaram, cada uma delas, uma representatividade de 2,9% no total da amostra. Com estes dados foi possível concluir que a maioria dos visitantes da Capela dos Ossos durante os meses de maio e julho de 2021 foram visitantes nacionais, ilustrando a grande importância que o turismo interno tem para a cidade. No que diz respeito aos visitantes internacionais foi o continente americano que apresentou uma maior representatividade em termos de países emissores e, esta também foi uma das conclusões dos estudos realizados por Croes e Semrad (2015) e Boateng et al. (2018). Tal como já foi referido a grande maioria dos inquiridos eram visitantes nacionais algo que também foi verificado nas pesquisas realizadas por Figini e Vici (2012), Bhati et al. (2019), Gómez (2019) e Mionel (2020).

Tabela 19 - Nacionalidade dos inquiridos

Nacionalidade	% do total de inquiridos
Portuguesa	68,8
Brasileira	12,1
Inglesa	2,9
Espanhola	2,9
Alemã	2,9
Americana	2,2
Francesa	1,2
Dinamarquesa	1,2
Holandesa	1,2
Canadense	1,2
Outras Europa	2,2
Outras Mundo	1,2
Total	100

Fonte: elaboração própria

Do total de 173 inquéritos por questionário válidos, 119 foram respondidos por pessoas de nacionalidade portuguesa que equivalem a 68,8% do total de respostas, como foi possível observar na tabela 19. Devido ao elevado número de inquiridos de nacionalidade portuguesa considerou-se ser relevante analisar a região de origem dos respondentes nacionais. Para facilitar a análise, as respostas foram agrupadas utilizando a Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos II (NUTS II). Existem sete NUTS II que são as seguintes: Norte, Centro, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo, Algarve, Região Autónoma da Madeira e a Região Autónoma dos Açores. No entanto, é importante referir que não foi inquirida nenhuma pessoa que fosse originária da Região Autónoma dos Açores como é possível observar na figura 6. Após a análise da figura 6 foi possível concluir que 44,5%, ou seja, a maior parte dos respondentes de nacionalidade portuguesa eram provenientes da Área Metropolitana de Lisboa. Em seguida, surgiram as regiões do Norte e do Centro que concentraram ambas uma representatividade de 20,2% no total de respostas de pessoas de nacionalidade portuguesa. A região do Alentejo foi a quarta região de origem mais referida e correspondeu a 10,9% do total de inquiridos portugueses. Seguidamente, surgiu a região do Algarve de onde eram provenientes 2,5% dos visitantes da Capela dos Ossos, durante o período de aplicação do inquérito por questionário, de origem portuguesa e por fim, a Região Autónoma da Madeira foi a região que apresentou os valores mais baixos no que diz respeito à região de origem dos indivíduos de nacionalidade portuguesa que responderam ao inquérito, uma vez que representou apenas 1,7% do total de respostas de sujeitos de origem portuguesa.

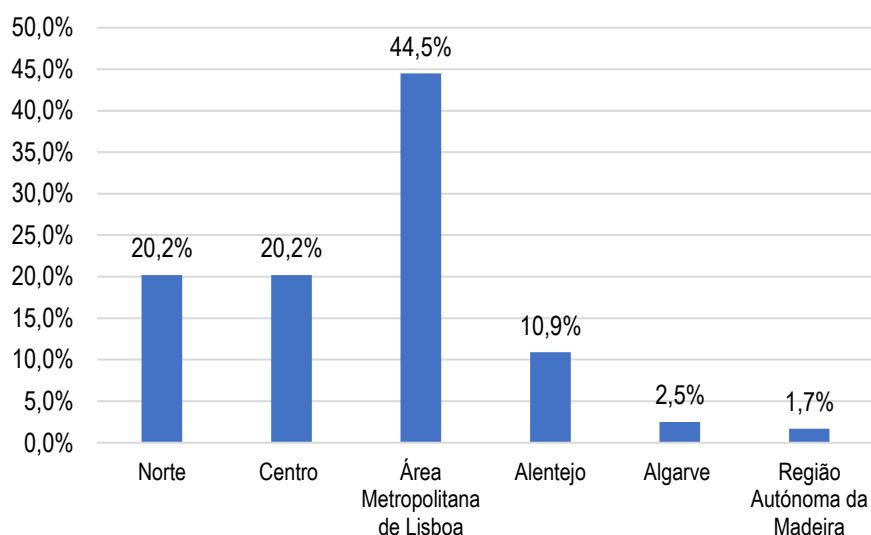


Figura 6 - Região de origem dos inquiridos de nacionalidade portuguesa

Fonte: elaboração própria

d) Profissão

Para se determinar a situação profissional dos visitantes da Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário foram apresentadas cinco opções de resposta que eram as seguintes: “1-Estudante”, “2-Trabalhador/a por conta própria”, “3-Trabalhador/a por conta de outrem”, “4-Desempregado/a” e “5-Reformado/a”.

Tendo em consideração a figura 7 foi possível verificar que a maioria dos visitantes da Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário se encontravam a trabalhar por conta de outrem (65,3%). Em seguida, surgiram os trabalhadores por conta própria e os estudantes que representaram ambos 11,0% do total de respostas. Com estes dados, foi possível concluir que a grande maioria dos inquiridos (76,3%) se encontrava a trabalhar o que confirmou, o que se tinha verificado quando se analisou a idade, que foi que a maioria dos respondentes se encontravam em idade ativa. A quarta opção mais referida foi “reformado/a” que representou 7,5% do total da amostra e, por fim surgiram as pessoas desempregadas que corresponderam a 5,2% do total de respostas.

Os resultados obtidos através da aplicação do inquérito por questionário durante maio e julho de 2021 correspondem às conclusões realizadas por Cohen (2010), Figini e Vici (2012), Özel e Kozak (2012), Lelo e Jamal (2013), Ramires et al. (2018), Konstantakis et al. (2020) e por Wei et al. (2020), uma vez que a maioria dos inquiridos que participaram nos estudos destes autores também eram trabalhadores por conta de outrem. No entanto, os dados alcançados são bastante semelhantes aos obtidos por Yan et al. (2016) pois estes autores também verificaram que a maioria

dos respondentes da sua investigação eram trabalhadores por conta de outrem, sendo seguidos pelos estudantes. Em terceiro lugar estes autores encontraram os trabalhadores por conta própria com valores muito semelhantes aos estudantes e, por fim com o menor número de respostas surgiram as pessoas reformadas (Yan et al., 2016). Posto isto, é possível afirmar que os resultados da pesquisa realizada por estes autores no que diz respeito à profissão dos respondentes são muito semelhantes às conclusões que foram possível realizar através da aplicação do inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos durante os meses de maio e julho de 2021. A principal diferença que é possível identificar na investigação realizada por Yan et al. (2016) é que nas opções de resposta para a questão relacionada com a profissão dos inquiridos estes autores não contemplaram a opção “desempregado/a”.

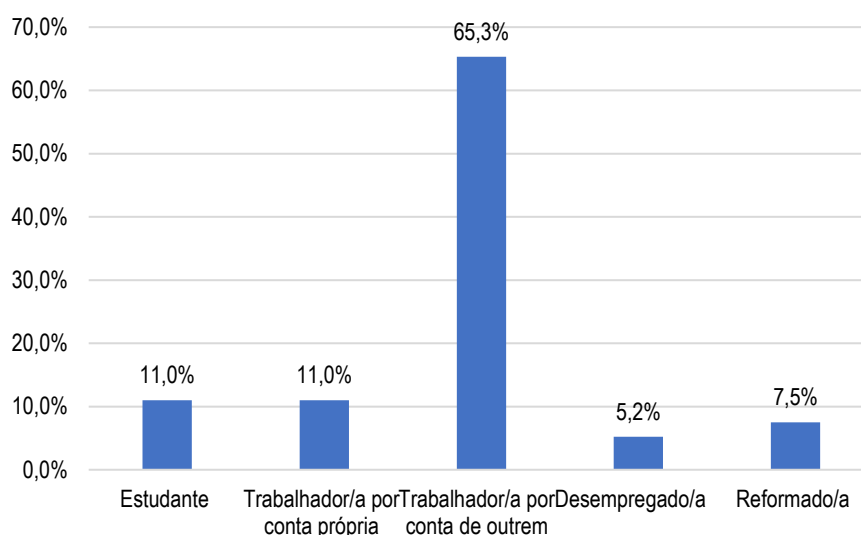


Figura 7 - Profissão

Fonte: elaboração própria

e) Habilitações literárias

Existiam sete opções para responder a esta questão e as opções eram as seguintes: “1-Sem estudos”, “2-Ensino Primário”, “3-Ensino Básico”, “4-Ensino Profissional”, “5-Ensino Secundário”, “6-Bacharelato/Licenciatura” e “7-Mestrado/Doutoramento”.

Ao analisar a figura 8 foi possível identificar que a maioria dos visitantes da Capela dos Ossos que responderam ao inquérito por questionário selecionaram a opção seis que corresponde ao bacharelato e à licenciatura (38,2%). Em segundo lugar, surgiu o ensino secundário, que concentrou 28,9% do total de respostas, seguindo-se os inquiridos que responderam mestrado/doutoramento que corresponderam a 20,2% da amostra. O ensino básico foi mencionado por 9,8% dos elementos da amostra, seguindo-se o ensino profissional que registou

uma representatividade de 2,3% no universo de respostas e, por fim, verificou-se que apenas 0,6% dos respondentes escolheram a segunda opção que correspondia ao ensino primário. É importante referir que nenhum indivíduo que respondeu ao inquérito por questionário selecionou a primeira opção (sem estudos). Os sujeitos com um nível de ensino superior (bacharelato/licenciatura e mestrado/doutoramento) corresponderam à maioria de pessoas que visitou a Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário, uma vez que se as opções de resposta referentes ao ensino superior forem conjugadas representam 58,4% do total de respostas. Tendo este aspeto em consideração é possível afirmar que a maioria dos visitantes da Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário apresentou elevadas habilitações literárias.

Tal como o que se verificou nos resultados do inquérito por questionário realizado aos visitantes da Capela dos Ossos durante os meses de maio e julho de 2021, os autores Cohen (2010), Özel e Kozak (2012), Coutinho e Baptista (2014), Cetin e Bilgihan (2014), Yan et al. (2016), Chen e Rahman (2018), Ramires et al. (2018), Mionel (2020), Konstantakis et al. (2020) e Wei et al. (2020) também chegaram à conclusão que a maioria dos indivíduos que respondeu aos seus inquéritos por questionário também apresentou diplomas de ensino superior.

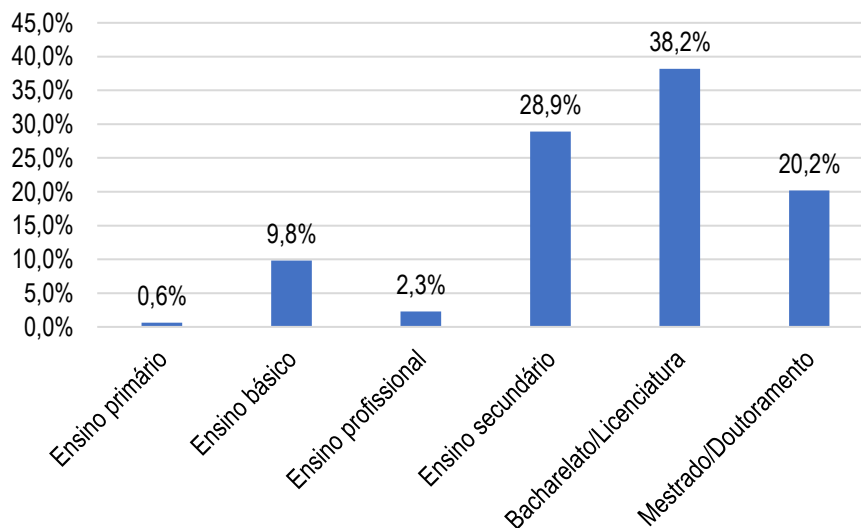


Figura 8 - Habilitações literárias

Fonte: elaboração própria

5.3. Preparação da visita à cidade de Évora

As perguntas que estavam incluídas no inquérito por questionário permitiram entender a preparação que os inquiridos realizaram antes de visitarem a cidade de Évora. Esta preparação

da visita à cidade de Évora será analisada através de duas variáveis que são: a) frequência de visita à cidade e b) motivações para visitar a cidade.

a) Frequência de visita à cidade

Através da análise da figura 9 verificou-se que 56,1% dos inquiridos, ou seja, a maioria estava a visitar a cidade pela primeira vez e que 43,9% dos respondentes já tinham estado na cidade anteriormente. Esta conclusão também fez parte das investigações realizadas por Marujo et al. (2013a, 2013b), pois estes autores também verificaram que a maioria das pessoas que fizeram parte da amostra utilizada no seu estudo também estava a visitar a cidade de Évora pela primeira vez.

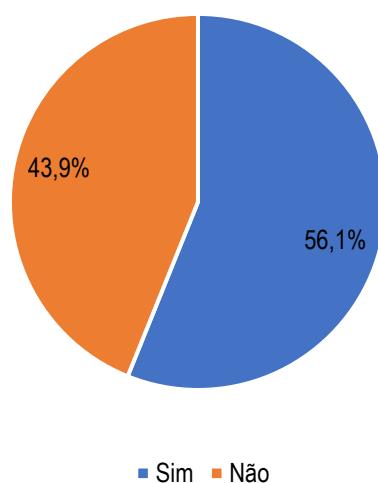


Figura 9 - Primeira visita à cidade de Évora

Fonte: elaboração própria

b) Motivações para visitar a cidade

Após se ter identificado a frequência de visita à cidade de Évora, foi questionado aos inquiridos que estavam a visitar a cidade pela primeira vez quais tinham sido as suas motivações para escolherem Évora como um destino de visita e foi também perguntado aos respondentes que já tinham visitado a cidade quais tinham sido as motivações que os fizeram regressar a Évora. As motivações para visitarem a cidade foram questionadas a estes dois grupos com o objetivo de se identificarem as semelhanças e as diferenças entre os inquiridos que não conheciam a cidade e os respondentes que já estavam familiarizados com a cidade, tal como foi feito na investigação realizada por Marujo et al. (2013a).

Como foi possível verificar na figura 9 cerca de 56,1% das pessoas que responderam ao inquérito por questionário nunca tinham visitado a cidade anteriormente e, para estes 97 respondentes, a questão para selecionarem as motivações que os fizeram visitar a cidade de Évora apresentava oito opções de resposta que eram as seguintes: 1-Ser uma cidade da UNESCO (Marujo et al., 2013a, 2013b), 2-Património cultural construído (Marujo et al., 2013a, 2013b; Niemczyk, 2013; Ramires et al., 2018; Vena-Oya et al., 2021), 3-Gastronomia (Marujo et al., 2013a, 2013b), 4-Vinhos (Marujo et al., 2013a, 2013b), 5-Património cultural imaterial (Vena-Oya et al., 2021), 6-Visitar familiares/amigos (Figini & Vici, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b; Niemczyk, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Ramires et al., 2018; Gómez, 2019), 7-Motivos profissionais (Congressos, negócios) (Figini & Vici, 2012; Niemczyk, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Cetin & Bilgihan, 2014; Ramires et al., 2018) e 8-Outra. Qual?. A última opção de resposta foi incluída na lista para conferir aos indivíduos alguma liberdade para poderem referir motivações que não faziam parte da lista, mas que foram determinantes para a escolha da cidade de Évora enquanto destino turístico.

Ao analisar a figura 10 verificou-se que as duas motivações mais referidas pelos sujeitos que estavam a visitar a cidade de Évora pela primeira vez foram as motivações relacionadas com o património cultural construído e com o facto de a cidade de Évora apresentar uma classificação da UNESCO. Nas investigações realizadas por Marujo et al. (2013a, 2013b) também se verificou que o património construído foi a motivação mais mencionada pelos indivíduos que estavam a visitar a cidade pela primeira vez. Estas duas motivações concentraram 36,6% e 29,5% do total de respostas, respetivamente. As duas motivações mais referidas pelos inquiridos que nunca tinham estado na cidade anteriormente conjugadas apresentaram uma representatividade de 66,1% nas respostas dadas por estas pessoas, ou seja, a grande maioria das respostas estão associadas com estas duas motivações que correspondem a duas características pelas quais a cidade de Évora é conhecida e reconhecida nacional e internacionalmente. As restantes motivações apresentaram valores bastante reduzidos quando comparados com os valores apresentados pelas duas motivações mais referidas. A gastronomia foi a terceira motivação mais citada pelos respondentes que estavam a visitar a cidade pela primeira vez e apresentou valores de 8,2%. As motivações profissionais (congressos, negócios) foram referidas por 3,8% dos inquiridos. O “Património cultural imaterial” e a “Visita a familiares e amigos” foram duas motivações que apenas motivaram 3,3% das pessoas que nunca tinham estado na cidade anteriormente e, por fim os “Vinhos” só foram escolhidos por 2,7% dos sujeitos que se encontravam a visitar Évora pela primeira vez. Importa também referir que a oitava opção de

resposta foi escolhida por 12,6% dos indivíduos que nunca tinha visitado Évora e as motivações referidas por estes respondentes na opção “Outra” serão analisadas de seguida.

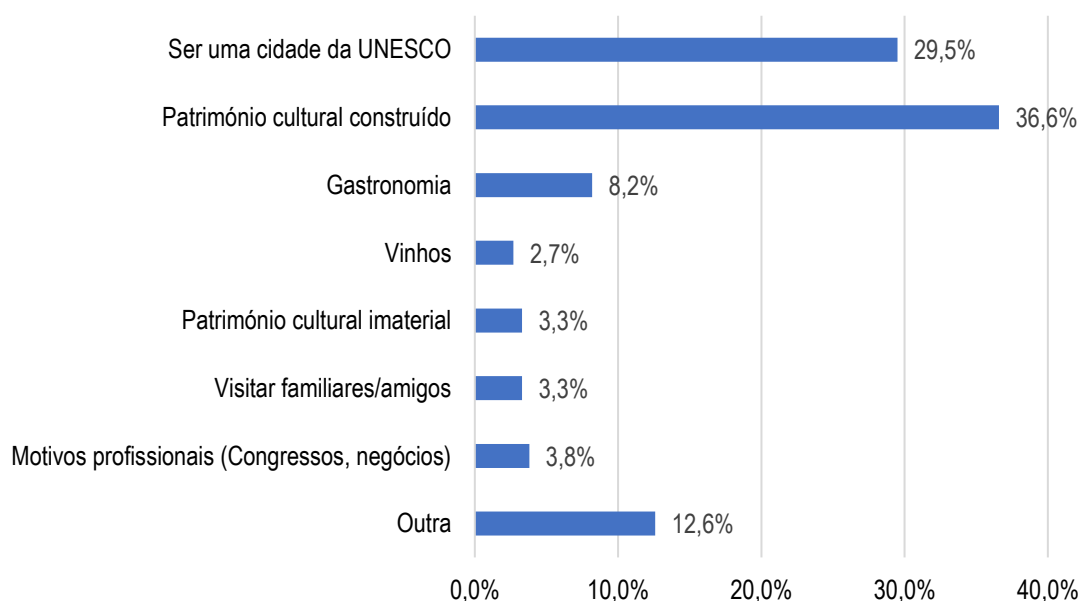


Figura 10 - Motivações dos inquiridos que nunca tinham visitado a cidade anteriormente

Fonte: elaboração própria

Das 97 pessoas que estavam a visitar a cidade de Évora pela primeira vez, 23 escolheram a motivação “Outra” que concentrou 12,6% (figura 10) do total das respostas dadas pelos inquiridos que nunca tinham visitado a cidade anteriormente no que diz respeito às motivações para visitarem pela primeira vez a cidade. A tabela 20 apresenta todas as motivações que foram referidas pelos respondentes que estavam a conhecer a cidade de Évora pela primeira vez na opção “Outra” e, é possível concluir que a motivação mais referida que não constava na lista apresentada inicialmente foi a motivação “Lazer” que obteve 26,2% do total das respostas para a opção “Outra” relativamente às motivações que levaram os inquiridos a visitar Évora pela primeira vez.

Tabela 20 - Outras motivações referidas pelos inquiridos que estavam a visitar Évora pela primeira vez

Motivações	% de respostas
Assuntos pessoais	8,7
Bom tempo e proximidade ao local de residência	8,7
Ser uma cidade que conheceram através da <i>Internet</i>	4,3
Curiosidade	8,7
Lazer	26,2
Proximidade a Lisboa	8,7
Proximidade a outros locais que visitou	4,3
Ser uma cidade conhecida e recomendada pelas pessoas com quem estão a viajar	8,7
Visitar todo o Alentejo	4,3
Visitar todo o país	13,1
Vontade de conhecer a cidade	4,3
Total	100

Fonte: elaboração própria

No que diz respeito às 76 pessoas que já tinham estado na cidade de Évora, que corresponderam a 43,9% do total da amostra, foi-lhes questionado quais eram as suas motivações para estarem a visitar Évora novamente. A questão para os inquiridos que já tinham visitado Évora apresentou nove opções de resposta que foram as seguintes: 1-Ser uma cidade da UNESCO (Marujo et al., 2013a, 2013b), 2-Património cultural construído (Marujo et al., 2013a, 2013b; Niemczyk, 2013; Ramires et al., 2018; Vena-Oya et al., 2021), 3-Visitar familiares/amigos (Figini & Vici, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b; Niemczyk, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Ramires et al., 2018; Gómez, 2019), 4-Motivos profissionais (Congressos, negócios) (Figini & Vici, 2012; Niemczyk, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Cetin & Bilgihan, 2014; Ramires et al., 2018); 5-Gastronomia (Marujo et al., 2013a, 2013b), 6-Hospitalidade (Marujo et al., 2013a, 2013b), 7-Vinhos (Marujo et al., 2013a, 2013b), 8-Património cultural imaterial (Vena-Oya et al., 2021) e 9-Outra. Qual?. Tal como já se verificou anteriormente a opção “Outra. Qual?” serviu para que os elementos que fizeram parte da amostra pudessem referir outras motivações que foram importantes para visitarem a cidade novamente e que não se encontravam presentes na lista inicialmente apresentada.

Ao observar a figura 11 foi possível verificar que existiram algumas semelhanças entre os respondentes que nunca tinham visitado a cidade de Évora e os indivíduos que já tinham estado na cidade anteriormente no que diz respeito às suas motivações para visitarem Évora. A principal semelhança é que as duas principais motivações referidas pelos sujeitos que estavam a repetir a

visita à cidade correspondem às duas motivações mais mencionadas pelas pessoas que estavam a visitar a cidade pela primeira vez e, estas motivações são “Património cultural construído” e “Ser uma cidade da UNESCO”. A motivação ligada ao património cultural construído concentrou 32,6% das respostas dos respondentes que já tinham estado anteriormente na cidade de Évora e a motivação relacionada com a cidade de Évora apresentar uma classificação da UNESCO foi referida por 16,3% dos inquiridos que estavam a repetir a visita. As duas motivações mais mencionadas apresentaram conjugadas um valor de 48,9% no total da amostra de indivíduos que já tinham estado em Évora, ou seja, quase metade do total de respostas, o que mostra que as pessoas decidem visitar Évora novamente devido a duas características marcantes em termos de identidade da cidade e que contribuem muito para a sua popularidade em termos turísticos. Outra semelhança está relacionada com a terceira motivação que registou mais respostas que foi a motivação associada à gastronomia, que exibiu valores de 15,6% no total da amostra dos sujeitos que estavam a repetir a visita à cidade. Existe semelhança porque a motivação “Gastronomia” também foi a terceira motivação mais citada pelas pessoas que nunca tinham visitado a cidade de Évora. De seguida, com valores mais inferiores, surgem as motivações “Património cultural imaterial” e “Visitar familiares/amigos” que concentraram ambas uma representatividade de 7,1% nas respostas dadas pelos respondentes que já tinham estado na cidade. Algo que é importante referir é que estas duas motivações também apresentaram valores de representatividade idênticos no total de respostas dos inquiridos que estavam a visitar a cidade pela primeira vez, que neste caso foram valores de 3,3%. Seguidamente, surge a motivação “Vinhos” que foi referida por 5,0% dos indivíduos que estavam a visitar Évora novamente. Logo após a motivação “Vinhos” foi possível encontrar a motivação “Motivos profissionais (Congressos, negócios)” que foi mencionada por 4,3% dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário e que já tinham visitado a cidade anteriormente. A motivação menos referida pelas pessoas que estavam a repetir a visita a Évora foi a motivação “Hospitalidade” que concentrou 2,1% do total de respostas. Tal como o que se verificou para os respondentes que nunca tinham estado na cidade, uma percentagem considerável dos indivíduos que já tinham estado na cidade (9,9%) escolheu a opção “Outra”. As motivações referidas por estes inquiridos nesta opção serão de seguida referidas.

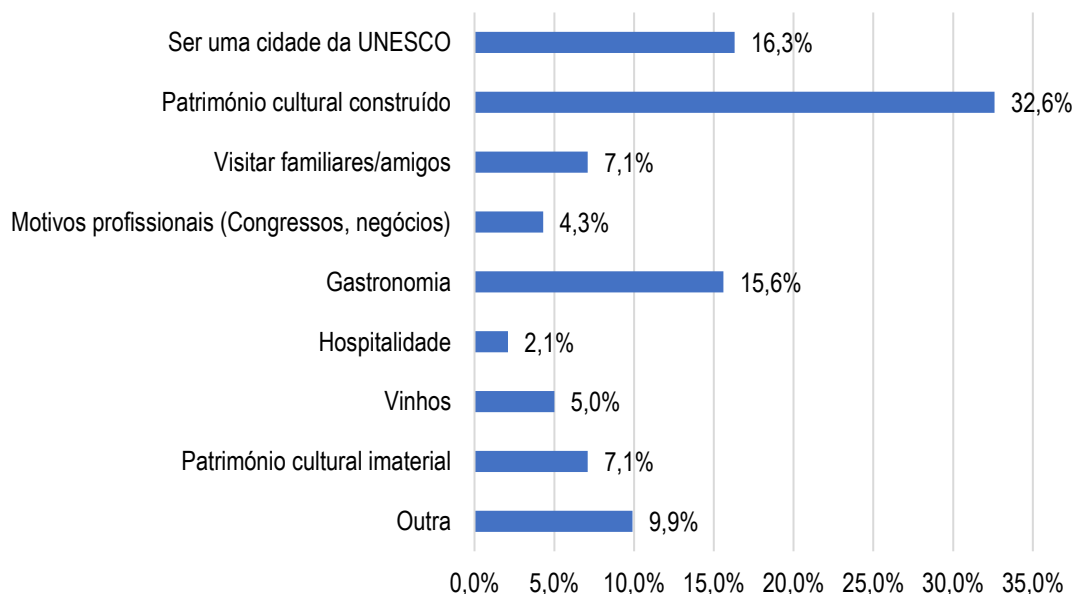


Figura 11 - Motivações dos inquiridos que já tinham visitado a cidade anteriormente

Fonte: elaboração própria

Responderam ao inquérito por questionário 76 indivíduos que já tinham visitado a cidade anteriormente e catorze destes inquiridos selecionaram a opção “Outra” que registou 9,9% (figura 11) do total de respostas das pessoas que estavam a repetir a visita à cidade de Évora. A tabela 21 engloba todas as motivações mencionadas pelos sujeitos que já conheciam a cidade de Évora na opção “Outra”. Ao analisar a tabela 21 foi possível afirmar que a motivação mais referida na opção “Outra”, foi a motivação “Lazer” que concentrou 21,6% do total de respostas dos indivíduos que estavam a visitar a cidade novamente. Os inquiridos que nunca tinham visitado a cidade de Évora anteriormente também referiram principalmente a motivação “Lazer” na opção “Outra” que correspondeu a 26,2% (tabela 20) do total de respostas dos respondentes que estavam a visitar a cidade de Évora pela primeira vez. Esta é outra grande semelhança que existe entre os visitantes que nunca tinham estado na cidade e as pessoas que estavam a repetir a visita à cidade, o que mostra que o lazer é uma motivação importante para se visitar a cidade de Évora tanto para indivíduos que estejam a visitar a cidade pela primeira vez como para sujeitos que já tenham estado na cidade anteriormente.

Após a análise da figura 10 e da figura 11 foi possível afirmar que as principais motivações que levaram as pessoas a visitar novamente a cidade de Évora são semelhantes às motivações fundamentais que fizeram com que os sujeitos visitassem a cidade pela primeira vez. Também é possível concluir que as motivações mais referidas tanto por visitantes que estavam a conhecer a cidade pela primeira vez como por respondentes que já conheciam a cidade correspondem a

características culturais e elementos patrimoniais da cidade de Évora bastante divulgados e que estão integrados no conjunto de características intrínsecas de Évora que a tornam tão atrativa, despertando a curiosidade de várias pessoas, ou seja, as características únicas e distintivas bastante publicitadas de Évora conseguem atrair diversos visitantes e originar a grande maioria de visitas à cidade.

Tabela 21 - Outras motivações referidas pelos inquiridos que já tinham visitado a cidade de Évora anteriormente

Motivações	% das respostas
Assuntos pessoais	7,1
Clima	7,1
Compras	7,1
Fazer salto de paraquedas	7,1
Gostar de visitar a cidade	7,1
Lazer	21,6
Motivações relacionadas com a educação	7,1
Necessidade de voltar à cidade	7,1
Paragem na viagem	7,1
Motivações relacionadas com a saúde	14,5
Visitar todo o Alentejo	7,1
Total	100

Fonte: elaboração própria

5.4. Associação da cidade de Évora a uma atração turística cultural

Para que os inquiridos pudessem associar a cidade de Évora a uma atração turística cultural o inquérito por questionário apresentava uma pergunta de resposta aberta que permitia aos respondentes nomearem a atração turística cultural que na sua opinião individual mais identificava e caracterizava a cidade de Évora em termos culturais.

Na tabela 22 é possível observar todas as atrações culturais que foram mencionadas pelas pessoas que responderam ao inquérito por questionário. As atrações culturais referidas incluíram atrações culturais materiais e atrações culturais imateriais, mas as atrações culturais materiais foram mais citadas pelos inquiridos concentrando 92,6% do total das respostas, uma vez que apenas duas atrações culturais imateriais foram enumeradas pelos respondentes e dizem respeito à gastronomia e ao vinho. Com os dados presentes na tabela 22 foi possível verificar que existiram

duas atrações culturais que se destacaram e estas atrações culturais são o Templo Romano e a Capela dos Ossos que concentraram 39,9% e 27,2% das respostas dadas pelos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário, respetivamente. Estas duas atrações culturais reuniram em conjunto 67,1% de todas as respostas, o que permite concluir que a grande maioria das pessoas que visitaram a cidade de Évora a associaram principalmente ao Templo Romano e à Capela dos Ossos que são duas atrações únicas que caracterizam Évora e lhe conferem identidade, despertando o interesse de diversos visitantes nacionais e internacionais. Nas investigações realizadas por Marujo et al. (2013a, 2013b) também se verificou que o Templo Romano foi a principal atração turística referida pelos respondentes que participaram no estudo destes autores.

Tabela 22 - Principal atração turística cultural que os inquiridos associam à cidade de Évora

Atrações culturais	% de respostas
Templo Romano	39,9
A cidade	4,0
Capela dos Ossos	27,2
Muralhas	5,2
Catedral	4,0
Vinho	4,0
Ordem São Francisco de Assis	0,6
Universidade	2,2
Classificação da UNESCO	1,2
Património	0,6
Gastronomia	3,4
Arquitetura	0,6
Ruas da cidade	0,6
Monumentos	1,7
Malagueira (Siza Vieira)	0,6
Casas com o rodapé amarelo	1,2
As casas	0,6
Cidade antiga	0,6
Aqueduto	0,6
Centro histórico	0,6
Fundação Eugénio de Almeida	0,6
Total	100

Fonte: elaboração própria

5.5. Familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism

Pretendeu-se explorar com a investigação realizada se os visitantes da Capela dos Ossos conheciam o termo Dark Tourism e, este seria o ponto de partida para as restantes questões do inquérito por questionário que se baseavam no Dark Tourism.

Quando foi questionado aos inquiridos se estes estavam familiarizados com o termo Dark Tourism verificou-se que a esmagadora maioria, mais precisamente 83,2%, respondeu que não. Este resultado permitiu concluir que apenas 16,8% das pessoas que responderam ao inquérito por questionário é que conheciam o que era o Dark Tourism e o que caracterizava este tipo de turismo (figura 12). Com estes resultados foi possível afirmar que a grande maioria dos visitantes da Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário nem sequer sabiam que o Dark Tourism existia e, este desconhecimento pode ser justificado pelo facto de o Dark Tourism ser um tipo de turismo muito pouco desenvolvido em Portugal, e também por ser um tipo de turismo emergente ou em fase de desenvolvimento em alguns dos países de origem dos respondentes.

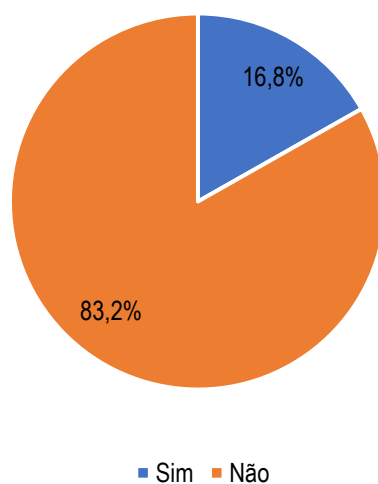


Figura 12 - Familiarização com o termo Dark Tourism

Fonte: elaboração própria

5.6. Identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism

Após se questionar os respondentes sobre o facto de estarem familiarizados com o termo Dark Tourism tentou-se entender se os inquiridos consideravam que a Capela dos Ossos poderia ser identificada e caracterizada como uma atração de Dark Tourism. Esta questão tem uma importância extrema na medida em que vai permitir validar ou negar a hipótese de estudo.

Para a realização desta análise é importante referir que foi apresentada a definição de Dark Tourism elaborada por Lennon e Foley no ano de 2000, que foi citada nos trabalhos: de Preece e Price (2005), Cohen (2010), Garcia (2012), Kim e Butler (2015), Yan et al. (2016), Light (2017), Powell et al. (2018), Boateng et al. (2018), Marques (2018) e Ilijev (2020) a todas as

peças que fizeram parte da amostra e que responderam negativamente à questão relacionada com o seu conhecimento sobre o termo Dark Tourism. A apresentação de uma definição de Dark Tourism aos respondentes que não conheciam este tipo de turismo, fez com que todos os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário tivessem conhecimento da essência e das características do Dark Tourism, o que facilitou a formulação de uma opinião sobre o facto da Capela dos Ossos poder ser identificada como uma atração de Dark Tourism.

Esta questão não foi respondida pelos 173 inquiridos, mas sim por 172 respondentes, uma vez que um dos sujeitos que respondeu ao inquérito por questionário mesmo após lhe ter sido apresentada uma definição de Dark Tourism não conseguiu expressar a sua própria opinião sobre o facto da Capela dos Ossos poder ser considerada como uma atração de Dark Tourism.

Tendo estes aspetos em consideração, ao observar a figura 13 foi possível verificar que dos 172 indivíduos que responderam a esta questão 76,7%, ou seja, a maioria identificou a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism e que os restantes 23,3% da amostra consideraram que a Capela dos Ossos não poderia ser englobada numa oferta de Dark Tourism. Com estes resultados foi possível afirmar que a grande maioria dos respondentes após terem conhecimento do que caracterizava o Dark Tourism e o que este envolvia decidiram que a Capela dos Ossos tinha todas as características e requisitos para ser considerada como uma atração de Dark Tourism e ser incluída numa oferta turística relacionada com este tipo de turismo. Deste modo, foi possível rejeitar a hipótese de estudo que era a seguinte: “Os turistas e/ou visitantes consideram que a Capela dos Ossos não é uma atração turística associada ao Dark Tourism”, uma vez que a grande maioria das pessoas que visitaram a Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário afirmaram que a Capela dos Ossos era uma atração turística relacionada com o Dark Tourism.

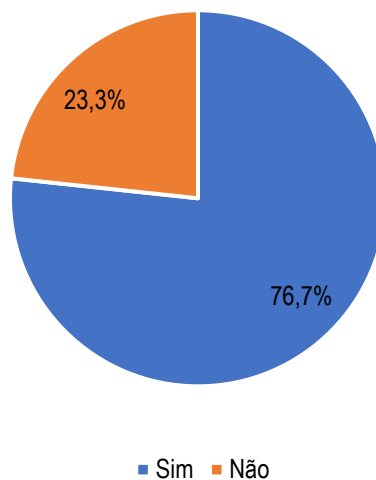


Figura 13 - Opinião dos inquiridos sobre a Capela dos Ossos ser considerada como uma atração de Dark Tourism

Fonte: elaboração própria

5.7. Fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos

Tentou perceber-se como é que os inquiridos tinham ficado a conhecer a Capela dos Ossos e para isso foi-lhes questionado quais tinham sido as fontes de informação que despertaram a sua curiosidade sobre esta atração turística, motivando a sua visita.

Existiram dez opções de resposta para esta questão que eram as seguintes: 1-Recomendação do hotel, 2-Agências de viagens (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b; Ramires et al., 2018), 3-Amigos/Familiares (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b; Konstantakis et al., 2020), 4-Recomendação do posto de turismo, 5-Revistas (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b), 6-Sites da *Internet* (Özel & Kozak, 2012; Marujo et al., 2013a, 2013b; Maneenetr & Tran, 2014; Ramires et al., 2018; Konstantakis et al., 2020), 7-Redes sociais (Marujo et al., 2013a, 2013b), 8-Folhetos/Cartazes (Konstantakis et al., 2020), 9-Guias de viagem (Marujo et al., 2013a, 2013b) e 10-Outra(s). Qual(is)?: A décima opção fez parte da lista para que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário pudessem identificar outras fontes de informação através das quais tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos e que não estavam contempladas na lista apresentada inicialmente. As opções “Recomendação do hotel” e “Recomendação do posto de turismo” foram incluídas na lista porque se considerou que estas duas fontes de informação poderiam influenciar a decisão de alguns sujeitos para visitarem a Capela dos Ossos.

Antes de se realizar a análise das respostas é necessário ter em consideração que as opções: 1-Recomendação do hotel, 5-Revistas e a 8-Folhetos/Cartazes não foram referidas por nenhuma das 173 pessoas que responderam ao inquérito por questionário.

Foi possível concluir através da análise da figura 14 que 42,3% dos respondentes ficaram a saber da existência da Capela dos Ossos através de amigos e familiares. Este valor mostra a grande importância e influência que a comunicação boca a boca apresenta para qualquer pessoa que pretende realizar uma visita turística, uma vez que foi a fonte de informação mais utilizada pelos indivíduos que visitaram a Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário. Os *sites da internet* foram a segunda fonte de informação mais referida pelos inquiridos concentrando 32,3% do total de respostas. A terceira fonte de informação mais utilizada pelos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário correspondeu aos guias de viagem que apresentaram uma representatividade de 6,7% na amostra. As redes sociais foram utilizadas por 2,6% dos respondentes para obterem informação sobre a Capela dos Ossos e a informação fornecida pelo posto de turismo foi fundamental para que 1,5% das pessoas que fizeram parte da amostra decidissem visitar a Capela dos Ossos. Por fim, as agências de viagem foram a fonte de informação que foi menos mencionada, concentrando apenas 0,5% do total de respostas. É importante mencionar que 13,8% dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário selecionaram a opção “Outra(s)” ou seja, estes inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos através de fontes de informação que não estavam contempladas na lista inicialmente apresentada. As fontes de informação referidas na opção “Outra(s)” serão expostas seguidamente.

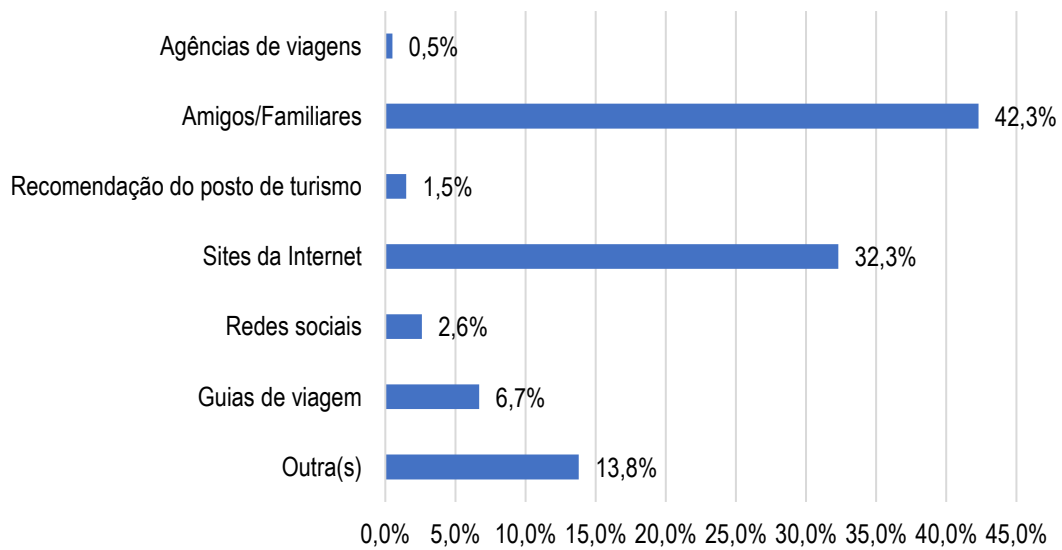


Figura 14 - Fontes de informação

Fonte: elaboração própria

Das 173 pessoas que responderam à questão relativa às fontes de informação que lhes tinham permitido conhecer a Capela dos Ossos, 27 destes indivíduos, que corresponderam a 13,8% do total de respostas (figura 14) identificaram uma fonte de informação que não fazia parte da lista criada inicialmente, ou seja, escolheram a décima opção de resposta que correspondeu a “Outra(s)”. Após a análise da tabela 23 foi possível concluir que a fonte de informação mais referida na opção “Outra(s)” foi “Escola” que correspondeu a 55,6% do total de respostas dos sujeitos que selecionaram a opção “Outra(s)” na questão relacionada com as fontes de informação. A referência da escola como uma fonte de informação que despertou nos respondentes a necessidade de visitarem a Capela dos Ossos foi algo interessante, uma vez que mostrou que os conhecimentos adquiridos na escola perduraram na memória dos inquiridos até à atualidade influenciando as escolhas que estes realizaram no presente em termos de destino turístico e também tiveram influência nas decisões relacionadas com as atrações que visitaram no destino eleito.

Tabela 23 - Outras fontes de informação referidas pelos inquiridos

Fontes de informação	% de respostas
Comunicação social	22,2
Escola	55,6
Livros	3,7
Ouvir falar	7,4
Ter estudado na cidade	3,7
Visita anterior à cidade	7,4
Total	100

Fonte: elaboração própria

5.8. Motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos

A análise das motivações que levaram os respondentes a visitar a Capela dos Ossos apresenta uma grande importância uma vez que permite responder à questão inicial que é a seguinte: “O turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora apresenta motivações relacionadas com o Dark Tourism?” tal como solucionar o objetivo geral. Para que os inquiridos pudessem responder a esta questão foi-lhes apresentada uma lista de motivações que foi elaborada com base nos resultados das investigações realizadas por autores que estudaram o Dark Tourism e que estão contemplados na revisão de literatura sobre o fenómeno do Dark Tourism.

Existiam doze hipóteses de resposta para a questão relacionada com as motivações que fizeram com que as pessoas que responderam ao inquérito por questionário visitassem a Capela dos Ossos e estas doze hipóteses de resposta eram as seguintes: 1-Fascinação pela morte (Frew & White, 2013; Du et al., 2013; Zheng et al., 2016; Iliev, 2020; Silva et al., 2020), 2-Atração pelo horror, o sombrio e o macabro (Chang, 2014; Light, 2017), 3-Desejo de contemplar a morte e a mortalidade (Sharpley & Stone, 2009a; Stone, 2011), 4-Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida (Stone, 2011), 5-Querer viver novas experiências de Dark Tourism (Podoshen, 2013; Chang, 2014; Marques, 2018; Silva et al., 2020), 6-Adquirir conhecimentos sobre o local que está a visitar (Chang, 2014; Isaac & Çakmak, 2016; Light, 2017; Marques, 2018; Mionel, 2020; Iliev, 2020; Silva et al., 2020), 7-Necessidade de viver uma experiência educacional (Simone-Charteris et al., 2013; Silva et al., 2020), 8-Curiosidade em conhecer para ver se é real (Light, 2017; Mionel, 2020), 9-Procurar algo novo que nunca viu antes (Sharpley, 2009a; Du et al., 2013; Laws, 2013), 10-Ser uma atração recomendada por familiares e amigos (Mionel, 2020), 11-Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário (Mionel, 2020; Silva et al., 2020) e 12-Outra(s). Qual(is)? A última opção de resposta foi incluída na lista para conferir aos inquiridos alguma liberdade para poderem referir motivações que não faziam parte da lista, mas que foram fundamentais para a realização da sua visita à Capela dos Ossos. Ao observar a lista de motivações que fez parte do inquérito por questionário foi possível verificar que existiam motivações na lista que estavam diretamente e apenas relacionadas com a visita a locais e atrações de Dark Tourism e que também foi possível identificar motivações que estavam relacionadas com a visita a qualquer local ou atração turística. As motivações intrinsecamente relacionadas com a visita a locais e atrações de Dark Tourism eram as seguintes: 1-Fascinação pela morte, 2-Atração pelo horror, o sombrio e o macabro, 3-Desejo de contemplar a morte e a mortalidade, 4-Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida, 5-Querer

viver novas experiências de Dark Tourism, 8-Curiosidade em conhecer para ver se é real e 9- Procurar algo novo que nunca viu antes.

Através da tabela 24 foi possível verificar que a principal motivação que levou as pessoas que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos foi a motivação relacionada com a obtenção de conhecimento sobre a história do local que se visita que concentrou 18,4% do total das respostas. O facto de esta motivação ser a mais escolhida pelos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário permite confirmar uma tendência que se verificou na revisão de literatura sobre os locais e atrações de Dark Tourism que diz respeito à função educacional que as atrações de Dark Tourism apresentam, sendo esta uma das principais razões para os sujeitos visitarem locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism (Cohen, 2010; Simone-Charteris et al., 2013; Yan et al., 2016; Zheng et al., 2016). A segunda motivação mais referida pelos indivíduos que visitaram a Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário foi a motivação associada à procura de algo novo, que os inquiridos nunca tinham visto antes e esta motivação apresentou uma representatividade de 15,5% no total da amostra. Em seguida, surgiu a motivação interligada com a curiosidade que existe quando se visitam atrações de Dark Tourism que foi mencionada por 14,6% dos inquiridos e depois foi possível encontrar a motivação “Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos” que foi referida por 12,3% dos sujeitos. Os valores apresentados pela motivação “Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos” ilustraram a importância que a informação divulgada pelos familiares e amigos pode ter nos processos relacionados com a tomada de decisão e, este aspeto também foi verificado na investigação de Zheng et al. (2016). Seguidamente surgiu a motivação “Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida” que foi selecionada por 11,1% dos respondentes. Depois com uma representatividade de 10,7% no total da amostra surgiu a motivação relacionada com a necessidade de viver uma experiência educacional e os valores apresentados por esta motivação reforçaram ainda mais a função educacional que as atrações de Dark Tourism apresentam (Cohen, 2010, Yan et al., 2016). A sétima motivação mais referida pelas pessoas que responderam ao inquérito por questionário foi a motivação “Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário” que apresentou valores de 5,2% no total de respostas. Esta motivação vai ao encontro das afirmações de Walter (2009) que defende que muitas pessoas apenas visitam as atrações de Dark Tourism por estas fazerem parte do seu itinerário de visita ao destino e foi exatamente isto que aconteceu a 5,2% dos visitantes que visitaram a Capela dos Ossos durante o período de aplicação do inquérito por questionário, ou seja, é possível concluir que existem vários indivíduos que visitam a Capela dos

Ossos apenas por esta ser mais uma atração que tem de ser visitada quando estão a realizar a sua visita a Évora, não sendo deste modo a visita motivada por qualquer motivação relacionada com o Dark Tourism em específico. O desejo de contemplar a morte e a mortalidade motivou 4,8% dos inquiridos, 3,8% dos respondentes referiram que a atração pelo horror, o sombrio e o macabro foi uma atração importante para realizarem a sua visita à Capela dos Ossos e 2,2% dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário visitaram a Capela dos Ossos por serem fascinados pela morte. Por fim, a motivação que foi menos escolhida foi a motivação “Querer viver novas experiências de Dark Tourism” que registou apenas 0,7% do total de respostas. Este baixo valor pode ser explicado pelo facto desta motivação ser apenas destinada aos inquiridos que conheciam o termo Dark Tourism e como se verificou através da análise da figura 12 a percentagem de pessoas que responderam ao inquérito por questionário e que já estavam familiarizadas com o termo Dark Tourism era bastante reduzido. A opção “Outra(s)” foi apenas selecionada por 0,7% dos respondentes que correspondem a cinco sujeitos que responderam ao inquérito por questionário e, estes indivíduos referiram apenas duas motivações que não faziam parte da lista inicialmente apresentada.

Tabela 24 - Motivações

Motivações	% de respostas
Fascinação pela morte	2,2
Atração pelo horror, o sombrio e o macabro	3,8
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade	4,8
Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida	11,1
Querer viver novas experiências de “Dark Tourism”	0,7
Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar	18,4
Necessidade de viver uma experiência educacional	10,7
Curiosidade em conhecer para ver se é real	14,6
Procurar algo novo que nunca viu antes	15,5
Ser uma atração recomendada por familiares e amigos	12,3
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário	5,2
Outra(s). Qual(is)?	0,7
Total	100

Fonte: elaboração própria

As motivações mencionadas pelas cinco pessoas que escolheram a opção “Outra(s)” foram as seguintes: “Mostrar aos filhos” e “Vontade de conhecer um local que viram numa reportagem de televisão” (tabela 25). A motivação “Mostrar aos filhos” foi referida por dois dos cinco sujeitos que selecionaram a opção “Outra(s)”, ou seja 40% dos respondentes que escolheram a opção número doze e os outros 60% destes inquiridos, ou os três restantes indivíduos, mencionaram a motivação “Vontade de conhecer um local que viram numa reportagem de televisão”.

Tabela 25 - Outras motivações referidas pelos inquiridos

Outras motivações	% de respostas
Mostrar aos filhos	40
Vontade de conhecer um local que viram numa reportagem de televisão	60
Total	100

Fonte: elaboração própria

Após a análise das motivações que fizeram com que as pessoas que responderam ao inquérito por questionário visitassem a Capela dos Ossos foi possível verificar que quando conjugadas as motivações relacionadas especificamente com a visita a locais e atrações de Dark Tourism concentraram 52,7% do total de respostas, o que permite concluir que a maioria dos turistas e/ou visitantes que visitam a cidade de Évora e, mais especificamente os visitantes da Capela dos Ossos, apresentaram motivações relacionadas com o Dark Tourism. Após a análise das motivações dos sujeitos que visitaram a Capela dos Ossos e que responderam ao inquérito por questionário foi possível dar resposta à questão inicial tal como solucionar o objetivo geral da investigação.

Com os dados obtidos no que diz respeito às motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos foi possível concluir que os resultados vão ao encontro da literatura que existe sobre este tipo de turismo que afirma que os aspetos educacionais (Preece & Price, 2005; Kang et al., 2012; Lelo & Jamal, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Chang, 2014; Yan et al., 2016; Zheng et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Bhati et al., 2019) relacionados com a história dos locais e das atrações (Preece & Price, 2005; Isaac & Çakmak, 2016; Bhati et al., 2019; Mionel, 2020), a procura pela novidade (Sharpley, 2009a) e a curiosidade (Kang et al., 2012; Lelo & Jamal, 2013; Simone-Charteris et al., 2013; Chang, 2014; Yan et al., 2016; Isaac & Çakmak, 2016; Mionel, 2020) originam bastantes visitas a locais e atrações relacionadas com o Dark Tourism.

5.9. Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos

Decidiu-se estudar as emoções que os inquiridos sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos porque após a revisão de literatura foi possível concluir que as emoções dos visitantes de locais e atrações de Dark Tourism são pouco estudadas em termos científicos e académicos (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016). Por este motivo, considerou-se ser importante analisar as emoções que os respondentes sentiram quando realizaram a sua visita uma vez que irá permitir que seja produzida mais informação sobre as emoções que são experienciadas numa visita a atrações relacionadas com o Dark Tourism.

Inicialmente para facilitar a resposta a esta questão foi apresentada uma lista às pessoas que responderam ao inquérito por questionário que contemplava opções que foram elaboradas a partir da realização da revisão de literatura e as opções incluíam as principais emoções que de uma forma geral os visitantes sentem quando visitam locais e atrações de Dark Tourism. As opções eram as seguintes: 1-Terror (Stone, 2009c), 2-Medo (Light, 2017), 3-Tristeza (Light, 2017), 4-Choque (Light, 2017), 5-Nojo/Repulsa (Light, 2017), 6-Nervosismo (Stone, 2009c), 7-Indiferença (Stone, 2009c) e 8-Outra(s). Qual(is)? A oitava opção de resposta permitiu que os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário pudessem mencionar outras emoções que não faziam parte da lista inicial.

Ao realizar a organização dos dados foi possível verificar através de uma análise inicial que 44,1% dos inquiridos, mais precisamente 89 sujeitos, selecionaram a opção “Outra(s). Qual(is)?”. O valor apresentado pela opção “Outra(s). Qual(is)?” era bastante considerável na dimensão da amostra e, por este motivo o gráfico que será utilizado para realizar a análise das emoções que os respondentes sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos incluirá não apenas as emoções que faziam parte da lista inicialmente elaborada, mas também as seis principais emoções mencionadas pelas pessoas que selecionaram a opção “Outra(s). Qual(is)?”, uma vez que apresentaram uma representatividade no total da amostra igual e superior à representatividade apresentada pelas emoções que estavam na lista criada inicialmente.

Os resultados apresentados na figura 15 permitem afirmar que a tristeza foi a emoção mais sentida pelos visitantes da Capela dos Ossos que responderam ao inquérito por questionário concentrando 16,8% do total de respostas. Em seguida, com uma representatividade de 14,4% na amostra surgiram os inquiridos que não sentiram qualquer tipo de emoção sendo deste modo indiferentes ao que se pode observar na Capela dos Ossos. A emoção choque foi a terceira mais citada pelos respondentes e apresentou valores de 11,4% no total de inquéritos por questionário

válidos. O fascínio correspondeu à emoção positiva mais referida pelos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário e reuniu 8,4% do total de respostas. A curiosidade foi uma emoção despertada durante a visita à Capela dos Ossos a uma totalidade de 6,9% dos inquiridos. Durante a visita à Capela dos Ossos 6,4% dos respondentes referiram que o que observaram os fez refletir sobre a sua condição mortal e a própria mortalidade em geral. Cerca de 5,0% da amostra referiu que sentiu nervosismo durante a sua visita à Capela dos Ossos e 4,0% dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário ao observarem o que existia nesta atração turística sentiram nojo e repulsa. O medo e a estranheza foram duas emoções que foram ambas mencionadas por 3,5% do total de pessoas que responderam ao inquérito por questionário. Seguidamente, surgiram a admiração e o respeito que concentraram individualmente 2,9% do total das respostas. O terror foi a emoção menos referida na pergunta relacionada com as emoções que os visitantes da Capela dos Ossos sentiram quando realizaram a sua visita a esta atração, uma vez que apenas reuniu 1,0% do total de respostas. A opção “Outra(s). Qual(is)?” foi seleccionada por 12,9% dos inquiridos que corresponderam a 26 respondentes e, as emoções referidas por estes indivíduos serão apresentadas de seguida.

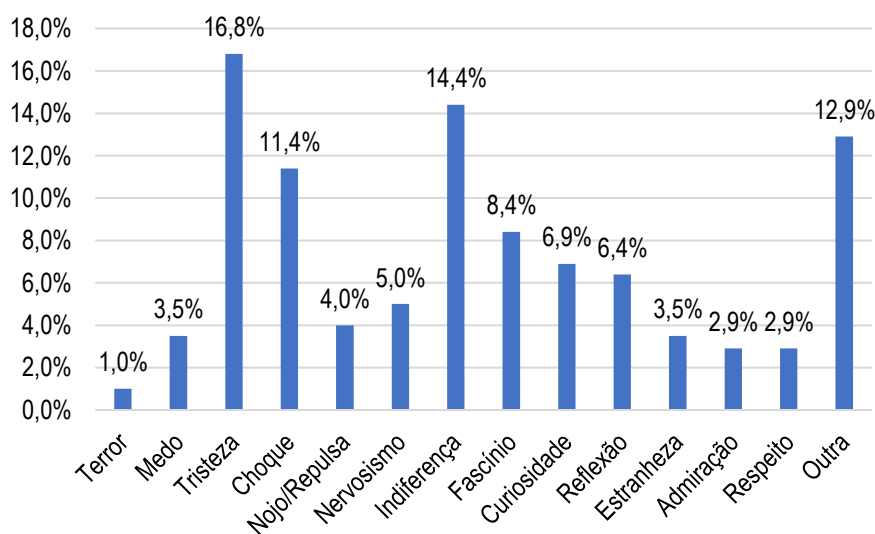


Figura 15 - Emoções

Fonte: elaboração própria

Através dos dados que se encontram na tabela 26 foi possível verificar que a contemplação, a introspeção e a surpresa foram referidas de forma individual por 15,5% do total de inquiridos que seleccionaram a opção “Outra(s). Qual(is)?”. O espanto correspondeu à quarta emoção mais citada pelos indivíduos que escolheram a opção “Outra(s). Qual(is)?”, representando 11,6% do total de respostas da oitava opção. Cerca de 7,7% dos respondentes que referiram outra

emoção que não estava contemplada na lista apresentada inicialmente sentiram-se interessados ao observar tudo o que se encontrava exposto na Capela dos Ossos. As restantes emoções que foram mencionadas pelos sujeitos que escolheram a opção “Outra(s). Qual(is)?” foram referidas cada uma delas por 3,5% do total de inquiridos que selecionou a oitava opção de resposta da questão relacionada com as emoções que os respondentes sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos.

Tabela 26 - Outras emoções referidas pelos inquiridos

Outras emoções	% de respostas
Calma	3,8
Conforto	3,8
Contemplação	15,5
Espanto	11,6
Esperança	3,8
Felicidade	3,8
Interesse	7,7
Introspeção	15,5
Pena	3,8
Perplexidade	3,8
Perturbação	3,8
Serenidade	3,8
Surpresa	15,5
Tranquilidade	3,8
Total	100

Fonte: elaboração própria

Considerou-se ser importante perceber que tipo de emoções foi mais experienciado pelas pessoas que responderam ao inquérito por questionário e para se chegar a alguma conclusão foi realizada uma análise a todas as emoções referidas pelos inquiridos, sendo possível verificar que as emoções negativas (terror, medo, tristeza, choque, nojo/repulsa, nervosismo, estranheza, admiração, perturbação, surpresa, perplexidade, espanto e pena) foram referidas por 53,1% dos respondentes, enquanto as emoções positivas (fascínio, curiosidade, reflexão, respeito, introspeção, interesse, tranquilidade, conforto, contemplação, calma, felicidade, esperança e serenidade) foram mencionadas por 32,5% dos indivíduos que fizeram parte da amostra.

Tendo estes dados em consideração foi possível afirmar que os sujeitos que visitaram a Capela dos Ossos e que responderam ao inquérito por questionário experienciaram na sua maioria emoções negativas quando realizaram a sua visita à única atração turística identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism na cidade de Évora. Esta conclusão está em concordância com as análises apresentadas nos estudos realizados por Isaac e Çakmak (2016) e Zheng et al. (2019), uma vez que estes autores também verificaram que a maioria

dos respondentes que fizeram parte da amostra da sua investigação experienciaram emoções negativas quando visitaram uma atração de Dark Tourism. No entanto, é importante referir que para a realização desta análise não foram tidos em consideração os valores registados pela opção sete da questão relativa às emoções que as pessoas que visitaram a Capela dos Ossos sentiram durante a sua visita devido a esta opção ser selecionada por sujeitos que foram indiferentes ao que observaram na Capela dos Ossos não sentindo qualquer tipo de emoção e, por este motivo esta opção não foi considerada nesta análise.

Para concluir esta análise é necessário destacar que os resultados obtidos mostraram que os visitantes da Capela dos Ossos que responderam ao inquérito por questionário não sentiram exclusivamente emoções negativas ou positivas, uma vez que foram referidas pelos inquiridos emoções negativas e positivas, o que vai ao encontro das conclusões realizadas por Kang et al. (2012), Lelo e Jamal (2013), Isaac e Çakmak (2016), Boateng et al. (2018) e Zheng et al. (2019) que afirmaram que os visitantes de locais e atrações de Dark Tourism experienciam um misto de emoções negativas e positivas. Este aspeto ilustra que os locais e atrações de Dark Tourism são interpretadas e experienciadas de forma diferente pelos diversos visitantes, fazendo com que sejam vividas no mesmo local ou atração experiências emocionais bastante diversas (Kang et al., 2012; Ashworth & Isaac, 2015; Yan et al., 2016; Light, 2017; Boateng et al., 2018).

5.10. A Capela dos Ossos enquanto heterotopia

Ao realizar a revisão de literatura sobre o fenómeno do Dark Tourism foi possível verificar que os seguintes autores: Frew e White (2013), Toussaint e Decrop (2013), Stone (2013) e Light (2017) defendem que as atrações e locais de Dark Tourism podem ser caracterizados como heterotopias, ou seja, existe a possibilidade de serem identificados como espaços completamente diferentes dos que é possível encontrar no dia-a-dia (Frew & White, 2013; Toussaint & Decrop, 2013; Stone, 2013; Light, 2017) e como lugares que proporcionam experiências únicas e excecionais aos seus visitantes (Light, 2017). No subcapítulo 3.2.1. foi explicado porque é que se considera que a Capela dos Ossos da cidade de Évora pode ser identificada como uma heterotopia, mas considerou-se ser bastante interessante perceber qual era a opinião dos visitantes da Capela dos Ossos sobre este assunto e, por este motivo foi-lhes perguntado através do inquérito por questionário se consideravam que a Capela dos Ossos poderia ser identificada como uma heterotopia. Após a apresentação de uma definição de heterotopia foi possível verificar que todos os 173 inquiridos depois de terem conhecimento do que caracterizava uma heterotopia

afirmaram que a Capela dos Ossos apresentava todas as características para ser identificada como uma heterotopia (tabela 27). No entanto, é necessário referir que os autores que afirmaram que os locais e atrações de Dark Tourism podem ser classificadas como heterotopias não investigaram nos seus estudos se realmente os visitantes destes espaços os classificam como heterotopias. Este aspeto permite concluir que o estudo sobre os locais e atrações de Dark Tourism enquanto heterotopias que foi realizado através do inquérito por questionário aplicado é algo que não é muito explorado em investigações realizadas sobre o Dark Tourism

Tabela 27 - Identificação da Capela dos Ossos como uma heterotopia

Opções de resposta	% de respostas
Sim	100
Não	0

Fonte: elaboração própria

5.11. Satisfação dos inquiridos relativamente à sua visita à Capela dos Ossos

Tentou-se também perceber se os inquiridos tinham ficado satisfeitos com a visita que realizaram à Capela dos Ossos e com este objetivo em mente foi questionado aos respondentes se estes iriam recomendar a visita à Capela dos Ossos na cidade de Évora. Após a análise dos dados da tabela 28 foi possível verificar que as 173 pessoas que responderam ao inquérito por questionário afirmaram que iriam recomendar a visita à Capela dos Ossos na cidade de Évora. Este aspeto permitiu concluir que todos os visitantes da Capela dos Ossos que responderam ao inquérito por questionário ficaram satisfeitos com a sua visita a esta atração, uma vez que iriam partilhar a sua experiência de visita para que mais pessoas pudessem conhecer e visitar a Capela dos Ossos da cidade de Évora. Estes resultados ilustram que todos os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário vão informar outros sujeitos sobre a existência da Capela dos Ossos na cidade de Évora podendo até influenciá-los a visitar esta atração turística, justificando deste modo a grande importância que os familiares e amigos têm para que diversas pessoas conheçam a Capela dos Ossos, motivando-as também muitas vezes a visitar este local, como se verificou na figura 14 e na tabela 24. A satisfação manifestada pelos visitantes da Capela dos Ossos que fizeram parte da amostra vai ao encontro das conclusões dos estudos realizados por Simone-Charteris et al. (2013) e Mionel (2020) uma vez que, estes autores também verificaram que a grande maioria dos indivíduos que participaram nas suas investigações estavam bastante satisfeitos com as atrações associadas ao Dark Tourism que visitaram. Para além disto, Mionel (2020) também verificou que a esmagadora maioria dos sujeitos que participaram na sua análise

estavam dispostos a recomendar a outras pessoas a visita que realizaram ao cemitério Merry em Sãpânta, algo bastante semelhante ao que se concluiu através do estudo realizado na Capela dos Ossos da cidade de Évora.

Tabela 28 - Recomendação da visita à Capela dos Ossos

Opções de resposta	% de respostas
Sim	100
Não	0

Fonte: elaboração própria

5.12. Perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

A avaliação da perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora foi realizada através da análise de três variáveis que foram as seguintes: a) Possibilidade de existirem mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora; b) Inclusão de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism no itinerário de visita à cidade de Évora, caso existissem; c) Regresso à cidade de Évora apenas para visitar novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas e desenvolvidas no futuro.

a) Possibilidade de existirem mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora

Da amostra de 173 inquiridos, apenas 171 responderam a esta questão, uma vez que dois respondentes optaram por não responder a esta pergunta. Foi possível concluir, através da análise dos dados apresentados na figura 16 que 58,5% das pessoas que responderam ao inquérito por questionário, ou seja, a maioria dos indivíduos que fez parte da amostra, considerou que não deveriam ser desenvolvidas mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora. Os restantes inquiridos que corresponderam a 41,5% do total de respostas afirmaram que era importante existirem na cidade mais atrações/produtos/atividade/rotas para complementar a oferta de Dark Tourism já existente na cidade que é constituída apenas pela Capela dos Ossos. Acredita-se que a maioria dos respondentes declarou que não deveriam ser criadas mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora por não ter conhecimento do elevado potencial que existe nesta cidade para o desenvolvimento deste tipo de turismo.

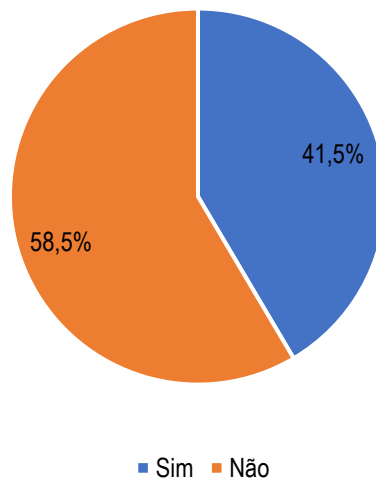


Figura 16 - Criação de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora

Fonte: elaboração própria

b) Inclusão de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism no itinerário de visita à cidade de Évora, caso existissem

No entanto, quando foi questionado aos inquiridos se incluíam no seu itinerário de visita à cidade de Évora mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism caso estas existissem verificou-se que a grande maioria das pessoas que responderam ao inquérito por questionário, mais precisamente 78,0%, afirmaram que iriam visitar na cidade de Évora outras atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism, sem ser a Capela dos Ossos se estas realmente existissem (figura 17). Os restantes respondentes, que correspondem a 22,0% do total da amostra, declararam que não visitariam outras atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism caso estas existissem na cidade de Évora. Ao observar a figura 16 e a figura 17 é possível afirmar que existe alguma oposição nos resultados que poderá ser explicada pelo facto de os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário considerarem que a oferta que existe em termos de Dark Tourism na cidade de Évora já ser suficiente não sendo necessário apostar na criação de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism, mas ao mesmo tempo admitiram que teriam interesse e curiosidade em conhecer outras atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism se estas já estivessem devidamente desenvolvidas na cidade.

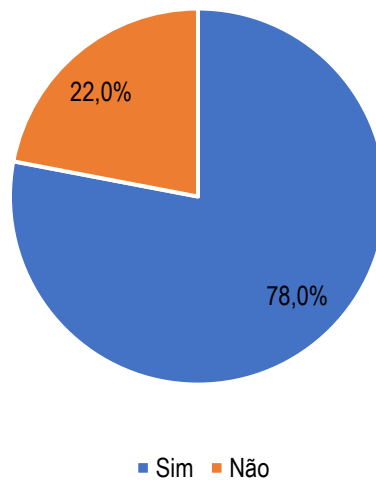


Figura 17 - Incluiria outras atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism no seu itinerário de visita à cidade de Évora caso já existissem?

Fonte: elaboração própria

c) Regresso à cidade de Évora apenas para visitar novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas e desenvolvidas no futuro

Quando foi questionado aos sujeitos que reponderam ao inquérito por questionário se voltariam à cidade de Évora com o objetivo de visitarem e conhecerem novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas no futuro verificou-se através da figura 18 que 60,7% dos inquiridos responderam que não voltariam a Évora de propósito apenas para conhecerem novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que fossem desenvolvidas no futuro. Os restantes respondentes que corresponderam a 39,3% da amostra afirmaram que planeariam outra visita a Évora apenas para visitarem novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas.

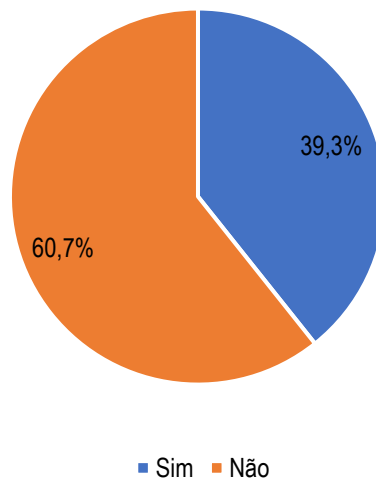


Figura 18 - Regresso à cidade de Évora apenas para conhecer novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas

Fonte: elaboração própria

Após a avaliação da perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora foi possível concluir que a maioria dos respondentes não concorda com o desenvolvimento deste tipo de turismo na cidade de Évora e também não voltaria à cidade apenas para conhecer novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas no futuro. Apesar destas conclusões verificou-se também que a grande maioria dos sujeitos que fizeram parte da amostra teria interesse em conhecer mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism durante a sua visita à cidade de Évora caso estas já existissem realmente apesar de não concordarem com o desenvolvimento deste tipo de turismo em Évora.

5.13. Visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal

Tentou-se perceber junto dos inquiridos se estes já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism em Portugal. Esta pergunta foi incluída no inquérito por questionário devido a este tipo de turismo não estar muito desenvolvido no nosso país e também para se entender se os respondentes eram capazes de identificar outra atração turística que se encaixasse na definição de Dark Tourism que lhes tinha sido apresentada anteriormente.

Foi possível concluir através da observação da figura 19 que apenas 9,8% do total de indivíduos que responderam ao inquérito por questionário é que já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism no país. Este valor bastante reduzido confirma que este tipo de turismo não está

muito desenvolvido em Portugal existindo poucas atrações que estão identificadas como atrações de Dark Tourism o que contribui para que as pessoas não conheçam este tipo turismo e que nem sequer saibam que estão a visitar uma atração turística com potencialidades de ser integrada numa oferta de Dark Tourism. Estes resultados podem relacionar-se com os dados obtidos na figura 12 sobre a familiarização dos inquiridos com o termo Dark Tourism. Verificou-se que apenas uma pequena percentagem das pessoas que fizeram parte da amostra (16,8%) conhecia o que era Dark Tourism e este aspeto pode significar que os sujeitos que não tinham conhecimento da existência deste tipo de turismo não tenham capacidade para identificar outras atrações turísticas relacionadas com o Dark Tourism, originando deste modo os resultados obtidos na figura 19.

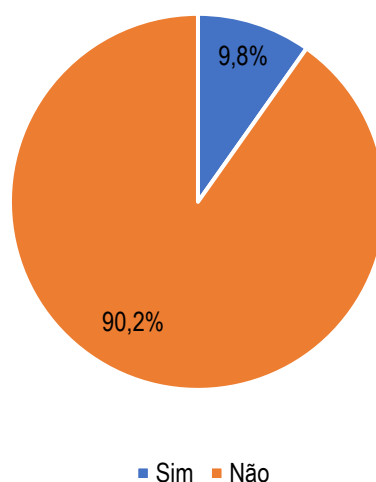


Figura 19 - Visita a outras atrações de Dark Tourism nacionais

Fonte: elaboração própria

Também se pediu aos indivíduos que afirmaram que já tinham visitado outra atração de Dark Tourism para identificarem qual foi a atração que visitaram. Foi possível verificar que os dezassete inquiridos que responderam positivamente a esta questão identificaram apenas seis atrações turísticas que consideraram que poderiam ser classificadas como atrações de Dark Tourism. As seis atrações turísticas identificadas pelas dezassete pessoas que responderam de forma positiva a esta pergunta, que corresponderam a 9,8% do total de respostas, foram as seguintes: Capela dos Ossos de Faro, cemitério em Lisboa, cemitério no Porto, Igreja de São Francisco no Porto, Mosteiro dos Jerónimos e o túmulo de Pedro Álvares Cabral em Santarém.

Através da análise da tabela 29 verificou-se que a Capela dos Ossos de Faro concentrou 41,2% do total de respostas sendo deste modo a atração mais referida pelos sujeitos que já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism em Portugal. Em seguida, surgiu o Mosteiro dos

Jerónimos que apresentou uma representatividade de 35,2% no total de respostas a esta questão. As restantes atrações foram apenas mencionadas por um inquirido e, por isso exibiram todas valores de 5,9% no universo de respostas a esta pergunta em específico. A identificação de apenas seis atrações por parte dos respondentes reforça ainda mais a ideia de o Dark Tourism não ser um tipo de turismo consolidado no nosso país, estando ainda numa fase de desenvolvimento muito embrionária.

Tabela 29 - Outras atrações de Dark Tourism visitadas pelos inquiridos em Portugal

Atrações	% de respostas
Capela dos Ossos de Faro	41,2
Cemitério em Lisboa	5,9
Cemitério no Porto	5,9
Igreja de São Francisco no Porto	5,9
Mosteiro dos Jerónimos	35,2
Túmulo de Pedro Álvares Cabral em Santarém	5,9
Total	100

Fonte: elaboração própria

Seguidamente, serão apresentados e descritos os cruzamentos das motivações que originaram a visita dos elementos da amostra à Capela dos Ossos da cidade de Évora com a sua idade, com as suas habilitações literárias e com o seu género.

5.14. Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com a idade, as habilitações literárias e o género

Primeiramente será realizado o cruzamento das motivações que levaram as pessoas que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos com a sua idade e para compreender o cruzamento realizado é necessário ter em consideração a divisão dos respondentes por cada classe etária, que é possível observar na tabela 30. A análise descritiva das classes etárias já foi realizada no ponto 5.2. deste capítulo em termos percentuais, mas é necessário apresentar os valores absolutos porque o cruzamento será feito utilizando valores absolutos e não percentagens.

Tabela 30 - Distribuição dos inquiridos por classes etárias

Classes etárias	Número de inquiridos
≤ 19	9
20-29	39
30-39	51
40-49	28
50-59	28
60-69	12
≥70	6

Fonte: elaboração própria

A tabela 31 exibe a contabilização do número de vezes que cada motivação foi mencionada pelos elementos que fazem parte de cada classe etária.

A classe etária dos trinta aos 39 anos foi a que mais mencionou a primeira motivação que estava associada à fascinação pela morte, tendo sido referida por seis indivíduos que fizeram parte desta classe etária (35,7%). Logo de seguida, surgiu a classe etária dos vinte aos 29 anos que selecionou esta motivação cinco vezes (29,4%). A segunda motivação “Atração pelo horror, o sombrio e o macabro” foi mencionada maioritariamente pela classe etária dos vinte aos 29 anos tendo sido referida por nove sujeitos desta classe etária (30,0%). Seguidamente, encontrou-se a classe etária dos trinta aos 39 anos que selecionou esta motivação sete vezes (23,3%). A terceira motivação “Desejo de contemplar a morte e a mortalidade” também foi mais mencionada pela classe etária dos vinte aos 29 anos que concentrou doze respostas (31,6%) e, tal como se verificou anteriormente a classe etária dos trinta aos 39 anos foi a segunda classe etária que mais referiu esta motivação, tendo sido escolhida por onze elementos desta classe etária (28,9%). A motivação “Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida” que se encontrou em quarto lugar da lista foi mencionada 26 vezes por inquiridos da classe etária dos trinta aos 39 anos, sendo esta a classe etária que mais escolheu esta motivação. Em seguida, foi possível encontrar a classe etária dos vinte aos 29 anos que selecionou a quarta motivação 21 vezes. Depois, surgiu a classe etária dos quarenta aos 49 anos com catorze respostas e em quarto lugar encontrou-se a classe etária dos cinquenta aos 59 anos que mencionou esta motivação onze vezes. A motivação “Querer viver novas experiências de Dark Tourism” apenas foi referida pelos respondentes que pertenciam às classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos, registando duas (40,0%) e três respostas (60,0%), respetivamente. A sexta motivação “Adquirir conhecimentos sobre o local que está a visitar” foi a que apresentou um maior número de respostas, sendo selecionada principalmente por elementos da classe etária dos trinta aos 39 anos, registando esta classe etária 41 respostas (28,3%), em seguida encontrou-se a classe etária dos vinte aos 29 anos que mencionou esta motivação 33 vezes (22,8%). Em terceiro lugar surgiu a classe etária dos

quarenta aos 49 anos que referiu a sexta motivação 26 vezes (17,9%) e em quarto lugar ficou a classe etária dos cinquenta aos 59 anos que registou 23 respostas (15,9%). A motivação “Necessidade de viver uma experiência educacional” foi mais selecionada pela classe etária dos trinta aos 39 anos, uma vez que os indivíduos desta classe etária referiram esta motivação 27 vezes (32,1%). Com 20 respostas (23,8%), em segundo lugar, encontrou-se a classe etária dos vinte aos 29 anos e em terceiro lugar surgiram as classes etárias dos quarenta aos 49 anos e dos cinquenta aos 59 anos que concentraram individualmente catorze respostas (16,7%). Na oitava motivação “Curiosidade em conhecer para ver se é real” verificou-se mais uma vez que a classe etária dos trinta aos 39 anos foi a que mais selecionou esta motivação concentrando 29 do total de respostas (25,2%), em segundo lugar encontrou-se novamente a classe etária dos vinte aos 29 anos que mencionou esta motivação 27 vezes (23,5%). Em terceiro lugar surgiu a classe etária dos quarenta aos 49 que concentrou 21 respostas (18,3%), seguida da classe etária dos cinquenta aos 59 anos cujos elementos referiram esta motivação dezanove vezes (16,5%). A motivação “Procurar algo novo que nunca viu antes” foi selecionada por 37 pessoas da classe etária dos trinta aos 39 anos (30,3%), sendo esta a classe etária que mais mencionou esta motivação e a classe etária dos vinte aos 29 anos foi a segunda classe etária que mais referiu a nona motivação concentrando 29 respostas (23,8%). A classe etária dos vinte aos 29 anos foi a que mais selecionou a décima motivação “Ser uma atração recomendada por familiares e amigos”, uma vez que foi escolhida por 33 inquiridos que pertenciam a esta classe etária (34,0%), em seguida encontrou-se a classe etária dos trinta aos 39 anos que mencionou esta motivação 22 vezes (22,7%) e em terceiro lugar surgiu a classe etária dos quarenta aos 49 anos que registou 17 respostas (17,5%). Isto mostrou que os jovens adultos e os adultos foram os que mais procuraram recomendações de familiares e amigos sobre o que devem visitar quando realizam as suas viagens turísticas. Na décima primeira motivação “Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário”, foi possível verificar que a classe etária dos trinta aos 39 anos referiu esta motivação doze vezes (29,3%), a classe etária dos cinquenta aos 59 selecionou a décima primeira motivação dez vezes (24,4%), a classe etária dos quarenta aos 49 anos mencionou esta motivação nove vezes (22,0%) e em quarto lugar encontrou-se a classe etária dos vinte aos 29 que escolheu a décima primeira motivação oito vezes (19,5%). Estes valores mostraram que a primeira classe etária (\leq a dezanove anos) e as duas últimas classes etárias (dos sessenta aos 69 anos e \geq a setenta anos) eram as que mais apresentavam motivos específicos para visitarem a Capela dos Ossos da cidade de Évora, uma vez que a esmagadora maioria dos respondentes que fizeram parte destas classes etárias visitaram a Capela dos Ossos por outros motivos sem ser a realização de um itinerário de visita à cidade e, no caso da classe etária que engloba as

peças com idade igual ou superior a setenta anos a totalidade dos inquiridos visitou esta atração independentemente desta fazer ou não parte do seu itinerário de visita. A décima segunda motivação que correspondeu a “Outra(s). Qual(is)?” foi apenas referida cinco vezes. A classe etária dos quarenta aos 49 anos selecionou outra motivação diferente das que estavam presentes na lista apresentada duas vezes (40,0%) e as classes etárias dos vinte aos 29 anos, dos cinquenta aos 59 e dos sessenta aos 69 mencionaram todas outras motivações sem serem as que estavam contempladas na lista apenas uma vez (20,0%).

Após a análise da tabela 31 é possível afirmar que as motivações relacionadas especificamente com o Dark Tourism são referidas principalmente pelas classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos, ou seja, jovens adultos e adultos. Este aspeto pode ser justificado pelo facto de estas duas classes etárias registarem o maior número de respondentes. Também se verificou que as motivações que não estavam relacionadas com o Dark Tourism foram as que registaram um maior equilíbrio em termos de divisão de respostas por cada classe etária. Na análise foram principalmente referidas duas classes etárias que foram as classes etárias dos vinte aos 29 anos e a dos trinta aos 39 anos devido a registarem para todas as motivações, com exceção da décima primeira motivação e da décima segunda motivação, os valores de resposta mais elevados devido a serem as classes etárias que concentram o maior número de inquiridos.

Tabela 31 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com a idade

Motivações	Idade							Total
	<= 19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	>=70	
Fascinação pela morte	2	5	6	1	2	1	0	17
Atração pelo horror, sombrio e o macabro	2	9	7	4	3	3	2	30
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade	3	12	11	4	3	4	1	38
Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida	5	21	26	14	11	7	3	87
Querer viver novas experiências de Dark Tourism	0	2	3	0	0	0	0	5
Adquirir conhecimentos sobre o local que está a visitar	8	33	41	26	23	10	4	145
Necessidade de viver uma experiência educacional	4	20	27	14	14	3	2	84
Curiosidade em conhecer para ver se é real	7	27	29	21	19	8	4	115
Procurar algo novo que nunca viu antes	6	29	37	18	19	9	4	122
Ser uma atração recomendada por familiares e amigos	7	33	22	17	10	4	4	97
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário	1	8	12	9	10	1	0	41
Outra(s). Qual(is)?	0	1	0	2	1	1	0	5

Fonte: elaboração própria

Seguidamente será realizado o cruzamento das motivações que fizeram com que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário visitassem a Capela dos Ossos com as suas habilitações literárias e, para facilitar o entendimento do cruzamento que foi realizado é fundamental conhecer a divisão dos inquiridos em valores absolutos por cada habilitação literária, o que é possível encontrar na tabela 32. A análise descritiva das habilitações literárias das pessoas que responderam ao inquérito por questionário já foi efetuada no ponto 5.2. do presente capítulo.

Tabela 32 - Distribuição dos inquiridos por habilitações literárias

Habilitações literárias	Número de inquiridos
Ensino Primário	1
Ensino Básico	17
Ensino Profissional	4
Ensino Secundário	50
Bacharelato/Licenciatura	66
Mestrado/Doutoramento	35

Fonte: elaboração própria

Ao observar a tabela 33 que diz respeito ao cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitar a Capela dos Ossos com as suas habilitações literárias foi possível verificar que a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” apresentou o número de repostas mais elevado em todas as motivações, com exceção de duas motivações que foram “Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário” e “Outra(s). Qual(is)?” onde a habilitação literária “Ensino Secundário” apresentou valores superiores. Na motivação “Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário” a habilitação literária “Ensino secundário” registou dezanove respostas (46,3%) enquanto a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” concentrou doze respostas (29,3%). Estes valores conjugados dizem respeito a 75,6% do total de respostas da quinta motivação, o que ilustrou que as pessoas com estas habilitações literárias eram as que mais visitaram a Capela dos Ossos sem nenhum motivo específico, uma vez que visitaram esta atração turística para cumprirem um itinerário turístico que definiram antes de realizarem a sua visita à cidade. No que diz respeito à motivação “Outra(s). Qual(is)?” esta foi apenas mencionada pelas habilitações literárias “Ensino Secundário” e “Bacharelato/Licenciatura”, ou seja, apenas os indivíduos com estas duas habilitações literárias é que sentiram necessidade de referir outra motivação para além das que eram exibidas na lista apresentada. A motivação “Outra(s). Qual(is)?” foi referida por quatro pessoas que completaram o ensino secundário e por um sujeito que possuía uma licenciatura ou um bacharelato. Os valores apresentados na tabela 33 são justificados pelo facto de a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” apresentar o maior

número de respondentes, o que se traduz num maior número de respostas devido à sua superior representatividade.

Tabela 33 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com as habilitações literárias

Motivações	Habilitações literárias						Total
	Ensino Primário	Ensino Básico	Ensino Profissional	Ensino Secundário	Bacharelato/Licenciatura	Mestrado/Doutoramento	
Fascinação pela morte	0	2	0	4	8	3	17
Atração pelo horror, o sombrio e o macabro	0	2	0	9	11	8	30
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade	0	2	1	8	16	11	38
Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida	0	6	1	22	41	17	87
Querer viver novas experiências de Dark Tourism	0	0	0	0	4	1	5
Adquirir conhecimentos sobre o local que está a visitar	1	11	3	41	58	31	145
Necessidade de viver uma experiência educacional	0	5	2	24	37	16	84
Curiosidade em conhecer para ver se é real	1	14	4	36	44	16	115
Procurar algo novo que nunca viu antes	1	11	3	30	54	23	122
Ser uma atração recomendada por familiares e amigos	1	9	2	26	39	20	97
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário	0	2	1	19	12	7	41
Outra(s). Qual(is)?	0	0	0	4	1	0	5

Fonte: elaboração própria

Por fim, foi realizado o cruzamento das motivações que originaram a visita dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário à Capela dos Ossos com o seu género. Na tabela 34, como já se tinha verificado no ponto 5.2. deste capítulo em termos percentuais, observou-se que a grande maioria dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário pertenciam ao género feminino. É importante ter os valores absolutos que se encontram na tabela 34 em consideração para se compreender o cruzamento que foi realizado.

Tabela 34 - Distribuição dos inquiridos por género

Género	Número de inquiridos
Feminino	110
Masculino	63

Fonte: elaboração própria

Através da análise da tabela 35 foi possível concluir que o género feminino concentrou o maior número de respostas em todas as motivações com exceção da quinta motivação “Querer viver novas experiências de Dark Tourism” que foi referida mais vezes pelos respondentes do género masculino, o que mostrou que eram os elementos do género masculino que estavam mais predispostos a viver novas e diferentes experiências associadas ao Dark Tourism. Este resultado vai ao encontro da conclusão realizada por Coutinho e Baptista (2014), uma vez que verificaram no seu estudo que os sujeitos do género masculino eram os que tinham uma maior vontade de viver experiências turísticas relacionadas com a morte e com o Dark Tourism (Coutinho e Baptista, 2014). No entanto, a diferença em termos de valores absolutos foi apenas de uma resposta pois, os indivíduos do género masculino referiram a quinta motivação três vezes e os elementos da amostra do género feminino mencionaram a quinta motivação apenas duas vezes. O género feminino apresentou quase sempre o maior número de respostas para todas as motivações devido a ser o género que registou um maior número de inquiridos.

Tabela 35 - Cruzamento das motivações que originaram a visita dos inquiridos à Capela dos Ossos com o género

Motivações	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Fascinação pela morte	11	6	17
Atração pelo horror, o sombrio e o macabro	18	12	30
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade	22	16	38
Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida	61	26	87
Querer viver novas experiências de Dark Tourism	2	3	5
Adquirir conhecimentos sobre o local que está a visitar	93	52	145
Necessidade de viver uma experiência educacional	62	22	84
Curiosidade em conhecer para ver se é real	75	40	115
Procurar algo novo que nunca viu antes	81	41	122
Ser uma atração recomendada por familiares e amigos	67	30	97
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário	26	15	41
Outra(s). Qual(is)?	4	1	5

Fonte: elaboração própria

Após a realização dos cruzamentos das motivações que levaram os elementos da amostra a visitar a Capela dos Ossos com a sua idade, com as suas habilitações literárias e com o seu género, foram executados os mesmos cruzamentos tendo como foco, desta vez, as emoções que os respondentes afirmaram ter sentido quando visitaram a atração turística já mencionada.

5.15. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a idade, as habilitações literárias e o género

O primeiro cruzamento que foi realizado foi o cruzamento das emoções sentidas durante a visita à Capela dos Ossos com a idade dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário. Na tabela 36 é possível observar o cruzamento que foi realizado. Os valores apresentados são os valores absolutos e para melhor compreensão do cruzamento que se encontra presente na tabela 36 sugere-se a análise da tabela 30.

Ao analisar a tabela 36 foi possível verificar que apenas dois respondentes que pertenciam à classe etária dos trinta aos 39 anos (100%) referiram sentir-se aterrorizados quando visitaram a Capela dos Ossos. Sete inquiridos afirmaram que sentiram medo quando visitaram a Capela dos Ossos e destes sete inquiridos três pertenciam à classe etária dos vinte aos 29 anos (42,8%), dois faziam parte da classe etária dos quarenta aos 49 anos (28,6%) e os dois restantes estavam integrados nas classes etárias dos trinta aos 39 anos (14,3%) e dos sessenta aos 69 anos (14,3%). A tristeza foi a emoção mais experienciada pelas pessoas que responderam ao inquérito por questionário e esta emoção foi mencionada por todas as classes etárias. A classe etária que mais se sentiu triste durante a sua visita à Capela dos Ossos foi a classe etária dos vinte aos 29 anos que registou dez respostas (29,4%). Em segundo lugar surgiu a classe etária dos trinta aos 39 anos com oito integrantes a afirmarem terem sentido tristeza (23,5%), em seguida encontrou-se a classe etária dos cinquenta aos 59 anos que referiu a terceira emoção seis vezes (17,6%). Em quarto lugar surgiu a classe etária dos sessenta aos 69 anos com quatro respostas (11,8%) e as restantes classes etárias (\leq a dezanove anos; dos quarenta aos 49 anos e \geq a setenta anos) apresentaram cada uma dois elementos que tiveram uma experiência emocional triste ao visitarem a Capela dos Ossos (5,9% cada uma). A quarta emoção que foi possível observar na tabela 36 estava relacionada com o facto de alguns indivíduos terem ficarem chocados quando visitaram a Capela dos Ossos. A classe etária dos trinta aos 39 anos foi a que mais mencionou a quarta emoção, tendo sido referida por oito pessoas que faziam parte desta classe etária (34,8%). De seguida, encontraram-se as classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos quarenta aos 49 anos que registaram ambas cinco respostas (21,7% cada uma). A classe etária que englobou os sujeitos com idade igual ou inferior a dezanove anos e a classe etária dos cinquenta aos 59 anos apresentaram cada uma dois respondentes que ficaram chocados com a visita que realizaram à Capela dos Ossos (8,7% cada uma). Por fim, surgiu a classe etária dos inquiridos que tinham idade igual ou superior a setenta anos que concentrou apenas uma resposta para a quarta emoção (4,4%). Do total da amostra oito elementos referiram que sentiram nojo e repulsa quando

realizaram a sua visita à Capela dos Ossos. As classes etárias dos vinte aos 29 anos, dos trinta aos 39 anos e dos cinquenta aos 59 anos registaram cada uma duas pessoas que sentiram nojo e repulsa durante a visita à Capela dos Ossos (25% cada uma). Por fim, sugeriram a primeira e a última classe etária que selecionaram a quinta opção da lista uma vez cada uma (12,5% cada uma). Os indivíduos da classe etária dos vinte aos 29 anos foram os que mais se sentiram nervosos com a sua visita à Capela dos Ossos, uma vez que mencionaram esta emoção cinco vezes (50%). Em segundo lugar surgiu a classe etária dos trinta aos 39 anos que concentrou três repostas (30%) e por fim, encontrou-se a classe etária dos quarenta aos 49 anos que referiu a sexta emoção duas vezes (20%). A sétima emoção da tabela 36 correspondeu à indiferença, ou seja, esta opção foi selecionada pelos sujeitos que quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos não sentiram nenhuma emoção em específico, tendo ficado indiferentes ao que observaram nesta atração turística. Foi possível verificar que existiram inquiridos em todas as classes etárias que ficaram indiferentes durante a visita à Capela dos Ossos. Os elementos da classe etária dos cinquenta aos 59 anos foram os que mais ficaram indiferentes ao que observaram na Capela dos Ossos, uma vez que nove respondentes desta classe etária referiram que tinham ficado indiferentes durante a sua visita (31%), em segundo lugar surgiu a classe etária dos quarenta aos 49 anos com sete pessoas que não experienciaram nenhuma emoção em específico (24,1%), seguidamente encontrou-se a classe etária dos trinta aos 39 anos que registou quatro repostas para a sétima opção (13,8%). Em quarto lugar surgiu a classe etária dos vinte aos 29 anos com três indivíduos que afirmaram que ficaram indiferentes ao que observaram na Capela dos Ossos (10,4%). Por fim, as classes etárias dos sujeitos com idade igual ou inferior a dezanove anos, dos elementos da amostra com idade compreendida entre os sessenta e os 69 anos e dos inquiridos com idade igual ou superior a setenta anos selecionaram a opção "Indiferença" apenas duas vezes (6,9% cada uma). Dezassete respondentes ficaram fascinados com a sua visita à Capela dos Ossos. Destes dezassete respondentes oito pertenciam à classe etária dos trinta aos 39 anos (47%), sete à classe etária dos vinte aos 29 anos (41,2%) e os dois restantes indivíduos que referiram que se sentiram fascinados durante a visita à Capela dos Ossos pertenciam cada um à classe etária dos quarenta aos 49 anos (5,9%) e à classe etária que englobou as pessoas com idade igual ou superior a setenta anos (5,9%). A nona emoção da tabela 36 relacionou-se com a curiosidade e foi mencionada principalmente pelas pessoas da faixa etária dos cinquenta aos 59 anos, que referiram a nona emoção da tabela 36 cinco vezes (35,7%). Seguidamente, surgiu a classe etária dos quarenta aos 49 anos com três repostas (21,5%). Em terceiro lugar, encontraram-se as classes etária dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos com duas repostas cada uma (14,3% cada uma) e com apenas uma resposta surgiram as classes etárias

dos sujeitos com idade igual ou inferior a dezanove anos (7,1%) e dos indivíduos com idade entre os sessenta e os 69 anos (7,1%). Treze elementos que fizeram parte da amostra da investigação afirmaram que a visita à Capela dos Ossos os fez refletir sobre alguns assuntos relacionados com o que foi possível encontrar nesta atração turística e a distribuição por classes etárias destes elementos da amostra foi a seguinte: sete pertenceram à classe etária dos trinta aos 39 anos (53,8%) e as classes etárias dos quarenta aos 49 anos, dos cinquenta aos 59 anos e dos sessenta aos 69 anos mencionaram duas vezes cada uma a décima emoção da tabela 36 (15,4% cada uma). A décima primeira emoção dizia respeito à estranheza que os inquiridos sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos e esta emoção foi referida por cinco respondentes que pertenciam à classe etária dos vinte aos 29 anos (71,4%) e as classes etárias dos trinta aos 39 anos e dos cinquenta aos 59 anos registaram cada uma apenas uma resposta para a décima primeira emoção da tabela 36 (14,3% cada uma). A décima segunda emoção que se encontrou presente na tabela 36 foi mencionada por dois sujeitos da classe etária dos vinte aos 29 anos (33,2%) e as classes etárias dos indivíduos com idade igual ou inferior a dezanove anos, dos inquiridos com idades entre os trinta e os 39 anos, dos elementos da amostra com idades compreendidas entre os cinquenta e os 59 anos e dos sujeitos com idades entre os sessenta e os 69 anos citaram esta emoção uma vez cada uma (16,7% cada uma). Seis respondentes referiram que quando visitaram a Capela dos Ossos sentiram que deveriam respeitar o local que estavam a visitar e a classe etária que mais sentiu esta necessidade foi a classe etária dos trinta aos 39 anos, que concentrou três respostas do total de seis respostas (50%). Depois, verificou-se que as classes etárias dos inquiridos com idade igual ou inferior a dezanove anos, das pessoas com idades entre os quarenta e os 49 anos e dos sujeitos com idades compreendidas entre os sessenta e os 69 anos mencionaram esta emoção apenas uma vez (16,7% cada uma). Por último, surgiu a opção “Outra” que foi referida por todas as classes etárias. A classe etária que mais indicou outra emoção para além das que estavam contempladas na tabela 36 foi a classe etária dos trinta aos 39 anos que selecionou esta opção oito vezes (30,8%), em segundo lugar surgiram as classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos quarenta aos 49 anos que escolheram a opção “Outra” seis vezes cada uma (23,1% cada uma), seguidamente encontrou-se a classe etária dos cinquenta aos 59 anos com três respostas (11,6%) e as restantes classes etárias (\leq a dezanove anos; dos sessenta aos 69 anos e \geq a setenta anos) selecionaram a última opção de resposta apenas uma vez (3,8% cada uma).

Após a análise da tabela 36 foi possível concluir que maioritariamente as classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos foram as que apresentaram os maiores valores em

termos absolutos para as emoções negativas e a classe etária dos trinta aos 39 anos de uma forma geral foi a que mencionou mais emoções positivas. Estes resultados podem estar associados com o facto de as classes etárias supracitadas terem registado o maior número de inquiridos. As classes etárias dos quarenta aos 49 anos e dos cinquenta aos 59 anos foram as que se mostraram mais curiosas, tal como mais indiferentes ao que se observa quando se realiza uma visita à Capela dos Ossos da cidade de Évora.

Tabela 36 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a idade

Emoções	Idade							Total
	<= 19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	>=70	
Terror	0	0	2	0	0	0	0	2
Medo	0	3	1	2	0	1	0	7
Tristeza	2	10	8	2	6	4	2	34
Choque	2	5	8	5	2	0	1	23
Nojo/Repulsa	1	2	2	0	2	0	1	8
Nervosismo	0	5	3	2	0	0	0	10
Indiferença	2	3	4	7	9	2	2	29
Fascínio	0	7	8	1	0	0	1	17
Curiosidade	1	2	2	3	5	1	0	14
Reflexão	0	0	7	2	2	2	0	13
Estranheza	0	5	1	0	1	0	0	7
Admiração	1	2	1	0	1	1	0	6
Respeito	1	0	3	1	0	1	0	6
Outra	1	6	8	6	3	1	1	26

Fonte: elaboração própria

O segundo cruzamento que foi realizado incluiu as emoções que os inquiridos experienciaram quando visitaram a Capela dos Ossos e as suas habilitações literárias, como é possível analisar na tabela 37. O cruzamento foi realizado com a utilização de valores absolutos e para facilitar o seu entendimento sugere-se a leitura da tabela 32.

Através da análise da tabela 37 foi possível concluir que apenas dois respondentes referiram que tinham vivido uma experiência emocional aterradora quando visitaram a Capela dos Ossos. Um destes respondentes possuía uma licenciatura ou um bacharelato (50%) e o outro tinha concluído um mestrado ou um doutoramento (50%). A segunda emoção também apenas foi mencionada pelas pessoas que apresentaram as duas habilitações literárias mais elevadas da lista. Os sujeitos com um mestrado ou um doutoramento referiram a segunda emoção da tabela 37 seis vezes (85,7%) e apenas um indivíduo que concluiu uma licenciatura ou um bacharelato (14,3%) mencionou ter sentido medo quando realizou a sua visita à Capela dos Ossos. Como já se verificou anteriormente, a tristeza foi a emoção mais sentida pelos inquiridos. Os respondentes

com uma licenciatura ou bacharelato foram os que mais se sentiram tristes durante a visita à Capela dos Ossos, uma vez que selecionaram esta emoção treze vezes (38,2%), em seguida surgiram os elementos da amostra que concluíram um mestrado ou um doutoramento que escolheram a terceira emoção da lista nove vezes (26,5%). Em terceiro lugar encontraram-se os sujeitos que terminaram o ensino secundário que concentraram oito respostas para a terceira emoção da tabela 37 (23,5%) e, os últimos quatro inquiridos que selecionaram a terceira emoção da tabela 37 tinham apenas o ensino básico concluído (11,8%). A quarta emoção relacionou-se com a sensação de choque que as pessoas sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos e foi maioritariamente mencionada pelos indivíduos que apresentavam uma licenciatura ou bacharelato, pois estes referiram esta emoção treze vezes (56,5%). Em segundo lugar, surgiram os sujeitos que tinham terminado o ensino secundário que escolheram a quarta emoção seis vezes (26,1%). Seguidamente, encontraram-se os inquiridos com um mestrado ou doutoramento que concentraram três respostas (13,1%) e, por fim surgiu um respondente com o ensino básico que afirmou ter-se sentido chocado quando visitou a Capela dos Ossos (4,3%). Os respondentes que mais sentiram nojo e repulsa durante a visita à Capela dos Ossos foram os que possuíam o ensino secundário, na medida em que mencionaram a quinta emoção da tabela 37 seis vezes (75%). Uma pessoa com uma licenciatura ou um bacharelato também referiu que tinha sentido nojo e repulsa durante a sua visita (12,5%), tal como um indivíduo que concluiu um mestrado ou um doutoramento (12,5%). Dez sujeitos que responderam ao inquérito por questionário afirmaram que se tinham sentido nervosos durante a visita a Capela dos Ossos. Destes dez sujeitos, cinco tinham concluído um bacharelato ou uma licenciatura (50%), três possuíam um diploma de mestrado ou de doutoramento (30%) e dois terminaram o ensino secundário (20%). Diversos inquiridos não sentiram nenhuma emoção em específico quando visitaram a Capela dos Ossos, tendo ficado indiferentes ao que observaram nesta atração turística. Os respondentes com o ensino secundário foram os que mais se sentiram indiferentes durante a sua visita à Capela dos Ossos, uma vez que doze pessoas que tinham este nível de ensino completo decidiram expressar a sua indiferença (41,4%). Em segundo lugar surgiram os indivíduos com o ensino básico completo e os sujeitos que terminaram uma licenciatura ou um bacharelato que selecionaram a sétima opção de resposta sete vezes (24,1% cada uma). Em terceiro lugar encontraram-se os inquiridos que frequentaram o ensino profissional que registaram duas respostas para a opção “Indiferença” (6,9%). Por fim, surgiu um respondente que apenas finalizou o ensino primário e que se sentiu indiferente durante a sua visita à Capela dos Ossos (3,5%). A oitava emoção da tabela 37 estava associada à sensação de fascínio que alguns indivíduos experienciaram quando visitaram a Capela dos Ossos. A oitava emoção foi mencionada oito vezes pelas pessoas que finalizaram uma licenciatura ou um

bacharelato (47,1%). Em seguida, encontraram-se os sujeitos com o ensino secundário que referiram a oitava emoção da tabela 37 cinco vezes (29,4%) e, por último surgiram ainda quatro inquiridos com um mestrado ou doutoramento concluído que se sentiram fascinados com o que observaram e experienciaram na Capela dos Ossos (23,5%). A nona emoção da tabela 37 estava relacionada com a curiosidade que a Capela dos Ossos despertou em alguns dos seus visitantes. Os respondentes que se sentiram mais curiosos quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos foram os que terminaram uma licenciatura ou um bacharelato, uma vez que escolheram a nona emoção cinco vezes (35,7%). As pessoas com o ensino secundário afirmaram quatro vezes que se sentiram curiosas (28,6%). Dois indivíduos com o ensino básico concluído (14,3%) e outros dois inquiridos com a habilitação literária mais elevada da lista (14,3%) mencionaram também que se sentiram curiosos durante a sua experiência na Capela dos Ossos. Por fim, surgiu ainda um inquirido que terminou o ensino secundário e que selecionou a nona emoção da tabela 37 (7,1%).

Treze respondentes afirmaram que a visita à Capela dos Ossos os levou a realizarem algumas reflexões relacionadas com o que se encontrava exposto nesta atração turística. Os respondentes que mais destacaram este aspeto foram os que concluíram uma licenciatura ou um bacharelato que referiram os efeitos refletivos da sua experiência de visita sete vezes (53,8%). Em segundo lugar surgiram as pessoas com um mestrado ou um doutoramento concluído que mencionaram a décima emoção da tabela 37 quatro vezes (30,8%). Tanto os indivíduos com o ensino básico terminado como os que concluíram o ensino secundário apenas citaram uma vez que viveram uma experiência refletiva (7,7% cada uma). Três inquiridos com o ensino secundário (42,9%) tal como outros três respondentes com uma licenciatura ou um bacharelato concluído (42,9%) afirmaram que se sentiram estranhos durante a sua visita à Capela dos Ossos. Esta sensação de estranheza foi ainda experienciada por uma pessoa que apresentou um diploma de mestrado ou doutoramento (14,2%). Dois indivíduos que fizeram parte da amostra e que concluíram uma licenciatura ou um bacharelato referiram que se admiraram com o que observaram durante a sua visita à Capela dos Ossos (33,3%) tal como dois sujeitos com um mestrado ou um doutoramento (33,3%). Um respondente com o ensino básico também mencionou que se admirou durante a sua visita à Capela dos Ossos (16,7%). A décima segunda emoção da tabela 37 foi ainda referida por um inquirido que terminou o ensino secundário (16,7%). A décima terceira emoção que fez parte da tabela 37 relacionou-se com a necessidade que algumas pessoas que responderam ao inquérito por questionário sentiram em exprimir o seu respeito ao que se encontrava exposto na Capela dos Ossos. Esta necessidade foi referida por dois indivíduos com uma licenciatura ou um bacharelato (33,3%) e as seguintes habilitações literárias: “Ensino Básico”, “Ensino Profissional”, “Ensino Secundário” e “Mestrado/Doutoramento” registaram uma resposta cada uma para a décima

terceira opção da tabela 37 (16,7% cada uma). A décima quarta emoção traduziu-se na opção “Outra” e foi selecionada 26 vezes. Os sujeitos com uma licenciatura ou um bacharelato foram os que mais mencionaram outra motivação diferente das que estavam contempladas na tabela 37, pois escolheram a última opção de resposta onze vezes (42,3%). Em segundo lugar, surgiram os respondentes com um mestrado ou um doutoramento concluído que referiram uma outra emoção que não estava incluída na lista apresentada oito vezes (30,8%). Em seguida, encontraram-se os inquiridos com o ensino secundário que selecionaram a última opção de resposta seis vezes (23,1%) e, por último surgiram as pessoas com o ensino básico terminado que mencionaram apenas uma vez outra motivação diferente das que estavam identificadas na tabela 37 (3,8%).

Ao analisar a tabela 37 foi possível concluir que a habilitação literária “Licenciatura/Bacharelato” foi a que concentrou os valores de respostas mais elevados para a grande maioria das emoções que se encontraram presentes na tabela 37 e este facto pode ser explicado por a habilitação literária supracitada concentrar o maior número de inquiridos. Também é importante referir que os respondentes que concluíram o ensino secundário foram os que mais ficaram indiferentes ao que se experiencia quando se visita a Capela dos Ossos da cidade de Évora.

Tabela 37 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as habilitações literárias

Emoções	Habilitações literárias						Total
	Ensino Primário	Ensino Básico	Ensino Profissional	Ensino Secundário	Bacharelato/Licenciatura	Mestrado/Doutoramento	
Terror	0	0	0	0	1	1	2
Medo	0	0	0	0	1	6	7
Tristeza	0	4	0	8	13	9	34
Choque	0	1	0	6	13	3	23
Nojo/Repulsa	0	0	0	6	1	1	8
Nervosismo	0	0	0	2	5	3	10
Indiferença	1	7	2	12	7	0	29
Fascínio	0	0	0	5	8	4	17
Curiosidade	0	2	1	4	5	2	14
Reflexão	0	1	0	1	7	4	13
Estranheza	0	0	0	3	3	1	7
Admiração	0	1	0	1	2	2	6
Respeito	0	1	1	1	2	1	6
Outra	0	1	0	6	11	8	26

Fonte: elaboração própria

O último cruzamento que foi realizado incluiu as emoções que os inquiridos sentiram durante a sua visita à Capela dos Ossos e o seu género, que é possível observar na tabela 38.

Para a realização deste último cruzamento foram utilizados valores absolutos e para a sua compreensão recomenda-se a análise da tabela 34.

Com a análise da tabela 38 foi possível observar que o género feminino registou o maior número de respostas para todas as opções de resposta com exceção de duas que foram as seguintes: “Medo” e “Indiferença”. As opções de resposta referidas foram mencionadas mais vezes por respondentes do género masculino. No que diz respeito ao “Medo” os valores absolutos de respostas são muito semelhantes uma vez que os sujeitos do género masculino afirmaram que sentiram medo quando visitaram a Capela dos Ossos quatro vezes enquanto as pessoas do género feminino apenas selecionaram esta emoção três vezes. Como já se referiu os indivíduos do género masculino foram os que mais ficaram indiferentes ao que observaram e experienciaram quando visitaram a Capela dos Ossos, uma vez que estes inquiridos referiram dezassete vezes que não tinham sentido nenhuma emoção em específico e por sua vez, os respondentes do género feminino expressaram a sua indiferença doze vezes. O género feminino concentrou o maior número de resposta para quase todas as emoções por ser o género com o qual a maioria das pessoas que responderam ao inquérito por questionário se identificou.

Tabela 38 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com o género

Emoções	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Terror	1	1	2
Medo	3	4	7
Tristeza	24	10	34
Choque	19	4	23
Nojo/Repulsa	5	3	8
Nervosismo	8	2	10
Indiferença	12	17	29
Fascínio	12	5	17
Curiosidade	11	3	14
Reflexão	8	5	13
Estranheza	6	1	7
Admiração	3	3	6
Respeito	5	1	6
Outra	15	11	26

Fonte: elaboração própria

Para concluir a apresentação e análise dos dados primários recolhidos através da aplicação do inquérito por questionário serão analisados os resultados dos testes estatísticos, que se traduziram no teste do Qui-Quadrado (X^2), que permitiram estudar a relação que existia entre as variáveis em estudo.

5.16. Relação entre variáveis

Nas secções que se seguem serão apresentados os resultados dos testes do Qui-Quadrado (X^2) que foram realizados entre as motivações que originaram a visita à Capela dos Ossos e as restantes variáveis em estudo, tal como os resultados dos testes entre as emoções que as pessoas que responderam ao inquérito por questionário sentiram durante a sua visita à Capela dos Ossos e o resto das outras variáveis em análise. É importante referir que apenas serão apresentados os resultados dos testes em que os pressupostos eram cumpridos e que apresentaram diferenças significativas a nível estatístico. Destaca-se que nas tabelas apresentadas nas próximas secções, nas variáveis dicotómicas colocadas nas linhas das tabelas, optou-se por apenas se apresentar os resultados da opção “sim”, uma vez que se observava o oposto na opção “não”.

5.16.1. Motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos VS restantes variáveis em estudo

5.16.1.1. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica

Ao analisar os resultados apresentados nas tabelas 39, 40 e 41 foi possível verificar que existiram diferenças significativas a nível estatístico no que diz respeito ao género, à idade, à situação perante o trabalho, à nacionalidade e às habilitações literárias dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário.

Relativamente ao género, observou-se que os elementos da amostra do género feminino foram os que apresentaram mais motivações para visitarem a Capela dos Ossos associadas à vontade de viverem uma experiência que relembresse a efemeridade da sua vida e à necessidade de viverem uma experiência educacional. Foram também os inquiridos do género feminino que mais visitaram a Capela dos Ossos por esta atração lhes ter sido recomendada por familiares e amigos (Tabela 39).

No que diz respeito à idade, através da tabela 39 verificou-se que os indivíduos mais novos que responderam ao inquérito por questionário (≤ 29 anos) foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos e os sujeitos dos trinta aos 39 anos foram os menos influenciados pela família e amigos para visitarem a Capela dos Ossos. Também se observou que os inquiridos dos quarenta aos 59 anos foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos por esta fazer parte do seu itinerário de visita à cidade e os respondentes com

mais idade (≥ 60 anos) foram os que menos visitaram a Capela dos Ossos por esta fazer parte do seu itinerário de visita, ou seja, eram os que apresentaram mais motivações em concreto para visitarem e explorarem esta atração turística tão conhecida da cidade de Évora (Tabela 39).

Relativamente à situação perante o trabalho foi possível concluir que as pessoas que responderam ao inquérito por questionário e que não se encontravam a trabalhar foram as que mais apresentaram uma vontade para viverem uma experiência que os relembrasse sobre a efemeridade da sua própria vida (Tabela 39).

Tabela 39 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com o seu género, a sua idade e a sua situação perante o trabalho

Variáveis	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		χ^2 test [Value (p-value)]	Necessidade de viver uma experiência educacional		χ^2 test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ^2 test [Value (p-value)]	Visitar a Capela dos Ossos apenas por fazer parte do itinerário		χ^2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Género												
Feminino	55,5%	44,5%	3,224 (0,073)*	56,4%	43,6%	7,374 (0,007)	60,9%	39,1%	2,872 (0,090)*			
Masculino	41,3%	58,7%		34,9%	65,1%		47,6%	52,4%				
Idade												
≤ 29 anos							83,3%	16,7%		18,8%	81,3%	
30-39 anos							43,1%	56,9%	20,338	23,5%	76,5%	7,168
40-59 anos							48,2%	51,8%	(0,000)	33,9%	66,1%	(0,067)*
≥ 60 anos							44,4%	55,6%		5,6%	94,4%	
Situação perante o trabalho												
Ativos	46,2%	53,8%	3,703 (0,054)*									
Não ativos	63,4%	36,6%										

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

Com a análise da tabela 40 foi possível verificar que os elementos da amostra que eram de nacionalidade estrangeira foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos por se sentirem atraídos pelo horror, o sombrio e o macabro e também por procurarem conhecer algo novo que nunca tinham visto anteriormente. Os visitantes nacionais foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos, o que parece fazer sentido porque a Capela dos Ossos da cidade de Évora é uma atração bastante conhecida a nível nacional.

Tabela 40 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua nacionalidade

Variáveis	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		χ2 test [Value (p-value)]	Procurar algo novo que nunca viu antes		χ2 test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Nacionalidade									
Portugueses	11,8%	88,2%	8,271	65,5%	34,5%	4,537	63,9%	36,1%	9,407
Estrangeiros	29,6%	70,4%	(0,004)	81,5%	18,5%	(0,033)	38,9%	61,1%	(0,002)

Fonte: elaboração própria

No que diz respeito às habilitações literárias dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário, foi possível concluir, através da análise dos resultados da tabela 41, que os sujeitos com níveis de ensino superior foram os que mais referiram visitar a Capela dos Ossos para adquirem conhecimentos sobre a história do local que estavam a visitar e os inquiridos com habilitações literárias até ao ensino básico foram, comparativamente, os que menos visitaram a Capela dos Ossos para adquirem conhecimentos sobre a história da cidade. Os respondentes que apresentaram níveis de ensino inferiores (até ao ensino básico) foram os que mais decidiram visitar a Capela dos Ossos devido a terem uma curiosidade para saberem se a atração turística existe mesmo da maneira como a imaginam e as pessoas que responderam ao inquérito por questionário que apresentaram níveis de ensino superiores foram os que menos visitaram esta atração devido a estarem curiosos para saberem se esta realmente existia da forma que é publicitada e promovida. Este resultado parece fazer sentido, pois os sujeitos com níveis de ensino mais elevados tendencialmente terão mais conhecimento sobre as atrações turísticas e sobre eventuais diferenças na forma como estas são apresentadas ao público. Os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário que concluíram o ensino secundário foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do seu itinerário de visita e os inquiridos com os menores níveis de ensino (até ao ensino básico) foram os que menos visitaram esta atração devido a esta fazer parte do seu itinerário de visita.

Tabela 41 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as suas habilitações literárias

Variáveis	Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar		χ2 test [Value (p-value)]	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ2 test [Value (p-value)]	Visitar a Capela dos Ossos apenas por fazer parte do itinerário		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Habilitações literárias									
Até ao ensino básico	66,7%	33,3%	5,498 (0,064)	83,3%	16,7%	5,959 (0,051)*	11,1%	88,9%	8,224 (0,016)
Ensino secundário	81,5%	18,5%		74,1%	25,9%		37,0%	63,0%	
Ensino superior	88,1%	11,9%		59,4%	40,6%		18,8%	81,2%	

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.2. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora

Após a análise da tabela 42, foi possível concluir que os respondentes que estavam a visitar Évora pela primeira vez foram os que mais visitaram a Capela dos Ossos por terem curiosidade em conhecerem esta atração para saberem se era mesmo real, por procurarem algo novo que nunca tinham visto anteriormente e, também, pelo simples facto da Capela dos Ossos fazer parte do seu itinerário de visita à cidade. Para além disto, as pessoas que estavam na cidade pela primeira vez foram os que menos visitaram a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido apresentada e recomendada por familiares e amigos.

Tendo em consideração as motivações que levaram os elementos da amostra a visitarem a cidade de Évora pela primeira vez, foi possível verificar que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário e que tinham como motivação visitar Évora por esta ser uma cidade da UNESCO apresentaram maior tendência para visitarem a Capela dos Ossos por terem curiosidade em conhecerem esta atração para verem se era mesmo real, também visitaram esta atração turística por procurarem algo novo que nunca tinham visto antes e, ainda, visitaram a Capela dos Ossos por esta fazer parte do seu itinerário de visita. As pessoas que visitaram a cidade de Évora pela primeira vez por esta ser uma cidade reconhecida pela UNESCO apresentaram menos como motivação para visitar a Capela dos Ossos o facto de esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos. Os indivíduos que visitaram a cidade de Évora pela primeira vez devido ao seu património cultural construído, apresentaram um comportamento em termos de motivações para visitarem a Capela dos Ossos idêntico ao das pessoas que visitaram Évora pela primeira vez devido a esta ser uma cidade da UNESCO. Os inquiridos que referiram outra motivação diferente

das que estavam integradas na lista que lhes foi apresentada para visitarem a cidade pela primeira vez, não tinham como tendência visitar a Capela dos Ossos por esta ser uma atração que lhes foi recomendada por familiares ou amigos. Considera-se que é importante recordar que a motivação que foi mais referida pelos respondentes que selecionaram a opção “Outra” foi “Lazer” (Tabela 42).

Tabela 42 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua frequência de visita à cidade e com as suas motivações para visitar a cidade pela primeira vez

Variáveis	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ2 test [Value (p-value)]	Procurar algo novo que nunca viu antes		χ2 test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ2 test [Value (p-value)]	Visitar a Capela dos Ossos apenas por fazer parte do itinerário		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Preparação da visita à cidade												
Primeira visita à cidade	72,2%	27,8%	3,209 (0,073)*	80,4%	16,6%	10,393 (0,001)	47,4%	52,6%	6,702 (0,010)	28,9%	71,1%	3,259 (0,071)*
Motivações para visitar a cidade pela primeira vez												
Ser uma cidade da UNESCO	79,6%	20,4%	6,097 (0,014)	81,5%	18,5%	4,537 (0,033)	46,3%	53,7%	3,044 (0,081)*	40,7%	59,3%	12,608 (0,000)
Património cultural construído	74,6%	25,4%	3,261 (0,071)*	83,6%	16,4%	8,974 (0,003)	46,3%	53,7%	4,264 (0,039)	37,3%	62,7%	11,208 (0,001)
Outra							34,8%	65,2%	4,880 (0,027)			

*Estatisticamente significante a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

Como foi possível observar através dos resultados apresentados na tabela 43, os elementos da amostra que estavam a visitar Évora novamente por esta ser uma cidade da UNESCO tinham como tendência visitar a Capela dos Ossos por terem vontade de viver uma experiência que os lembrasse da efemeridade da sua vida. As pessoas que estavam novamente em Évora devido ao rico património cultural que esta apresenta não tinham como tendência visitar a Capela dos Ossos devido a terem curiosidade para verem se esta era mesmo real e também não visitaram esta atração por estarem à procura de algo que nunca viram antes. Algo que parece fazer sentido, porque já tinham estado na cidade e conheciam a atração turística em causa. Os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário e que voltaram à cidade de Évora devido às suas iguarias gastronómicas apresentaram maior tendência para visitarem a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos, mas ainda se verificou que não visitaram esta atração por procurarem algo novo que nunca tinham visto antes.

Tabela 43 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as suas motivações para visitar a cidade novamente

Variáveis	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		χ2 test [Value (p-value)]	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ2 test [Value (p-value)]	Procurar algo novo que nunca viu antes		χ2 test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Motivações para visitar a cidade novamente												
Ser uma cidade da UNESCO	69,6%	30,4%	3,943 (0,047)									
Património cultural construído				56,5%	43,5%	2,785 (0,095)*	60,9%	39,1%	2,807 (0,094)*			
Gastronomia							54,5%	45,5%	3,094 (0,079)*	81,8%	18,2%	6,784 (0,009)

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.3. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável associada à familiarização com o termo Dark Tourism e com a variável relacionada com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism

Na tabela 44 foi possível analisar o cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a familiarização dos mesmos com o termo Dark Tourism e ainda com o facto de estes considerarem a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism. Através da análise da tabela 44 foi possível perceber que os sujeitos que já estavam familiarizados com o Dark Tourism tinham maior tendência para apresentar motivações relacionadas com a atração pelo horror, o sombrio e o macabro e com o desejo de contemplarem a morte e a mortalidade. Estas duas motivações estão muito relacionadas com a essência do Dark Tourism por isso compreende-se que as pessoas que conhecem este tipo de turismo, que se tenham informado sobre ele, apresentem motivações relacionadas com o mesmo. Para além deste aspeto, ainda foi possível concluir que os respondentes que consideraram a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism tinham maior tendência para visitarem esta atração devido à curiosidade que tinham sobre a mesma.

Tabela 44 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos, com a familiarização dos respondentes com o termo *Dark Tourism* e com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de *Dark Tourism*

Variáveis	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		χ ² test [Value (p-value)]	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		χ ² test [Value (p-value)]	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Familiarização com o termo <i>Dark Tourism</i>	34,5%	65,5%	7,142 (0,008)	41,4%	58,6%	7,661 (0,006)			
Capela dos Ossos como uma atração de <i>Dark Tourism</i>							70,5%	29,5%	4,428 (0,035)

Fonte: elaboração própria

5.16.1.4. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais tiveram conhecimento da existência da mesma

No que diz respeito às fontes de informação que os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário utilizaram para obterem informações sobre a Capela dos Ossos, foi possível concluir, através da análise dos resultados sistematizados na tabela 45, que os elementos da amostra que conheceram a Capela dos Ossos através dos seus familiares e amigos visitaram a Capela dos Ossos relativamente mais por apresentarem um desejo de contemplar a morte e a mortalidade, desejarem adquirir conhecimentos sobre a cidade que estavam a visitar, terem curiosidade para verem se atração realmente existe da forma como lhes foi apresentada pelos seus familiares e amigos, procurarem algo novo que nunca tinham visto antes e por ser uma atração que lhes foi recomendada por familiares e amigos, algo que era bastante espetável. Também foi possível concluir que as pessoas que tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos da cidade de Évora através de familiares e amigos não tinham como tendência visitarem esta atração apenas por esta estar presente no seu itinerário. Em relação aos inquiridos que conheceram a Capela dos Ossos através da *internet* verificou-se que estes não tinham como tendência visitarem a Capela dos Ossos por terem uma atração pelo horror, o sombrio e o macabro nem por esta ter sido uma atração que lhes foi recomendada por familiares e amigos (Tabela 45). Antes de analisar a fonte de informação “Outra” da tabela 45, é importante relembrar que a fonte de informação que mais foi mencionada na opção “Outra” foi a escola. Observou-se na tabela 45 que os respondentes que selecionaram a opção “Outra” referiram que visitaram a Capela dos Ossos devido a terem uma necessidade de viverem uma experiência educacional. Ainda se concluiu que as pessoas que escolheram a opção “Outra” não tinham tanto como tendência

visitarem a Capela dos Ossos por terem curiosidade em conhecer para verem se a atração turística era mesmo real, o que faz sentido, pois se conheceram a Capela dos Ossos da cidade de Évora na escola já sabiam que esta era mesmo real, tendo acesso a informação que lhes permitia perceber o contexto da sua construção. Estes indivíduos também não visitaram esta atração turística por procurarem algo de novo, que nunca tinham visto antes, porque muito provavelmente quando estudaram esta atração turística na escola observaram diversas fotografias da mesma e tiveram acesso a mais informação. Estes elementos da amostra referiram ainda que não visitaram a Capela dos Ossos por esta atração lhes ter sido recomendada por familiares e amigos. Isto poderá acontecer pois já tinham a informação e vontade de conhecer esta atração turística devido a todo o conhecimento que obtiveram sobre a mesma quando a estudaram na escola.

Tabela 45 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais tiveram conhecimento da existência da mesma

Variáveis	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		χ2 test [Value (p-value)]	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		χ2 test [Value (p-value)]	Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar		χ2 test [Value (p-value)]	Necessidade de viver uma experiência educacional		χ2 test [Value (p-value)]	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ2 test [Value (p-value)]	Procurar algo novo que nunca viu antes		χ2 test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ2 test [Value (p-value)]	Visitar a Capela dos Ossos apenas por fazer parte do itinerário		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Fontes de informação																								
Familiares e amigos				28,9%	71,1%	4,496 (0,034)	89,2%	10,8%	3,356 (0,067)*				73,5%	26,5%	3,528 (0,060)*	77,1%	22,9%	3,331 (0,068)*	100%	0%	125,004 (0,000)	18,1%	81,9%	2,794 (0,095)*
Sites da internet	7,9%	92,1%	6,114 (0,013)																31,7%	68,3%	23,798 (0,000)			
Outra										66,7%	33,3%	4,201 (0,040)	51,9%	48,1%	3,069 (0,080)*	40,7%	59,3%	13,648 (0,000)	29,6%	70,4%	9,080 (0,003)			

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.5. Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos

Na tabela 46 foi possível observar que os respondentes que tinham como motivação para visitarem a Capela dos Ossos a atração pelo horror, o sombrio e o macabro, desejavam também contemplar a morte e a mortalidade, ou seja, existe uma associação positiva entre estas duas motivações.

Após a análise das tabelas 46 e 47 foi possível concluir que os elementos da amostra que visitaram a Capela dos Ossos por desejarem contemplar a morte e a mortalidade eram também os elementos que tinham mais tendência para visitarem a Capela dos Ossos por serem atraídos pelo horror, o sombrio e o macabro, por terem uma vontade de viverem uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua própria vida e por esta atração turística lhes ter sido recomendada por familiares e amigos, existindo deste modo, uma associação positiva entre as variáveis. No entanto, as pessoas que afirmaram que visitaram a Capela dos Ossos por desejarem contemplar a morte e a mortalidade não tinham como tendência visitar esta atração por esta apenas fazer parte do seu itinerário de visita à cidade.

Também através da análise das tabelas 46 e 47 foi possível verificar que os respondentes que visitaram a Capela dos Ossos por terem vontade de viver uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua própria vida também tinham a tendência para visitarem a Capela dos Ossos por terem um desejo de contemplar a morte e a mortalidade, por manifestarem uma vontade de adquirir conhecimentos sobre a história da cidade, por apresentarem uma necessidade de viver uma experiência educacional, por procurarem algo novo que nunca viram antes e ainda visitaram a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos. Pode-se, assim, afirmar que existe uma associação positiva entre estas variáveis.

Concluiu-se através dos resultados apresentados nas tabelas 46 e 47, que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário e que declararam que visitaram a Capela dos Ossos por quererem adquirir mais conhecimentos sobre a história da cidade de Évora tinham uma tendência para afirmarem que também visitaram a Capela dos Ossos pelos seguintes motivos: vontade de viver uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua própria vida, necessidade de viver uma experiência educacional, procurem algo novo que nunca tinham visto antes, recomendação de familiares e amigos e seguimento de um itinerário de visita à cidade. É possível afirmar que existe uma associação positiva entre estas variáveis, mas a associação positiva com a motivação relacionada com a necessidade de viver uma experiência educacional

era a mais esperada, porque se os indivíduos querem adquirir conhecimentos sobre a história da cidade é mais expetável que também procurem viver uma experiência educacional.

Verificou-se ainda após a observação das tabelas 46 e 47 que os elementos da amostra que selecionaram a motivação relacionada com a necessidade de viver uma experiência educacional tinham como tendência escolherem as motivações que estavam associadas à vontade de viverem uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua vida, à procura de algo novo que nunca tinham visto antes e à aquisição de conhecimentos sobre o local que estavam a visitar, o que é um resultado que parece fazer muito sentido porque, se pretendem viver uma experiência educacional, também se entende que seja mais provável quererem obter novos e diversificados conhecimentos sobre a história do destino turístico que estão a visitar.

A tabela 47 mostrou que os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário e que afirmaram terem curiosidade para conhecer a Capela dos Ossos para verem se esta era mesmo real apresentaram uma tendência para selecionarem a motivação que estava relacionada com a procura de algo novo que nunca tinham visto antes, o que é um resultado que faz sentido porque se tinham curiosidade em saberem se a Capela dos Ossos era mesmo real também é esperado que vão à procura de experienciarem e verem algo diferente de tudo o que já tinham visto e experienciado antes da sua visita à cidade de Évora. Para além desta associação positiva entre estas duas motivações também se verificou que os sujeitos que escolheram a opção relacionada com a curiosidade para conhecerem a Capela dos Ossos para verem se esta era mesmo real apresentaram uma tendência maior para selecionarem a motivação relacionada com a recomendação de familiares e amigos e a motivação associada à Capela dos Ossos fazer parte do seu itinerário. Assim, tal como se verificou anteriormente, existe também uma associação positiva entre estas variáveis.

Após a análise das tabelas 46 e 47 foi possível concluir que os inquiridos que afirmaram que visitaram a Capela dos Ossos por procurarem algo novo que nunca tinham visto antes apresentaram uma tendência para exibirem outras motivações para visitarem esta atração turística, que foram as seguintes: vontade de viver uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua própria vida, adquirir conhecimentos sobre a história do local que estavam a visitar, necessidade de viver uma experiência educacional, ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos, e ainda, curiosidade em conhecerem para verem se a atração turística era mesmo real. Este resultado, parece fazer sentido pois se os visitantes procuravam algo que nunca tinham visto antes, é esperado que também apresentem uma elevada curiosidade.

Através da observação das tabelas 46 e 47 foi também possível afirmar que os respondentes que visitaram a Capela dos Ossos por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos tinham uma maior tendência para terem as seguintes motivações: desejo de contemplarem a morte e a mortalidade, vontade de viver uma experiência que os relembresse da efemeridade da vida humana, adquirir conhecimentos sobre a história do local que estavam a visitar, curiosidade em conhecer para verem se a Capela dos Ossos era mesmo real e a procura de algo novo que nunca tinham visto antes. Ou seja, é possível verificar que existe uma associação positiva entre estas variáveis analisadas.

As tabelas 46 e 47 ainda mostraram que existiu uma associação negativa entre a motivação relacionada com a visita da Capela dos Ossos por esta ser apenas uma atração que estava integrada no itinerário de visita à cidade e a motivação associada com o desejo de contemplar a morte e a mortalidade. No entanto, verificou-se que os indivíduos que visitaram a Capela dos Ossos apenas por esta ser mais uma atração turística que tinham de visitar durante a sua estada na cidade de Évora demonstraram maior tendência para apresentarem também motivações relacionadas com a vontade de adquirir conhecimentos sobre a história de Évora e com a curiosidade que existe em verificar se a Capela dos Ossos realmente existe da forma como é promovida e publicitada para os seus potenciais visitantes.

Tabela 46 - Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos

Variáveis	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		χ2 test [Value (p-value)]	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		χ2 test [Value (p-value)]	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		χ2 test [Value (p-value)]	Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar		χ2 test [Value (p-value)]	Necessidade de viver uma experiência educacional		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Motivações															
Atração pelo horror, o sombrio e o macabro				36,7%	63,3%	4,576 (0,032)									
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade	28,9%	71,1%	4,576 (0,032)				81,6%	18,4%	19,071 (0,000)						
Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida				35,6%	64,4%	19,071 (0,000)				90,8%	9,2%	6,303 (0,012)	60,9%	39,1%	10,712 (0,001)
Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar							54,5%	45,5%	6,303 (0,012)				54,5%	45,5%	12,603 (0,000)
Necessidade de viver uma experiência educacional							63,1%	36,9%	10,712 (0,001)	94,0%	6,0%	12,603 (0,000)			
Curiosidade para conhecer para ver se é real															
Procurar algo novo que nunca viu antes							54,9%	45,1%	3,547 (0,060) *	90,2%	9,8%	12,297 (0,000)	55,7%	44,3%	8,548 (0,003)
Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos				28,9%	71,1%	6,134 (0,013)	56,7%	43,3%	3,631 (0,057) *	88,7%	11,3%	3,820 (0,051)*			
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário				12,2%	87,8%	2,993 (0,084)*				95,1%	4,9%	5,064 (0,024)			

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

Tabela 47 - Cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos (continuação)

Variáveis	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ ² test [Value (p-value)]	Procurar algo novo que nunca viu antes		χ ² test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ ² test [Value (p-value)]	Visitar a Capela dos Ossos apenas por fazer parte do itinerário		χ ² test [Value (p-value)]	
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		
Motivações													
Atração pelo horror, o sombrio e o macabro													
Desejo de contemplar a morte e a mortalidade								73,7%	26,3%	6,134 (0,013)	13,2%	86,8%	2,993 (0,084)*
Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida				77,0%	23,0%	3,547 (0,060)*	63,2%	36,8%	3,631 (0,057)*				
Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar				75,9%	24,1%	12,297 (0,000)	59,3%	40,7%	3,820 (0,051)*	26,9%	73,1%	5,064 (0,024)	
Necessidade de viver uma experiência educacional				81,0%	19,0%	8,548 (0,003)							
Curiosidade para conhecer para ver se é real				76,5%	23,5%	5,943 (0,015)	60,9%	39,1%	3,209 (0,073)*	28,7%	71,3%	4,735 (0,030)	
Procurar algo novo que nunca viu antes	72,1%	27,9%	5,943 (0,015)				60,7%	39,3%	3,534 (0,060)*				
Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos	72,2%	27,8%	3,209 (0,073)*	76,3%	23,7%	3,534 (0,060)*							
Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário	80,5%	19,5%	4,735 (0,030)										

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.6. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as emoções que os mesmos sentiram quando visitaram esta atração turística

Na tabela 48 foi possível observar o cruzamento entre as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos e as emoções que os mesmos sentiram quando realizaram a sua visita a esta atração turística. Foi possível verificar que os sujeitos que sentiram tristeza quando visitaram a Capela dos Ossos não tinham como tendência visitarem esta atração turística devido a esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos, existindo deste modo uma associação negativa entre estas variáveis. Os indivíduos que não sentiram nenhuma emoção em concreto, ficando indiferentes ao que observaram e experienciaram durante a sua visita à Capela dos Ossos, não tinham como tendência indicarem a motivação que estava relacionada com a atração pelo horror, o sombrio e o macabro, ou seja, existiu uma associação negativa entre estas duas variáveis. As pessoas que ficaram fascinadas durante a sua visita à Capela dos Ossos, não demonstraram como maior tendência apresentarem a motivação relacionada com a procura de algo novo que ainda nunca tinham visto antes, verificando-se também uma associação negativa entre estas variáveis. Observou-se também que os inquiridos que tiveram uma experiência refletiva quando visitaram a Capela dos Ossos tinham como tendência afirmarem que visitaram a Capela dos Ossos por quererem viver uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua vida, verificando-se uma associação positiva entre estas duas variáveis. Este era um resultado esperado, porque se visitaram a Capela dos Ossos com o intuito de lembrarem a sua própria condição mortal entende-se que durante a sua visita a esta atração turística tenham refletido bastante sobre o que estavam a observar e a experienciar lembrando-se de que um dia eles próprios também iriam morrer. Para concluir é importante lembrar que as principais emoções que foram mencionadas na opção "Outra" foram a contemplação, a introspeção e a surpresa e, foi possível observar que as pessoas que mais mencionaram emoções diferentes das que faziam parte da lista apresentada no inquérito por questionário tinham como tendência referir que visitaram a Capela dos Ossos por terem um desejo de contemplar a morte e a mortalidade, uma motivação que se relaciona bastante com a contemplação e a introspeção, pelo que esta associação positiva entre estas variáveis faz bastante sentido em termos de análise.

Tabela 48 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as emoções que os mesmos sentiram durante a sua visita a esta atração turística

Variáveis	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		Procurar algo novo que nunca viu antes		Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	
Tristeza									41,2%	58,8%	3,810 (0,051)*
Indiferença	3,4%	96,6%									4,691 (0,030)
Fascínio							52,9%	47,1%			2,802 (0,094)*
Reflexão					76,9%	23,1%					3,989 (0,046)
Outra			34,6%	65,4%							2,857 (0,091)*

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.7. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com as variáveis associadas à sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

A tabela 49 permitiu entender que os sujeitos que consideraram que na cidade de Évora deveriam ser desenvolvidas mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism apresentaram uma tendência para visitarem a Capela dos Ossos devido a terem um desejo de contemplar a morte e a mortalidade e uma vontade de viverem uma experiência que os relembresse da efemeridade da sua própria vida. Os indivíduos que demonstraram vontade de incluir no seu itinerário de visita à cidade mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism caso estas já existissem, indicaram a tendência de visitar a Capela dos Ossos devido a apresentarem um desejo de contemplar a morte e a mortalidade e, também, por terem uma necessidade de viverem uma experiência em termos educacionais.

A tabela 50 levou a concluir que os inquiridos que voltariam de propósito à cidade apenas para visitarem novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que fossem desenvolvidas no futuro, tinham a tendência de visitar a Capela dos Ossos por apresentarem uma fascinação pela morte, uma atração pelo horror, o sombrio e o macabro, um desejo de contemplarem a morte e a mortalidade e uma vontade de viverem uma experiência que os relembresse da efemeridade da vida humana.

Após a análise destas duas tabelas foi possível afirmar que os respondentes que apresentaram uma percepção positiva no que diz respeito ao desenvolvimento do Dark Tourism tinham uma tendência para mencionarem principalmente motivações para visitarem a Capela dos Ossos relacionadas especificamente com o Dark Tourism.

Tabela 49 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua percepção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

Variáveis	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		χ ² test [Value (p-value)]	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		χ ² test [Value (p-value)]	Necessidade de viver uma experiência educacional		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Percepção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora									
Possibilidade de existirem mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism na cidade de Évora	33,8%	66,2%	9,420 (0,002)	62,0%	38,0%	5,980 (0,014)			
Inclusão de mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism no itinerário de visita à cidade de Évora, caso existissem	25,2%	74,8%	3,717 (0,054)*				53,3%	46,7%	5,618 (0,018)

*Estatisticamente significante a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

Tabela 50 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a sua percepção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora (continuação)

Variáveis	Fascinação pela morte		χ ² test [Value (p-value)]	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro		χ ² test [Value (p-value)]	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade		χ ² test [Value (p-value)]	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Percepção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora												
Regresso à cidade de Évora apenas para visitar novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas e desenvolvidas no futuro	19,1%	80,9%	10,915 (0,001)	27,9%	72,1%	8,783 (0,003)	30,9%	69,1%	5,197 (0,023)	58,8%	41,2%	3,264 (0,071)*

*Estatisticamente significante a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.1.8. Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável relacionada com a visita dos respondentes a outras atrações de Dark Tourism em Portugal

Com a análise da tabela 51 foi possível verificar que os respondentes que já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism em Portugal apresentaram uma tendência para visitarem a Capela dos Ossos por terem uma vontade de viverem uma experiência que os lembrasse da efemeridade da sua própria vida, ou seja, estes visitantes que já tinham visitado mais atrações de Dark Tourism eram os que pretendiam viver experiências relacionadas com a efemeridade da vida, que é um aspeto que está relacionado com a essência deste tipo de turismo (Stone, 2011). No entanto, também se concluiu que as pessoas que já tinham visitado outras atrações de Dark Tourism em Portugal não tinham como tendência visitar a Capela dos Ossos por terem uma necessidade de viverem uma experiência educacional, igualmente não visitaram esta atração turística por esta lhes ter sido recomendada por familiares e amigos e simultaneamente não visitaram a Capela dos Ossos por terem curiosidade em a conhecerem para verem se era mesmo real. Este é um resultado que parece fazer sentido, pois se já visitaram outras atrações de Dark Tourism em Portugal é normal que já tenham visto algo semelhante à Capela dos Ossos, sabendo que atrações turísticas com as características da Capela dos Ossos da cidade de Évora realmente existem no nosso país.

Tabela 51 - Cruzamento das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos com a variável relacionada com a visita a outras atrações de Dark Tourism em Portugal

Variáveis	Vontade de viver uma experiência que lembre a efemeridade da vida		χ ² test [Value (p-value)]	Necessidade de viver uma experiência educacional		χ ² test [Value (p-value)]	Curiosidade em conhecer para ver se é real		χ ² test [Value (p-value)]	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Visita a outras atrações de Dark Tourism	70,6%	29,4%	3,107 (0,078)*	29,4%	70,6%	2,766 (0,074)*	47,1%	52,9%	3,189 (0,074)*	29,4%	70,6%	5,439 (0,020)

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.2. Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos VS restantes variáveis em estudo

5.16.2.1. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica

A tabela 52 mostrou que existiram diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao género, à idade, à nacionalidade e às habilitações literárias dos elementos que fizeram parte da amostra em termos das emoções que sentiram durante a sua visita à Capela dos Ossos.

No que diz respeito ao género, verificou-se que as mulheres sentiram mais choque e também ficaram menos indiferentes durante a sua visita à Capela dos Ossos, verificando-se o oposto para os homens. Relativamente à idade dos inquiridos concluiu-se que os que tinham idades compreendidas entre os trinta e os 39 anos foram os que menos se sentiram indiferentes durante a sua visita à Capela dos Ossos e as pessoas entre os quarenta e os 59 anos foram as que mais se sentiram indiferentes quando visitaram esta atração turística. Em termos de nacionalidade foi possível constatar que os respondentes de nacionalidade estrangeira foram os que mais se sentiram tristes durante a sua visita à Capela dos Ossos, sendo também os que menos ficaram indiferentes ao que observaram e experienciaram durante a sua visita a esta atração turística. Os visitantes nacionais que fizeram parte da amostra do estudo demonstraram o comportamento oposto ao que foi descrito para os respondentes de nacionalidade estrangeira. Tendo em consideração as habilitações literárias, foi possível verificar que os indivíduos com os níveis de instrução mais reduzidos (até ao ensino básico) foram os que mais ficaram indiferentes durante a sua visita à Capela dos Ossos e os sujeitos com os níveis de habilitações literárias mais elevadas (ensino superior) foram os que menos manifestaram terem ficado indiferentes durante a sua experiência na Capela dos Ossos.

Tabela 52 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis de caracterização sociodemográfica

Variáveis	Tristeza		χ ² test [Value (p-value)]	Choque		χ ² test [Value (p-value)]	Indiferença		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Género									
Feminino				17,3%	82,7%	4,147	10,9%	89,1%	7,419
Masculino				6,3%	93,7%	(0,042)	27,0%	73,0%	(0,006)
Idade									
≤ 29 anos							10,4%	89,6%	
30-39 anos							7,8%	92,2%	10,275
40-59 anos							28,6%	71,4%	(0,016)
≥ 60 anos							22,2%	77,8%	
Nacionalidade									
Portugueses	15,1%	84,9%	4,948				21,0%	79,0%	4,925
Estrangeiros	29,6%	70,4%	(0,026)				7,4%	92,6%	(0,026)
Habilitações literárias									
Até ensino básico							44,4%	55,6%	
Ensino secundário							25,9%	74,1%	20,132
Ensino superior							6,9%	93,1%	(0,000)

Fonte: elaboração própria

5.16.2.2. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora

Através da análise da tabela 53 foi possível concluir que os inquiridos que estavam a visitar a cidade de Évora pela primeira vez apresentaram como tendência ficarem tristes e chocados durante a sua visita à Capela dos Ossos. Os respondentes que decidiram visitar Évora pela primeira vez devido a esta cidade ser uma cidade UNESCO eram mais propensos a ficarem chocados com a sua visita à Capela dos Ossos. Os elementos da amostra que estavam na cidade de Évora pela primeira vez devido ao seu património cultural construído tinham tendência a sentirem-se tristes e chocados, mas apresentaram uma associação negativa com a curiosidade e a reflexão, ou seja, tendencialmente os elementos da amostra que apresentaram esta motivação para visitarem Évora pela primeira vez não ficaram curiosos nem refletiram sobre o que observaram e experienciaram durante a sua visita à Capela dos Ossos. Ainda se verificou que os indivíduos que estavam a repetir a sua visita à cidade de Évora devido ao seu património cultural construído eram os que apresentaram uma tendência para não se sentirem chocados quando visitaram a Capela dos Ossos.

Tabela 53 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a preparação da visita à cidade de Évora

Variáveis	Tristeza		χ ² test [Value (p-value)]	Choque		χ ² test [Value (p-value)]	Curiosidade		χ ² test [Value (p-value)]	Reflexão		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não		Sim	Não	
Preparação da visita à cidade												
Primeira visita à cidade	24,7%	75,3%	3,621 (0,057)*	18,6%	81,4%	5,304 (0,021)						
Motivações para visitar a cidade pela primeira vez												
Ser uma cidade da UNESCO				20,4%	79,6%	3,409 (0,065)*						
Motivações para visitar a cidade novamente												
Património cultural construído	26,9%	73,1%	3,602 (0,058)*	20,9%	79,1%	5,480 (0,019)	1,5%	98,5%	6,404 (0,011)	1,5%	98,5%	5,706 (0,017)
Património cultural construído				4,3%	95,7%	4,351 (0,037)						

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.2.3. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a variável associada à identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism

Com a observação da tabela 54 concluiu-se que os sujeitos que fizeram parte da amostra e que consideraram a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism eram os que apresentaram uma tendência para se sentirem tristes durante a sua visita a esta atração turística.

Tabela 54 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a identificação da Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism

Variáveis	Tristeza		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não	
Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism	22,7%	77,3%	3,135 (0,077)*

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.16.2.4. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da mesma

No que diz respeito às fontes de informação através das quais os elementos da amostra tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos da cidade de Évora foi possível concluir através da observação da tabela 55 que as pessoas que tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos através de familiares e amigos não sentiram tristeza quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos, uma vez que se observa uma associação negativa entre as variáveis.

Tabela 55 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as fontes de informação através das quais os inquiridos tiveram conhecimento da existência da mesma

Variáveis	Tristeza		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não	
Fontes de informação			
Familiares e amigos	12,0%	88,0%	5,844 (0,016)

Fonte: elaboração própria

5.16.2.5. Cruzamentos entre as emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos

Na tabela 56 estão presentes as diferenças estatisticamente significativas que se verificaram quando foram realizados os cruzamentos entre as várias emoções que os elementos da amostra sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos. Foi possível verificar que os inquiridos que sentiram tristeza durante a sua visita à Capela dos Ossos, como era de esperar, não sentiram indiferença. Também foi possível observar que os respondentes que ficaram indiferentes ao que observaram e experienciaram na Capela dos Ossos não manifestaram sentimentos de tristeza, algo esperado, uma vez que não manifestaram ter sentido qualquer emoção em concreto. Estes resultados permitiram concluir que existiu uma associação negativa entre estas variáveis.

Tabela 56 - Cruzamentos entre as emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos

Variáveis	Tristeza		χ ² test [Value (p-value)]	Indiferença		χ ² test [Value (p-value)]
	Sim	Não		Sim	Não	
Emoções						
Tristeza				0%	100%	8,522 (0,004)
Indiferença	0%	100%	8,522 (0,004)			

Fonte: elaboração própria

5.16.2.6. Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com as variáveis relacionadas com a sua perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

Através da análise da tabela 57 foi possível concluir que as pessoas que afirmaram que regressariam à cidade de Évora de propósito para apenas visitarem novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas e desenvolvidas no futuro não apresentaram como tendência sentirem tristeza durante a sua visita à Capela dos Ossos, existindo uma associação negativa entre estas variáveis.

Tabela 57 - Cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a perceção dos inquiridos sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora

Variáveis	Tristeza		χ^2 test [Value (p-value)]
	Sim	Não	
Perceção sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora			
Regresso à cidade de Évora apenas para visitar novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem criadas e desenvolvidas no futuro	13,2 %	86,8%	2,922 (0,087)*

*Estatisticamente significativa a um nível de 10%

Fonte: elaboração própria

5.17. Conclusões

No presente capítulo foram apresentadas análises descritivas dos dados primários obtidos através da aplicação de um inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora durante os meses de maio e julho de 2021. As análises descritivas foram realizadas com o auxílio do *software* IBM SPSS Statistics (24). Após as análises descritivas foram também realizados cruzamentos das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos e das emoções que os respondentes sentiram durante a sua visita a esta atração turística com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género. Ainda foram realizados testes estatísticos no *software* IBM SPSS Statistics (24), mais precisamente o teste do Qui-Quadrado (X^2), aos dados primários com o objetivo de conhecer as associações que existiam entre as motivações que fizeram com que os elementos da amostra visitassem a Capela dos Ossos, as emoções que os mesmo experienciaram durante a sua visita e todas as restantes variáveis em estudo.

Depois de serem analisados todos os dados primários obtidos foi possível rejeitar a hipótese de estudo, pois foi verificado que a grande maioria das pessoas que responderam ao inquérito por questionário consideraram a Capela dos Ossos como uma atração de Dark Tourism. A análise dos dados primários também permitiu responder positivamente à questão inicial uma vez que se verificou que a maioria dos turistas e/ou visitantes que se deslocaram até à cidade de Évora e mais precisamente à Capela dos Ossos apresentaram motivações relacionadas com o Dark Tourism. Os dados primários recolhidos sobre as motivações que levaram os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos ainda permitiram cumprir o objetivo geral da investigação realizada.

Também se verificou que a esmagadora maioria dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário não sabiam que o Dark Tourism existia, mas após conhecerem uma definição deste tipo de turismo consideraram que a Capela dos Ossos tinha todas as características necessárias para ser integrada numa oferta de Dark Tourism.

No que diz respeito às fontes de informação foi possível concluir que os inquiridos tiveram conhecimento da existência da Capela dos Ossos principalmente através de familiares e amigos, o que mostra que a comunicação boca a boca realizada por outras pessoas que já visitaram as atrações turísticas é uma das principais fontes de informação que são utilizadas para se planejar e organizar uma visita turística.

Relativamente às emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos verificou-se que a maioria das pessoas que visitou esta atração turística e respondeu ao inquérito por questionário experienciou emoções negativas.

Algo que se considerou bastante interessante e importante foi o facto de a totalidade dos respondentes considerarem a Capela dos Ossos como uma heterotopia e também afirmarem que ficaram satisfeitos com o que experienciaram nesta atração.

Quando se analisou a perceção dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário sobre o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora concluiu-se que a maioria afirmou que não se deveria apostar no desenvolvimento deste tipo de turismo. Estas respostas negativas podem resultar do desconhecimento dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário sobre as potencialidades que existem na cidade para desenvolver o Dark Tourism. Também se verificou que a maioria das pessoas que respondeu ao inquérito por questionário não voltaria de novo à cidade apenas para conhecer novas atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism que fossem criadas no futuro. No entanto,

ainda foi possível concluir que a grande maioria dos inquiridos teria interesse em incluir no seu itinerário de visita à cidade mais atrações/produtos/atividade/rotas de Dark Tourism caso estas já estivessem criadas e desenvolvidas, mesmo apesar de considerarem que Évora não é um local adequado para se apostar neste tipo de turismo.

Também foi possível verificar que apenas uma pequena percentagem dos respondentes já tinha visitado anteriormente outras atrações de Dark Tourism em Portugal e, este resultado pode ser explicado pelo facto de a grande maioria dos indivíduos que responderam ao inquérito por questionário não terem conhecimento do que era o Dark Tourism, originando deste modo, uma inabilidade para identificarem outras atrações turísticas que pudessem ser incluídas na definição de Dark Tourism que lhes foi apresentada quando responderam ao inquérito por questionário. Estes resultados mostraram que em Portugal o Dark Tourism é um tipo de turismo muito pouco desenvolvido apesar de existirem diversas potencialidades que justificam o seu crescimento e afirmação em termos nacionais.

Ao ser realizado o cruzamento das motivações que levaram as pessoas que responderam ao inquérito por questionário a visitar a Capela dos Ossos com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género foi possível concluir que as motivações relacionadas especificamente com o Dark Tourism foram referidas principalmente por jovens adultos e adultos com idades compreendidas entre os vinte e os 29 anos e os trinta e os 39 anos e as motivações que não estavam associadas ao Dark Tourism foram referidas de uma forma mais equilibrada por todas as classes etárias que fizeram parte da amostra. As classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos concentraram o maior número de respostas para todas as motivações com exceção de duas, o que pode ser explicado pelo facto de estas duas classes etárias reunirem o maior número de inquiridos. Foi também possível verificar que a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” apresentou os valores mais elevados de resposta para todas as motivações com exceção de duas e este aspeto justifica-se por a habilitação literária referida apresentar o maior número de respondentes. Ainda foi possível concluir que o género feminino foi o que mais mencionou todas as motivações com exceção de uma, devido a ser o género que englobou um maior número de elementos da amostra.

Para além do cruzamento das motivações que fizeram com que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário visitassem a Capela dos Ossos com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género também se decidiu realizar o cruzamento das emoções que os indivíduos que responderam ao inquérito por questionário sentiram quando realizaram a sua visita à Capela dos Ossos com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género. Ao

se realizar o cruzamento das emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos com a idade dos inquiridos foi possível concluir que as emoções negativas foram referidas principalmente pelas pessoas com idades compreendidas entre os vinte e os 29 anos e os trinta e os 39 anos. Maioritariamente as emoções positivas foram referidas pelas pessoas que faziam parte da classe etária dos trinta aos 39 anos. Estas conclusões podem ser associadas com o facto destas duas classes etárias apresentarem o maior número de respondentes. Também se verificou que os indivíduos com idade entre os quarenta e os 49 anos e os cinquenta e os 59 anos foram os que mais se sentiram curiosos e ainda os que afirmaram mais vezes que a experiência que viveram na Capela dos Ossos os tinha deixado indiferentes, ou seja, não os fez sentir nenhuma emoção em específico. Quando foi realizado o cruzamento das emoções experienciadas pelos respondentes durante a visita à Capela dos Ossos com as suas habilitações literárias foi possível verificar que a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” registou os maiores valores absolutos de respostas para a grande maioria das emoções que foram mencionadas pelos sujeitos que fizeram parte da amostra, o que pode ser justificado pelo simples facto desta habilitação literária registar o maior número de pessoas que responderam ao inquérito por questionário. Ainda em relação ao cruzamento realizado com as habilitações literárias foi possível concluir que os elementos da amostra com o ensino secundário concluído foram os que mais afirmaram que não sentiram nenhuma emoção em específico quando visitaram a Capela dos Ossos, sentindo-se deste modo indiferentes durante a sua experiência nesta atração turística. Por fim, quando as emoções sentidas pelos respondentes foram cruzadas com o seu género concluiu-se que o género feminino foi o que apresentou mais respostas para todas as emoções com exceção de duas, o que ilustrou que os indivíduos do género masculino foram os que sentiram mais medo durante a sua experiência turística na Capela dos Ossos e que também foram os que mais ficaram indiferentes durante a visita a esta atração turística.

Ainda com o intuito de aprofundar o estudo das motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos e as emoções que os mesmos experienciaram foram realizados testes estatísticos para verificar as associações em termos estatísticos que as motivações e emoções dos respondentes tinham com as restantes variáveis que fizeram parte do estudo realizado. O único teste estatístico que foi possível executar foi o teste do Qui-Quadrado (X^2) devido à natureza qualitativa das variáveis em análise. Os testes do Qui-Quadrado (X^2) que foram implementados permitiram entender de forma mais completa como as motivações e emoções seleccionadas pelos elementos da amostra se associavam umas com as outras, entre si e com as restantes variáveis que foram estudadas e analisadas na presente dissertação.

Para concluir, torna-se também importante mencionar que os resultados obtidos foram ao encontro das conclusões dos estudos realizados por vários autores que foram analisados quando foi realizada a revisão de literatura sobre o fenómeno do Dark Tourism.

Conclusão

Introdução

Após a realização da investigação necessária para a elaboração da presente dissertação considera-se que é fundamental apresentar um resumo do que foi estudado, tal como enumerar as principais conclusões.

A presente dissertação tinha como objetivo geral identificar e analisar se as motivações do turista e/ou visitante que visita a cidade de Évora estavam associadas ao Dark Tourism. Para complementar o objetivo inicial foram desenvolvidos dois objetivos específicos que eram os seguintes: a) Caracterizar as potencialidades turísticas do Dark Tourism na cidade de Évora e b) Identificar as atrações relacionadas com o Dark Tourism que os turistas e/ou visitantes visitam na cidade de Évora. Para além do objetivo geral e dos objetivos específicos também foi elaborada uma hipótese de estudo que foi fundamental para toda a investigação que foi realizada e a hipótese de estudo era: Os turistas e/ou visitantes consideram que a Capela dos Ossos não é uma atração turística associada ao Dark Tourism.

Depois de ter sido realizada uma revisão de literatura sobre a temática em estudo foi possível entender de forma mais completa e profunda: a relação que o Dark Tourism tem com o Turismo Cultural, o conceito de Dark Tourism, o surgimento e desenvolvimento deste tipo de turismo em termos históricos, as suas características distintivas, os principais tipos de oferta associados ao Dark Tourism, a importância que este tipo de turismo apresenta para os locais em que é desenvolvido, a relação que apresenta com a ética e os turistas que procuram o Dark Tourism.

A revisão de literatura também foi fundamental para a construção do quadro conceptual da investigação e ainda foi essencial para a definição da metodologia através da qual seria realizada a investigação. A metodologia que se decidiu utilizar foi a metodologia quantitativa que se traduziu na elaboração de um inquérito por questionário que foi construído com base nos diversos estudos de caso que foram analisados quando foi realizada a revisão de literatura sobre a temática da presente dissertação.

O inquérito por questionário foi aplicado aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora, devido a esta ser a única atração da cidade que é identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism, entre os meses de maio e julho de 2021 e da sua aplicação resultaram 173 inquéritos por questionário válidos.

De seguida, serão desenvolvidos alguns subtemas que são essenciais para a realização da conclusão da presente dissertação e os subtemas que serão apresentados são os seguintes: principais conclusões, contribuições da investigação realizada, limitações da investigação e sugestões para futuras investigações.

Principais conclusões

Ao realizar a revisão de literatura foi possível concluir que o Dark Tourism não é nada mais nada menos do que um dos diversos subprodutos do Turismo Cultural (Foley & Lennon, 1996; Light, 2017). O Dark Tourism integra-se no Turismo Cultural porque baseia a sua oferta no património material e imaterial (Light, 2017).

O Dark Tourism é um tipo de turismo que começou a ser estudo em termos científicos e académicos recentemente (Preece & Price, 2005; Laws, 2013; Coutinho & Baptista, 2014) e por este motivo existem alguns elementos teóricos relacionados com a sua definição que ainda não foram estudados, investigados e aprofundados devidamente, sendo deste modo fundamental realizar mais estudos e investigações sobre este tipo de turismo para que se possa complementar a literatura que já existe sobre o Dark Tourism (Preece & Price, 2005; Stone, 2006; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Silva et al., 2020). Dos assuntos relacionados com o Dark Tourism que é necessário investigar e explorar de forma profunda e coesa destacam-se os turistas que procuram este tipo de turismo (Light, 2017), principalmente no que diz respeito às motivações que os levam a visitar os locais e atrações de Dark Tourism (Podoshen, 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Powell et al., 2018; Mionel, 2020), também é necessário realizar mais estudos sobre as emoções que são experienciadas num local ou atração de Dark Tourism (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016) e ainda é indispensável compreender de forma mais completa as experiências que são vividas nos locais e atrações associadas a este tipo de turismo (Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Martini & Buda, 2018).

Apesar de se considerar o Dark Tourism como uma prática turística antiga em termos históricos (Ashworth & Isaac, 2015; Isaac & Çakmak, 2016; Powell et al., 2018; Coutinho et al., 2018; Marques, 2018; Silva et al., 2020), acredita-se que o Dark Tourism terá sempre a capacidade de atrair turistas e visitantes pela simples razão da morte ser algo comum a todas as culturas e sociedades, despertando deste modo, a curiosidade dos turistas e dos visitantes (Mionel, 2020). O Dark Tourism devido à sua atratividade faz com que seja um tipo de turismo em que se deve apostar em termos de desenvolvimento e diversificação da oferta turística. As visitas realizadas a

locais e atrações de Dark Tourism têm como objetivo tentar combater o medo da morte que se encontra enraizado na sociedade contemporânea (Zheng et al., 2016).

No entanto, o desenvolvimento deste tipo de turismo pode enfrentar alguns entraves por se basear e concentrar nos elementos mais sombrios da história da Humanidade (Marques, 2018). Mas, o Dark Tourism cria diversos benefícios para os locais onde se desenvolve (Frew & White, 2013; Boateng et al., 2018; Martini & Buda, 2018; Silva et al., 2020), pelo que é necessário realizar uma reflexão sobre o potencial de desenvolvimento deste tipo de turismo e as suas vantagens para se verificar se existe capacidade de ultrapassar e vencer os entraves ao seu desenvolvimento e afirmação.

A principal ideia que está associada aos turistas que procuram este tipo de turismo é que estes visitam os locais por terem uma grande atração e fascínio pela morte (Martini & Buda, 2018), mas após a realização da revisão de literatura foi possível perceber que existe uma grande diversidade de motivações para se visitar um local ou uma atração de Dark Tourism e a maioria destas motivações não estão associadas à morte, pelo que se pode concluir que a atração e fascínio pela morte não são os motivos mais importantes para se visitarem atrações e locais de Dark Tourism (Light, 2017), algo que foi possível verificar através da aplicação do inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora, uma vez que se concluiu que as motivações associadas à atração e fascínio pela morte não eram as motivações mais importantes para os inquiridos que escolheram visitar a Capela dos Ossos.

A visita a locais e atrações de Dark Tourism é diferente das visitas associadas aos restantes tipos de turismo, uma vez que são originadas sempre experiências complexas e com significados profundos (Yan et al., 2016), podendo até em alguns casos levar a uma transformação pessoal (Zheng et al., 2019). Neste tipo de turismo é também possível verificar que os turistas experienciam um misto de emoções positivas e negativas (Zheng et al., 2019), algo que é característico e distintivo do Dark Tourism devido aos assuntos em que se baseia (Light, 2017). A aplicação do inquérito por questionário aos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora confirmou esta afirmação, uma vez que se verificou que os respondentes sentiram emoções positivas e negativas durante a sua visita a esta atração turística mundialmente conhecida.

Posto isto, é possível concluir que os locais podem e devem utilizar e retirar partido dos seus elementos relacionados com tragédias e desastres com o objetivo de desenvolver produtos que atraiam turistas, uma vez que se os locais estiverem associados a património que está relacionado com mortes, sofrimento, tragédias, desastres e o macabro deixam de ser locais

comuns e passam a ser locais excepcionais que atraem vários e diversos turistas (Light, 2017; Coutinho et al., 2018).

A nível mundial foi possível verificar que já existem alguns países onde o Dark Tourism se encontra consolidado, sendo um dos tipos de turismo onde são concentrados esforços para possibilitar o seu desenvolvimento e afirmação, mas em Portugal tal não acontece.

Em Portugal, apesar de já serem realizadas rotas e atividades de animação relacionadas com o Dark Tourism, é possível concluir que o que existe é praticamente insignificante quando se analisam as potencialidades que existem a nível nacional para desenvolver o Dark Tourism, ou seja, Portugal não aproveita as potencialidades que apresenta para diversificar e enriquecer a sua oferta em termos turísticos.

Seguindo a tendência nacional, na cidade de Évora também não se aposta no Dark Tourism apesar de existirem nesta cidade diversas e importantes potencialidades para que este tipo de turismo seja desenvolvido, ou seja, estas potencialidades estão a ser ignoradas por completo, o que é algo bastante negativo. Tendo em apreciação as potencialidades para o desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora que foram identificadas e descritas no terceiro capítulo considera-se que poderiam ser desenvolvidas na cidade algumas rotas e atividades turísticas de Dark Tourism. Para desenvolver o Dark Tourism na cidade de Évora poderiam ser realizadas visitas guiadas nos cemitérios da cidade como já acontece em Lisboa, no Porto, em Loures, em Coimbra e em Loulé. Também poderiam ser criadas algumas rotas turísticas como a rota das igrejas com túmulos da cidade de Évora, a rota da Inquisição, a rota das lendas da cidade de Évora, a rota dos locais “assombrados” da cidade de Évora e uma rota associada ao património militar que é possível encontrar na cidade. Para além do que já foi referido poderia ainda ser elaborado um *peddy paper* com base nas lendas da cidade destinado aos visitantes mais novos de Évora e a implementação desta atividade também iria combater a escassez que existe na cidade no que diz respeito à animação turística para crianças. Também se considera que seria interessante realizar na cidade reconstituições de autos da fé que poderiam complementar a rota da Inquisição.

A aposta no Dark Tourism iria diversificar a oferta turística que já é possível encontrar na cidade em termos culturais e educacionais. Para além disto, iria trazer para o presente eventos do passado partilhando e evocando diversas emoções ao mesmo tempo que iria ampliar a discussão sobre o lado mais obscuro da história de Évora. O desenvolvimento deste tipo de turismo seria também uma forma de valorizar e dar a conhecer factos históricos, mitos, histórias, lendas e

características de alguns locais e atrações turísticas que já são visitadas pelos turistas e visitantes durante o seu itinerário de visita à cidade. Deste modo, é possível concluir que a cidade de Évora pode utilizar aspetos menos conhecidos e divulgados para atrair mais turistas e visitantes retirando partido de elementos do seu património cultural que ainda não são explorados nem aproveitados.

Para realizar a investigação necessária para a elaboração da presente dissertação foi também aplicado um inquérito por questionário que tinha como finalidade recolher dados primários sobre o Dark Tourism na cidade de Évora e através da sua aplicação foi possível realizar algumas conclusões interessantes.

Verificou-se que a grande maioria dos inquiridos não fazia ideia de que o Dark Tourism existia, mas após serem informados da sua existência e do que este tipo de turismo engloba consideraram que a Capela dos Ossos era uma atração de Dark Tourism, o que permitiu rejeitar a hipótese de estudo.

Os dados primários que foram recolhidos também permitiram concluir que a maioria dos turistas e/ou visitantes que visitaram a cidade de Évora e mais especificamente a Capela dos Ossos apresentaram motivações associadas ao Dark Tourism. Esta informação permitiu responder de forma positiva à questão inicial e todos os dados primários recolhidos associados às motivações dos respondentes permitiram também dar resposta ao objetivo geral da investigação, uma vez que possibilitaram a identificação e análise de motivações relacionadas com o Dark Tourism.

Ao analisar as emoções que os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário sentiram quando visitaram a Capela dos Ossos foi possível verificar que foram sentidas emoções positivas e negativas, ou seja, um misto de emoções, o que ilustra que diferentes indivíduos vão viver experiências emocionais bastante diferentes quando visitam a mesma atração de Dark Tourism (Kang et al., 2012; Ashworth & Isaac, 2015; Yan et al., 2016; Light, 2017; Boateng et al., 2018). Mas, ao analisar os dados primários recolhidos de forma mais pormenorizada foi possível concluir que as emoções negativas predominaram.

Com a aplicação do inquérito por questionário foi investigado algo que não é valorizado nos estudos sobre locais e atrações de Dark Tourism e que diz respeito aos locais e atrações de Dark Tourism serem considerados como heterotopias. Existe um consenso na literatura de que os locais e atrações associadas ao Dark Tourism são classificadas como heterotopias, mas verificou-se ao realizar a revisão de literatura que não é investigado se os visitantes dos locais e atrações de Dark Tourism as consideram como tal. Tendo este aspeto em consideração foi questionado às

peças que responderam ao inquérito por questionário se consideravam a Capela dos Ossos como uma heterotopia e, após terem conhecimento do que caracterizava uma heterotopia todos os elementos que fizeram parte da amostra afirmaram que a Capela dos Ossos era uma heterotopia.

Quando foi analisada a percepção dos inquiridos no que diz respeito ao desenvolvimento do Dark Tourism em Évora, verificou-se que a maioria dos respondentes considerou que este tipo de turismo não deveria ser desenvolvido na cidade de Évora. Considera-se que estas respostas podem estar associadas ao facto de os sujeitos que responderam ao inquérito por questionário não terem conhecimento do elevado potencial que existe na cidade para o desenvolvimento do Dark Tourism. Por considerarem que o Dark Tourism não deveria ser desenvolvido na cidade de Évora a maioria dos indivíduos que fez parte da amostra também afirmou que não voltaria a Évora para visitar novas atrações/produtos/atividades/rotas de Dark Tourism que eventualmente fossem desenvolvidas. No entanto, apesar dos resultados obtidos a maioria dos sujeitos que respondeu ao inquérito por questionário manifestou a vontade de incluir no seu itinerário de visita à cidade mais atrações/produtos/atividades/rotas de Dark Tourism caso estas já existissem na cidade, o que ilustra que existe um interesse em conhecer os elementos mais sombrios e macabros dos destinos turísticos que são visitados, confirmando a tendência que existe na literatura que afirma que o Dark Tourism terá sempre a capacidade de atrair visitantes e turistas (Mionel, 2020).

Também foram realizados cruzamentos entre as motivações que levaram os inquiridos a visitar a Capela dos Ossos e a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género. Estes cruzamentos permitiram verificar que os respondentes com idades compreendidas entre os vinte e os 29 anos e os trinta e 39 anos foram os que mais referiram as motivações relacionadas especificamente com o Dark Tourism e também que as motivações que não estavam associadas com o Dark Tourism foram mencionadas de forma mais equilibrada por todas as classes etárias. As duas classes etárias supracitadas foram as que registaram os valores absolutos de respostas mais elevados, devido a serem as classes etárias que concentraram a maioria dos respondentes. Observou-se ainda que a habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” foi a que apresentou os números de respostas mais altos para todas as motivações com exceção de duas, o que pode ser explicado por esta habilitação literária englobar um elevado número de pessoas que responderam ao inquérito por questionário. Ainda se concluiu que o género feminino por concentrar a maioria dos sujeitos que responderam ao inquérito por questionário apresentou os valores absolutos de resposta mais elevados para todas as motivações com exceção de uma.

Foram ainda feitos cruzamentos entre as emoções que os inquiridos sentiram durante a sua visita à Capela dos Ossos e a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género. Os cruzamentos efetuados permitiram realizar algumas conclusões. As classes etárias dos vinte aos 29 anos e dos trinta aos 39 anos foram as que maioritariamente apresentaram os maiores valores absolutos de respostas para as emoções negativas e a classe etária dos trinta aos 39 anos foi a que mais referiu ter vivido experiências emocionais positivas. Estes valores podem ser explicados pelo facto destas duas classes etárias apresentarem os maiores números de pessoas que responderam ao inquérito por questionário. A habilitação literária “Bacharelato/Licenciatura” devido a concentrar o maior número de pessoas que responderam ao inquérito por questionário foi a habilitação literária que exibiu os números de respostas mais elevados para a grande maioria das emoções que foram contempladas nas análises realizadas. Os elementos da amostra do género feminino eram superiores aos elementos da amostra do género masculino e por esta razão o género feminino foi o que mais mencionou todas as emoções com a exceção de duas.

Para terminar a análise dos dados primários foram implementados testes estatísticos para analisar as associações que existiam entre as variáveis estudadas. Como na literatura de Dark Tourism não existem muitos estudos sobre motivações (Podoshen, 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Powell et al., 2018; Mionel, 2020) e emoções (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016) relacionadas com este tipo de turismo, decidiu-se cruzar as motivações que levaram os inquiridos a visitarem a Capela dos Ossos e as emoções que os mesmos viveram durante a sua experiência nesta atração turística com as restantes variáveis e também se cruzaram as motivações com as emoções e vice-versa. Apenas se executou o teste do Qui-Quadrado (X^2) porque as variáveis que foram analisadas eram de natureza qualitativa. Após a realização dos testes do Qui-Quadrado (X^2) verificou-se que existiram associações positivas e negativas entre as variáveis, mas as associações positivas predominaram, principalmente quando se cruzaram as motivações que fizeram com que os elementos da amostra visitassem a Capela dos Ossos com as restantes variáveis em análise.

Contribuições da investigação realizada

Relativamente às contribuições da investigação realizada destaca-se o estudo e análise das potencialidades que existem na cidade de Évora para o desenvolvimento do Dark Tourism, que é algo que nunca tinha sido realizado. Outro aspeto inovador da investigação que foi executada diz respeito à análise da perceção dos turistas e visitantes da cidade de Évora sobre o

desenvolvimento e implementação do Dark Tourism na cidade, que poderá ser útil se no futuro se considerar apostar neste tipo de turismo. Através da realização da investigação também foi possível concluir, pela primeira vez, que a grande maioria dos visitantes da Capela dos Ossos considerou esta atração turística como uma atração de Dark Tourism. Esta informação ilustra que os visitantes e turistas da cidade de Évora identificam a Capela dos Ossos como uma atração turística única e distinta de todas as outras que é possível visitar na cidade e por este motivo, sentem que é necessário incluir a Capela dos Ossos num tipo de turismo diferente dos que é possível encontrar na cidade. Devido aos resultados obtidos considera-se que seria uma mais valia divulgar que a Capela dos Ossos é uma atração de Dark Tourism a nível nacional e internacional uma vez que os seus visitantes a classificam como tal. Para além do que já foi referido, ainda se tentou obter uma confirmação junto dos inquiridos se a Capela dos Ossos poderia ser classificada como uma heterotopia, um aspeto que não foi estudado na literatura que foi analisada.

Ao se estudar e analisar as motivações, experiências em termos emocionais e a satisfação dos visitantes de uma atração turística que é identificada por alguns promotores de turismo como uma atração de Dark Tourism pretendeu-se contribuir para o enriquecimento da literatura que já existe sobre o Dark Tourism combatendo as lacunas que subsistem sobre os turistas que procuram este tipo de turismo (Light, 2017) principalmente no que diz às suas motivações (Podoshen, 2013; Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Powell et al., 2018; Mionel, 2020), emoções (Kim & Butler, 2015; Isaac & Çakmak, 2016) e experiências (Kim & Butler, 2015; Light, 2017; Martini & Buda, 2018), tal como compreender de forma mais rigorosa os vários domínios de uma experiência turística numa atração turística relacionada com a morte. O conhecimento das motivações, experiências emocionais e satisfação dos visitantes poderá ser bastante útil para os responsáveis pela gestão e administração da Capela dos Ossos da cidade de Évora.

Ainda se pode referir como contributo os cruzamentos que foram realizados com os dados primários obtidos, uma vez que os cruzamentos das motivações que levam as pessoas a visitar uma atração turística associada ao Dark Tourism e das emoções que as mesmas sentiram durante a visita com a sua idade, as suas habilitações literárias e o seu género é algo que não é muito explorado e analisado na literatura que já foi produzida sobre o Dark Tourism.

Os testes estatísticos implementados, que se traduziram no teste do Qui-Quadrado (X^2), são também um importante contributo da presente dissertação, uma vez que correspondem a um aspeto que é muito pouco analisado e desenvolvido na literatura existente sobre o Dark Tourism que é caracterizada por se focar muito na análise descritiva de dados primários recolhidos.

Outro contributo que pode ser enumerado está relacionado com o facto de ter sido realizada uma caracterização sociodemográfica dos visitantes da Capela dos Ossos da cidade de Évora que poderá também ter bastante utilidade para os responsáveis pela gestão, pela organização e pela elaboração de políticas de marketing e divulgação desta atração turística.

Concluindo, destaca-se a natureza inovadora da investigação que foi realizada, uma vez que a nível nacional existem muito poucos estudos e investigações sobre o fenómeno do Dark Tourism e considera-se que a investigação presente nesta dissertação pode contribuir para que sejam realizados mais estudos e investigações a nível académico e científico sobre o Dark Tourism em Portugal.

Limitações da investigação

Toda a investigação que é realizada é afetada por diversas limitações e a investigação que foi levada à cabo para a elaboração da presente dissertação não foi exceção.

A primeira limitação encontrada esteve associada à revisão de literatura, uma vez que existem alguns assuntos relacionados com o Dark Tourism que ainda não foram estudados e analisados de forma adequada devido a este tipo de turismo só ter começado a ser estudado e investigado recentemente a nível académico e científico. Este aspeto fez com que fosse um pouco difícil encontrar informação confiável sobre elementos essenciais que fazem parte do fenómeno do Dark Tourism para realizar uma revisão de literatura consistente o suficiente para servir de base para toda a investigação que era necessário realizar.

Ao analisar as potencialidades que existem na cidade de Évora para o desenvolvimento do Dark Tourism foi identificada uma grande limitação que está relacionada com a falta de informação fidedigna sobre as lendas ligadas à história da cidade e também sobre os locais considerados como “assombrados” na cidade. Esta falta de informação credível levou a que se perdesse muito tempo a explorar diversas fontes de informação para ser possível identificar informação que fosse adequada para incluir na presente dissertação.

Uma das principais limitações identificadas esteve associada à aplicação do inquérito por questionário. A aplicação de um inquérito por questionário por vezes não é muito fácil numa situação dita “normal” e numa situação pandémica como a que estamos a viver foi ainda mais difícil realizar a aplicação do inquérito por questionário. Devido a estarmos a viver numa sociedade em que existe uma pandemia as pessoas simplesmente não queriam ser abordadas e quando

permitted to be approached the majority refused to be part of the investigation. The foreign visitors were those who predominantly did not want to answer the questionnaire, which justifies the high percentage of Portuguese respondents, as these were the visitors of the Chapel of the Bones who presented a greater availability to answer the questionnaire. The aspects mentioned made the work quite difficult, preventing more questionnaires from being obtained, which led to a reduced sample size and, for this reason, the conclusions of the investigation only refer to the individuals who were part of the sample, not being possible to apply the conclusions of the investigation to other visitors of the Chapel of the Bones in the city of Évora. The reduced dimension of the sample also made the cross-tabulations that were performed not very relevant and significant, which constituted a great limitation for the investigation that was carried out. In addition to these aspects, the small dimension of the sample also made the realization of statistical tests difficult, once it was necessary to recode several variables for there to be statistically significant results when the Chi-Square (X^2) test was applied.

To conclude, it is highlighted that time was a great limitation for the realization of the investigation necessary for the elaboration of the present dissertation, once it did not allow for various issues to be explored and deepened in the way that was initially intended.

Sugestões para investigação futura

Relativamente ao Dark Tourism existe muito para se investigar para além do que foi investigado na presente dissertação.

Seria bastante interessante numa futura investigação estudar também a perceção dos residentes relativamente ao desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora e não apenas a perceção dos turistas e visitantes, uma vez que os residentes, de uma forma geral, não concordam com o desenvolvimento do Dark Tourism (Garcia, 2012) e, se no futuro existir um interesse no desenvolvimento do Dark Tourism na cidade de Évora será fundamental ter em consideração a opinião dos eborenses sobre o mesmo.

Considera-se que também seria importante analisar porque é que existem pessoas que não querem visitar a Capela dos Ossos, ou seja, o que as impede de visitar esta atração turística. Esta sugestão para uma investigação futura é realizada porque quando se aplicou o inquérito por questionário verificou-se que algumas pessoas preferiam ficar à espera no exterior da Capela dos

Ossos pelos seus companheiros de visita à cidade do que acompanhá-los durante a visita a esta atração turística.

Também seria interessante repetir o estudo que foi realizado com uma amostra com dimensões superiores para eliminar muitas das limitações da investigação realizada e também para verificar se as conclusões obtidas neste estudo seriam confirmadas com a realização de uma investigação mais completa em termos de amostra.

No futuro seria ainda importante serem realizados em Portugal estudos semelhantes ao que foi realizado nesta dissertação noutras atrações turísticas com potencialidades de serem integradas numa oferta de Dark Tourism para se puderem comparar resultados tal como aumentar o número de estudos e investigações que existem no nosso país sobre o Dark Tourism.

Referências bibliográficas

Adams, C. (2021, September 02). *Chernobyl : Is it safe to visit the nuclear disaster site ?*. The independent. <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/chernobyl-safe-visit-tourism-ukraine-b1913150.html>.

Agência Lusa. (2016, August 02). *Salazar deu nome à ponte sobre o Tejo, mas não interferiu na construção*. Observador. <https://observador.pt/2016/08/02/salazar-deu-nome-a-ponte-sobre-o-tejo-mas-nao-interferiu-na-construcao/>.

Agenda UC. (s.d.). *Visitas Guiadas ao Cemitério da Conchada : “Memória, Identidade e Património”*. <https://agenda.uc.pt/eventos/visitas-guiadas-ao-cemiterio-da-conchada/>.

Akbulut, G., & Artvinli, E. (2011). Effects of Turkish railway museums on cultural tourism. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19, 131-138.

All About Portugal. (2021). *Edifício do Hospital Militar Regional*. <https://www.allaboutportugal.pt/pt/evora/monumentos/edificio-do-hospital-militar-regional>.

Altar S. Cipriano. (s.d.). *Bruxa Évora – conheça mais sobre a bruxa Évora*. <https://www.magianegra.com.pt/bruxa-evora/bruxa-evora-conheca-mais-sobre-a-bruxa-evora/>.

Alves, F. (2016, January 29). *Hothell: o lado negro do Porto*. Visão Se7e. <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2016-01-29-hothell-o-lado-negro-do-porto/>.

Arquivo Municipal de Évora. (2018). *Arquivo fotográfico*. <https://arqm.cm-evora.pt/index.php/arquivo-fotografico-2>.

Ashworth, G. J., & Isaac, R. K. (2015). Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on ‘dark’ tourism. *Tourism Recreation Research*, 1-10.

Associação dos Arqueólogos Portugueses. (2020). *Ruínas e Museu Arqueológico do Carmo*. Museu Arqueológico do Carmo. <http://museuarqueologicodocarmo.pt/mac.html>.

Associação Portuguesa dos Jardins Históricos. (2018). *Casas Pintadas*. <https://jardinhistoricos.pt/ad/582>.

Auschwitz-Birkenau State Museum. (2021). *Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau Former German Nazi Concentration and Extermination Camp*. <http://auschwitz.org/en/>.

Baker, M. J. (2003). Data Collection – Questionnaire Design. *The Marketing Review*, 3, 343-370.

Baldwin, F., & Sharpley, R. (2009). Battlefield Tourism: Bringing Organised Violence Back to Life In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 186–206). Channel View Publications.

BBC News. (2019, April 04). *Rwanda genocide: 100 days of slaughter*. BBC. <https://www.bbc.com/news/world-africa-26875506>.

Bendixen, P. (1997). Cultural tourism—Economic success at the expense of culture?. *International Journal of Cultural Policy*, 4(1), 21-46.

Berenbaum, M. (2018, September 28). *Majdanek*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/Majdanek>

Berlin Tourismus & Kongress GmbH. (s.d.). *Berlin hosts the world Facts and figures*. Visit Berlin. <https://about.visitberlin.de/en/current-figures>.

Beser, A. (2017, August 04). *Hiroshima Tourism Is More Popular Than Ever*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/hiroshima>.

Best, G. (2013). Dark detours: Celebrity car crash deaths and trajectories of place. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity: Managing and interpreting dark places* (pp. 202-216). Routledge.

Bhati, A., Agarwal, M., Tjayaindera, D. N., Aung, R., Thu, M., & Nguyen, T. M. T. (2019). Dark Tourism in SouthEast Asia: Are Young Asian Travelers up for it?. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-17.

Boateng, H., Okoe, A. F., & Hinson, R. E. (2018). Dark tourism: Exploring tourist's experience at the Cape Coast Castle, Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 27, 104-110.

Branco, M. J. C. (2016a). A Inquisição Velha em ruínas a desobstrução do Templo Romano e as ossadas encontradas. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 9-10). Apenas Livros, Unip., Lda.

Branco, M. J. C. (2016b). Processo de Francisco Xavier de Oliveyra, cavalleiro professo de certa Ordem Militar, que foi official dos Contos do Reyno, e Caza, filho de Jozé de Oliveyra, e Souza, contador dos mesmos Contos, natural desta cidade de Lisboa, e della auzente, e morador na de Londres, Corte de Inglaterra. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da*

Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo (pp. 47-49). Apenas Livros, Unip., Lda.

Branco, M. J. C., Lopes, B., & Olival, F. (2016). Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.) *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 3). Apenas Livros, Unip., Lda.

Branco, M. J. C., & Olival, F. (2016). O Palácio da Inquisição. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 7-8). Apenas Livros, Unip., Lda.

Bujdosó, Z., Dávid, L., Tózsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., Katona, P., & Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 307-315.

Cabido da Sé. (2017). *Vista Panorâmica*. <http://www.evoracathedral.com/>.

Câmara Municipal de Coimbra. (2021). *Pátio da Inquisição*. <https://www.cm-coimbra.pt/areas/visitar/ver-e-fazer/monumentos/patio-da-inquisicao>.

Câmara Municipal de Évora. (2021, January 25). *Cemitérios*. <https://www.cm-evora.pt/municipe/areas-de-acao/cemiterios/>.

Câmara Municipal de Évora. (2020, June 04). *Visitar*. <https://www.cm-evora.pt/visitante/lazer-visitar/visitar/>

Câmara Municipal de Lisboa. (s.d.). *O que fazer*. <https://www.lisboa.pt/agenda/o-que-fazer>.

Câmara Municipal de Loures. (2019, October 29). *Rota de Turismo Cemiterial apresentada*. <https://www.cm-loures.pt/noticia.aspx?displayid=6677>.

Câmara Municipal de Loures. (s.d.). *Turismo Cemiterial*. <https://app1.cm-loures.pt/turismocemiterial/>.

Câmara Municipal de Sintra. (2015, July 31). *Mitos e Lendas de Sintra em espaço interativo*. <https://cm-sintra.pt/atualidade/turismo/mitos-e-lendas-de-sintra-em-espaco-interativo>.

Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão. (2021). *Museu da Guerra Colonial*. <https://www.cm-vnfamalicao.pt/museu-da-guerra-colonial>.

Cardoso, N. (2018, July 07). *Roteiro urbano : Caminhar pelo lado mais negro do Porto*. Evasões. <https://www.evasoes.pt/ar-livre/caminhar-pelo-lado-mais-negro-do-porto/465877/>.

Casa Comum. (s.d.). *Arquivos > Mário e Alice Chicó > 09.Fotografias > Identificadas > Alentejo > Évora > Museu de Évora*. http://casacomum.org/cc/arquivos?set=e_777/p_5#le_777.

Cetin, G., & Bilgihan, A. (2014). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 1-18.

Chai, L. T. (2011). Culture Heritage Tourism Engineering at Penang : Complete The Puzzle Of "The Pearl Of Orient". *Systems Engineering Procedia*, 1, 358-364.

Chang, T. (2014). DARK TOURISM: The Effects of Motivation and Environmental Attitudes on the Benefits of Experience. *Revista Internacional de Sociología (ris) Special Issue on Organizational Innovation*, 72(2), 69-86.

Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.

ChernobylX. (2021). *Chernobyl*. <https://chernobylx.com/chernobyl-history-or-what-really-happened-in-1986/?editorPath=chernobyl-history>.

Chiao, H. M., Chen, Y. L., & Huang, W. H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 29-38.

CIPDH International Center for the Promotion of Human Rights. (2021). *Tuol Sleng Genocide Museum*. Memórias Situadas. <https://www.cipdh.gob.ar/memorias-situadas/en/lugar-de-memoria/museo-del-genocidio-tuol-sleng/>.

Coelho, A. B. (2018). *Inquisição de Évora 1533-1668*. (3rd ed.). Editorial Caminho.

Cohen, E. H. (2010). Educational Dark Tourism at an In Populo Site : The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 193-209.

Coutinho, B., & Baptista, M. M. (2014) Há morte nas catacumbas? Percepções de visitantes de uma atração de turismo negro. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 21/22(4), 493-503.

Coutinho, B., Baptista, M. M., Martins, M. L., & Rebelo, J. (2018). Portugal, país de turismo: dissonâncias e usos turísticos do património do Estado Novo. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 5(2), 213-231.

Croes, R., & Semrad, K. J. (2015). The relevance of Cultural Tourism as the next frontier for small island destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(4), 469-491.

Damijanić, A. T., & Šergo, Z. (2013). Determining Travel Motivations of Wellness Tourism. *Ekonomika misao i praksa: časopis Sveučilista u Dubrovniku*, 22, 3-20.

Dehoorne, O., & Jolliffe, L. (2013). Dark tourism and place identity in French Guiana. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity: Managing and interpreting dark places* (pp. 156-166). Routledge.

Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.). *Património*. Património Cultural – Direção-Geral do Património Cultural. <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/>.

Direção-Geral do Património Cultural - Ministério da Cultura. (2011). *Pesquisar o inventário do Património Arquitetónico*. Sistema de Informação para o Património Arquitectónico Forte de Sacavém. http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPASearch.aspx?id=0c69a68c-2a18-4788-9300-11ff2619a4d2.

Du, W., Litteljohn, D., & Lennon, J. (2013). Place identity or place identities: The Memorial to the Victims of the Nanjing Massacre, China. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity: Managing and interpreting dark places* (pp. 46-59). Routledge.

Dujmović, M., & Vitasović, A. (2016). Cultural Tourism – Croatian Perspective. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 11(3), 407-415.

Efentaki, K., & Dimitropoulos, V. (2015). Economic perspectives of intangible cultural activities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 415-422.

Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural. (2021). *Sobre o Museu*. Museu do Aljube Resistência e Liberdade. <https://www.museudoaljube.pt/>.

Escola Básica Santa Clara, Escolas do 1º Ciclo e Jardins de Infância. (2020, February). *O Bocas 29*. Issuu. https://issuu.com/besantaclara/docs/bocas_29_final_final.

Esquerda. (2009, December 29). *Placa da ex-sede da PIDE : reposta mas em local escondido*. <https://www.esquerda.net/content/placa-da-ex-sede-da-pide-reposta-mas-em-local-escondido>.

Eusébio, C., Kastenholz, E. & Carneiro, M. J. (2003, Maio 1-3). *A relevância da investigação no ensino do turismo : algumas estratégias de intervenção na realização do inquérito* [Paper presentation]. ACTAS das 3as Jornadas Ibéricas do Turismo, Instituto Politécnico de Coimbra/Escola Superior de Educação, Coimbra, Portugal. https://www.researchgate.net/publication/259231126_A_relevancia_da_investigacao_no_ensino_do_turismo_algumas_estrategias_de_intervencao_na_realizacao_do_inquerito/link/00b7d52a8782ac143a000000/download.

Évora e seus arredores. (s.d.). *Mosteiro de São Bento de Cástris*. <https://sites.google.com/site/evoraeseusarredores/mosteiro-de-s-bento-de-castris>.

Exército. (2021). *Vice-Chefe do Estado-Maior do Exército Direção de História e Cultura Militar*. <https://www.exercito.pt/pt/quem-somos/organizacao/ceme/vceme/dhcm>.

Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Pedro. (2016). *A Capela Dos Ossos*. Igreja de São Francisco Capela dos Ossos. <https://igrejadesaofrancisco.pt/capela-dos-ossos/>.

Farelli, M. H. (2002). *A Bruxa de Évora*. (2nd ed.). Pallas.

Ferreira, J. A. (2020, August 11). *Sabia que Portugal tem seis Capelas dos Ossos?*. Descla. <https://descla.pt/capelas-dos-ossos>.

Figini, P., & Vici, L. (2012). Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination : The case of Rimini. *Tourism Management*, 33, 825-839.

Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.

Fonseca, A. P. S. (2015). *Projeto de Dark Tourism para a cidade de Viseu* [Master's thesis. Instituto Politécnico de Viseu]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu. <http://hdl.handle.net/10400.19/3013>.

Fonseca, C. (2019, May 27). *Porto: cemitério da Lapa volta a ser palco de visitas guiadas*. Evasões. <https://www.evasoes.pt/o-que-fazer/porto-cemiterio-da-lapa-volta-a-ser-palco-de-visitas-guiadas/735715/>.

Força Aérea Portuguesa. (s.d.). *Museu*. Museu do Ar. <https://museudoar.pt/pagina-001.001-museu>.

Frew, E. (2013). Dark tourism in the Top End: Commemorating the bombing of Darwin. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity: Managing and interpreting dark places* (pp. 248-263). Routledge.

Frew, E., & White, L. (2013). Exploring dark tourism and place identity. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity: Managing and interpreting dark places* (pp. 1-10). Routledge.

Fundação Eugénio de Almeida. (2018a). *História do Edifício*. <https://www.fea.pt/centrodearteecultura/3104-historia-do-edificio>.

Fundação Eugénio de Almeida. (2018b). *Património Cultural*. <https://www.fea.pt/patrimonio-cultural>.

Galí-Espelt, N. (2012). Identifying cultural tourism: a theoretical methodological proposal. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 45-58.

Garcia, B. R. (2012). Management Issues in Dark Tourism Attractions : The Case of Ghost Tours in Edinburgh and Toledo. *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 4(1), 14-19.

Genocide Archive of Rwanda (2015). *Genocide Memorials*. <https://genocidearchiverwanda.org.rw/index.php?title=Category:Memorials>.

Godinho, L. (2016, October 22). *Évora inaugura memorial aos milhares de vítimas da Inquisição*. Diário de Notícias. <https://www.dn.pt/sociedade/evora-inaugura-memorial-aos-milhares-de-vitimas-da-inquisicao-5456881.html>.

Goldbach, F. C., Dragomir, A. N., & Bărbat, I. M. (2014). Culture - A Value of Public Management. *Procedia Economics and Finance*, 16, 190-197.

Gómez, L. A. E. (2019). Los Eventos Distintivos en Grandes Destinos Del Turismo Cultural. El Caso del Año Greco en Toledo (España). *Cuadernos de Turismo*, 44, 129-164.

Guarda Nacional Republicana. (s.d.). *Museu, biblioteca e arquivo histórico da Guarda Nacional Republicana*. <http://www.arquivomuseugnr.pt/>.

Guia da Cidade. (2021b). *Capela dos Ossos de Alcantarilha*. <https://www.guiadacidade.pt/pt/poi-capela-dos-ossos-de-alcantarilha-17353>.

Guia da Cidade. (2021a). *Capela dos Ossos de Campo Maior*. <https://www.guiadacidade.pt/pt/poi-capela-dos-ossos-de-campo-maior-20151>.

Hartmann, R., Lennon, J., Reynolds, D. P., Rice, A., Rosenbaum, A. T., & Stone, P. R. (2018). The history of dark tourism. *Journal of Tourism History*, 1-27.

History.Com Editors. (2021, April 26). *Bombing of Hiroshima and Nagasaki*. History. <https://www.history.com/topics/world-war-ii/bombing-of-hiroshima-and-nagasaki>.

Hohenhaus, P. (s.d.). *Dark Destinations*. dark-tourism.com. <https://dark-tourism.com/index.php/destinations>.

Huang, S. (s.d.). Visiting The Door To Hell (Darvaza Gas Crater). *TopMiles*. <https://www.topmiles.com/blog/article/113/visiting-the-door-to-hell--darvaza-gas-crater->.

Hughes, H. L. (2002). Culture and tourism: a framework for further analysis. *Managing Leisure*, 7(3), 164-175.

Ifeyinwa, B. E. (2014). Cultural Tourism and Sustainability in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(14), 649-655.

Iliev, D. (2020). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies : An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 1-22.

Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (2012a). *Cemitério de Évora*. Portugal 1418. <https://portugal1914.org/portugal/pt/historia/espacos-e-patrimonio/item/3352-cemit%C3%A9rio-de-%C3%A9vora>.

Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (2012b). *Hospital Militar de Évora*. Portugal 1418. <https://portugal1914.org/portugal/pt/historia/instituicoes/item/5288-hospital-militar-de-%C3%A9vora>.

International Coalition of Sites of Conscience. (2019). *Gulag Museum at Perm-36 (Russia)*. <https://www.sitesofconscience.org/pt/membership/gulag-museum-at-perm-36-russia-2/>.

Isaac, R. K., & Çakmak, E. (2016). Understanding the motivations and emotions of visitors at Tuol Sleng Genocide Prison Museum (S-21) in Phnom Penh, Cambodia. *International Journal of Tourism Cities*, 2(3), 232-247.

Jennings, G. (2011). *Tourism Research*. (2nd ed.). John Wiley & Sons Australia Ltd.

Jornal O Despertar. (2020, January 10). *Visitas guiadas mostram património do Cemitério da Conchada*. <https://www.odespertar.pt/visitas-guiadas-mostram-patrimonio-do-cemiterio-da-conchada/>.

Jung, T. H., Lee, J., Yap, M. H. T., & Ineson, E. M. (2015). The role of stakeholder collaboration in culture-led urban regeneration: A case study of the Gwangju project, Korea. *Cities*, 44, 29-39.

Junta de Freguesia Ajuda. (2019, March 06). *Visita Guiada ao Cemitério da Ajuda | 9 de Março*. <https://www.facebook.com/ajuda.juntadefreguesia/posts/1148459058670374/>.

Junta de Freguesia do Beato. (2019). *Manutenção Militar*. <https://jf-beato.pt/manutencao-militar/>.

Kalvet, T., Olesk, M., Tiits, M., & Raun, J. (2020). Innovative Tools for Tourism and Cultural Tourism Impact Assessment. *Sustainability*, 12(7470), 1-30.

Kang, E., & Lee, T. J. (2013). War and ideological conflict : Prisoner of war camps as a tourist experience in South Korea. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 236-247). Routledge.

Kang, E., Scott, N., Lee, T. J., & Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a 'dark tourism' site : The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33, 257-265.

Kigali Genocide Memorial. (s.d.). *Our visitors*. <https://kgm.rw/annual-report/our-visitors/#tiles>.

Kim, H., Cheng, C. K., & O'Leary, J. T. (2007). Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. *Tourism Management*, 28, 1366-1371.

Kim, S., & Butler, G. (2015). Local community perspectives towards dark tourism development: The case of Snowtown, South Australia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(1), 78-89.

Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?. *Tourism Management*, 31, 652-664.

Konstantakis, M., Alexandridis, G., & Caridakis, G. (2020). A Personalized Heritage-Oriented Recommender System Based on Extended Cultural Tourist Typologies. *Big Data and Cognitive Computing*, 4(12), 1-18.

Laws, C. (2013). Pagan tourism and the management of ancient sites in Cornwall. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 97-114). Routledge.

Lelo, L., & Jamal, T. (2013). African Americans at sites of darkness : Roots-seeking, diasporic identities and place making. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 28-45). Routledge.

Lennon, J. J., & Foley, M. (1999). Interpretation of the Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C., and "Dark Tourism". *Journal of Travel Research*, 38, 46-50.

Liang, F., Pan, Y., Gu, M., Guan, W., & Tsai, F. (2021). Cultural Tourism Resource Perceptions : Analyses Based on Tourists' Online Travel Notes. *Sustainability*, 13(519), 1-13.

Lifecooler. (2016). *Ghost Tours Portugal*. <https://lifecooler.com/artigo/atividades/ghost-tours-portugal/439821>.

Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.

Lopes, B. (2016b). Edital a anunciar o auto da fé público de Lisboa. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 31-32). Apenas Livros, Unip., Lda

Lopes, B. (2016a). Livro da criação dos officiaaes do fisco. da Cidade de Evora 1.7.0.3. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 23-26). Apenas Livros, Unip., Lda

Lopes, C. A. (2021). *Em Portugal. Momentos de História*. http://www.momentosdehistoria.com/001-grande_guerra/001-03-republica-e-guerra/001-03-04-culto_mortos/001-03-04-01-monumentos/001-03-04-01-01-portugal/index.html.

López, A. M. (2021, July 05). *Montserrat: number of foreign visitor arrivals 2015-2019, by type*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/816472/montserrat-number-of-tourist-arrivals/>.

López-Salazar, A. I. (2016). Retrato do Cardeal D. Henrique. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 10-12). Apenas Livros, Unip., Lda.

Lousa, T. (2017). Capelas dos Ossos e Património Macabro em Portugal. In F. Magalhães, J. Sousa, & M. S. P. Lopes (Eds.), *Reflexões sobre Património Cultural* (pp. 74-86). Leiria : Cics-Nova (Pólo de Leiria) - Escola Superior de Educação e Ciências Sociais e Instituto Politécnico de Leiria – IPLeia.

Madeira, M. (2021). *Monumento aos Mortos da Grande Guerra de Évora*. Público. <https://acervo.publico.pt/culturaipsilon/noticia/monumento-aos-mortos-da-grande-guerra-de-evora-1667673>.

Malhotra, N. K. (2006). Questionnaire design and scale development. In R. Grover, & M. Vriens (Eds.), *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances* (pp. 176-202). SAGE Publications, Inc.

Mandim, D. (2020, January 07). *Terramoto de 1755 terá sido de menor magnitude do que se pensava*. Diário de Notícias. <https://www.dn.pt/vida-e-futuro/terramoto-de-1755-tera-sido-de-menor-magnitude-do-que-se-pensava-11681114.html>.

Maneenetr, T., & Tran, T. H. (2014). Developing Cultural Tourism in Border Province : A Case Study on Bueng Kan Province, Thailand. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 55-62.

Marôco, J. (2018). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. (7th ed.). ReportNumber Lda.

Marques, J. A. M. (2018). Turismo cemiterial - o « porquê» e o «onde». *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 29, 47-63.

Martini, A., & Buda, D. M. (2018). Dark tourism and affect : framing places of death and disaster. *Current Issues in Tourism*, 1-14.

Martins, M. G. (2013). *Guerreiros Medievais Portugueses*. A Esfera dos Livros.

Marujo, N. (2014). A Cultura, o Turismo e o Turista : que relação ?. *TURYDES - Revista sobre Turismo y Desarrollo local*, 7(16), 1-12.

Marujo, N. (2013). A pesquisa em turismo: Reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. *TURYDES - Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 6 (14), 1-16.

Marujo, N. (2015). O estudo académico do Turismo Cultural. *TURYDES - Revista sobre Turismo y Desarrollo local*, 8(18), 1-18.

Marujo, N., Serra, J., & Borges, M. R. (2013a). Turismo Cultural em cidades históricas : A cidade de Évora e as motivações do turista cultural. *TURYDES - Revista sobre Turismo y Desarrollo local*, 6(14), 1-10.

Marujo, N., Serra, J., & Borges, M. R. (2013b). Turismo Cultural em Cidades Património Mundial: importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora. *Tourism and Hospitality International Journal*, 1(1), 137-156.

McCarthy, B. (2012). From fishing and factories to cultural tourism: The role of social entrepreneurs in the construction of a new institutional field. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(3-4), 259-282.

McKenzie, B. (2013). Soviet tourism in the Baltic states : Remembrance versus nostalgia – just different shades of dark?. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 115-128). Routledge.

McKercher, B. (2002). Towards a Classification of Cultural Tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29-38.

Mihaila, M. (2014). City Architecture as Cultural Ingredient. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 149, 565-569.

Mionel, V. (2020). (Not so) Dark tourism: The Merry Cemetery in Săpânța (Romania) – An expression of folk culture. *Tourism Management Perspectives*, 34, 1-12.

Morales, A. (2013). Turning the negative around : The case of Taupo, New Zealand. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 129-141). Routledge.

Morgado, A. S. C., Pires, S. S. S., Rodrigues, M. A. G., Simões, T. Z., & Almeida, A. S. A. (2016). Mitos e Lendas como contributo para a diferenciação da Experiência Turística – o caso dos Túneis do Palácio Nacional de Mafra, Portugal. *Marketing & Tourism Review*, 1(1), 1-24.

Mosteiro da Batalha. (s.d.). *Soldado Desconhecido*. http://www.mosteirobatalha.gov.pt/pt/index.php?s=white&pid=176&identificador=bt125_pt.

Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016, Dezembro 1-2). *Defining Cultural Tourism* [Paper presentation]. International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development, Londres. <https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>.

Moutinho, J. V. (2017). *Giraldo Sem Pavor : Nos tempos de D. Afonso Henriques de Coimbra até Évora*. (1st ed.). Lápiz de Memórias.

Município de Almeida. (s.d.). *Museu Histórico Militar de Almeida (Casamatas)*. <https://www.cm-almeida.pt/espacos-municipais/1678-2/casamatas/>.

Município de Ponte de Lima. (2020). *Centro de Interpretação da História Militar de Ponte de Lima*. <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/413>.

Município de Reguengos de Monsaraz. (2020, October 14). *Casa da Inquisição. Centro Interativo da História Judaica*. <https://www.cm-reguengos-monsaraz.pt/locais/espanol-casa-da-inquisicao-centro-interativo-da-historia-judaica/>.

Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas. (s.d.). *Noites das Bruxas e de Sexta-Feira 13*. http://museuarqueologicodeodrinhas.cm-sintra.pt/noites_museu/42/noites-das-bruxas-e-de-sexta-feira-13.html.

National Geographic. (2014, July 17). Q&A: *The First-Ever Expedition to Turkmenistan's "Door to Hell"*. <https://www.nationalgeographic.com/adventure/article/140716-door-to-hell-darvaza-crater-george-kourounis-expedition>.

National September 11 Memorial & Museum. (2021). *9/11 Memorial and Museum*. <https://www.911memorial.org/>.

Niemczyk, A. (2013). Cultural tourists: "An attempt to classify them". *Tourism Management Perspectives*, 5, 24-30.

Niemczyk, A. (2014). The Application of Path Modelling in the Analysis of Consumer Behaviour in the Cultural Tourism Market. *Economics & Sociology*, 7(1), 204-216.

Olival, F. (2016a). A Criação. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 5-6). Apenas Livros, Unip., Lda.

Olival, F. (2016d). Delitos processados pela Inquisição de Évora (1536-1821). In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 28-29). Apenas Livros, Unip., Lda.

Olival, F. (2016b). Mapa dos Tribunais de distrito da Inquisição Portuguesa. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 6-7). Apenas Livros, Unip., Lda.

Olival, F. (2016c). Sentenciados por localidades. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 44-46). Apenas Livros, Unip., Lda.

Olival, F., & Bilou, F. (2016). Geografia dos autos da fé em Évora. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 32-34). Apenas Livros, Unip., Lda.

Olival, F., & Branco, M. J. C. (2016). Listas dos Autos de Fé, que celebrou a Inquisição de Evora Collegidas, e dispostas chonologicamente por Diogo Barboza Machado. In M. J. C. Branco, B. Lopes, & F. Olival (Eds.), *Marcas da Inquisição em Évora: os acervos do Museu e da Biblioteca Pública – Catálogo* (pp. 36-37). Apenas Livros, Unip., Lda.

Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2012). Motive Based Segmentation of the Cultural Tourism Market: A Study of Turkish Domestic Tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(3), 165-186.

Patuelli, R., Mussoni, M., & Candela, G. (2013). The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy. *Journal of Geographical Systems*, 15, 369-402.

Pereira, A. S. (2008). *Geraldo sem Pavor. Um Guerreiro de fronteira entre Cristãos e Muçulmanos c. 1162-1176*. (1st ed.). Fronteira do Caos Editores Lda.

Pereira, G., & Ortigão, M. I. R. (2016). Pesquisa Quantitativa em Educação: Algumas Considerações. *Periferia*, 8(1), 66-79.

Podoshen, J. S. (2013). Dark tourism motivations : Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management*, 35, 263-271.

Porto.. (2019, May 12). *Ciclo cultural regressa com visita ao cemitério britânico*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/ciclo-cultural-regressa-com-visita-ao-cemiterio-britanico>.

Porto.. (2017, September 20). *Visita guiada ao Prado do Repouso para lembrar poetas e prosadores*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/visita-guiada-ao-prado-do-reposo-para-lembrar-poetas-e-prosadores>.

Portugal Paranormal. (s.d.). *Locais assombrados em Portugal*. <https://portugalparanormal.com/index.php/board,6.0.html>.

Portugal Sport and Adventure. (s.d.). *Lisbon Ghost Tours*. <https://www.portugal-sport-and-adventure.com/lisbon-ghost-tours.html>.

Portugal Travel Guide. (2021). *Capela dos Ossos (Faro)*. Travel in Portugal. <https://www.travel-in-portugal.com/attractions/capela-dos-ossos-faro.htm>.

Powell, R., Kennell, J., & Barton, C. (2018). Dark cities: a dark tourism index for Europe's tourism cities, based on the analysis of DMO websites. *International Journal of Tourism Cities*, 1-18.

Preece, T., & Price, G. G. (2005). Motivations of Participants in Dark Tourism: A Case Study of Port Arthur, Tasmania, Australia. In C. Ryan, S. J. Page, & M. Aickens (Eds.), *Taking Tourism to the Limits : Issues, Concepts and Managerial Perspectives* (pp. 191-198). Elsevier.

Qobilov, R. (2015, February 26). *A plantação de algodão que fez Mar de Aral virar deserto*. BBC. https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150226_mar_aral_gch_lab.

Queiroz, F. (2019, September 27). *Em Outubro voltam as visitas guiadas gratuitas da Câmara e vale a pena aproveitar*. Colectiva. <https://colectiva.pt/2019/09/27/em-outubro-voltam-as-visitas-guiadas-gratuitas-da-camara-e-vale-a-pena-aproveitar/>.

Rádio Campanário. (2020, November 02). *Estudo conclui que Múmiás da Capela dos Ossos em Évora são de uma mulher e de uma menina contrariando a lenda que dizia serem de pai e filho*. <https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/estudo-conclui-que-mumias-da-capela-dos-ossos-em-evora-sao-de-uma-mulher-e-de-uma-menina-contrariando-a-lenda-que-dizia-serem-de-pai-e-filho>.

Ramires, A., Brandão, F., & Sousa, A. C. (2018). Motivation-based cluster analysis of international tourists visiting a World Heritage City : The case of Porto, Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 49-60.

Ramos, M. (2013). Métodos quantitativos e pesquisa em ciências sociais: lógica e utilidade do uso da quantificação nas explicações dos fenômenos sociais. *Mediações, londrina*, 18(1), 55-65.

Redação. (2019, May 19). *Turismo nos cemitérios do Porto vira moda e visitas mais do que duplicam em quatro anos*. O Minho. <https://ominho.pt/turismo-nos-cemiterios-do-porto-vira-moda-e-visitas-mais-do-que-duplicam-em-quatro-anos/>.

Révillion, A. S. P. (2003). A Utilização de Pesquisas Exploratórias na Área de Marketing. *RIMAR - Revista Interdisciplinar de Marketing*, 2(2), 21-37.

Ribeiro, F. (2005, February 06). *Câmara aprovou condomínio na antiga sede da PIDE*. Público. <https://www.publico.pt/2005/02/06/jornal/camara-aprovou-condominio-na-antiga-sede-da-pide-4556>.

Richards, G. (2018). Cultural tourism : A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Richards, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.

Richards, G. (2014). *Tourism trends : The convergence of culture and tourism*. Academia. https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism.

Rodrigues, E. (2011, September 15). *Visitas guiadas ao Cemitério de Loulé assinalam Jornadas Europeias do Património*. Sul Informação. <https://www.sulinformacao.pt/2011/09/visitas-guiadas-ao-cemiterio-de-loule-assinalam-jornadas-europeias-do-patrimonio/>.

Roque, M. I. (2020, August 04). *Museu do Aljube – Resistência e Liberdade*. a.muse.arte. <https://amusearte.hypotheses.org/6709>.

Saarinen, J., Moswete, N., & Monare, M. J. (2014). Cultural tourism: new opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 26, 7-18.

Salvado, J., Ferreira, A. M., Serra, J., & Marujo, N. (2020). The creative and cultural tourism ecosystem: A conceptual model. *Dos Algarves : A Multidisciplinary e-Journal*, 38, 59-88.

Santos, E., & Joaquim, G. (2018, julho 10-12). *Experiência Turística, Autenticidade e Dark Tourism: reflexões em torno da Área Metropolitana de Lisboa*. [Paper presentation]. X Congresso Português de Sociologia – Na era da “pós-verdade”? Esfera pública, cidadania e qualidade da democracia no Portugal contemporâneo, Covilhã, 10 a 12 de julho de 2018, Covilhã, Portugal. https://aps.pt/wp-content/uploads/X_Congresso/Turismo_XAPS-19110.pdf.

Santos, I. (2019, December 08). *Os cemitérios de Lisboa abrem as portas aos vivos*. Lisboa Secreta. <https://lisboasecreta.co/os-cemiterios-de-lisboa-abrem-as-portas-aos-vivos/>.

Scholl, A. (2015). Quantitative Methodology. In W. Donsbach (Eds.), *The international Encyclopedia of Communication* (1st ed., pp. 1-7). John Wiley & Sons, Ltd.

Seco, L. (s.d.). *VisitEvora - Guia de Évora e Alentejo*. visitévora. <https://www.visitevora.net/>.

Sharpley, R. (2009b). Dark Tourism and Political Ideology: Towards a Governance Model. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 145–163). Channel View Publications.

Sharpley, R. (2009a). Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 3–22). Channel View Publications.

Sharpley, R., & Stone, P.R. (2009a). Life, death and dark tourism: future research directions and concluding comments. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 247–251). Channel View Publications.

Sharpley, R., & Stone, P.R. (2009b). (Re)presenting the Macabre: Interpretation, Kitschification and Authenticity. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 109–128). Channel View Publications.

Shaw, G. (1992). Culture and tourism: The economics of Nostalgia. *World Futures : The Journal of New Paradigm Research*, 33(1-3), 199-212.

Shishmanova, M. V. (2015). Cultural tourism in cultural corridors, itineraries, areas and cores networked. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 246-254.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365.

Silva, G. C. R. F. (2010). O método científico na psicologia: abordagem qualitativa e quantitativa. *Psicologia.com.pt*, 1-10.

Silva, J. P. (2005). *Évora - Cidade esotérica e misteriosa*. Europress.

Silva, S., Azevedo, I., Cardoso, V., Jesus, V., & Fonseca, M. (2020). Porto Dark. Uma proposta de itinerário turístico. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 13(28), 1-21.

Simone-Charteris, M. T., Boyd, S. W., & Burns, A. (2013). The contribution of dark tourism to place identity in Northern Ireland. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 60-78). Routledge.

Smith, S. (2015). A sense of place : place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220-233.

Štaštná, M., Vaishar, A., Ryglová, K., Rašovská, I., Zámečník, S. (2020). Cultural Tourism as a Possible Driver of Rural Development in Czechia. Wine Tourism in Moravia as a Case Study. *European Countryside*, 12(3), 292-311.

Steyn, L. L. (2017, January 11). *Locals love Robben Island again! Record tourist numbers hail in 20th year*. News24. <https://www.news24.com/news24/travel/locals-love-robben-island-again-record-tourist-numbers-hail-in-20th-anniversary-year-20170111>.

Stilwell, I. (2020, July 07). *Testemunha de uma execução*. Visão. <https://visao.sapo.pt/historia/2020-07-07-testemunha-de-uma-execucaol/>.

Stone, P. R. (2006). A Dark Tourism Spectrum : Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145-160.

Stone, P. R. (2013). Dark tourism, heterotopias and post-apocalyptic places : the case of Chernobyl. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 79-93). Routledge.

Stone, P. R. (2009a). Dark Tourism: Morality and New Moral Spaces. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 56–72). Channel View Publications.

Stone, P. R. (2011). Dark tourism: towards a new post-disciplinary research agenda. *Int. J. Tourism Anthropology*, 1(3-4), 318-332.

Stone, P. R. (2009c). 'It's a Bloody Guide': Fun, Fear and a Lighter Side of Dark Tourism at The Dungeon Visitor Attractions, UK. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 167–185). Channel View Publications.

Stone, P. R. (2009b). Making Absent Death Present: Consuming Dark Tourism in Contemporary Society. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 23–38). Channel View Publications.

Swedberg, R. (2020). Exploratory Research. In J. Gerring, C. Elman, & J. Mahoney (Eds.), *The Production of Knowledge: Enhancing Progress in Social Science* (pp. 17-41). Cambridge University Press.

Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 5(2), 18-27.

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2021, July 30). *Robben Island*. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/Robben-Island>.

The State Museum at Majdanek. (s.d.). *Home*. <https://www.majdanek.eu/en>.

Titan Missile Museum. (2020). *About us*. <https://titanmissilemuseum.org/about/>.

Torre, M. G. M. V., Lara, S. M., & Arjona-Fuentes, J. M. (2019). Flamenco Tourism from the Viewpoint of Its Protagonists: A Sustainable Vision Using Lean Startup Methodology. *Sustainability*, 11(6047), 1-17.

Tourism of Cambodia. (s.d.). *Things to See and Do - Phnom Penh, Cambodia*. https://www.tourismcambodia.com/travelguides/provinces/phnom-penh/what-to-see/5_cheung-ek-killing-field.htm.

Toussaint, S., & Decrop, A. (2013). The Père-Lachaise Cemetery: Between dark tourism and heterotopic consumption. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 13-27). Routledge.

Tuol Sleng Genocide Museum. (s.d.). *History of the Museum*. <https://tuolsleng.gov.kh/en/museum/building/>.

Turismo de Lisboa. (s.d.). *Museu - Cemitério dos Prazeres*. <https://www.visitlisboa.com/pt-pt/locais/museu-cemiterio-dos-prazeres>.

Turismo de Portugal. (s.d.). *Mosteiro de S. José*. Revive. <https://revive.turismodeportugal.pt/pt-pt/node/727>.

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2002). *Records of the General Conference 31st Session – Resolutions Volume 1*. UNESCO, Paris.

Universidade de Coimbra. (2021). *Antigo Colégio das Artes – Inquisição | Former College of Arts – Inquisition*. <https://www.uc.pt/ruas/inventory/mainbuildings/inquisicao>.

UNWTO - World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO, Madrid.

Vannak, C. (2015, May 24). *Tourist Numbers at the Killing Fields Keep Rising*. Khmer Times. <https://www.khmertimeskh.com/6080/tourist-numbers-at-the-killing-fields-keep-rising/>.

Veal, A. J. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism : A Practical Guide*. (3rd ed.). Pearson Education Limited.

Vena-Oya, J., Castañeda-García, J. A., Rodríguez-Molina, M. A., Frías-Jamilena, D. M. (2021). How do monetary and time spend explain cultural tourist satisfaction?. *Tourism Management Perspectives*, 37, 1-8.

Vidal, D. (2016, January 12). *O Porto vai ter uma casa de terror*. Nit. <https://www.nit.pt/cultura/01-12-2016-o-porto-vai-ter-um-hotel-onde-nao-vai-mesmo-querer-dormir>.

Viva Porto.. (2019, May 13). *Visitas guiadas pelos cemitérios do Porto*. Viva ! O grande Porto Online. <https://viva-porto.pt/visitas-guiadas-pelos-cemiterios-do-porto/>.

Walter, T. (2009). Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 39–55). Channel View Publications.

War Remnants Museum. (2020). *Welcome to the website*. The War Remnants Museum!. <http://www.baotangchungtichchientranh.vn/Main.aspx?L=VN&P=1>.

Wei, C., Dai, S., Xu, H., & Wang, H. (2020). Cultural worldview and cultural experience in natural tourism sites. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 241-249.

Wight, A. C., & Lennon, J. J. (2007). Selective interpretation and eclectic human heritage in Lithuania. *Tourism Management*, 28, 519-529.

Wight, C. (2009). Contested National Tragedies: An Ethical Dimension. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 129–144). Channel View Publications.

Willard, P., Lade, C., & Frost, W. (2013). Darkness beyond memory: The battlefields at Culloden and Little Bighorn. In L. White, & E. Frew (Eds.), *Dark Tourism and Place Identity : Managing and interpreting dark places* (pp. 264-275). Routledge.

World Monuments Fund. (2021). *Perm-36*. <https://www.wmf.org/project/perm-36>.

Yan, B., Zhang, J., Zhang, H., Lu, S., & Guo, Y. (2016). Investigating the motivation - experience relationship in a dark tourism space : A case study of the Beichaun earthquake in relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121.

Yan, W. (2019, April 03). *The nuclear sins of the Soviet Union live on in Kazakhstan*. Springer Nature Limited. <https://www.nature.com/articles/d41586-019-01034-8>.

Youngshin, S., Youn-Jung, S., & Doonam, O. (2015). Methodological Issues in Questionnaire Design. *J Korean Acad Nurs*, 45(3), 323-328.

Zheng, C., Zhang, J., Qian, L., Jurowski, C., Zhang, H., & Yan, B. (2016). The inner struggle of visiting 'dark tourism' sites : examining the relationship between perceived constraints and motivations. *Current Issues in Tourism*, 1-18.

Zheng, C., Zhang, J., Qiu, M., Guo, Y., & Zhang, H. (2019). From mixed emotional experience to spiritual meaning : learning in dark tourism places. *Tourism Geographies : An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 1-22.

Zieba, M. (2017). Cultural participation of tourists – Evidence from travel habits of Austrian residents. *Tourism Economics*, 23(2), 295–315.

Apêndices

Apêndice 1

Inquérito de Investigação Académica

Este inquérito destina-se a uma investigação no âmbito do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos da Universidade de Évora. Todas as respostas serão confidenciais

1 - É a primeira vez que vem a Évora? 1) Sim (Passe à 1.1) 2) Não (Passe à 1.2)

1.1 - Quais foram as duas principais motivações que o levaram a visitar Évora?

1) Ser uma Cidade da UNESCO 2) Património cultural construído 3) Gastronomia 4) Vinhos
5) Património cultural Imaterial 6) Visitar Familiares/Amigos 7) Motivos profissionais (Congressos, negócios)
8) Outro. Qual? _____ (Passe à questão 2)

1.2 - Quais foram as duas principais motivações que o levaram a visitar novamente Évora?

1) Ser cidade da UNESCO 2) Património cultural construído 3) Visitar Familiares/Amigos 4) Motivos profissionais (Congressos, negócios) 5) Gastronomia 6) Hospitalidade 7) Vinhos 8) Património cultural imaterial 9) Outro. Qual? _____

2 - Conhece ou está familiarizado com o termo “Dark Tourism” – Turismo Sombrio? 1) Sim 2) Não

3 - Considera a Capela dos Ossos como uma atração de “Dark Tourism”? 1) Sim 2) Não

4 - Quais são as motivações para a sua visita à Capela dos Ossos? (Marcar com um X as emoções identificadas)

Motivações para visitar a Capela dos Ossos	
1	Fascinação pela morte
2	Atração pelo horror, o sombrio e o macabro
3	Desejo de contemplar a morte e a mortalidade
4	Vontade de viver uma experiência que relembre a efemeridade da vida
5	Querer viver novas experiências de Dark Tourism
6	Adquirir conhecimentos sobre a história do local que está a visitar
7	Necessidade de viver uma experiência educacional
8	Curiosidade em conhecer para ver se é real
9	Procurar algo novo que nunca viu antes
10	Ser uma atração que foi recomendada por familiares e amigos
11	Visitar a Capela dos Ossos apenas por esta fazer parte do itinerário
12	Outra(s). Qual(is)?

5 - O que sentiu quando visitou a Capela dos Ossos? (Marcar com X os sentimentos identificados)

Emoções originadas pela visita à Capela dos Ossos	
1	Terror
2	Medo
3	Tristeza
4	Choque
5	Nojo/Repulsa
6	Nervosismo
7	Indiferença
8	Outra(s). Qual(is)?

6 - Considera que a Capela dos Ossos é uma heterotopia (um espaço diferente dos que é possível encontrar no dia-a-dia e que proporciona experiências únicas e excecionais aos visitantes)? 1) Sim 2) Não

7 - Na sua opinião, deveriam existir mais atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism” na cidade de Évora? 1) Sim 2) Não

8 - Se na cidade de Évora existissem mais atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism”, iria incluí-las na sua visita à cidade de Évora? 1) Sim 2) Não

9 - Voltaria a visitar Évora se existissem novas atrações/produtos/atividades/rotas de “Dark Tourism”? 1) Sim 2) Não

10 - Em Portugal já visitou mais alguma atração de “Dark Tourism”? 1) Sim 2) Não

10.1 - Se sim, indique qual(ais) _____

11 - Vai recomendar a visita à Capela dos Ossos na Cidade de Évora? 1) Sim 2) Não

12 - Como teve conhecimento da Capela dos Ossos? (Marcar com X as fontes de informação identificadas)

Como teve conhecimento da Capela dos Ossos	
1	Recomendação do hotel
2	Agências de viagem
3	Amigos/Familiares
4	Recomendação do posto de turismo
5	Revistas
6	Sites da internet
7	Redes sociais
8	Folhetos/Cartazes
9	Guias de viagem
10	Outra(s). Qual(is)?

13 - Quando pensa na cidade de Évora qual é a principal atração cultural que lhe vem à mente? _____

14 - Género: 1) Feminino 2) Masculino

15 - Idade: 1) ≤19 2) 20-29 3) 30-39 4) 40-49 5) 50-59 6) 60-69 7) ≥ 70

16 - Nacionalidade: 1) Espanhola 2) Francesa 3) Portuguesa (Região) _____
4) Outra. Qual? _____

17 - Profissão: 1) Estudante 2) Trabalhador/a por conta própria 3) Trabalhador/a por conta de outrem
4) Desempregado/a 5) Reformado/a

18 - Habilitações Literárias: 1) Sem estudos 2) Ensino Primário 3) Ensino Básico 4) Ensino profissional
5) Ensino Secundário 6) Bacharelato/Licenciatura 7) Mestrado/Doutoramento