

## TURISMO CEMITERIAL: UM ESTUDO SOBRE AS EXPERIÊNCIAS NO CEMITÉRIO DA CONSOLAÇÃO A PARTIR DO TRIPADVISOR

### CEMETERY TOURISM: A STUDY ABOUT THE EXPERIENCES IN CONSOLAÇÃO CEMETERY FROM TRIPADVISOR

<http://dx.doi.org/10.21714/2179-8834/2020v25n1p1-19>

#### Tércio Pereira

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Brasil.  
E-mail: [tercio@outlook.com](mailto:tercio@outlook.com)

#### Pablo Flôres Limberger

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Brasil.  
E-mail: [pablofl@univali.br](mailto:pablofl@univali.br)

**Submissão:** 23 Set. 2019 **Publicação:** 4 Mai. 2020. **Sistema de avaliação:** *Double blind review*.  
**Centro Universitário UNA**, Belo Horizonte - MG, Brasil. **Editor geral:** Prof. Dr. Thiago Soares Nunes

Este artigo encontra-se disponível nos seguintes endereços eletrônicos:  
<http://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/1074>  
<http://dx.doi.org/10.21714/2179-8834/2020v25n1p1-19>

#### Resumo

Esse artigo tem como principal objetivo examinar a experiência do turismo cemiterial usando o modelo de economia da experiência, também conhecido como 4Es (entretenimento, educacional, escapismo e estética) aplicado ao Cemitério da Consolação (São Paulo). Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa quantitativa. Para a coleta de dados utilizou-se software minerador de dados, WebHeavy. Este estudo avaliou 94 comentários postado no TripAdvisor por turistas e visitantes do Cemitério da Consolação (SP) entre 2013 e 2018. Para a categorização dos comentários utilizou-se o software Microsoft Excel utilizando 1 para comentários positivos, 0 para ausentes ou neutros e -1 para negativos. E por fim utilizou a Análise Regressão Linear através do SPSS (22). Os resultados mostram que as experiências são majoritariamente positivas. Dentre das quatro dimensões do arcabouço conceitual, predominam as experiências relacionadas às dimensões educação e entretenimento, porém apenas a dimensão educacional teve relação significativa com a experiência. A dimensão que teve mais comentários negativos foi a estética. Além disso, emergiram novas subdimensões a partir da análise em profundidade nos comentários. Se destacaram as subdimensões: Arte tumular, personalidades, passeio histórico e cultural e arquitetura.

**Palavras-chave:** Cemitério; Experiências; Online Travel Reviews; TripAdvisor, Dark Tourism.

## Abstract

This article aims to examine the experience of cemetery tourism using the experience economics model, also known as 4Es (entertainment, educational, escapism and aesthetics) applied to Consolação Cemetery (São Paulo). To achieve the proposed objective, a quantitative research was performed. For data collection we used data mining software, WebHeavy. This study evaluated 94 comments posted on TripAdvisor by tourists and visitors to Consolação Cemetery (SP) between 2013 and 2018. For the categorization of comments, we used Microsoft Excel software using 1 for positive comments, 0 for absent or neutral and -1 for negatives. Finally, it used Linear Regression Analysis through SPSS (22). The results show that the experiences are mostly positive. Among the four dimensions of the conceptual framework, the experiences related to the education and entertainment dimensions predominate, but only the educational dimension had a significant relationship with the experience. The dimension that had the most negative comments was the aesthetics. In addition, new sub-dimensions emerged from in-depth analysis in the comments. The sub-dimensions stood out: tomb art, personalities, historical and cultural tour and architecture.

**Keywords:** Cemetery; Experiences; Online Travel Reviews; TripAdvisor, Dark Tourism.

## 1. Introdução

Os turistas visitam cada vez mais lugares que rememoram catástrofes naturais ou provocadas pelo homem, como locais de morte humana devido a terremotos, tsunamis, guerra, conflitos políticos e outros eventos macabros (STONES, 2011). O turismo patrimonial é inerentemente interpretativo, e as perspectivas apresentadas aos visitantes não estão necessariamente alinhadas com aquelas que têm interesse pessoal em um lugar.

Para Panosso Netto (2013, p.14) o turismo “pode ser uma prática que carrega consigo um grupo de representações sociais”, essa abordagem, segundo Puerto e Baptista (2015) se entrelaça também com o turismo em necrópoles. As autoras alegam que visitar cemitérios não é algo inovador e recente. Desde o período medieval as visitas a cemitério era algo comum, porém na contemporaneidade essa relação, apesar de ser distante, vem ganhando novamente notoriedade no turismo. Sabendo dessa tendência no turismo, as autoras citam que as atividades desenvolvidas em um cemitério despertam o questionamento acerca de quais as experiências emocionais são vivenciadas pelos turistas e visitantes de uma necrópole.

Alguns autores conceituaram o turismo cemiterial. Beni (2014) alegou que a qualificação mais apropriada para o turismo realizado em cemitérios é turismo de excentricidades. Barbosa (2009, p.329) menciona o turismo em cemitérios como sendo uma “[...] das formas extravagantes de turismo atualmente praticadas no mundo [...]”. Já Puerto e Baptista (2015) citam que turismo em cemitério não necessariamente alude à morte, pois visitas aos cemitérios podem ter objetivos culturais ou educativas. Diversos interesses podem estar relacionados, como à fé, à arte tumular, à iconografia e às personalidades ali sepultadas. Segundo Babic e Bingula (2015), os cemitérios são lugares para homenagear o falecido, o último local de descanso onde inúmeras práticas rememorativas são realizadas. Lembrar e comemorar o passado é parte

essencial do presente. A memória e a comemoração estão inextricavelmente ligadas aos processos patrimoniais. Defende McDowell (2008), que uma das características das sociedades modernas é o desejo de representar a memória através da marcação de 'lugar' e é geralmente filiado a locais com os quais as pessoas se conectam, física ou emocionalmente.

Cemitérios são, segundo Babic e Bingula (2015), um dos exemplos mais importantes de um tipo específico de museus ao ar livre como suas lápides; esculturas e arquitetura (etc.) refletem o desenvolvimento social, cultural e histórico das cidades. Embora públicos, abertos e disponíveis e, na verdade, muito atraentes para os turistas, os cemitérios de um povo local implicam algumas camadas extras de significado. Para os autores, o cemitério é um lugar de luto, dor, tristeza, respeito, lembrança etc. que, aparentemente, não são expectativas procurada por turistas durante suas viagens. Já Puerto e Baptista (2015) caracterizam cemitérios como patrimônio, pois em termos acadêmicos, parte-se da conjectura de que o ambiente cemiterial agrupa arte, memória e interpretação histórico-social da comunidade em que se estabelece. Os cemitérios oferecem, através de seus símbolos, valores, hábitos culturais, organização e significação individual e coletiva, representando assim também o mundo dos vivos. Na perspectiva de Leoti et. al (2019) os cemitérios históricos contam parte da história dos arredores onde estão localizados mantendo a memória social preservada. Os autores citam quem esses lugares de memória são fontes de conhecimento tanto para pesquisadores como para turistas que visam conhecer a formação histórica de uma comunidade por meio de túmulos de personalidade políticas e/ou artistas, apreciar obras de arte contidas nos túmulos, bem como gozar da paz e tranquilidade que os espaços cemiteriais proporcionam.

Sendo assim, faz-se necessário maior entendimento das experiências vivenciadas nas visitas ao cemitério, uma vez que a literatura mostra um crescente interesse nesses locais. A escolha do site TripAdvisor deve se ao fato de que, segundo Spalding e Parrett (2019) ser o maior site de viagens do mundo. Segundo os autores, ao final de 2016 a rede foi utilizada por 390 milhões de visitantes por mês que acessaram pelo menos uma das 730.000 "atrações". Os autores afirmam que a rede hospeda conteúdo gerado pelos usuários em todo o mundo, em diferentes versões de idiomas e nacionalidades. As revisões *online* são altamente confiáveis, para 70% dos consumidores globais segundo pesquisa (GRIMES, 2012) indicando que eles confiam nesta forma de comunicação.

Esse estudo tem como objetivo examinar as experiências vivenciadas por turistas e visitantes em cemitérios. Para tanto, a metodologia deste trabalho tem orientação quantitativa. Para as análises, foi categorizado os comentários utilizando o software Excel com o propósito de categorizar as experiências presentes nos comentários dos visitantes. E em um segundo momento foi feito uma Análise de Regressão Linear utilizando o software Statistical Package for the Social Sciences [SPSS] versão 22. Ao total, foram coletados 94 (noventa e quatro) comentários postados entre os anos de 2013 a 2018 acerca do Cemitério da Consolação (SP). A classificação das experiências tem por base o modelo da economia da experiência proposto por Pine e Gilmore (1999), que é composto por quatro experiências: educacional, entretenimento, estética e escapista. Dentro dos 4E foram identificadas 28 subdimensões, as que se destacaram foram: personalidades, arte tumula, arquitetura, história do Brasil e de São Paulo e passeio cultural e histórico.

Este estudo tem sua relevância dada a sua análise acerca das experiências vivenciadas pelos visitantes em cemitérios patrimoniais. Estudar as experiências produzidas pelo Cemitério da Consolação (SP), a partir do olhar do visitante, permite compreender o desconhecimento acerca da história e memória ali presente.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: Introdução; Economia da Experiência; Experiência turística em Cemitérios; Cemitério da Consolação – São Paulo/SP; Procedimentos metodológicos; Apresentação dos resultados; Discussão dos resultados e Conclusão.

## 2. Economia da Experiência

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global, portanto, é importante enquanto construtor de uma nova ordem internacional (PANOSSO NETTO, 2018). Sendo assim, as experiências no turismo não são mais um valor adicional opcional, mas um benefício obrigatório de qualquer oferta turística (LARSEN, 2007). Como Pine e Gilmore (1999) indicam, é de extrema importância criar experiências memoráveis. Este ponto é apoiado por Addis e Holbrook (2001) quando cita que esse fenômeno reflete a importância da subjetividade na sociedade pós-moderna, à medida que ela passa do consumo utilitarista para o consumo hedônico associado à busca de estimulação por meio da experiência multissensorial, da fantasia, dos sentimentos e da diversão.

Argumentou Schmitt (1999) que as experiências são individuais e ocorrem em resposta à estimulação e, muitas vezes, resultam da observação direta e/ou da participação em eventos. Tais eventos podem ser reais, virtuais ou aparecer em sonhos. Os estados experienciais são geralmente categorizados em atividades cognitivas (atividades racionais), afetivas (respostas emocionais) e conativas (intenções comportamentais). As experiências individuais compreendem sensações (estética e qualidades sensoriais), sentimentos (incluindo humor e emoções) e pensamento (pensamento convergente/analítico e divergente/imaginativo). Por outro lado, o agir (ações motoras e experiências comportamentais) e o relacionar (experiências sociais, como relacionar-se com um grupo de referência) são considerados experiências compartilhadas.

Entre os modelos de experiência, o modelo de economia de experiência de Pine e Gilmore (1998; 1999), destaca-se pelo design operacional. Esse modelo tem quatro dimensões chamadas de 4Es (experiências educacionais, estéticas, de entretenimento e escapistas). Os autores conceituam a natureza multidimensional da experiência do consumidor e posicionam os 4Es resultantes em quadrantes formados pela intersecção de dois contínuos de experiência: participação do consumidor (ativo ou passivo) ao longo do eixo horizontal e consumidor conexão (absorção ou imersão) ao longo do eixo vertical. A participação ativa é “onde os clientes afetam pessoalmente o desempenho ou o evento”, e a participação passiva é “onde os clientes não afetam diretamente ou influenciam o desempenho” (PINE; GILMORE, 1999, p.30). A imersão é descrita como tornando-se física ou virtualmente parte do evento, desempenho ou ambiente, enquanto a absorção envolve o engajamento da mente do consumidor (PINE; GILMORE, 1998; 1999).

Pine e Gilmore (1988) ilustram, observando que o entretenimento se relaciona com o desejo dos clientes de “curtir”, mas não se trata de entretê-los; em vez disso,

trata-se de envolvê-los, está relacionado ao desejo de desfrutar. A experiência educacional desempenha um papel significativo na criação de memórias e satisfação (QUADRI-FELITTI; FIORE, 2013). É aquela que potencializa a experiência associada ao desejo dos clientes de “aprender”, mas é importante torná-los alunos ativos. Para Thanh e Kirova (2018) a experiência escapista refere-se à busca de experiências que diferem das experiências cotidianas dos turistas. Em outras palavras, os turistas tentam escapar da realidade cotidiana durante suas férias nos destinos. Ela está relacionada ao desejo dos clientes de “ir e fazer” alguma coisa, incluindo uma experiência on-line. A experiência estética segundo Thanh e Kirova (2018) refere-se à imersão em um ambiente sensual. Ela está associada a “querer estar” em um determinado lugar.

Ritchie et al. (2011) avaliaram os principais periódicos de turismo, constatando que, mesmo em um nível amplo, a pesquisa relacionada à experiência não havia progredido de maneira significativa. Embora grande parte da pesquisa sobre a experiência do turista tenha explorado aspectos psicológicos, pouca pesquisa sobre valores experimentais foi conduzida no contexto da economia da experiência. Do ponto de vista do consumidor, segundo o autor, a economia da experiência ainda não parece ser expressiva.

### 3. Experiências turísticas em Cemitérios

Cemitérios como Père Lachaise em Paris, La Recoleta em Buenos Aires e Consolação em São Paulo, são lugar de descanso final de muitas figuras públicas conhecidas. Várias são as possíveis interpretações que o turista busca nessa visita, como por exemplo a aproximação com sua celebridade favorita ou algum político que teve alguma notoriedade. Nessa perspectiva, Levitt (2012) alega que o cemitério é, portanto, um local de memória pessoal e cultural.

Segundo Puerto (2016), os cemitérios, assim como o turismo, se compõem de uma base sociocultural e apresentam uma objetividade e subjetividade. Apesar de seu patrimônio material ser aparentemente estanque, o pensamento e uso sobre ele estão permeados de subjetividade, de ideias que ultrapassam o aspecto tangível. O embate entre o novo e o inesperado produz um processo de “[...] mobilização subjetiva que levaria a re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e naquele lugar, mas muito de suas experiências passadas” (GASTAL; MOESCH, 2007, p.17-18). Para Seaton (2009) as experiências vivenciadas em lugares de *dark tourism* podem ser consumidas para dar algum significado fenomenológico à própria existência social do turista.

Para Levitt (2012), embora os locais de desastre e atrocidades ou que envolvam morte exijam introspecção, uma visita ao cemitério também pode ser contemplativa, dando aos visitantes a oportunidade de considerar sua própria mortalidade. Tais momentos de autorreflexão podem ser mais edificantes do que macabros, já que alguém pode escolher deixar o cemitério desejando aproveitar ao máximo o tempo que resta. Segundo o autor, pode-se também encontrar paz na limpeza do túmulo e passar tempo com as lembranças de um ente querido. Esta é uma experiência profundamente pessoal, diferente da visita a um lugar de *dark tourism* que marca a interseção da tragédia individual e cultural. Jacobs (2001) baseou-se na noção do olhar do turista como atribuído à retórica e interpretações que são socialmente organizadas, sistematizadas e culturalmente específicas, com

consequências para indivíduos que têm esse tipo de visão, bem como para lugares, eventos, pessoas e coisas que se tornam seu objeto, isto é, atrações turísticas.

Enquanto os cemitérios europeus já são referências para o turismo, Marques (2018) afirma que os cemitérios brasileiros começam a aparecer, aos poucos, nos roteiros turísticos das cidades. É o caso do Cemitério da Consolação em São Paulo e do Cemitério de São João Batista no Rio de Janeiro. Esses espaços são visitados por possuírem personalidades famosas e estruturas patrimoniais reconhecidas. Hoje em dia são considerados referenciais turísticos no Brasil, seja pelas obras de arte, as personalidades ali sepultadas, e o usufruto de um espaço sossegado dentro do bulício urbano.

#### 4. Cemitério da Consolação

São Paulo é um município com aproximadamente 12 milhões de habitantes (IBGE, 2018) e é a maior cidade do Brasil. O Cemitério da Consolação foi inaugurado no dia 10 de julho de 1858, em consequência da promulgação, por D. Pedro I, em 1828, da lei que obrigava as Câmaras Municipais a construir cemitérios a céu aberto. Na época houve grande repercussão entre a igreja católica, pois era de interesse manter os cadáveres sepultados no interior das igrejas pois trazia ganhos econômicos já que grande parte do seu patrimônio foi formado a partir de doações de terrenos ou construções de templos em troca de sepulturas no altar sem contar que mantinham o poder psicológico da população uma vez que caso não fossem sepultados na igreja seriam condenados ao inferno enquanto os que estavam lá tinham a salvação e vida eterna.

Figura 1



Fonte: fotos do arquivo dos autores (2018)

Na sessão do dia 21 de março de 1829, o vereador Joaquim Antonio Alves Alvim coloca em discussão a proibição dos sepultamentos nas igrejas e a construção de um cemitério público geral na cidade de São Paulo. Segundo Kuzmickas (2013), inicialmente foi proposto que o cemitério fosse construído ao lado da Igreja da Consolação, porém devido à dificuldade de negociação das terras, foi sugerido um



antigamente o muro do cemitério servia para proteger os vivos dos mortos, hoje, porém, o jogo inverteu-se protegendo assim os mortos dos vivos devido ao roubo de placas de bronze ou até mesmo a quebra de seus monumentos ou pichações.

**Figura 3**



Fonte: Fotos do arquivo dos autores (2018)

O Cemitério da Consolação é tombado pelo CONDEPHAAT - Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo. A resolução do tombamento, que abrange também o Cemitério da Ordem Terceirado Carmo e o Cemitério dos Protestantes, é de 28 de junho de 2005 (CONDEPHAAT, 2014).

São tombados como bens culturais de interesse artístico, urbanístico, paisagístico e histórico os cemitérios da CONSOLAÇÃO, DA ORDEM TERCEIRA DO CARMO E DOS PROTESTANTES, que ocupam inteiramente a quadra definida pelas ruas da Consolação, José Eusébio, Mato Grosso e Sergipe, incluindo as calçadas e o conjunto arbóreo em torno dessa quadra (CONDEPHAAT, 2014).

São tombados também o traçado das alamedas, quadras e ruas dos três cemitérios. Especificamente no cemitério da Consolação, são tombados a capela, o pórtico da entrada, o ossário e a atual administração, de autoria de Ramos de Azevedo, além das inúmeras esculturas, de grande valor artístico (CONDEPHAAT, 2014).

## **5. Procedimentos metodológicos**

Para a coleta dos dados, inicialmente foi selecionada o site Tripadvisor. O site apresenta a avaliação e comentários de viajantes reais e uma ampla variedade de opções de viagens e recursos de planejamento, além de links para as ferramentas de reserva. Segundo informações publicadas no próprio site, tem como missão “ajudar pessoas de todo o mundo a planejar e viver a viagem perfeita”. Para coletar os comentários utilizou-se o software WebHeavy que minerou os dados e exportou para uma planilha. Foram analisados 94 (noventa e quatro) comentários acerca do Cemitério da Consolação, entre 2013 a 2018. A análise dos dados coletados foi

realizada por meio de avaliações e comentários desses comentários coletados. Para a categorização foi utilizado o software Excel com o propósito de classificar as experiências presentes nos comentários dos visitantes. Tomou por base para a categorização o modelo proposto por Pine e Gilmore (1999), que é composto por quatro dimensões de uma experiência: entretenimento, educacional, escapismo e estética.

Para a correlação entre a avaliação geral (Rating) com as dimensões (4E) categorizada nos comentários utilizou-se a Análise Regressão Linear através do software IBM SPSS Statistics versão 22. Para que fosse possível fazer essas análises foram categorizados os comentários utilizando 1 para comentários positivos, -1 para negativos e 0 para ausentes.

Este estudo tem sua relevância dada a sua análise acerca das experiências percebidas pelos visitantes em cemitérios patrimoniais. Estudar as experiências produzidas pelo Cemitério da Consolação, a partir do olhar do visitante, permite compreender mais sobre história e memória ali presente. Além disso, o uso ativo de novas tecnologias e mídias sociais, tanto por visitantes quanto por profissionais do turismo, abre novas perspectivas para o estudo da experiência do turismo (XIANG; GRETZEL, 2010). Os visitantes usam cada vez mais as redes sociais em diferentes etapas da experiência turística, seja para preparar sua viagem ou para compartilhar suas impressões durante ou após a visita. Além disso, estudos anteriores mostram que os viajantes confiam em avaliações on-line compartilhadas por outros visitantes mais do que a publicidade on-line pelo setor do turismo (KLADOU; MAVRAGANI, 2015).

## 6. Apresentação dos resultados

Os comentários foram categorizados seguindo o modelo 4E de Pine e Gilmore (1998). Através de dados do site TripAdvisor foi possível fazer uma análise prévia dos turistas e visitantes. Por exemplo, a classificação do viajante foi baseada em uma escala de cinco pontos (excelente, muito bom, razoável, ruim e Horrível) baseada em suas experiências no Cemitério da Consolação. A maioria dos viajantes avaliaram como muito bom, com 42,5% excelente com 39,4% classificações e nenhuma classificação para horrível. Isso mostra que a maioria dos visitantes tiveram boas experiências com os serviços do cemitério e seus atributos. Além disso, o tipo de viajante também foi indicado com as categorias incluindo famílias, casais, solteiros, negócios e amigos. A categoria “amigos” teve o número mais alto com 33%, enquanto “a sós” acompanharam de perto 26,6%. Isso indicou que o Cemitério era um destino importante para viajantes individuais ou com amigos em comparação a famílias e casais famílias. Outro aspecto importante que foi determinado foi o aspecto cronológico em termos dos tempos em que os visitantes chegaram ao museu. Os meses distintos em um ano incluíram março a maio (24,46%), junho a agosto (30,86%), setembro a novembro (20,22%) e dezembro a fevereiro (24,46%). A última seção indicou o idioma dos visitantes Cemitério da Consolação. Português foi a língua proeminente com 85, em comparação com outras línguas.

Após a análise inicial, os autores mineraram os dados, através do software Webhavy e exportaram os dados para uma planilha no software Excel. Estudamos o corpus realizando uma categorização temática com temas pré-definidos e, quando necessário, integrar temas emergentes aos dados de campo. Os autores codificaram

94 comentários de consumidores. Dentre as quatro dimensões do arcabouço conceitual, predominam as experiências relacionadas às dimensões educação, estética e entretenimento, incluindo 91, 85 e 84 comentários codificados, respectivamente. Além disso, poucas referências estão relacionadas à dimensão escapista (19 referências).

Inicialmente foi feito uma análise com o objetivo de prever o comportamento das variáveis em relação a nota geral atribuída a experiência. Em outras palavras, o intuito foi verificar se uma ou mais variáveis independentes estavam relacionadas com a variável dependente “Rating” e qual a natureza dessa relação.

Os dados obtidos a partir das análises nos comentários do TripAdvisor tiveram seu processamento realizado através do Statistical Package for the Social Sciences [SPSS], versão 22 para Windows, utilizando como procedimento a Análise Regressão Linear. Os comentários foram categorizados como -1 para avaliações negativas, 0 para avaliações ausentes ou neutras, e 1 para as avaliações positivas

Na análise uma variável, apresentada no quadro 1, foi considerada altamente correlacionada. O indicador R<sup>2</sup> foi de 19% de determinação ou poder explicativo da regressão indicando quanto da variação na variável dependente é explicado pelas variações nas variáveis independentes.

**Quadro 1 - Resumo do modelo<sup>b</sup>**

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,436 <sup>a</sup>	,190	,153	7,2114	2,009

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Também foi empregado o teste ANOVA (Análise de Variância), que tem por finalidade testar o efeito do conjunto de variáveis independentes sobre a variável dependente. Consiste em verificar a probabilidade de que os parâmetros da regressão em conjunto sejam iguais a zero. Em outras palavras, significa verificar se a combinação linear das variáveis independentes exerce influência significativa ou não sobre a variável dependente.

No quadro 2 é apresentada a análise de variância (ANOVA), obtida quando da ocorrência do teste de regressão linear múltipla.

**Quadro 2 – Análise de Variância (ANOVA<sup>a</sup>)**

Modelo	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.	
1	Regressão	1075,183	4	268,796	5,169	,001 <sup>b</sup>
	Resíduo	4576,430	88	52,005		
	Total	5651,613	92			

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Pelos dados apresentados no quadro 3, observa-se que existem correlações entre as variáveis independentes utilizadas no estudo (Educação, Entretenimento, Escapismo e Estética) e a variável dependente “Rating”, visto que o nível de significância (p) foi inferior à 0,0001.

**Quadro 3 – Coeficientes**

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	32,937	2,373		13,881	,000
Educacional	5,571	1,883	,312	2,958	,004
Entretenimento	2,882	1,925	,146	1,497	,138
Escapismo	-2,142	1,588	-,134	-1,349	,181
Estética	2,600	1,510	,174	1,721	,089

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme observado através das análises, em função dos níveis de significância da relação (p), existe correlação significativa e positiva em apenas uma das 4 dimensões. No caso, considera-se como relação significativa quando o valor de p for inferior a 0,05. Dessa forma apenas a dimensão “Educacional” foi significativa com 0,04.

Observa-se que, pelo procedimento estatístico utilizado, no modelo final de regressão, três variáveis independente “Estética, Escapismo e Entretenimento” não apresentaram relação significativa com a variável dependente “Rating”. Tal fato pode ser consequência da existência de unilateralidade entre as variáveis utilizadas no modelo, ou seja, quando apenas uma variável independente for altamente correlacionada entre si.

No segundo momento da pesquisa, através das quatro dimensões do modelo de economia da experiência proposto por Pine e Gilmore (1999), foi identificado no levantamento 28 subdimensões como demonstrado no quadro 4. Entre os 94 comentários, 542 referências estão associadas a uma das quatro dimensões da experiência no Cemitério da Consolação. A análise mostra que a maioria das experiências é positiva. Apenas 6,83% das referências estão relacionadas a experiências negativas (quadro 4).

**Quadro 4 – Subdimensões da experiência**

Dimensões	Positivas	%	Negativas	%	Total
<b>Educacional</b>	<b>223</b>	<b>98,23</b>	<b>4</b>	<b>1,76</b>	<b>227</b>
Arte	54	100	0	0	54
Arquitetura	21	87,5	3	0	24
História do Cemitério	9	90	1	10	10
Personalidades	58	100	0	0	58
História de São Paulo	20	100	0	0	20
História do Brasil	14	100	0	0	14
Pessoas envolvidas que modificaram a história brasileira	20	100	0	0	20

Patrimônio	6	100	0	0	6
Cultura	17	100	0	0	17
Política	4	100	0	0	4
<b>Entretenimento</b>	<b>138</b>	<b>97,87</b>	<b>3</b>	<b>2,12</b>	<b>141</b>
Tour	23	95,83	1	4,16	24
Passeio mórbido	5	83,33	1	16,67	6
Passeio cultural e histórico	53	100	0	0	53
Não oferece entretenimento	0	0	1	100	1
Obras de arte	47	100	0	0	47
Museu ao céu aberto	10	100	0	0	10
<b>Estética</b>	<b>108</b>	<b>78,26</b>	<b>30</b>	<b>21,74</b>	<b>138</b>
Arte tumular	62	100	0	0	62
Depredação	0	0	6	100	6
Descaso Público	0	0	13	100	13
Conservação	5	71,42	2	28,58	7
Arquitetura	31	96,87	1	3,13	32
Segurança	0	0	8	100	8
Paisagismo	10	100	0	0	10
<b>Escapismo</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>
Assustador	12	100	0	0	12
Relaxamento	6	100	0	0	6
Tour cultural	3	100	0	0	3
Eternização	2	100	0	0	2
Lembrança	10	100	0	0	10

Fonte: categorização elaborada pelos autores (2019)

Quase 41,5% das referências se enquadram na dimensão educacional. Dentre eles, destacam-se cinco subdimensões: Personalidades com 58 referências, Arte com 54 referências, Arquitetura com 21 referências e por fim História de São Paulo e Pessoas que modificaram a história brasileira, ambas com 20 referências. Os resultados confirmam a relevância de cinco subdimensões já destacadas na literatura sobre experiências.

Com mais de 25% das referências, a dimensão do entretenimento diz respeito principalmente a duas subdimensões: Passeio Cultural e Histórico com 53 referências, e Obras de Arte com 47 referências. A subdimensão “Passeio Cultural e Histórico” é a mais representada no Cemitério da Consolação (SP), com mais de 38% das

referências relacionadas com a dimensão do entretenimento. A literatura já identifica essa subdimensão, enquanto a subdimensão “Obras de Arte” emerge da análise textual.

Com quase 20% das referências, a dimensão estética é representada principalmente por duas subdimensões: Arte tumular com 62 referências, e Arquitetura com 31 referências. O consumo de ambas as dimensões é explicado em trabalhos anteriores sobre cemitérios.

A dimensão escapista não é significativa no contexto da oferta de turismo no Cemitério da Consolação em São Paulo, com apenas 6,6% das referências. Apesar da baixa significância, duas subdimensões foram destacadas, sendo “Assustador” com 12 referências, e “lembrar que somos mortais” com 10 referências. Ambas também foram explicadas pela literatura.

Todas as referências relacionadas com a experiência no Cemitério da Consolação foram categorizadas de acordo com a sua valência: positiva, negativa ou neutra. As experiências relacionadas à dimensão educação foram quase todas positivas (98,2%). Os visitantes expressaram-se de maneira positiva principalmente ao que se refere as personalidades (muitas delas com grau importância para a construção cultural do Brasil) ali sepultadas. Outro ponto que foi reforçado nas avaliações positivas foi a arte dos mausoléus, destacando-se o da família Matarazzo. Para ilustrar esse resultado segue o comentário:

Me parece que o cemitério da Consolação é um dos mais antigos de São Paulo. O destaque ficar por conta das personalidades sepultadas ali: Conde Francisco Matarazzo, Monteiro Lobato, Mario de Andrade, Tarsila do Amaral entre outras personalidades. Outro destaque deste cemitério é a arquitetura dos túmulos onde encontramos pura arte. Vale a pena uma visita sobretudo para conhecermos um pouco desta cidade. (Tripadvisor, 2018).

Dentro da dimensão do entretenimento, quase 98% das referências são consideradas positivas. Os turistas do Cemitério da Consolação (SP) apreciaram particularmente a visita guiada e a riqueza patrimonial. Eles relataram experiências positivas referindo a oportunidade de ter um “passeio cultural e histórico” e ao mesmo tempo apreciar as “obras de artes” ali expostas como é representado nessas revisões:

É um cemitério conservado, com interessantes obras de artes. Passeio cultural que pode ser realizado por um guia, mas ele está disponível somente durante a semana (terças e sextas-feiras) ou também por aplicativo "GUIA DO CEMITÉRIO CONSOLAÇÃO" no qual a tua visita é autoguiada! Eu fiz a visita em um Domingo e achei útil o app. (Faça uso também de repelentes). (Tripadvisor, 2018).

Em relação à dimensão estética, duas sub-dimensões principais ajudaram a enriquecer as experiências dos visitantes: consumindo a arte tumular e desfrutando da arquitetura, Juntas explicaram 67,4% desse fator. Em relação ao consumo dessa dimensão, mais de 78% das referências foram positivas, porém houve um viés negativo percebido nessa dimensão. O lado negativo foi representado pelas subdimensões: depredação, descaso público, segurança e conservação. A representação do lado positivo pode ser observada nesses comentários:

Caminhar pelas alamedas do Cemitério da Consolação em São Paulo SP, é um programa imperdível. Com muitas obras de arte de escultores renomados, tem túmulos de grandes personagens de nossa história. De beleza igual ao de Paris ou de Buenos Aires, encanta os admiradores da Arte Tumular. E não tem nada de gótico ou sombrio. É maravilhoso. (Tripadvisor, 2018).

...No cemitério da Consolação a diversidade de estilos artísticos e arquitetônicos é presente, e Victor Brecheret, Nicola Rollo, Luigi Brizollara, Galileo Emendabile, Silveira de Menezes, dentre outros artistas, são motivos de sobra para a visita... Trecho de um comentário (Tripadvisor, 2018).

Os comentários positivos geralmente citam as obras de arte de Victor Brecheret. Nota-se maior tendência a citar essa artista no comentário quando o turista faz o tour guiado com Popó (Francivaldo Almeida Gomes, recepcionista e guia turístico do cemitério).

Pelo lado negativo, as críticas mais duras estão a preservação do local. Muitos deles citam o descaso público ou a administração do cemitério como principal. Depredação, abandono e paisagismo também são citados. Alguns visitantes relataram túmulos abandonados ou até mesmo saqueado uma vez que algumas das placas que identificam aqueles que ali descansam foram feitos de cobre. Paralelo a isso também é exposta em alguns comentários a falta de segurança relacionadas a moradores de rua ou até mesmo é risco de estupro. Cabe salientar que apenas uma pequena parcela fez esse tipo de revisão.

Infelizmente, este cemitério é um sinal de descaso da prefeitura da maior metrópole da América Latina. Lápides que são verdadeiras obras de arte, mas algumas estão quebradas; o local encontra-se sujo e calçamento esburacado. (Tripadvisor, 2018).

Este cemitério é um marco em São Paulo localizado na rua da Consolação, possui obras de artes fantásticas e muitos famosos lá enterrados, porém não há segurança nenhuma para visita neste local eu mesma fui orientada por um funcionário a não ficar andando por ele sozinha, pois tem assaltos e casos de estupro, então é melhor ir em grupo. (Tripadvisor, 2018).

Essa assimilação negativa do turista em relação ao cemitério algumas vezes pode influenciar na percepção da dimensão de escapismo, que foi identificado em apenas 6,64% dos comentários. Citamos isso pois há uma correlação entre a depredação e insegurança ao fato do usuário alegar que tiveram a sensação de estar em um lugar assustador ou até mesmo macabro, porém mesmo assim, os comentários foram todos positivos, o que nos proporcionou identificar subdimensões como relaxamento, eternização e lembra que somos mortais, como foi exposto nesse comentário:

Parece ser um pouco mórbido visitar um cemitério, mas vale a pena por muitos motivos: nos lembrar da nossa mortalidade, apreciar a arte tumular e para ver um pouco da história da cidade e da sua imigração. Vale a pena andar nesse espaço arborizado e respirar um pouco do passado. (Tripadvisor, 2018).

A análise literal também revelou que um certo número de subdimensões contém uma alta proporção de referências positivas. Em termos concretos, três subdimensões têm um maior predomínio de referências positivas: personalidades (10,7%), arte (9,96%) e passeio cultural e histórico (9,77%) (Tabela 1). Em relação aos visitantes que expressaram uma experiência negativa sobre os locais de visita as subdimensões tiveram menor expressão. A de maior destaque foi descaso público (2,39%).

## 7. Discussão dos resultados

Segundo os resultados alcançados, as dimensões de educação, entretenimento e estética representam 86,53% das referências. No entanto, as referências relacionadas à dimensão escapismo são bastante raras. Esta observação geral ilustra que os patrimônios existentes de no Cemitério da Consolação (SP) focaram principalmente o lado de absorção da experiência, seja passivo ou ativo, e assim negligência o aspecto de imersão. De acordo com essa descoberta geral, podemos tirar algumas conclusões considerando as dimensões.

A dimensão escapista da nossa amostra inclui apenas 36 referências, todas positivas e relacionadas com a experiência de visitar o Cemitério. Esse resultado pode ser devido à limitação em termos da profundidade das revisões usadas para a análise. Oh, Fiore e Jeoung (2007) afirma que a experiência escapista é provavelmente uma das motivações do consumidor mais frequentemente listadas na pesquisa em turismo. Viajar é geralmente uma maneira das pessoas escaparem de suas vidas diárias e experimentarem algo extraordinário (THANH; KIROVA 2018). Porém mesmo com a baixa explicação do fator nos resultados encontrados pelos autores, foi identificado uma correlação entre a teoria e a prática. No estudo de Levitt (2012) o autor afirma que embora os locais de desastre e atrocidades exijam introspecção, uma visita ao cemitério também pode ser contemplativa, dando aos visitantes a oportunidade de considerar sua própria mortalidade. O autor segue alegando que tais momentos de auto-reflexão podem ser mais positivos do que sombrios, já que alguém pode escolher deixar o cemitério desejando aproveitar ao máximo o tempo que resta.

A dimensão estética representa quase 20% das referências. É necessário propor uma visão mais ampla da dimensão estética. Neste estudo, o ambiente do cemitério inclui muitos outros elementos naturais e melhorias visuais feitas pelo homem. Como exemplo, os turistas valorizam fortemente a arte tumular e a arquitetura. Os resultados confirmam que a dimensão estética tem um escopo mais amplo do que o revelado em trabalhos acadêmicos anteriores. Para Levitt (2012) pode-se também encontrar paz na limpeza do túmulo e passar tempo com as lembranças de um ente querido. Esta é uma experiência profundamente pessoal, diferente da visita a um lugar de *dark tourism* que marca a interseção da tragédia individual e cultural. Na nossa pesquisa identificamos que quando o visitante percebe um paisagismo mais preservado e uniforme, tende a ter momentos de relaxamento e reflexões positivas, já ao contrário, ao encontrar lápides depredadas, insegurança e a não manutenção do paisagismo no cemitério ele tende a ter experiências relacionadas ao macabro ou até mesmo assustadoras.

A dimensão entretenimento e educacional, juntas representam quase 67% das referências. No caso particular do Cemitério da Consolação (SP), é evidente que essas dimensões da experiência impulsionam a visita. Nesse estudo foi identificado que o fator principal é o encontro entre o visitante com as personalidades ali sepultadas. Trabalhos anteriores já indicavam que cemitérios turísticos atraindo visitantes que são capazes de experimentar uma sensação de proximidade com os famosos, mesmo que apenas em virtude dos restos mortais da estrela (LEVITT 2012). O autor cita que o cemitério é, portanto, um local de memória pessoal e cultural, e muitas vezes os dois estão entrelaçados como turistas que buscam o túmulo de uma celebridade favorita, cruzando caminhos com pessoas de luto saindo de um funeral ou prestando homenagens a um ente querido.

Pelos dados apresentados na Análise de Regressão Linear, a dimensão “educacional” foi significativa, e têm um poder explicativo sobre a variável dependente “Rating”. Os resultados obtidos nesta investigação podem ser correlacionados com estudos anteriores, como foi mencionado por Babic e Bigula (2015), onde os autores trazem cemitérios como museus ao ar livre e que refletem tanto o desenvolvimento socio-cultural bem como a história. Tal fato foi observado empiricamente ao decorrer das análises desse estudo. Os visitantes e turistas que se apresentavam mais encantados mostravam que a experiência era uma forma de rememorar figuras representativas da história brasileira. Os autores Quadri-Felitti e Fiore (2013), constataram a relação que a experiência educacional tem com a criação de memórias e a satisfação. O fato de sobressair essa experiência justifica a nota alta no TripAdvisor, uma vez que é percebida e gera uma visita satisfatória.

## 8. Conclusão

O presente estudo propôs identificar elementos expostos pelos visitantes no TripAdvisor sobre o Cemitério da Consolação, patrimônio pelo CONDEPHAAT, e que tem atraído visitantes de diversas regiões. Com base na literatura, este artigo avança o conhecimento sobre o turismo cemiterial.

O Cemitério da Consolação pode ser considerado uma manifestação da cultura popular, que tem a capacidade de expor elementos de um sistema de pensamento e expressão das diversas épocas. As abordagens dos visitantes são extremamente unidirecionais e convergentes do ponto de vista cultural e patrimonial. De fato, é uma porta de entrada para reflexão da vida, compreensão dos fatos, aproximação com personalidades do passado, aprendizado e lembrança, que funciona principalmente no nível educacional oferecendo aos visitantes um importante aproximação da história passada. Por outro lado, a visita ao cemitério permite uma autorreflexão de eternização, fazendo com que ecoe que o cemitério não representa a morte, mas sim uma imortalização. A tristeza na visita ao cemitério é neutralizada com o poder da cultura viva, representadas em formas de rememoração dos ali sepultados bem como das extraordinárias artes fúnebres.

Conseqüentemente, como mostram outras pesquisas sobre turismo cemiterial, o exemplo do cemitério da Consolação prova que o turismo em espaços funerários pode ser mais sobre a vida do que sobre morte, tragédia, dor, sofrimento, deixando de lado a ideia de macabro e fortalecendo a ideia de museu a céu aberto. Não é de todo recomendável fazer uma viagem para visitar o Cemitério da Consolação a partir da ideia de obter uma experiência macabra, pois como foi apresentado neste artigo, o cemitério é uma ferramenta útil para promover arte, cultura, e possibilitar o aprendizado, bem como refletir aspectos de como está sendo conservada patrimônios com tão forte poder simbólico. Por isso cabe fomentar e gerenciar lugares semelhantes.

Esta pesquisa tem três principais contribuições teóricas. Primeiro, o estudo declara a relevância da análise holística e do conceito de Pine e Gilmore (1998). Em segundo lugar, após uma análise aprofundada de estudos acadêmicos anteriores, este estudo propõe uma estrutura conceitual integrativa para examinar a experiência do turismo em cemitérios. Terceiro, os resultados empíricos enriquecem a estrutura conceitual e fornecem uma descrição mais extensa de cada uma das quatro dimensões no contexto do *dark tourism*.

Este estudo fornece evidências de que o modelo 4Es pode ser usado, por um lado, como um instrumento para o diagnóstico e a avaliação do destino do Cemitério e, por outro lado, como uma ferramenta útil para o gerenciamento do destino.

Ao avaliar a importância relativa de cada domínio, os resultados revelam o poder do modelo conceitual como instrumento de diagnóstico. O peso importante das dimensões educacional e de entretenimento mostra que o cemitério possui um atrativo de cunho importante para a sociedade que gera uma certa aproximação com personalidades significantes para a história da cidade, bem como a do país porém é negligenciado com a percepção das outras duas dimensões devido ao descaso público.

Embora as dimensões estética e escapistas sejam representadas em menor número, elas fornecem informações relevantes para o cemitério quando se refere a preservação do patrimônio e que isso implica no resultado da experiência tornando algo que, segundo a revisão, deve ter como celebração da vida e reflexão da nossa mortalidade aliando a uma sensação de paz a um lugar macabro e assustador.

Como em todos os estudos, existem várias limitações que precisam ser abordadas. A primeira limitação refere-se à coleta de dados em apenas um cemitério usando as revisões do *TripAdvisor*, pois limita a generalização e a aplicabilidade do modelo no destino. Portanto, mais pesquisas devem ser conduzidas em experiências em cemitérios de diferentes destinos. Além disso, o presente estudo limitou-se aos quatro domínios da economia da experiência. Sendo assim, sugere utilizar outros fatores que afetam a satisfação dos visitantes e a memória das experiências. Os quatro construtos da economia da experiência podem ser combinados com outros fatores (por exemplo, personalidade, cultura e assim por diante) para identificar relações complexas e assimétricas entre esses construtos para explicar os resultados desejados. Um estudo de método misto deve ajudar a explorar e validar os determinantes do engajamento do visitante. Pesquisas quantitativas futuras devem se concentrar no desenvolvimento de escalas de mensuração mais detalhadas para cada uma das quatro dimensões. Além disso, este estudo não considerou as características sociais e demográficas dos turistas. Outro caminho para pesquisas futuras é a comparação do modelo das quatro dimensões para diferentes segmentos de consumidores. Uma limitação adicional deste trabalho pode estar na natureza dos dados coletados em termos da profundidade das revisões para cada região. Sugere também uma investigação sobre a relação entre paisagismo e preservação em cemitérios a percepções entre relaxamento e assustador.

## Referências

ADDIS, M.; HOLBROOK, M. B. On the Conceptual Link between Mass Customisation and Experiential Consumption: An Explosion of Subjectivity. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 1, 50-66. 2001.

BABIC, D.; BINGULA, M. Interpretation at Special Places: Mirogoj Cemetery. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, v. 188, p. 186-192. 2015.

BARBOSA, M. L. A. Turismo de Excentricidades. In: PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação de Mercado Turístico: Estudos, Produtos e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. Cap. 20. p. 329-348.

BENI, M. C. **“Turismo: Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão”**. Documentação temática. Caxias do sul, 12, 13 de novembro de 2014.

GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. Aleph. 2007.

JACOBS, C. F. Folk for whom? Tourist guidebooks, local color, and the spiritual churches of New Orleans. **Journal of American Folklore**, v. 114, n. 453, p. 309-330. 2001.

GRIMES, M. **Nielsen: global consumers' trust in ‘earned’ advertising grows in importance**. <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/nielsen-global-consumers-trust-in-earned-advertising-grows.html>. 2012. Acesso em 01 de maio, 2019.

KUZMICKAS, L. **Estado de conservação dos monumentos pétreos do Cemitério da Consolação, São Paulo**. Instituto de Geociências da Universidade de São Paulo. 2013.

KLADOU, S.; MAVRAGANI, E. L. E. N. I. Assessing destination image: online marketing approach and the case of TripAdvisor. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n.1, p. 187-193. 2015.

LARSEN, S. Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 7, n. 1, p. 7-18. 2007.

LEVITTT, L. Solemnity and celebration: dark tourism experiences at Hollywood forever cemetery. **Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research**, v. 4, n. 1, p. 20-26. 2012.

LEOTI, A.; PEREIRA, T.; TRICÁRIO, L. T.; ROSSINI, D. M. Cemitério do Imigrante de Joinville/SC: Um estudo acerca das emoções expressadas no TripAdvisor. **Revista Turudes: Turismo y Desarrollo**, SI, v. 12, n. 26, p.1-18, jun. 2019.

MARQUES, J. A. M. Turismo cemiterial - o «porquê» e o «onde». **Revista Turismo & Desenvolvimento**, 29. 2018.

MCDOWELL, S. Heritage, Memory and Identity. **Research Companions, Hampshire**. pp. 37-55. 2008.

MORENO, T. M. O Sagrado e o Profano: o cemitério na cidade de São Paulo. **Revista Cordis**, São Paulo, p. 1-11, 2008.

NETTO, A. P. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2013.

NETTO, A. P. Perspectiva Crítica do Turismo: Proposições Éticas e Filosóficas a Partir da Realidade Latino-Americana. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, v. 1, p.9-21, jun. 2018.

O'CONNOR, P. Managing a hotel's image on TripAdvisor. **Journal of Hospitality Marketing and Management**, v. 19, n. 7, p. 754–772. 2010.

OH, H.; FIORE, A. M.; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: Tourism applications. **Journal of Travel Research**, v. 46, n. 2, p. 119-132. 2007.

PINE, B. J.; GILMORE, H. J. Welcome to the Experience Economy. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 4, p. 97-105. 1998.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage**. (1 ed.). Boston, MA: Harvard Business School Press. 1999.

PUERTO, C. B. D. **Turismo em Cemitério: o cemitério como patrimônio e atrativo turístico, considerando a trama morte e vida nas necrópoles**. 2016. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2016.

PUERTO, C. D.; BAPTISTA, M. L. Espaço cemiterial e Turismo: campo de ambivalência da vida e morte. **Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR**, v. 5, n. 1, p. 42-53. 2015.

QUADRI-FELITTI, D. L.; FIORE, A. M. Destination loyalty: Effects of wine tourists' experiences, memories, and satisfaction on intentions. **Tourism and Hospitality Research**, v. 13, n. 1, p. 47-62. 2013.

RITCHIE, B; TUNG, V.; RITCHIE, R. Tourism experience management research. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 23, n. 4, p. 419-438. 2011.

SEATON, T. **Purposeful otherness: approaches to the management of thanatourism**. Channel View: Bristol, 2009. 75-108p.

SCHMITT, B. H. Experiential Marketing. **Journal of Marketing Management**, v. 15, n. 1, p. 53-67. 1999.

SPALDING, M.; PARRETT, C. L. Global patterns in mangrove recreation and tourism. **Marine Policy**, v. 110, p.1-8, 2019.

STONE, P. Dark Tourism and the cadaveric carnival: mediating life and death narratives at gunther von hagens' body worlds. **Journal Current Issues in tourism**. 14. 2011.

THANH, T.; KIROVA, T. Wine tourism experience: A netnography study. **Journal of Business Research**, v. 83, n. 1, p. 30-37. 2018.

VALLADARES, C. P. **Arte e sociedade nos cemitérios brasileiros**. Conselho Federal de Cultura – Departamento de Imprensa Nacional, 2. 1972.

XIANG, Z.; GRETZEL, U. Role of social media in online travel information search. **Tourism Management**, v.31, p. 179-188. 2010.