



TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN TURISMO

Año Académico 2021-2022

TÍTULO: Aproximación teórica al turismo oscuro y análisis del caso de Belchite

AUTORA: Janna Schurmann

TUTORA: Clara Martín Duque

Convocatoria: Mayo 2022

Resumen

En el presente trabajo se desarrolla una base teórica tanto de la oferta como de la demanda del turismo oscuro; fenómeno que, aunque siempre ha existido, solo recientemente ha despertado el interés académico, dada la tendencia creciente de su demanda. Con el objetivo de ofrecer un marco teórico concluyente en torno a este tipo de turismo, que ofrezca aclaraciones acerca del estado actual de la investigación y que sea de ayuda en futuras investigaciones, se realizará una detallada conceptualización del fenómeno, demostrándose los problemas y las críticas de su delimitación, además de desarrollarse las distintas clasificaciones de su oferta y discutir las diferentes motivaciones que impulsan su demanda. Posteriormente, procedemos con el análisis del Pueblo Viejo de Belchite, escenario de una de las batallas más sangrientas y desoladoras de la Guerra Civil, que representa uno de los destinos turísticos más oscuros de España. Con la finalidad de clasificar y descifrar el atractivo de dicho destino controvertido, procederemos con el desarrollo de su trasfondo histórico, para posteriormente identificar y analizar los recursos que constituyen su atractivo, realizando un detallado registro. Acabaremos nuestra investigación con un análisis de la demanda.

Palabras clave: Turismo oscuro, Tanaturismo, Belchite, Muerte

Abstract

Dark tourism is a phenomenon that, despite its longstanding history, has only recently entered academic discussions. Therefore, this work aims to analyse this new field of study, reviewing the existing academic research as well as carrying out fieldwork for a case study in Belchite. The first objective is to analyse the different definitions of dark tourism, clarifying scientific terminology and displaying the criticism it has sparked. In this regard, special interest will be attributed to the disagreement between experts regarding its defining factor – supply or demand. Subsequently, we will carry out an extensive analysis of both factors, discussing the different classifications of dark tourism sites, as well as presenting the wide variety of motivations driving tourists to these destinations. Following this analysis of the theoretical framework, we will present our research carried out in Belchite, where one of the bloodiest battles of the Spanish Civil War took place. After a quick historical review, we will proceed with the presentation of our field work. Displaying our exhaustive analysis of the different tourist resources of the site, the touristic appeal of the ruins will be determined. Ultimately, the study will be concluded with an assessment of the tourism demand.

Keywords: Dark Tourism, Thanatourism, Belchite, Death

Índice

1. Introducción justificativa	1
1.1. Objetivos	2
2. Metodología	2
3. Marco teórico	4
3.1. Antecedentes del turismo oscuro: revisión histórica	4
3.2.1. Revisión de las diversas aproximaciones al concepto de “turismo oscuro”	7
3.2.2. Las relaciones del turismo con la muerte y lo macabro	11
3.2.3. Revisión del turismo oscuro dentro de un marco tanatológico.....	12
3.3. Clasificación de la oferta.....	16
3.3.1. Clasificación de turismo oscuro, según Seaton (1996)	16
3.3.2. Clasificación de Dann (1998).....	17
3.3.3. Clasificación de Lennon y Foley (2000)	18
3.3.4. Clasificación de Stone (2006).....	18
3.3.5. Clasificación de Sharpley (2005)	24
3.3.6. Clasificación de Zerva (2011)	26
3.3.7. Conclusión	27
3.4. La demanda del turismo oscuro	31
3.4.1. La fascinación por la muerte como motivación principal.....	32
3.4.2. Revisión de las diversas motivaciones del turismo oscuro.....	36
4. Estudio de caso: El Pueblo Viejo de Belchite	41
4.1. Historia: La Batalla de Belchite.....	42
4.2. La promoción y el desarrollo turístico de Belchite	45
4.2.1. La gestión turística de Belchite en la actualidad	46
4.3. La oferta oscura de Belchite	47
4.3.1. Evaluación de la oferta según las clasificaciones revisadas	47

4.3.2. Trabajo de campo.....	50
4.3.2.1. Análisis de las visitas guiadas.....	50
4.3.2.2. Análisis de los principales recursos turísticos	53
4.4. La demanda turística de Belchite	56
4.4.1. La evolución de la demanda en cifras.....	56
4.4.2. El perfil de los turistas.....	57
4.4.3. Iniciativas para aumentar la demanda	58
5. Conclusiones	59
6. Limitaciones y líneas futuras de investigación	61
7. Bibliografía	63
8. Anexos.....	73

Índice de anexos

Anexo I: Ficha de observación N°1	73
Anexo II: Ficha de observación N°2	76
Anexo III: Ficha de recurso turístico N°1	79
Anexo IV: Ficha de recurso turístico N°2.....	81
Anexo V: Ficha de recurso turístico N°3.....	83
Anexo VI: Ficha de recurso turístico N°4.....	85
Anexo VII: Transcripción de entrevista en profundidad: Oficina de Turismo de Belchite (E1; 26 de marzo de 2022)	88
Anexo VIII: Propuesta de análisis de las motivaciones turísticas	94

Índice de gráficos

Gráfico I: Los principales destinos oscuros a lo largo de la historia	6
Gráfico II: Propuesta de un modelo sobre las relaciones del turismo con la muerte, el desastre o lo macabro	11
Gráfico III: La consumición del turismo oscuro dentro de un marco tanatológico	12
Gráfico IV: Espectro oscuro de Stone (2006)	19
Gráfico V: Demostración de los siete proveedores oscuros mediante ejemplos	21
Gráfico VI: "La escala de grises del turismo"	25
Gráfico VII: Ubicación de la comarca Campo de Belchite en España	41

Índice de tablas

Tabla I: Resumen comparativo de las definiciones del turismo oscuro	10
Tabla II: Resumen comparativo de las clasificaciones de la oferta del turismo oscuro	28
Tabla III: Argumentos de la fascinación para con la muerte	35
Tabla IV: Las motivaciones del turista oscuro según los principales autores	39
Tabla V: Categorización de la oferta turística de Belchite	47
Tabla VI: Evaluación de las visitas guiadas	51
Tabla VII: Evaluación de los recursos turísticos	54

1. Introducción justificativa

El turismo oscuro, definido como “el acto de viajar a sitios vinculados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro” (Stone, 2006:146), es un fenómeno que, ya desde su propia denominación, es conocido por despertar sentimientos y reacciones de incomprensión y/o desconcierto, (Van Broeck y López, 2018). Al conectar el turismo con la muerte, dos conceptos antagónicos, este tipo de turismo plantea una multitud de cuestiones: ¿Cómo son estos destinos de muerte? ¿Qué motivación mueve a quienes los visitan? ¿Estas personas se pueden considerar como turistas oscuros? ¿Es éticamente defendible y/o justificable la comercialización de la muerte y del sufrimiento (de otros)?

Una mirada hacia la evolución de las visitas de los lugares más oscuros muestra una evidente tendencia creciente: mientras que Auschwitz registró unos 1,2 millones de visitantes en el año 2007 (AFP, 2008), la cifra aumentó a 2,1 millones diez años más tarde (Auschwitz Exhibition, 2018). También la central nuclear de Chernóbil ha venido registrando una muy creciente demanda, aumentando la cifra de turistas de unos 1.600 en 2007 a 50.200 en 2017 (Bakota, Zastavetska y Płomiński, 2018).

Considerando la tendencia creciente de esta rama turística, que solo fue introducida como campo de investigación en los años 90, se pone de manifiesto la necesidad de investigaciones adicionales. No es solamente el hecho de tratarse de un campo poco investigado, en el que destacan cuestiones importantes sin resolver, sino que también destacan los resultados diversos que se han obtenido que, en muchas ocasiones, son contradictorios (Sharpley y Stone, 2009; Ashworth y Isaac, 2015).

La disidencia para con este fenómeno por parte de los expertos nos conduce a la clara necesidad de, no solo definir el turismo oscuro, sino de analizarlo en sus clasificaciones y conceptualizaciones, dándole un contexto en relación a las motivaciones del turista oscuro, amén de una aproximación epistemológica al propio concepto de turista oscuro.

El presente trabajo, además, cuenta con numerosas traducciones propias de la literatura científica que versa sobre estos temas, eminentemente escrita en inglés.

Por último, estudiaremos como caso práctico nacional el Pueblo Viejo de Belchite, sometiéndolo al análisis categórico que hemos creado previamente.

1.1. Objetivos

Como objetivo general de este trabajo nos hemos propuesto analizar el turismo oscuro a través del caso de Belchite.

Como objetivo específico de este trabajo desataca el de (i) analizar la evolución de la conceptualización del fenómeno, aclarando la terminología utilizada y la crítica que existe acerca de ella. Además, nos proponemos (ii) estudiar las clasificaciones de la oferta oscura para mostrar el estado actual de la investigación, además de poder elegir la más adecuada para nuestro estudio de caso. Otro objetivo específico es (iii) investigar las motivaciones que impulsan a viajar a destinos oscuros. Para el estudio del turismo oscuro en Belchite, intentaremos (iv) analizar el contexto histórico que explique los acontecimientos que llevaron a la conversión de dicho sitio en un atractivo turístico. Además, aspiramos a (v) identificar y describir los elementos y recursos que constituyen este atractivo, por lo que nos proponemos un análisis detallado de su oferta turística. Por último, intentaremos (vi) analizar de forma específica la evolución de la demanda turística en Belchite.

2. Metodología

Para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto, presentamos una investigación exploratoria con la que pretendemos ahondar en el extenso y difuso campo de información que abarca el fenómeno del turismo oscuro, además de la identificación de los factores existentes en el Pueblo Viejo de Belchite, bajo los cuales podemos aseverar que, efectivamente, nos encontramos ante tal tipo de turismo.

La información que perseguimos obtener es de naturaleza cualitativa: pretendemos adquirir conocimientos de los factores identificadores de este tipo de turismo, para poder enfrentar sus problemas de delimitación, y poder estudiarlos en tanto en cuanto al caso de Belchite.

A continuación explicaremos el procedimiento que hemos seguido, mostrando las fuentes de información utilizadas y nombrando las técnicas de investigación que hemos empleado, detallando asimismo el uso de cada una de ellas.

En primer lugar, hemos revisado la literatura científica al respecto, con el objetivo de poder obtener y desplegar unos conocimientos amplios acerca de la

conceptualización, la oferta y la demanda del turismo oscuro tanto como fenómeno universal como en el caso particular de Belchite, donde la revisión de su historia y la gestión de su turismo son de vital importancia para poder estudiarlo. Para esta revisión de las fuentes secundarias hemos utilizado mayoritariamente artículos científicos, obras de expertos en la materia, libros históricos, tesis y artículos de prensa en formato digital, acudiendo también a bases de datos como por ejemplo Dialnet, Scopus o Google académico.

Cabe remarcar que la gran parte de la literatura acerca de este fenómeno proviene de autores en lengua inglesa, por lo que, excepto en los casos indicados contrariamente, la traducción al castellano es nuestra.

Después de haber desarrollado el marco teórico en profundidad y de haber hecho la introducción del caso de estudio de Belchite, incluyendo su historia y gestión turística, hemos procedido con la recopilación de datos primarios para nuestro análisis de caso, utilizando varias técnicas cualitativas.

En primer lugar, hemos empleado la observación cualitativa como técnica indirecta, que se ha utilizado para la caracterización de las rutas turísticas del Pueblo Viejo. Al participar en las dos visitas guiadas que ofrece la Oficina de Turismo de Belchite, hemos recopilado información valiosa acerca de los recursos que constituyen el atractivo turístico del pueblo, pudiendo tomar fotografías para incorporarlas en las fichas de observación y en las fichas de los recursos turísticos desarrolladas en el estudio del caso. En la elaboración de dichas fichas, hemos usado tanto fuentes primarias, es decir, la información obtenida durante las visitas guiadas y recopilada a través de una entrevista en profundidad (que se explicará a continuación) como fuentes secundarias.

En segundo lugar, como ya se ha indicado, hemos realizado una entrevista individual en profundidad, que es una técnica cualitativa directa. Se trata de una entrevista semi-estructurada con una duración de 45 minutos, antes de la cual se había preparado un guion básico con los aspectos que tratar durante la entrevista, pero sin fijar una lista de preguntas exactas; lo que ha permitido un alto grado de flexibilidad a la hora de realizarla. De esta manera, se ha podido seguir el flujo de ideas de la entrevistada (E1), con el fin de obtener la mayor cantidad de información

acerca de la evolución del turismo en Belchite, su implicación en la población local y sobre todo, de las características de su demanda, es decir, del perfil de sus clientes.

El perfil de la muestra es el de una técnica de turismo a la que, en lo consecutivo nos referiremos bajo el seudónimo de E1. Aunque planeamos llevar a cabo varias entrevistas, dado el tiempo limitado solo se pudo realizar esta. La información recopilada durante dicha entrevista ha sido utilizada en la elaboración de las fichas de las visitas y en la sección §4.4 donde recabamos datos sobre la demanda de Belchite.

En torno a las fuentes secundarias utilizadas en el estudio de caso, cabe destacar que utilizamos fuentes externas, como por ejemplo las publicaciones oficiales del Ayuntamiento de Belchite, tesis o libros históricos sobre Belchite. Se ha llevado a cabo un considerable esfuerzo para obtener fuentes secundarias internas de la Oficina de Turismo de Belchite, tratándose concretamente de estadísticas de la demanda turística del pueblo. Aunque el envío de dichos datos se había confirmado tras numerosos correos y llamadas telefónicas, al final nunca fueron enviados, por lo que la sección referida de la demanda se basará únicamente en datos de carácter público; además de la información recopilada durante la entrevista en profundidad que realizamos.

3. Marco teórico

3.1. Antecedentes del turismo oscuro: revisión histórica

Hablar de turismo oscuro, es hablar de un tipo de turismo creciente que recientemente se ha convertido en el centro de la discusión académica, lo que puede hacerlo parecer un fenómeno nuevo. No obstante, esta tendencia, que engloba los viajes a lugares asociados con el sufrimiento, la muerte o la destrucción, siempre ha existido; siendo de nueva incorporación la denominación *turismo oscuro* y su correspondiente interés académico (Van Broeck y López, 2018).

Desde que nuestros antepasados empezaran a viajar, es decir, desde que disponían de los medios de transporte necesarios, visitaban destinos relacionados con la muerte y el sufrimiento. Como primera atracción turística oscura destaca el Coliseo Romano, en el cual se celebraban las famosas luchas de gladiadores. Atraídos por la promesa de poder disfrutar de la muerte de un gladiador y/o de un animal salvaje,

las personas llegaban a Roma en masa (Stone, 2006, Historia.com, 2017; Castillo, 2020).

A partir de la Edad Media, las ejecuciones y torturas públicas que se realizaron en Europa y en la América precolombina se convirtieron en atracciones que despertaban un gran interés público. Según Stone (2006), las personas empezaron a desplazarse para presenciar estos espectáculos, intrigados tanto por los motivos de la sentencia como por las maneras bárbaras de tortura y ejecución. Con el tiempo, la afluencia de los espectadores, tanto de ciudadanos como de extranjeros, crecía cada vez más, de manera que se levantaron grandes tribunas para ofrecer las mejores vistas a una mayor cantidad de espectadores.

Aunque ya había un elevado flujo de viajeros a destinos oscuros en la Edad Media, fue durante el periodo romántico cuando el fenómeno se extendió aún más significativamente. Uno de los mayores destinos de esta época fue la ciudad Pompeya, que había sido sepultada bajo ceniza volcánica tras la erupción del Vesubio en el año 79 d.C. Cuando el sitio empezó a ser excavado a mitades del siglo XVIII, originó un intenso interés del público y masas de visitantes viajaron para avistar tanto los restos de la ciudad como los incinerados restos humanos de la antigua población pompeyana (Seaton, 1996).

Otro evento histórico, cuyo escenario se convirtió en una gran atracción turística fue la Batalla de Waterloo de 1815 (Godarzi-Mehdikhani, 2021). En este combate, la Séptima Coalición, formada por tropas británicas, alemanas y holandesas, venció a las tropas francesas de Napoleón Bonaparte, resultando en más de 40.000 muertes de militares franceses y unas 25.000 muertes de la Séptima Coalición (Editorial Grudemi, 2018). En los días posteriores, empezaron a acudir masas de personas al campo de batalla para ver este lugar, en el que tantas personas habían perdido la vida (Van Broeck y López, 2018). Aprovechándose de este interés morboso, se empezaron a ofrecer excursiones turísticas al campo de batalla (Moufakkir y Burns, 2012), que hasta hoy en día surten efecto (Bohórquez, 2017).

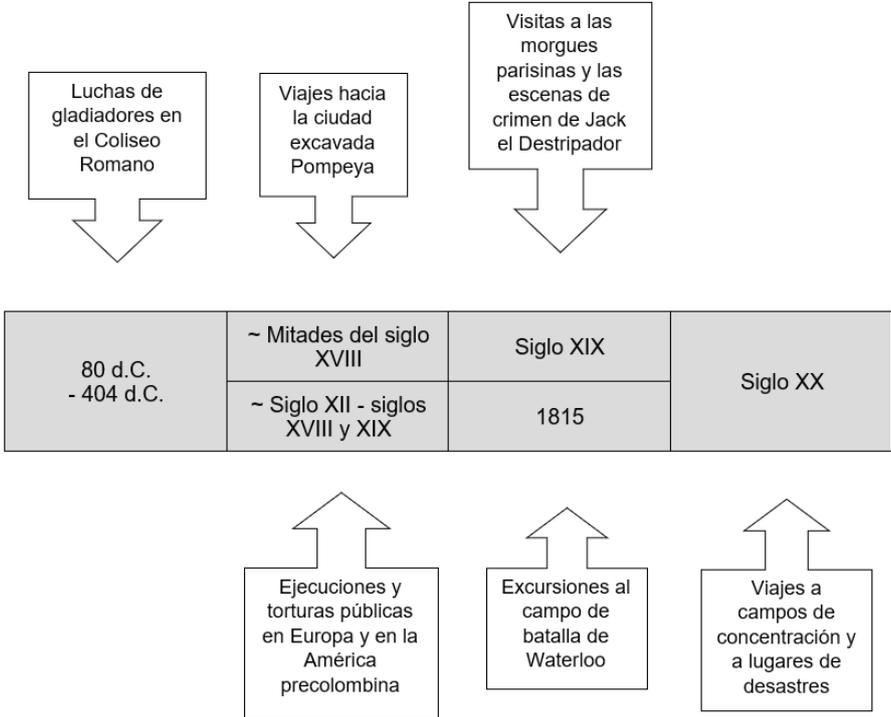
A lo largo del siglo XIX se intensificaron los viajes motivados por el interés en la muerte y lo macabro, reflejándose por ejemplo en la popularización de las visitas a las morgues parisinas (MacCannell, 1989) o en los viajes que se realizaron a Londres, concretamente a las escenas de los crímenes horribles de Jack el

Destripador (Van Broeck y López, 2018). El gran interés por este asesino en serie, cuyos crímenes estremecieron a Londres entre los años 1888 y 1891 (Mayor's Office for Policing and Crime, 2012), se mantiene hasta hoy en día, por lo cual se abrió el Museo de Jack el Destripador en Londres en 2015 (Hayward, 2015).

En el último siglo, la lista de destinos oscuros se extendió. Los campos de concentración de la Segunda Guerra Mundial y los lugares de desastre, tales como el incendio del crucero Morro Castle (1934) o el accidente nuclear de Chernóbil son solo algunos de los lugares que se han visto transformados en destinos turísticos oscuros, cuyo atractivo se empezó a comercializar desde entonces hasta nuestros días (Sharpley y Stone, 2009).

De modo de resumen, hemos elaborado la siguiente figura en la que se pueden apreciar los principales destinos oscuros que se han desarrollado a lo largo de la historia:

Gráfico I: Los principales destinos oscuros a lo largo de la historia



Fuente: Elaboración propia

Como se ha visto en este breve recorrido de la Historia, la fascinación por lo macabro y por la muerte desencadenó viajes hacia destinos relacionados. Esta

relación entre el morbo popular y el turismo siempre ha existido, aunque el fenómeno no se denominara turismo oscuro hasta el año 1996, en el que Foley y Lennon acuñaron este término, comenzando el discurso académico y la literatura acerca del creciente fenómeno de este nicho de turismo.

Por lo tanto, la novedad esencial entre los viajes oscuros del pasado hasta ahora, son simplemente los intentos de denominación y acotación de este fenómeno como *turismo oscuro*. A su vez, la generación deliberada de toda una industria dedicada a este tipo de turismo ha suscitado la consecuente discusión académica (Van Broeck y López, 2018).

A continuación nos proponemos exponer dicha discusión, tratando de explicar este fenómeno que, al conectar dos realidades tan aparentemente contrapuestas como el turismo y la oscuridad, ha planteado una variedad de cuestiones, tanto en el nivel conceptual como en el nivel ético.

3.2. Revisión teórica del “turismo oscuro”

3.2.1. Revisión de las diversas aproximaciones al concepto de “turismo oscuro”

En los últimos 20 años, mucho se ha escrito acerca del turismo oscuro, haciendo que este adquiriera reconocimiento dentro de la investigación turística. A pesar de ello, hasta hoy en día no se ha aceptado ninguna definición del fenómeno como universal (Stone, 2016a); más bien nos encontramos ante una multitud de definiciones y clasificaciones que intentan categorizarlo, siendo muchas de ellas contradictorias entre sí.

A continuación, se detallarán las definiciones académicas más destacables, para posteriormente entrar en detalle acerca de sus limitaciones, críticas y los aspectos que dificultan la delimitación de este fenómeno complejo; plasmando así su marco conceptual.

Como hemos mencionado anteriormente, fueron Lennon y Foley, dos profesores de la Universidad de Glasgow, quienes acuñaron el término *turismo oscuro* en el año 1996. Lo definen como “los fenómenos que abarcan la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre, tanto reales como mercantilizados” (Lennon y Foley, 1996:198).

Otro autor que destaca por sus aportaciones a la investigación del turismo oscuro y cuyas definiciones son de las más utilizadas, entre otros por el Instituto de Investigación de Turismo Oscuro, es Dr. Philip Stone. En 2006, define el turismo oscuro como “el acto de viajar a sitios vinculados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro” (2006:146). Asimismo, lo describe como “el fenómeno por el que la gente visita, deliberadamente o como parte de un itinerario recreativo más amplio, la dilatada gama de sitios, atracciones y exposiciones que ofrecen una (re)presentación de la muerte y del sufrimiento, ostensiblemente creciente en la sociedad contemporánea” (2006:146).

Según Stone, las atracciones macabras, que constituyen los destinos del turismo oscuro, incluyen tanto las experiencias que se basan en lo ficticio, como aquellas que se centran en la recreación de la muerte; además de los sitios de asesinatos y desastres (Stone, 2006). En obras posteriores, Stone admite que bajo esta amplia definición, que incluye una multitud de sitios y experiencias dentro del turismo oscuro, se origina cierta confusión. Aun así, no delimita su definición, destacando que, aunque haya una variedad de atracciones y experiencias oscuras, el factor determinante que las une es “la asociación, en uno u otro sentido, entre una experiencia turística y la representación turística de la muerte y de los muertos” (Stone, 2016a, s/p; Traducción de Van Broeck / López, 2018:27).

Refiriéndose a dicha conexión entre la experiencia turística y la muerte, Tarlow (2005) describe que esta función comercial del turismo oscuro transforma las atrocidades del pasado en el negocio del presente, haciendo énfasis crítico en la mercantilización de los acontecimientos trágicos.

Como contraposición a estas definiciones, formuladas desde el punto de vista de la oferta y concentradas en el tipo de muerte o desastre que ofrece un destino turístico, encontramos la definición de Seaton (1996), concebida desde la perspectiva de la demanda.

Contrariamente a Lennon y Foley, Seaton no se centra en las características y la presentación del destino oscuro como elemento definidor, sino que considera que se trata de un fenómeno impulsado por las motivaciones y los intereses de los turistas, por lo que su definición debe de ser conductual.

Para la descripción de dicho fenómeno, Seaton (1996) propone la denominación *Tanaturismo* término derivado de “Thanatopsis”, que se define como la contemplación de la muerte, formado por las palabras griegas “thánatos”, que significa ‘muerte’ y “opsis”, que es ‘vista’ (Collins English Dictionary, 2012).

Lo define como “viajar a un lugar total o parcialmente motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte; en particular, pero no exclusivamente con la muerte violenta, que pueden estar motivados o asimilados en mayor o menor medida por las características específicas de las personas cuya muerte es el centro de interés” (Seaton, 1996:240).

Por la alta ocurrencia de esta tradición tanatóptica, que ya existía desde la Edad Media pero se intensificó en el periodo romántico, Seaton concluye que la fascinación por la muerte es algo que, en cierta medida, todos compartimos; sirviendo el tanaturismo no solo para aproximarnos a la muerte de otros, sino también para recordarnos la propia (Seaton, 1996).

Evaluando dicha definición, Stone critica la consideración del turismo oscuro, al que Seaton prefiere referirse como tanaturismo, como fenómeno conductual. Según él, la consideración de Seaton lo restringe a ser un fenómeno orientado hacia la demanda, ignorando aspectos importantes del lado de la oferta (Stone, 2006).

Considerando este desacuerdo, o mejor dicho, la incertidumbre en cuanto al factor determinante del turismo oscuro, Sharpley concluye que será necesaria la inclusión tanto de elementos de la demanda, como de aquellos relativos a la oferta del turismo oscuro, para poder conceptualizarlo de la manera apropiada:

“El turismo oscuro es un turismo motivado por la fascinación/el interés por la muerte y/o el turismo a sitios asociados con la muerte, tanto individual, en masa, violenta, natural, prematura como de otra índole. Eso apunta hacia dos bases distintas del análisis del turismo oscuro, concretamente, el turista como consumidor (¿el turista ‘oscuro’?) y el sitio/la atracción como objeto de consumo (¿la atracción ‘oscura’?)” (2005:220).

Otro aspecto que dificulta la conceptualización del fenómeno es que, aparte de que exista una amplia variedad de definiciones, se emplean múltiples términos para describirlo. Además de utilizar los citados “turismo oscuro” y “tanaturismo” de forma intercambiable, sin considerarse sus significados (Light, 2017), otros autores han

utilizado “turismo mórbido” (Blom, 2000), “turismo atroz” (Ashworth, 1996, 2004), “turismo de dolor” (Lewis, 2008) o “Patrimonio difícil” (Logan & Reeves, 2009) para referirse al fenómeno, empleando los términos de manera indistinta.

Aparte del uso de términos de manera intercambiable, también destaca el escepticismo de algunos investigadores acerca del turismo oscuro como nuevo campo de turismo y área de investigación (Light, 2017). Autores como Ashworth, Logan y Reeves no estiman que el turismo oscuro sea lo suficientemente distinto del turismo patrimonial, por lo que emplean términos como “turismo atroz” (Ashworth, 1996, 2004) o “patrimonio difícil” (Logan y Reeves, 2009) al referirse a sitios que otros investigadores, como Stone, consideran destinos de turismo oscuro.

Hasta la fecha, las evaluaciones de los principales investigadores acerca del tratamiento del turismo oscuro como campo de turismo autónomo o como subdivisión del turismo patrimonial divergen.

A modo de resumen, hemos recopilado a continuación las definiciones de los principales autores en la siguiente tabla, destacando desde qué perspectiva se formularon.

Tabla I: Resumen comparativo de las definiciones del turismo oscuro

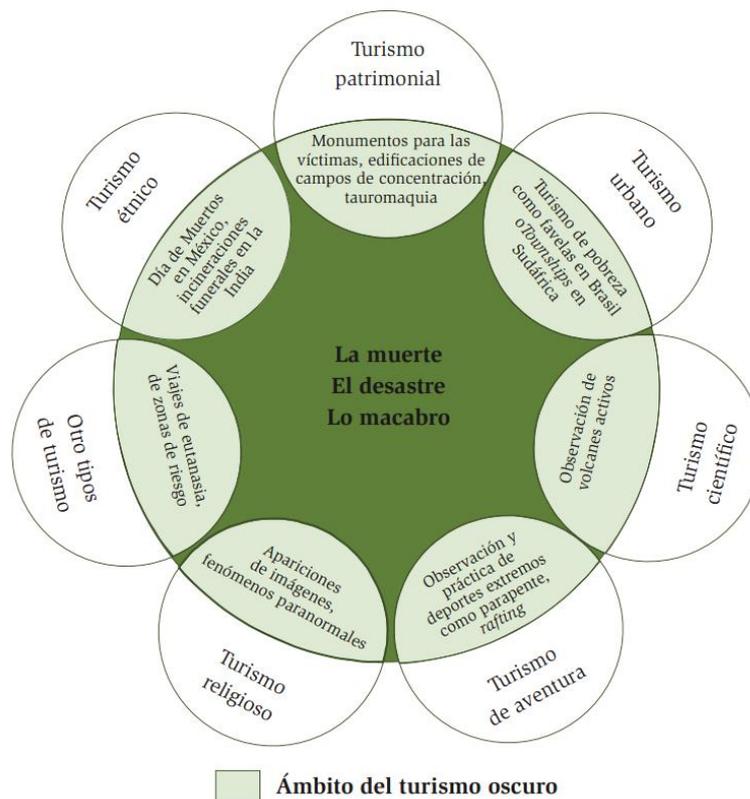
Autor (año)	Perspectiva	Concepto
Lennon y Foley (1996)	Basada en la oferta de lugares oscuros	“los fenómenos que abarcan la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre, tanto reales como mercantilizados” (1996:198).
Stone (2006)	Basada en la actividad: el acto de viajar	“el fenómeno por el que la gente visita, deliberadamente o como parte de un itinerario recreativo más amplio, la dilatada gama de sitios, atracciones y exposiciones que ofrecen una (re)presentación de la muerte y del sufrimiento [...] el acto de viajar a sitios vinculados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro” (2006:146).
Seaton (1996)	Basada en la motivación del turista	“viajar a un lugar total o parcialmente motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte; en particular, pero no exclusivamente con la muerte violenta [...]” (1996:240).
Sharpley (2005)	Basada en ambos: la oferta y la demanda oscura	“[...] es un turismo motivado por la fascinación/el interés por la muerte y/o el turismo a sitios asociados con la muerte, tanto individual, en masa, violenta, natural, prematura como de otra índole. Eso apunta hacia dos bases distintas del análisis del turismo oscuro, concretamente, el turista como consumidor (¿el turista ‘oscuro’?) y el sitio/la atracción como objeto de consumo (¿la atracción ‘oscura’?)” (2005:220).

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Las relaciones del turismo con la muerte y lo macabro

En referencia al problema expuesto anteriormente, en torno al tratamiento del turismo oscuro como tipo de turismo autónomo o como subdivisión del turismo patrimonial, es interesante la propuesta que han elaborado Van Broeck y López. Se trata de un modelo sobre las relaciones del turismo con la muerte, el desastre o lo macabro, representado en el siguiente esquema.

Gráfico II: Propuesta de un modelo sobre las relaciones del turismo con la muerte, el desastre o lo macabro



Fuente: Van Broeck y López, 2018:51

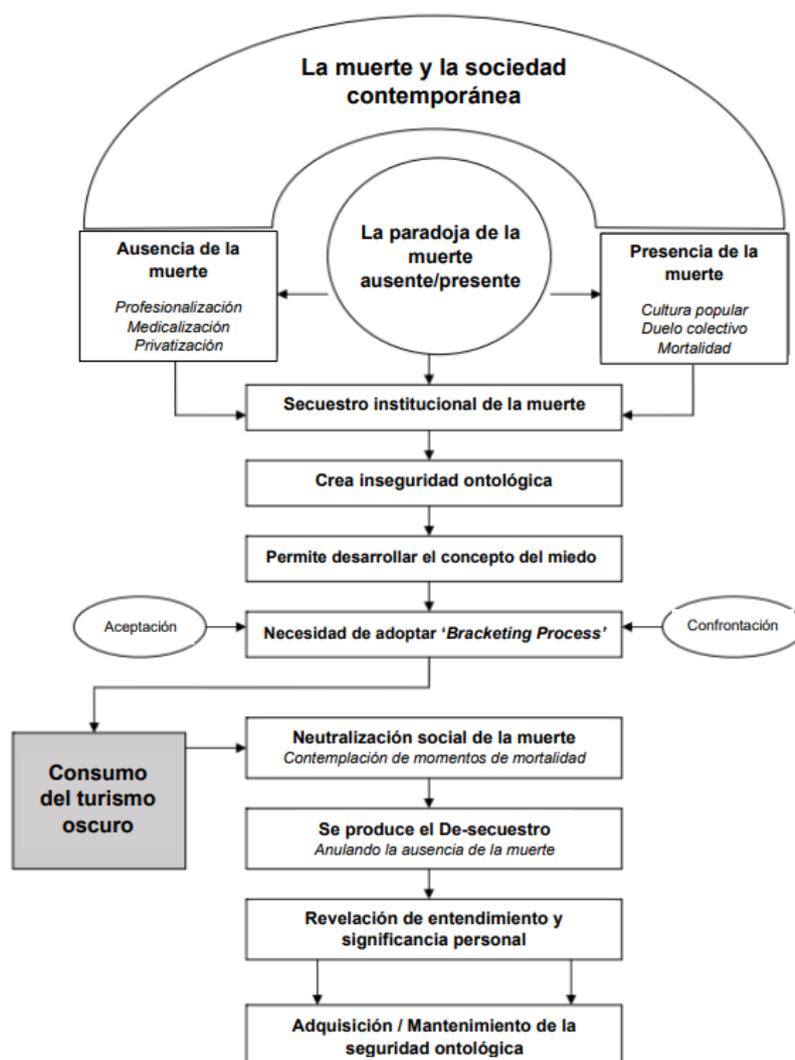
Como se puede apreciar en este esquema, hay posibles conexiones entre cualquier tipo de turismo y la muerte, el desastre y lo macabro, por lo cual uno se puede aproximar a estas intersecciones desde cada uno de los dos respectivos marcos de referencia (Van Broeck y López, 2018). De esta manera, Stone concluye que el turismo oscuro es una "tipología académica de sitios patrimoniales, exposiciones y atracciones turísticas, todas ellas con un solo denominador común. Este elemento en común es la interpretación de la muerte en la economía turística moderna" (Stone, 2016b:23; traducción de Van Broeck y López, 2018:50). Para el discurso

académico de dicho fenómeno, Stone (Roberts y Stone, 2014; Stone, 2013, 2016a) estima el término turismo oscuro como “una ‘marca’ de investigación reconocida, a través de la cual explorar las relaciones entre turismo y muerte” (Light, 2017:295).

3.2.3. Revisión del turismo oscuro dentro de un marco tanatológico

Sobre la relación entre el turismo y la muerte, resulta de especial interés el modelo de mediación de la mortalidad de Stone y Sharpley (2008). Observando la falta de exploración del turismo oscuro dentro de un marco sociológico, estos autores han desarrollado el siguiente modelo que examina los efectos que tiene el consumo del turismo oscuro en la sociedad, analizando sus consecuencias de y su implicación en la relación de los individuos para con la muerte (Stone y Sharpley, 2008).

Gráfico III: La consumición del turismo oscuro dentro de un marco tanatológico



Fuente: Elaboración propia a partir de Stone y Sharpley (2008:586)

Como primer paso, Stone y Sharpley han investigado la contemplación de la muerte en la sociedad contemporánea, para, en segundo lugar, utilizar las conclusiones a las que habían llegado como fundamento de su modelo de consumo del turismo oscuro (dentro de un marco tanatológico).

En su estudio sobre la muerte, Stone y Sharpley mencionan a varios autores, para mostrar que esta tiene cada vez menos peso en la sociedad contemporánea. Nombran a Mellor y Shilling, que han destacado que la sociología se ha ocupado casi exclusivamente de la vida, dejando de lado la muerte (1993) y promoviendo la tabuización de esta en la sociedad (Stone y Sharpley, 2008).

Nombrando a Berger, que ha argumentado que descuidando la muerte, estamos ignorando uno de nuestros factores universales (1967), Stone y Sharpley muestran la importancia de la muerte tanto para cada individuo como para la sociedad colectivamente que, según ellos, no ocupa un puesto suficientemente importante dentro de la sociedad. Resumiendo esta idea, los dos autores citan a Tercier, que ha escrito que el hecho de que la “secularización de la vida debiera estar acompañada de la secularización de la muerte no debería ser sorprendente: vivir en lo moderno también significa morir en ello” (2005:13).

A continuación, los dos autores describen la paradoja de la ausencia-presencia de la muerte en la sociedad. Por un lado, hay una ausencia de la muerte, que los autores explican con la disminución de eventos sociales en los que los individuos podían encontrar la muerte. Según ellos, es por la ausencia de estos encuentros, de los que se puede extraer un sentido a la muerte, que los individuos sienten una “confusión intensa, ansiedad e incluso terror [...] ante los signos de la propia mortalidad” (Giddens 1991:160).

Stone y Sharpley nombran tres aspectos relevantes, por los que la muerte está siendo cada vez más ausente en la sociedad: en primer lugar, la privatización del significado de la muerte, por la que la “experiencia y el significado se han trasladado del espacio público al ámbito privatizado de la vida de un individuo” (2008:580-581), por lo que los individuos se sienten solos enfrentando la muerte. En segundo lugar, es por la medicalización de la muerte, que esta se ha alejado de la comunidad, teniendo lugar en un espacio con médicos y especialistas (Byock, 2002), por lo que “nunca antes las personas han muerto tan silenciosa e

higiénicamente como hoy (en día), y nunca en condiciones sociales que promueven tanta soledad” (Elias, 1985:85). En tercer lugar, es la profesionalización del proceso de la muerte, en torno a la cual se ha constituido una industria de profesionales, que se ocupa de la gestión de la muerte, alejada de la comunidad.

Por otro lado, hay que considerar la presencia de la muerte en los medios y la cultura contemporánea, por lo que hablamos de esta paradoja de la ausencia-presencia de la muerte. Ya que la muerte está reflejada en las noticias de la televisión, la música, los periódicos y cualquier forma de Arte, la sociedad mantiene un espacio para afligirla de forma colectiva y para recordar el elemento en común que une a los individuos: la mortalidad.

Como consecuencia de esta paradoja y, especialmente asociado a la ausencia de la muerte, Stone y Sharpley afirman que el secuestro institucional de la muerte del ámbito público ha originado una inseguridad ontológica en los individuos. Para explicar el concepto de la seguridad ontológica, Stone y Sharpley citan a Giddens, que explica que esta se afianza en la “conciencia práctica de lo significativo” (1991:36) de nuestro día a día (Stone y Sharpley, 2008).

Como explican en su estudio, es por la falta de mecanismos que permiten enfrentarse con la mortalidad y, consecuentemente, con el sentido de la vida de cada uno, que los individuos llegan a sentir esta inseguridad ontológica y que surge el miedo. La consecuencia, según Giddens, es que la sociedad aspira a abordar este miedo excluyendo “de la vida cotidiana todas aquellas cuestiones que podrían originarse sobre los marcos sociales que contienen la existencia humana” (1991:37-38).

Para referirse a esta exclusión de la muerte de la vida cotidiana, Stone y Sharpley utilizan el término *Bracketing Process*, que ilustra esta marginalización de la muerte, que resulta en su denegación o tabuización dentro del esquema social. Entonces, mientras que el sistema social esconde la muerte de los individuos, para que estos no cuestionen su sentido, es precisamente donde nace dicho proceso de exclusión (*Bracketing Process*), por el que las personas buscan información y encuentros con la muerte. Como hemos mencionado anteriormente, la muerte está (re)presentada en la cultura y consecuentemente en la conciencia colectiva de la sociedad; siendo uno de los ámbitos de (re)presentación la consumición del turismo oscuro.

La segunda parte del esquema de Stone y Sharpley se ocupa de mostrar los efectos de dicha consumición en los factores sociológicos mencionados anteriormente.

En primer lugar, parafraseando a Stone y Sharpley quienes, a su vez, citan a Durkin, podemos explicar que “trasladando la muerte al humor y al entretenimiento, la neutralizamos eficaz [y socialmente]; se vuelve inocua y menos amenazante, a través de su conversión y efimeridad” (Durkin, 2003:47) así en la cultura, como en los medios de comunicación (Stone y Sharpley, 2008).

Según Stone y Sharpley, son los individuos que, sintiéndose aislados ante la confrontación con la muerte y la búsqueda de su sentido, buscan lugares y medios para poder profundizar en ello. A estas personas, el turismo oscuro les ofrece la posibilidad de alimentar su curiosidad, exponiendo lugares e historias sobre la muerte y ayudando al individuo a confrontar y reconceptualizar la mortalidad, para finalmente llegar a aceptar que la muerte va a llegar de forma ineludible.

Como consecuencia de esta oferta de sitios oscuros de o relacionados con la muerte, Stone y Sharpley hablan de un *de-secuestro* de la mortalidad (*De-sequestration*) dentro del ámbito público, por el cual la muerte ausente y privada vuelve a tener un lugar dentro de la sociedad, como parte de un discurso público (2008). Nombran al turismo oscuro como “una nueva institución social por la que el valor funcional de la muerte y de la mortalidad es reconocido, su precariedad es agradecida, y los esfuerzos para asegurar el bienestar y la seguridad ontológicos se convierten en una fuente no solo de jocosidad, humor y entretenimiento sino también de educación y memoria” (2008:588).

Refiriéndose al *Bracketing Process*, con el que describieron anteriormente la exclusión de la muerte de la sociedad, por lo que se generó un miedo y una inseguridad ontológica en la sociedad, Stone y Sharpley hablan de la exclusión de dicho miedo por el desarrollo del turismo oscuro. Según ellos, el consumo del turismo oscuro permite al turista alcanzar una seguridad ontológica, por la cual el factor que queda excluido es el miedo, en vez de la muerte.

Como explican Stone y Sharpley, el turismo oscuro permite al turista confrontar los momentos de la muerte desde una distancia, entender el pasado oscuro de un lugar, pudiendo así contemplar la propia mortalidad. Como consecuencia, el turista puede

desarrollar un entendimiento y desprender significado de ella, posiblemente llegando a sentir una seguridad ontológica.

3.3. Clasificación de la oferta

Cabe recordar la gran variedad de destinos turísticos que se incluyen bajo el marco del turismo oscuro, que son tanto las experiencias que se basan en lo ficticio, como aquellas que se centran en la recreación de la muerte; además de lugares donde se produjeron asesinatos y desastres históricos (Stone, 2006:147). Esta divergencia de casos pone de manifiesto la necesidad de una categorización de la oferta.

Con el objetivo de acotar las diferentes características, necesidades y posibles problemáticas de dichos sitios turísticos, varios autores han elaborado sus propias clasificaciones de los destinos y las actividades del turismo oscuro.

A continuación se muestra esta compleja oferta, recogida en diferentes clasificaciones, cuya amplia extensión explica la dificultad de definir el turismo oscuro. Las clasificaciones que se van a estudiar y que serán recogidas en una tabla comparativa posteriormente, son las siguientes:

- Seaton (1996): Categorización de las actividades oscuras
- Dann (1998): Modelo de tipologías de turismo oscuro
- Lennon y Foley (2000): Subclasificación del turismo oscuro en categorías de turismo
- Stone (2006): Espectro del turismo oscuro y los siete proveedores oscuros
- Sharpley (2005): Matriz del turismo oscuro: oferta y demanda
- Zerva (2011): Clasificación espacio-temporal

3.3.1. Clasificación de turismo oscuro, según Seaton (1996)

Fue Seaton quien realizó la primera clasificación de las principales actividades relacionadas con el turismo oscuro o, como él prefiere llamarlo, el *tanaturismo*.¹

¹ Aunque los términos *tanaturismo* y *turismo oscuro* se están utilizando de forma intercambiable, cabe aclarar que son dos fenómenos distintos, cuya diferencia Light describe como lo siguiente: “El turismo oscuro suele usarse como hiperónimo para cualquier tipo de turismo que se relaciona, de alguna forma, con la muerte, el

Se trata de una clasificación básica, pero sin embargo determinante, ya que al ser la primera, inspiró a los autores que posteriormente elaboraron las suyas propias.

La clasificación de Seaton distingue cinco actividades:

- 1) Los viajes **motivados por asistir a ejecuciones públicas**, como las antiguas luchas de gladiadores en el Coliseo de Roma.
- 2) Los viajes a **sitios donde habían tenido lugar muertes en masa o individuales**; en esta categoría también se encuentra el Coliseo de Roma, además de campos de concentración como por ejemplo Auschwitz.
- 3) Los viajes a **lugares de internamiento y monumentos funerarios**, como por ejemplo cementerios, catacumbas, criptas, monumentos conmemorativos de guerra o cenotafios.
- 4) Los viajes a **localizaciones que ofrecen pruebas materiales o representaciones simbólicas de la muerte**, pero donde los sucesos no han tenido lugar, como por ejemplo museos.
- 5) Los viajes **motivados por asistir a recreaciones o simulaciones de la muerte**.

3.3.2. Clasificación de Dann (1998)

Dos años más tarde, Dann (1998), profesor e investigador del Instituto de Investigación de Turismo de la Universidad de Luton en Inglaterra, publicó otra clasificación que, como la de Seaton, divide los lugares en cinco categorías:

- 1) Los **lugares peligrosos**, que incluyen tanto las ciudades de terror del pasado como los sitios peligrosos del presente.
- 2) Las **casas de terror**, reales o ficticias, que están relacionadas con la violencia.
- 3) Los **campos de fatalidades**, donde se conmemora el miedo, la fama o la infamia, como los campos de batallas, los campos de concentración del Holocausto o los cementerios de famosos.
- 4) Los *tours* de tortura en grupo, a **atracciones asociadas con los crímenes o la muerte**.

sufrimiento, la atrocidad, la tragedia o el crimen [...] el tanaturismo es un concepto más específico que define los viajes realizados desde épocas antiguas que son motivados por un deseo específico de encontrarse con la muerte” (2017:277).

- 5) **Lugares temáticos de la muerte**, como entre otras los museos mórbidos o monumentos a la moralidad.

3.3.3. Clasificación de Lennon y Foley (2000)

En el año 2000 Lennon y Foley publicaron una clasificación que divide el turismo oscuro en seis subcategorías:

- 1) Turismo de batalla: La visita a sitios en los que se han producido conflictos armados de cualquier tipo, por los cuales había habido muertos.
- 2) Turismo de cementerio: El recorrido por lugares en los que se ubican personas inhumadas o sepultadas, aspirando a conocer el entorno, la arquitectura, la historia del lugar, además de saber de la vida de las personas enterradas.
- 3) Turismo de desastres: La visita a localizaciones en las que los fenómenos naturales han originado catástrofes.
- 4) Turismo de fantasmas: Engloba las visitas a destinos que son famosos por tener fenómenos paranormales como, entre otras, la visión de apariciones o psicofonías.
- 5) Turismo de holocausto: La visita a sitios en los que se han llevado a cabo asesinatos con la intención de destruir parcial o totalmente a un grupo étnico.
- 6) Turismo de prisiones: Engloba las visitas a calabozos, mazmorras y otros espacios en los que el ser humano es o era encerrado y obligado por sus semejantes

3.3.4. Clasificación de Stone (2006)

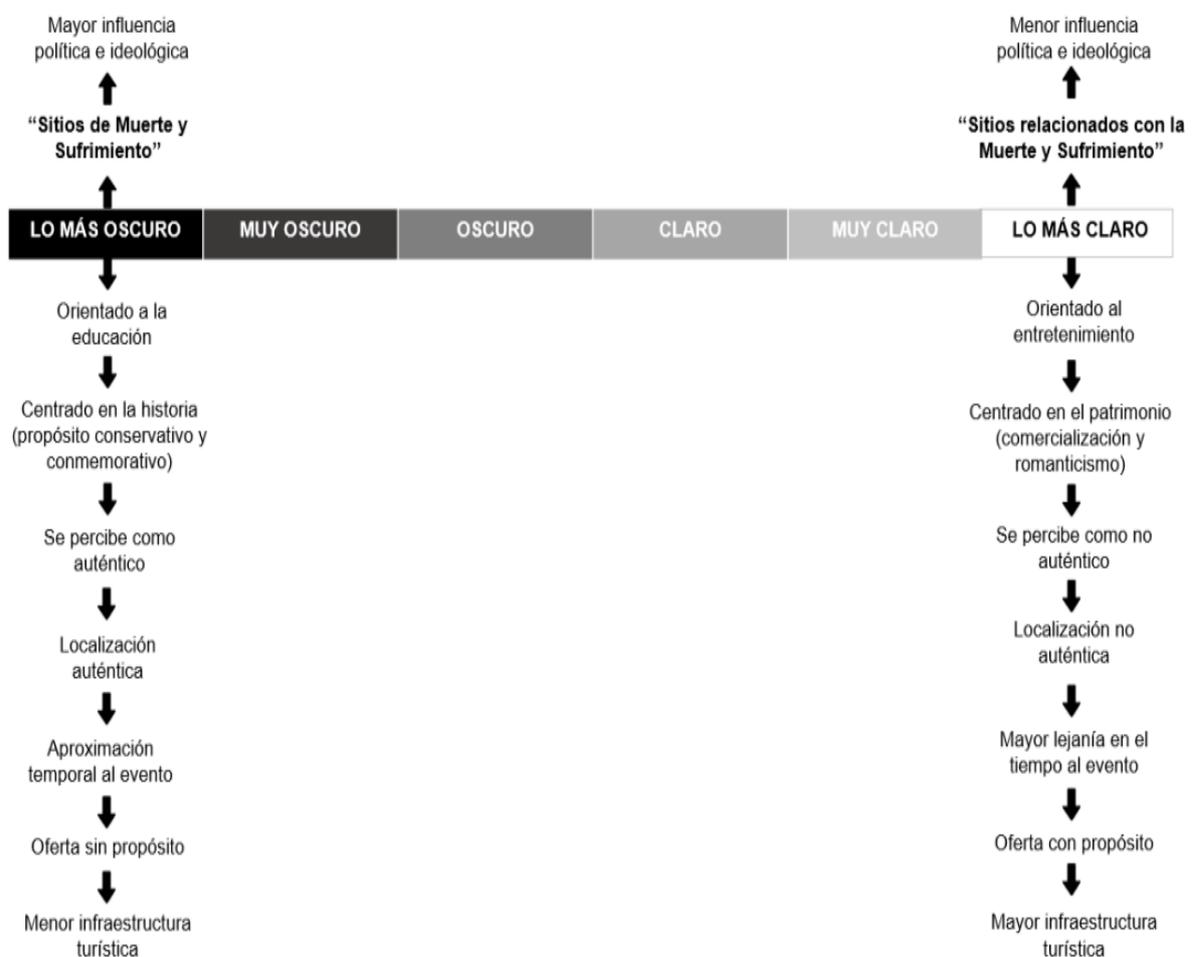
En 2006, Dr. Philip Stone se acercó a este asunto, reconociendo la dificultad de calificar y categorizar una oferta tan amplia, compleja y diversa como la de los destinos del turismo oscuro. Reflexionando sobre dicha variedad de sitios y atracciones, cuyo amparo bajo la palabra “oscuro” parece impreciso, Stone concluye que se trata de un término insuficiente para definir y categorizar estos destinos turísticos.

Según él, el análisis de los sitios oscuros tiene que incluir las diferentes intensidades del turismo oscuro, ya que el término ‘turismo oscuro’ engloba lugares cuyas distintas relaciones con la muerte y lo macabro resultan en una percepción en mayor

o menos orden macabra y/u oscura, pudiéndose medir esta intensidad considerando las diferentes características y percepciones del lugar.

Con el objetivo de representar las diferentes intensidades del turismo oscuro, Stone creó “El espectro del turismo oscuro” (Stone, 2006:151), en el que se recogen “las características percibidas del producto del turismo oscuro dentro de una escala “más oscuro-más claro” de la oferta” (Stone, 2006:151); basándose tanto en sus propias consideraciones, como en las reflexiones de otros investigadores.

Gráfico IV: Espectro oscuro de Stone (2006)



Fuente: Godarzi-Mehdikhani (2021:7) a partir de Stone (2006:151)

El criterio fundamental de dicho espectro es la diferenciación entre los sitios de muerte y sufrimiento, que están orientados a la educación del espectador, y aquellos asociados con la muerte y el sufrimiento, orientados al entretenimiento del

espectador en vez de la educación. Esta diferenciación fue señalada por Miles (2002), que en su artículo sobre el campo de concentración de Auschwitz había afirmado la existencia de un turismo que se percibe como más oscuro y macabro o más claro y menos macabro. Como indicó Miles, es la distinción entre los lugares de la muerte, como dicho centro de concentración, y aquellos relacionados con la muerte, como por ejemplo el Museo Memorial del Holocausto en Washington DC, lo que permite clasificar un sitio como más o menos oscuro; posicionándose en este caso el primero como más oscuro y el segundo como más claro (Miles, 2002).

Según Miles (2002), esta distinción se debe tanto a la relación espacial como a la dimensión temporal del sitio. Como se puede apreciar en el espectro de Stone, dicha relación espacial está recogida como “Localización auténtica” o “Localización no auténtica”, indicando que los lugares de la muerte auténtica se consideran como más oscuros que aquellos relacionados con la muerte, ya que en éstos últimos no se trata de la localización real de la muerte o del sufrimiento. En cuanto a la dimensión temporal, el espectro muestra que la aproximación temporal al evento trágico hace que un sitio sea más oscuro, mientras que una mayor lejanía temporal hace que un destino turístico se perciba como más claro.

Según Miles (2002), estos dos factores están estrechamente vinculados con la empatía del turista hacia las víctimas o bien el lugar. Señala que la cercanía, tanto espacial como temporal, incrementa la empatía que siente el turista; siendo finalmente la presentación del sitio un factor determinante en el consumo y el desarrollo de empatía del turista. Refiriéndose a dicha aproximación temporal al evento, Foley y Lennon reformularon su inicial definición del turismo oscuro (1996), indicando que solo aquellas atracciones que se basen en eventos contemporáneos (no más antiguos que el siglo XX), para los cuales aún hay testigos vivos y que sean capaces de generar cierta ansiedad y duda en el visitante, se podrían considerar destinos del turismo oscuro (Foley y Lennon, 2000). Aunque Lennon y Foley recibieron críticas por excluir los sitios cuya conexión a la muerte o a lo macabro databa a tiempos anteriores al siglo XX (Zerva, 2011), Stone recoge el factor temporal como tendencia en su espectro.

Tan y como se aprecia en el espectro de Stone, los sitios más oscuros son aquellos lugares de auténtica muerte o desastre, que ofrecen visitas con orientación educativa, que están centradas en la historia del lugar y cuyo propósito es la

conmemoración. Este objetivo se consigue a través del diseño y la interpretación ofrecida del sitio, que están determinados por la gran influencia política e ideológica. Los sitios muy oscuros no fueron creados como destinos turísticos, es decir, es una oferta sin propósito de atraer a visitantes, por lo que la infraestructura turística del sitio es menor.

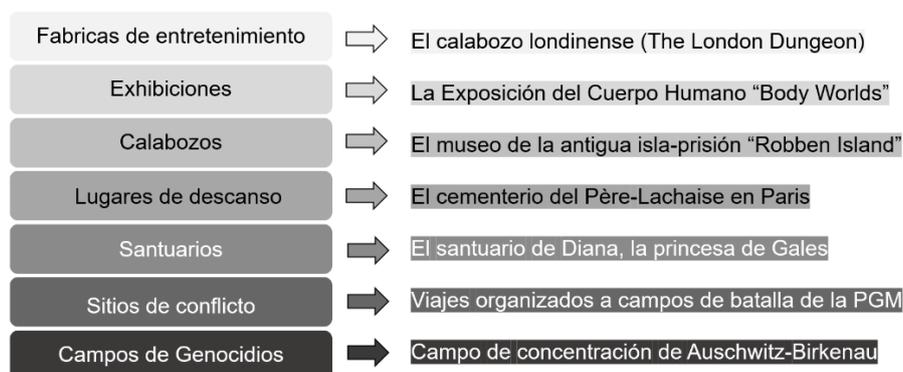
Por otro lado, son los destinos más claros los que, por estar relacionados con la muerte pero no figurar el lugar de la tragedia, tienen menos autenticidad y una menor influencia política e ideológica. Esta menor influencia se ve reflejada en la orientación al entretenimiento y la comercialización del lugar, que se centra en su patrimonio. En este caso, se trata de una oferta con propósito de atraer a curiosos, por lo cual estos destinos cuentan con una mayor infraestructura turística.

Después de la elaboración del espectro oscuro como marco teórico de la oferta, Stone utilizó este espectro para desarrollar siete categorías diferentes de productos turísticos oscuros, llamándolos los “Siete proveedores oscuros” (Stone, 2006:152).

La elaboración de estas categorías, que están ordenadas por el nivel de oscuridad percibido, empezando con la categoría más clara (1) hacia la más oscura (7), se hizo a través de las diferentes características de diseño, introducidas en el espectro oscuro. De esta manera, los productos oscuros se pueden asignar a una categoría dependiendo de variables como por ejemplo su orientación hacia la educación o el entretenimiento, su autenticidad espacial, su cercanía temporal o la medida en la que está desarrollada la infraestructura turística alrededor.

A continuación, se detallarán las diferentes categorías, que están ilustradas con respectivos ejemplos en el siguiente esquema.

Gráfico V: Demostración de los siete proveedores oscuros mediante ejemplos



Fuente: Elaboración propia a partir de Stone (2006)

Dentro de las **fábricas de entretenimiento** se incluyen atracciones poco auténticas, que están orientadas al entretenimiento y que, al estar altamente comercializadas, están dotadas con una gran infraestructura turística (Stone, 2006). Se trata de atracciones construidas con el propósito de atraer a turistas, en las que se muestran acontecimientos oscuros, tanto reales como ficticios. Un ejemplo sería el calabozo londinense que muestra, entre otras, los detalles oscuros de Jack el Destripador, mencionado anteriormente (Zerva, 2011).

Mientras que en las **exhibiciones** se encontrarían un gran número de diferentes exposiciones y sitios, mayoritariamente ubicados en lugares no auténticos, que cuentan con una infraestructura turística. La oferta de estos destinos tiene, por parte, el propósito de atraer a turistas, viéndose reflejado en el enfoque comercial, aunque por otra parte no tiene este objetivo, dado que su orientación es educativa, muchas veces con un propósito conmemorativo. Un buen ejemplo de un sitio con estas características es la exhibición itinerante de *Body Worlds*, en la que se exhiben cuerpos humanos conservados por la plastinación, mostrando tanto una orientación a la educación sobre salud, como un enfoque comercial (Stone, 2006).

Por otro lado, **los calabozos** no se han creado con un propósito turístico, aunque hoy en día se utilizan con este objetivo, combinando la educación con el entretenimiento. Se trata de antiguos tribunales y prisiones, como por ejemplo la antigua prisión de Robben Island, en la que Nelson Mandela pasó 18 años (Nelson Mandela Foundation, 2022). Estos lugares ahora constituyen atracciones turísticas altamente comercializadas, con una gran infraestructura turística a su alrededor (Stone, 2006).

En cambio, cuando Stone (2006) habla de **lugares de descanso** se refiere a sitios que originalmente destacan por su historia y cuya ética es conmemorativa y conservativa; características con las que cumplen los destinos más oscuros. Sin embargo, recientemente los lugares de esta categoría han desarrollado una tendencia hacia un propósito más comercial, cambiando su orientación hacia el entretenimiento; una clara característica de los sitios categorizados como más claros. Stone menciona los cementerios y las lápidas como potenciales productos de esta categoría, nombrando el cementerio del Père-Lachaise en París como ejemplo de un sitio conmemorativo, que se ha transformado en una atracción turística, sirviendo hoy en día como museo al aire libre (Stone, 2006).

Por otro lado, los **santuarios** se caracterizan por variables del lado más oscuro del espectro de Stone: son santuarios auténticos que se erigen en el lugar de la muerte o muy cerca de ello, poco tiempo después de esta haya sucedido, por lo que suelen contar con una cobertura mediática y una gran influencia política. Ya que estos lugares no se construyen con un propósito turístico, no cuentan con una infraestructura turística a su alrededor. Un santuario muy popular es el de Diana, la princesa de Gales, que originalmente se erigió en el Kensington Palace, pero que poco después fue trasladado a Althorp House, su lugar de sepelio. Últimamente, estos santuarios tienden a ser explotados para satisfacer esta “curiosidad mórbida” (Stone, 2006:156) de la sociedad, de manera que se van construyendo infraestructuras turísticas a su alrededor, por lo que los santuarios adquieren un carácter más permanente (Stone, 2006).

Mientras que los **sitios de conflicto** engloban los campos de batalla, y todas aquellas actividades relacionadas con la guerra, que se ven transformados en productos turísticos. Originalmente, los campos de batalla y todos los sitios históricos relacionados con la guerra tenían una orientación educativa y un propósito conmemorativo, que se podían caracterizar como productos turísticos del lado muy oscuro, que no habían sido creados para atraer a turistas. Sin embargo, la tendencia de comercializar dichos sitios se ve reflejada en la oferta de visitas guiadas a campos de batalla de la Primera y Segunda Guerra Mundial (Stone, 2006). En estas excursiones, ofrecidas por ejemplo por el grupo ‘Bespoke Western Front Battlefield Tours’, los turistas caminan por los campos de batalla durante varios días, utilizando mapas de trincheras y diarios de guerra (Western Front Battlefield Tours, 2005, citado por Stone (2006). Aparte de estos tours, crece la industria de las recreaciones de las guerras, en las que los participantes se ponen en el lugar de los soldados, llevando uniformes y utilizando los atrezos más auténticos (Cords, 2019). El grupo ‘Primera Línea’, por ejemplo, está formado por apasionados de la Guerra Civil Española, que explican: “Recreamos por puro placer, dónde nos sentimos a gusto con los valores de lucha contra el olvido. Nos gusta meternos en el papel de nuestro antepasados, entender lo que vivieron y explicarlo con cariño y comprensión” (Primera Línea, 2022a). Identifican los eventos de recreación histórica como “solución para la dinamización turística de ciertos territorios” (Primera Línea, 2022b).

Finalmente los **campos de genocidios** son según este autor, los destinos más oscuros, que están relacionados con la atrocidad, el genocidio y catástrofes. A menudo, la concepción pública del turismo oscuro se vincula a esta categoría, impulsado por los medios de comunicación, que relaciona el turismo oscuro con estos sitios de genocidio, escribiendo sobre *turismo de genocidios*. Se trata de los sitios más oscuros del espectro de Stone, ya que son los lugares auténticos en los que han ocurrido una gran cantidad de muertes, siendo Rwanda y los campos de concentración como Auschwitz o Dachau unos de los ejemplos de esta categoría. Tienen un alto nivel de ideología política y su enfoque es educacional y conmemorativo (Stone, 2006).

Desglosando las diferentes clasificaciones de los productos oscuros, se ha podido observar la gran diversidad de los mismos, cuya oferta puede haberse originado con el propósito de atraer a turistas, lo que según el espectro de Stone indica una menor intensidad de lo macabro, o sin el propósito de convertirse en un sitio turístico, lo que caracteriza los sitios más oscuros.

Es justo esta variable, que Sharpley (2005) utiliza como factor determinante en su clasificación del turismo oscuro, presentado a continuación.

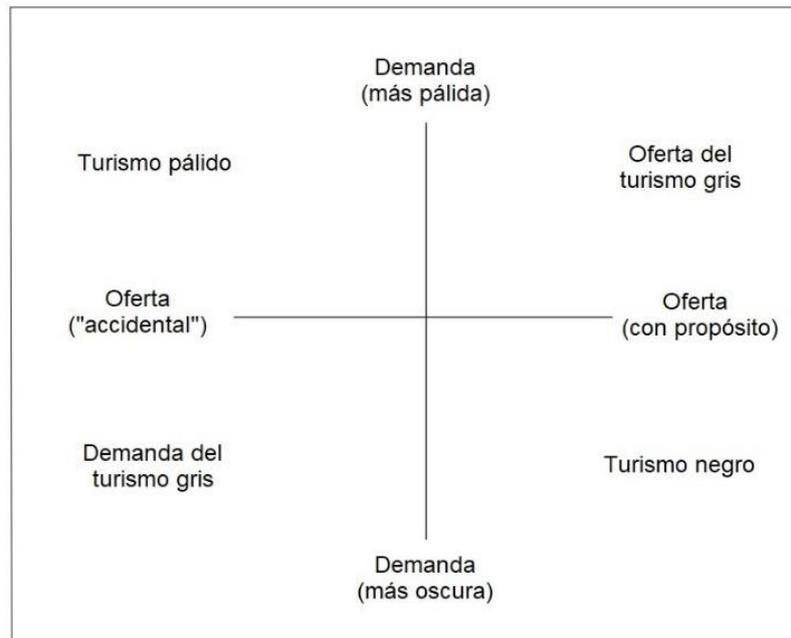
3.3.5. Clasificación de Sharpley (2005)

En la elaboración de su clasificación, Sharpley considera la gran variedad de propósitos de la oferta oscura y distingue entre aquellos sitios que se han convertido en destinos turísticos de manera accidental, y aquellos que se han construido de forma premeditada, y cuyo propósito es la explotación de la tanatopsis de las personas. Para describir esta amplia variedad de intenciones detrás de la oferta, Sharpley utiliza la denominación “continuo de propósito” (Sharpley, 2005:224).

Para poder establecer tipologías del turismo oscuro, Sharpley considera que no solo es necesario categorizar la oferta, tal como lo habían hecho sus predecesores, sino que es igual de importante la inclusión de la demanda como variable.

Como factor determinante del continuo de la demanda, Sharpley sugiere la fascinación por la muerte. Combinando los continuos de la demanda y de la oferta de atracciones oscuras, el autor crea una matriz de los dos factores, que llama “La escala de grises del turismo” (Sharpley, 2005:225). Esta escala de grises da lugar a cuatro grados o tonos.

Gráfico VI: "La escala de grises del turismo"



Fuente: Elaboración propia a partir de Sharpley, 2005:225

En el eje horizontal de esta matriz, las atracciones oscuras se ordenan por el propósito de la oferta, colocándose los sitios oscuros que no fueron creados como destinos turísticos y que se transformaron en ello (como por ejemplo los cementerios) a la izquierda. En el extremo derecho nos encontramos con sitios turísticos que fueron construidos bajo el propósito de atraer a turistas (como por ejemplo la exhibición Body Worlds, mencionada anteriormente).

En el eje vertical, se ordena la demanda según la intensidad de la fascinación por la muerte, representando el extremo superior de la matriz el menor grado y el extremo inferior el mayor grado de fascinación.

Como se puede apreciar en el esquema, existen cuatro tonos de turismo oscuro, siendo los siguientes dos los extremos:

- 1) El turismo negro: es la sombra más oscura, que se caracteriza por turistas fascinados con la muerte, cuya demanda se satisface por una oferta creada para explotar esta tanatopsis.
- 2) El turismo pálido: es la sombra más clara, caracterizada por unos turistas que tienen poco interés en la muerte y lo macabro, que visitan sitios que no fueron creados como destinos turísticos oscuros en primer lugar.

Entre estos dos subtipos del turismo oscuro, encontramos otros dos tonos:

- 3) La oferta del turismo gris: en este punto nos encontramos con atracciones creadas para satisfacer el interés en la muerte, que atraen a visitantes con una menor fascinación por ella.
- 4) La demanda del turismo gris: se trata de turistas con una gran fascinación por la muerte, que visitan atracciones que no fueron construidas como sitios turísticos oscuros.

3.3.6. Clasificación de Zerva (2011)

Por último, nos encontramos con la clasificación de Zerva (2011), en la cual la autenticidad representa el factor determinante de un destino de turismo oscuro. Zerva justifica su propuesta de clasificación con el problema de posibles asignaciones de un destino en varias de las categorías establecidas por Stone (2006); un problema que él mismo también había reconocido.

Consecuentemente, Zerva estableció una clasificación espacio-temporal, con la que pretende categorizar los destinos según su autenticidad. Para ello, se basó en algunos aspectos mencionados por Miles (2002), que ya Stone había utilizado en la elaboración de su espectro oscuro (2006), considerando que son los lugares reales y no ficticios, que no persiguen fines de lucro y cuya aproximación temporal es la más cercana, los más auténticos y que por tanto tienen un mayor impacto (Zerva, 2011).

Mediante estas variables, Zerva elaboró tres categorías de turismo oscuro:

- 1) Los destinos ficticios del pasado

Esta primera categoría recoge los sitios que representan o reconstruyen acontecimientos pasados en lugares donde los hechos no han tenido lugar, siendo esta lejanía temporal y espacial la razón por la que los destinos se consideran menos auténticos. Se trata de sitios mercantilizados en los que, mediante simulaciones o monumentos, se recrea lo oscuro del pasado. Zerva menciona la existencia de críticas en parques temáticos comercializados, en los que, por mercantilizarse, se pierde la autenticidad y el motivo educativo (Walsh, 1992). Como ejemplos de destinos ficticios del pasado tenemos el Calabozo de Londres o el Museo Conmemorativo del Holocausto en Washington.

2) Los destinos oscuros reales del pasado

Esta categoría se refiere a todos aquellos destinos turísticos, en los que tuvieron lugar catástrofes naturales o violencia colectiva, por la que se produjeron un considerable número de muertes; siendo los campos de batalla, los campos de concentración o las islas prisión como la isla de Robben o de Alcatraz solo algunos de los ejemplos. Por su localización real, estos sitios tienen mayor autenticidad que los del primer grupo, lo que se traduce en una mayor facilidad a la hora de transmitir la memoria social. Frecuentemente, es el estado quien se responsabiliza de la conservación y del mantenimiento de estos lugares tan importantes de la historia de un país, por lo cual el enfoque no está en la explotación comercial.

3) Los destinos oscuros reales del presente

Esta es la categoría que recoge los destinos oscuros, en los que acaba de suceder una catástrofe natural o violencia colectiva o individual, a la que los turistas viajan inmediatamente después de que esta ocurra. Es por esta cercanía temporal y espacial que estos sitios que, por su aparición repentina no cuentan con ninguna comercialización, se consideran como los más auténticos. En esta categoría, vemos la mayor fascinación o curiosidad por la muerte, por lo que los turistas que acuden para testiguar el sufrimiento de otras personas han sido criticados en muchas ocasiones. Hay una variedad de sucesos que han atraído a este tipo de turista controvertido, como por ejemplo el huracán Katrina, por el que murieron más de 2.000 personas en 2005, o el terremoto de Haití, que mató a más de 200.000 personas en 2010.

3.3.7. Conclusión

Como se ha visto en los puntos anteriores, las clasificaciones de la oferta del turismo oscuro se han desarrollado bajo diferentes criterios y perspectivas, por lo que a primera vista puede resultar difícil encontrar la más adecuada.

Para facilitar esta tarea y a modo de resumen, hemos elaborado la siguiente tabla que recoge los puntos fuertes y débiles de las clasificaciones anteriores.

Tabla II: Resumen comparativo de las clasificaciones de la oferta del turismo oscuro

Autor y propuesta	Objetivo	Puntos fuertes	Puntos débiles
<p>Seaton (1996): Categorización de las actividades oscuras</p> <p>Dann (1998): Modelo de tipologías de turismo oscuro</p>	Clasificación del turismo oscuro por actividades (Seaton) y tipologías (Dann)	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificaciones pioneras que sirven como base 	<ul style="list-style-type: none"> - Son inconcretas - No consideran la demanda - Sin jerarquía - No se incluyen todos los sitios del turismo oscuro
<p>Lennon y Foley (2000): Subclasificación del turismo oscuro en categorías de turismo</p>	Establecer subcategorías de turismo por sitios concretos	<ul style="list-style-type: none"> - Categorías concretas - Permite asignar un sitio a solo una categoría 	<ul style="list-style-type: none"> - No considera la demanda - No se incluyen todos los sitios del turismo oscuro
<p>Stone (2006): Espectro del turismo oscuro y los siete proveedores oscuros</p>	Establecer una escala de intensidad como marco teórico de la oferta y categorías de productos oscuros	<ul style="list-style-type: none"> - Parámetros que permiten medir la intensidad - Clasificación concreta y bien definida - Establece jerarquía entre sitios - Espectro fluido 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad de colocar de manera precisa sitios con multitud de características en el espectro/dentro de una categoría - Caracterización de dichos sitios puede depender de la subjetividad
<p>Sharpley (2005): Matriz del turismo oscuro: oferta y demanda</p>	Clasificación que combina oferta y demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Única clasificación que combina la oferta y la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> - Categorías muy genéricas, formadas por solo dos variables (fascinación por la muerte y propósito de la oferta) - Contradicción con Stone referente al turismo más oscuro
<p>Zerva (2011): Clasificación espacio-temporal</p>	Elaborar una clasificación según la autenticidad de un sitio	<ul style="list-style-type: none"> - Permite asignar un sitio bajo una sola categoría - Incluye prácticamente todos los sitios 	<ul style="list-style-type: none"> - Categorías muy genéricas que engloban diversidad de lugares

Fuente: Elaboración propia

Como apreciamos arriba, la categorización de las actividades oscuras de Seaton (1996) y el modelo de tipologías de Dann (1998) son las primeras clasificaciones del fenómeno, que sirvieron como punto de referencia para el desarrollo de las consiguientes clasificaciones. Aun así, destacan varios puntos débiles: son poco concretas y más bien genéricas, por lo que un sitio se puede incluir en más de una categoría. Como se ha mencionado anteriormente, Seaton incluye las luchas de gladiadores en Roma tanto en la primera categoría de los viajes motivados por asistir a ejecuciones públicas como en la segunda de los viajes a sitios donde habían tenido lugar muertes en masa o individuales. Además, las clasificaciones no establecen ninguna jerarquía entre los diferentes destinos oscuros y tampoco atienden a aspectos de la demanda.

La propuesta de subcategorías del turismo oscuro de Lennon y Foley (2000) ya constituye una aproximación más específica, que describe las diferentes categorías de manera concreta. Permite asignar un lugar a una sola categoría, evitando la inclusión de un mismo sitio en varias. Sin embargo, comparte algunos puntos débiles con las primeras dos clasificaciones: esta clasificación tampoco considera aspectos de la demanda ni incluye todos los destinos turísticos oscuros, quedando fuera por ejemplo las exposiciones.

El marco teórico en forma del espectro del turismo oscuro, ofrecido por Stone (2006), establece unos parámetros valiosos, mediante los cuales se puede organizar la gran diversidad de sitios turísticos de o asociados con la muerte. Utilizando las variables introducidas por Stone, la intensidad de cada sitio se puede medir, posibilitando de esta manera la elaboración de una jerarquía entre los distintos lugares, justificada bajo los parámetros.

Es cierto que la evaluación de un destino en cuanto a su presentación y a la manera en la que se percibe no se puede considerar como fija, ya que dicha evaluación, en el caso de productos con una multitud de características, puede ser difícil y puede variar según la persona que la lleve a cabo (Stone, 2006), además de que va variando con los cambios del entorno. Por lo tanto, la asignación de una cierta intensidad a un sitio puede cambiar, tanto hacia el tono más oscuro como hacia el tono más claro. Esta fluidez y dinámica del espectro es un punto fuerte de este marco teórico; sirviendo los parámetros como herramientas para justificar la evaluación (cambiante) de la intensidad de un destino turístico.

En cuanto a la utilidad de sus aportaciones para investigaciones futuras, Stone indica lo siguiente: “Este marco teórico de la oferta permite [...] localizar e identificar los diferentes tipos de ‘turistas oscuros’ dentro de cada tipo de producto además de empezar la tarea fundamental de extraer e interrogar los motivos y experiencias de los consumidores del turismo oscuro” (Stone, 2006:158).

Se puede, por lo tanto, concluir que tanto el espectro oscuro como los siete productos oscuros de Stone son de gran importancia para la segmentación de la oferta y, consecuentemente, de la demanda. El análisis de los motivos de los diferentes tipos de consumidores al que se ha referido Stone será de gran relevancia para poder atender a cada segmento de manera adecuada y exitosa.

Comparando la clasificación de Sharpley (2005) con la de Stone (2006), destaca a primera vista el hecho de que Sharpley utiliza solo dos parámetros para categorizar el turismo oscuro: por parte de la oferta, se centra en la existencia o ausencia de un propósito turístico, mientras que por parte de la demanda, mide la fascinación que tienen los turistas por la muerte. Stone, por otro lado, emplea una gran cantidad de parámetros, lo que le permite establecer categorías más concretas. Además, estudiando las clasificaciones de los dos autores, destaca la discrepancia en cuanto a sus definiciones del turismo más oscuro; mientras que Sharpley define el turismo negro como aquel tipo de turismo que atrae a turistas con una alta fascinación por la muerte y que tiene una oferta creada con el propósito de satisfacer esta tanatopsis, Stone asocia el turismo más oscuro con una oferta sin propósito, argumentando que los destinos más oscuros son justo aquellos escenarios del pasado oscuro, que no han sido concebidos como destinos turísticos.

Sin embargo, cabe reconocer que la integración de tanto la oferta como la demanda es un punto fuerte de la matriz de Sharpley ya que, como él mismo indica, no se había establecido aún si el factor determinante del turismo oscuro es la demanda o la oferta.

Como último, la clasificación de Zerva (2011) que organiza los sitios oscuros según su nivel de autenticidad, destaca por incluir prácticamente todos los sitios, además de evitar que un lugar se pueda incluir en más de una categoría. Por otro lado, son tres categorías muy genéricas que, al solo clasificar los sitios según su autenticidad, no consiguen una buena organización de la oferta. Consecuentemente, se puede

concluir que la clasificación que se consigue mediante este modelo no sirve como base para futuros análisis, ya que al englobar una gran diversidad de sitios, la demanda asociada a cada categoría sería demasiado heterogénea.

La clasificación más desarrollada y adecuada, cuyas categorizaciones pueden servir como base a dichos análisis acerca de la demanda, concretamente de los tipos de turistas oscuros y sus motivaciones, es por tanto la de Stone (2006). Los parámetros fijados en el espectro del turismo oscuro muestran la multitud de intensidades de los destinos y permiten conseguir la categorización más específica, permitiendo un análisis ordenado y concreto.

3.4. La demanda del turismo oscuro

Después de haber desarrollado el marco teórico de la oferta de destinos oscuros, compuesto por los análisis y clasificaciones de múltiples investigadores, nos concentraremos a continuación en la demanda.

Como se ha visto anteriormente, hay una amplia gama de productos oscuros con diferentes intensidades o tonalidades, dirigiéndose a diferentes tipos de turistas y cubriendo distintos intereses. Como consecuencia, surgen preguntas esenciales sobre su demanda: ¿Quiénes son los turistas oscuros que viajan hacia los lugares de o relacionados con la muerte? ¿Por qué motivo(s) se desplazan? ¿Se pueden clasificar según sus motivaciones?

Planteándose estas preguntas, los diversos investigadores del turismo oscuro han enfatizado la importancia de averiguar los principales motivos por los que los turistas oscuros se desplazan, considerando una clasificación exacta de dicha demanda necesaria para establecer y adaptar la oferta a la demanda, creando productos y servicios para cada subsegmento (Zerva, 2011).

Antes de exponer las reflexiones de los principales autores acerca de las motivaciones de los turistas, es necesario hacer hincapié en la principal dificultad en su determinación. Tal como reconoce Seaton, el turismo oscuro “aborda deseos e intereses que no deben tener una existencia legítima dentro del secular discurso moral del siglo XX, por lo que se suele presentar como patrimonio, educación o Historia” (1996:243-244).

Siguiendo el argumento de Seaton de que los turistas no suelen admitir abiertamente su fascinación por la muerte como motivo por sus viajes a destinos oscuros (Seaton, 1996), Korstanje (2016) recomienda no creer lo que argumentan los turistas como motivo(s) de sus viajes. Según él, por un lado hay turistas que no quieren reconocer sus motivaciones intrínsecas y mienten sobre ellas para aparentar interés cultural, y por otro lado están aquellos que no son conscientes de qué los impulsa a viajar hacia lugares oscuros. En consecuencia, tanto la modificación como el puro desconocimiento de este porqué son factores que dificultan la caracterización de la demanda (Korstanje, 2016).

3.4.1. La fascinación por la muerte como motivación principal

Como hemos mencionado anteriormente, no fue hasta el año 1996 que se acuñó el término *turismo oscuro*, surgiendo por lo tanto la investigación en torno a él de reciente desarrollo. Durante los primeros diez años, la investigación no se centraba en el análisis de la demanda, más bien esta fue desatendida, prevaleciendo las siguientes suposiciones acerca de ella: se daba por hecho que existían turistas con un interés por lo macabro y por la muerte excepcional y peculiar, que visitaban lugares oscuros impulsados por dicho interés (Light, 2017).

Uno de los primeros autores que se refirió a esta motivación fue Seaton que, como hemos explicado anteriormente, nombra el deseo intrínseco de encontrarse con la muerte como motivación del turista oscuro (1996). Este autor presentó un continuum de la intensidad de la motivación turística a los destinos de muerte. Según Seaton, la intensidad de dicha motivación depende, por un lado, de si la fascinación representa la única motivación para una visita, o si se combina con otros motivos y, por otro lado, depende de si el interés por la muerte se centra en una persona o está generalizado. Por una parte, este continuum muestra la forma más intensa del tanaturismo, que se caracteriza por turistas que viajan impulsados por su fascinación por la muerte, interesándose por la manera en la que murieron las víctimas y no en las víctimas *per se*. Los turistas puramente motivados por la muerte viajan por ejemplo a escenas de desastres, mientras que aquellos que realizan viajes de menos intensidad se dirigen a lugares relacionados con alguien que conocían, siendo esta conexión con la víctima el factor que atenúa la intensidad de la motivación tantaturística (Seaton, 1996).

Tras las aportaciones de Seaton, varios investigadores han intentado darle explicación a esta fascinación por la muerte y lo macabro, buscando el origen y los diferentes componentes de esta curiosidad intrínseca que se suponía como principal motivación para el turista oscuro.

Refiriéndose al escrito *La genealogía de la moral* de Nietzsche (1887), Taillon (2009) destaca que Nietzsche consideró lo macabro como algo inherente a la sociedad, viéndolo reflejado por ejemplo en las formas de castigo utilizadas antiguamente y haciendo hincapié en la interrelación histórica de las personas y el tanaturismo (Van Broeck y López, 2018).

Hiernaux (2002), por otro lado, explica que, aunque la felicidad que los turistas esperan encontrar en todas las actividades relacionadas con el turismo se obtiene mayoritariamente de experiencias positivas, también se podría hallar en las negativas. Reflexionando sobre las visitas a escenarios de desastres, de guerra y a los campos de concentración, el autor no duda en afirmar que “en todo acto turístico, existe una cierta reafirmación de la plenitud o de la suerte que logren ciertos sectores sociales acomodados, cuando pueden apreciar, *de visu* y con módicas mensualidades, la miseria ajena” (2002:14). Aunque Hiernaux no llega a considerar al turista como “*voyeur* de la pobreza que viene a regocijarse de la desdicha ajena” (2002:14), especula que el poder contrastar la calidad de la propia vida con la pobreza ajena, puede incitar a algunos: “En cierta forma, la búsqueda de la felicidad, en esos casos, se traduce por una visión de espejo, donde la desgracia ajena es un reforzamiento psicológico del sujeto” (2002:14).

A esta idea también se allega Korstanje (2016), que describe cómo la consumición de la muerte de otros trae felicidad al turista, por haber “burlado a la muerte” propia (2016:189), sirviendo el turismo oscuro como “dispositivo [...] que permite consumir la “desgracia ajena” como una forma de auto-afirmación de una superioridad imaginada” (2016:189). Al no conocer a las víctimas y sus historias, los turistas oscuros no sienten empatía hacia ellas; lo que según este autor buscan, es este sentimiento superior y único que viene por continuar la “carrera por el premio mayor” (2016:189).

Como factor que incita esta curiosidad mórbida, Zerva (2011) nombra los medios de comunicación y la manera en la que muestran escenas de violencia de forma

continúa que, según ella, “ha racionalizado el deseo de ser testigo de imágenes crueles, creando un negocio que bajo el argumento de rescatar económicamente los sitios que han sufrido un desastre, satisface una curiosidad humana (*sic) controversial” (2011:71).

Esta fascinación por la muerte y los lugares relacionados con ella ha sido recogida en las obras de diferentes investigadores, describiéndose por ejemplo como la intriga de un niño por la mortalidad (Dann, 2005), o la atracción por la maldad (Lennon, 2010), o la atrocidad (Ashworth y Hartmann 2005). También ha sido destacado el voyeurismo como parte fundamental del turismo oscuro, en concreto del turismo de holocausto (Cole, 1999). Otro término, que ha sido utilizado por varios autores en este contexto es *Schadenfreude*, palabra alemana que se compone de las palabras *Schaden* ('daño') y *Freude* ('alegría') y que caracteriza esta sensación de gusto o satisfacción maliciosa por el mal ajeno (entre otros: Seaton y Lennon, 2004; Dale y Robinson, 2011; Light, 2017; Cambridge Dictionary, 2014).

Este término fue utilizado por Seaton y Lennon al describir los dos motivos principales que llevan a los turistas a buscar lugares oscuros, siendo el otro motivo la tanatopsis (2004).

Ashworth y Hartmann, por otro lado, destacan tres motivos principales para las visitas de lugares oscuros: la curiosidad hacia lo extraño, la atracción por la atrocidad, que a veces puede caracterizarse como voyeurística, y el deseo de identificarse o de expresar empatía hacia las víctimas (Ashworth, 1996, 2002, 2004; y Ashworth y Hartmann, 2005, Light, 2017).

La aportación que según Sharpley y Stone es quizás “la lista más completa” (2009:11) de motivaciones referidas al turismo oscuro, es la de Dann (1998). Contiene ocho motivos, entre los cuales destacan: el enfrentamiento al miedo de los fantasmas; la búsqueda por lo nuevo; la nostalgia; y la celebración de los crímenes y la sed de sangre por la que los turistas buscan encontrarse con la muerte, buscando una manera de sentir la mortalidad.

En su obra, Dann describe esta búsqueda de la mortalidad como un “juego con la muerte” (Sharpley y Stone, 2009:10), explicando cómo algunos turistas no solo buscan la cercanía a la muerte simbólica, sino que visitan lugares en los que realmente estarán en peligro, impulsados por encontrar la experiencia más auténtica

para satisfacer su sed de sangre y, en muchos casos, poder contar sobre su experiencia peligrosa posteriormente. Como menciona Godarzi-Mehdikhani, esta motivación se ve reflejada en viajes a destinos en guerra, en los que los turistas buscan el riesgo. La autora nombra el caso de un mochilero japonés que, visitando Iraq durante la guerra, acabó siendo decapitado por el grupo terrorista Al Qaeda (2021; La Vanguardia, 2015).

Valga esta muestra no demasiado extensa como una caracterización suficientemente sólida de las motivaciones intrínsecas y/o extrínsecas del turista para su encuentro con la muerte.

A modo de resumen, la siguiente tabla recoge los principales argumentos de los autores mencionados, que justifican motivaciones relacionadas con la fascinación por la muerte.

Tabla III: Argumentos de la fascinación hacia la muerte

Autor (año)	Caracterización de la fascinación del turista para con la muerte
Taillon (2009)	Describe lo macabro como inherente a la sociedad.
Hiernaux (2002)	El poder contrastar la calidad de la propia vida con la pobreza ajena, puede incitar a algunos.
Korstanje (2016)	La consumición de la muerte de otros trae felicidad al turista, por haber “burlado a la muerte” propia (2016:189), sirviendo el turismo oscuro como “dispositivo [...] que permite consumir la “desgracia ajena” como una forma de auto-afirmación de una superioridad imaginada” (2016:189).
Zerva (2011)	Racionalización del interés por testiguar escenas de violencia promovida por los medios de comunicación.
Cole (1999)	Destaca el voyeurismo como parte fundamental del turismo oscuro, en concreto del turismo de holocausto.
Seaton y Lennon, (2004); Dale y Robinson (2011); Light (2017)	<i>Schadenfreude</i> : es una palabra alemana que se compone de las palabras <i>Schaden</i> ('daño') y <i>Freude</i> ('alegría') y que caracteriza la sensación de gusto o satisfacción maliciosa por el mal ajeno.
Ashworth (1996, 2002, 2004) y Ashworth y Hartmann (2005) Light, 2017).	El deseo de identificarse o de expresar empatía hacia las víctimas.
Dann (1998)	Explica que los turistas buscan una manera de sentir la mortalidad, considerándolo como un “juego con la muerte” (Sharpley y Stone, 2009:10). Nombra la sed de sangre como motivación por la que los turistas buscan la cercanía de la muerte, tanto simbólica como real, para poder contar sobre su experiencia peligrosa posteriormente.

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Revisión de las diversas motivaciones del turismo oscuro

Aunque Korstanje y George nombran la fascinación por la muerte como principal motivo que atrae a los turistas oscuros (2015), hay críticas sobre este aspecto como motivación primaria del turismo oscuro. De hecho, el desarrollo de varios estudios, predominantemente en la segunda década del siglo XXI, ha permitido retener una variedad de motivos heterogéneos, comprobando que el interés por la muerte o lo macabro no mueve en realidad a la mayoría de los turistas oscuros (Light, 2017).

A continuación, se detallarán dichas motivaciones, para poder dar una imagen completa de un aspecto tan complejo y difícil de averiguar y definir como es la demanda por experiencias relacionadas con o de la muerte.

En primer lugar, nombraremos las 19 motivaciones distintas, que se descubrieron en 30 estudios empíricos sobre los motivos fundamentales de visitar lugares de muerte y del sufrimiento y cuyos resultados fueron recogidos en una tabla por Light (2017:286). Para demostrar el peso de cada motivo, hemos calculado su porcentaje utilizando el número de veces que cada motivación ha sido identificada en dichos estudios.

Como motivo principal fue nombrado el deseo de educación o entendimiento de lo que había pasado en el lugar (16,16%), seguido por la curiosidad (10,10%), el querer conectar con el patrimonio personal o familiar, es decir, visitar por la conexión familiar con el lugar (6,06%), el deseo de ver para creer y/o para entenderlo mejor y/o para conectar (6,06%) y el ocio (6,06%). Después nos encontramos con el motivo del peregrinaje o peregrinaje secular (5,05%), el interés histórico/cultural (5,05%), el recuerdo (5,05%), la sensación de obligación moral o por conciencia (5,05%) y el interés en la muerte o la curiosidad morbosa (4,04%). También se reconocieron los motivos de visitar un lugar porque forma parte de un itinerario organizado (3,03%), por la importancia para la identidad nacional (3,03%) o por ser una visita indispensable (*'Must see'*) (3,03%). Con un 2,02% de importancia cada uno, se recogieron los siguientes motivos: querer rendir homenaje a los antepasados personales; desear contactar y conectar con la muerte y/o eventos oscuros y/o la violencia; por recomendación personal; para ver un destino oscuro famoso; para pasar tiempo con los amigos; para ayudar con la recuperación ante desastres. Por

último, hubo una variedad de otras razones, que fueron mencionadas solamente una vez por estudio (10,10%).

Para profundizar en las motivaciones turísticas, nos vamos a centrar en los argumentos de los principales expertos de la materia, enfatizando en los argumentos más destacables. Hemos de mencionar que existe una gran variedad de motivaciones turísticas propuestas por los expertos, por lo que Light considera que el perfil del turista oscuro se ha malinterpretado (2017).

Una de las primeras propuestas ha sido la de Foley y Lennon, según la cual los turistas visitan lugares oscuros por “recuerdo, educación o entretenimiento” (1997:155).

Un autor que escribe sobre el recuerdo como motivación del turismo oscuro es Tarlow (2005). Para referirse al sentimiento que percibe el turista al visitar lugares oscuros, Tarlow utiliza el término “turismo de nostalgia” (2005:52), definiéndolo de la siguiente manera:

“Es aquella (nostalgia) que el turista busca para sanar heridas del pasado, al viajar atrás en el tiempo. El turismo de nostalgia es la mezcla del turismo restaurativo y el reflexivo: se trata de tocar el peligro sin estar en él realmente. El turismo oscuro puede ser una forma de nostalgia virtual, en la que el viajero visita escenas de tragedias indirectamente, experimentando el lugar de la tragedia. La nostalgia turística es una manera de desdiferenciar el pasado del presente, de encontrar peligro en lo seguro” (Tarlow, 2005:52).

Según Tarlow destacan cuatro emociones fundamentales, que los turistas sienten durante sus visitas a lugares oscuros: “la sensación de inseguridad; una sensación de gratitud; sentimientos de humildad; y, sorprendentemente, sentimientos de superioridad” (Tarlow, 2005:55). Estas emociones se desarrollan cuando el individuo está confrontando la muerte, llevándolo a reflexionar sobre su propia vida. De esta manera puede sentir esta inseguridad sobre la vida, que es tan imprevisible y sobre el futuro que es incierto. A la vez, se desarrolla la sensación de gratitud por encontrarse en otras circunstancias que las víctimas, y de humildad, conmemorando a las víctimas que “dieron su vida por la protección de los vivos y las generaciones futuras” (Godarzi-Mehdikhani, 2021:18). El sentimiento de superioridad que

menciona Tarlow fue mencionado por varios autores, como también Korstanje, según el cual viene por seguir la “carrera por el premio mayor” (2016:189).

Los autores White y Frew (2013) también se refieren al recuerdo como motivación turística y destacan el respeto que muestran los visitantes hacia las víctimas del lugar oscuro, haciendo hincapié en rendir homenaje y el deseo de recordar y entender la historia nacional (Godarzi-Mehdikhani, 2021).

Relacionado con estos motivos, Van Broeck y López (2018) se refieren a Slade (2003) y Stone (2012) y mencionan la recuperación de la memoria cultural y el reforzamiento del sentido patriótico como motivaciones, nombrando las excursiones escolares a lugares oscuros como ejemplos.

Como ya se ha visto en los resultados de los 30 estudios citados anteriormente, la educación constituye la principal motivación nombrada del turismo oscuro. Refiriéndose a Thurnell-Read (2009) y Niemellä (2010), Zerva (2011) caracteriza dicha motivación como forma de utilizar las evidencias visuales, los cuentos y aclaraciones de los expertos para aprender, sin tener que utilizar la imaginación o caer en la malinterpretación. Según ella, esas “experiencias raras pueden marcar una persona, ayudarle a madurar y apreciar lo que ya tiene” (2011:70), además de ayudarle a “no repetir los mismos errores” (2011:70).

Aun así, la educación, igual que otras motivaciones como el interés histórico, el deseo de recordar o de visitar lugares conectados con la historia personal o familiar no son únicamente motivaciones asociadas al turismo oscuro, sino que también motivan el turismo cultural y patrimonial (Light, 2017). Refiriéndose a dicha similitud, Roberts y Stone explican que los “discursos del patrimonio cultural y del turismo oscuro convergen y se agrupan fácilmente cuando los temas en cuestión son la guerra, el desastre, la atrocidad, el conflicto social, la memoria y la identidad” (2014:15).

Considerando la semejanza de las motivaciones del turismo oscuro y del turismo cultural y/o patrimonial, un motivo que destaca en el turismo oscuro es el de visitar por una sensación de obligación moral, que se ha podido comprobar especialmente en los turistas que visitaban lugares relacionados con el genocidio (Dalton, 2014; Light, 2017).

Otro factor importante que fue listado como motivación en los estudios mencionados es el visitar un lugar oscuro indispensable, es decir, un *must-see site*. Esta conversión de un destino oscuro en un *must-see site*, fue descrita como “sacralización” (2018:45) por Van Broeck y López. Tal como lo describe Yuill (2003), son los medios de comunicación los responsables de poder aumentar la popularidad de un destino y hacerlo parecer más atractivo, resultando en un mayor número de visitas turísticas. Estas visitas a los destinos considerados como *must-see sites* pueden realizarse por turistas que quieren así afianzar su estatus en la sociedad (Sharpley, 2005).

A modo de resumen, hemos recopilado las principales motivaciones del turista oscuro según los autores más destacados, cuyas definiciones se han estudiado anteriormente.

Tabla IV: Las motivaciones del turista oscuro según los principales autores

Autor (año)	Motivación principal del turista oscuro
Seaton (1996)	El deseo intrínseco de encontrarse con la muerte <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta: continuum de la intensidad de la motivación turística a los destinos de muerte
Lennon y Foley (1997)	Recuerdo, educación o entretenimiento
Stone y Sharpley (2008)	En vez de poner el foco de atención en la motivación del individuo, exponen cómo la representación de la muerte a través del turismo oscuro la hace más presente en la sociedad, ofreciendo al individuo una manera de encontrarse con y reflexionar sobre ella, sin que cause miedo <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta: El modelo de la consumición del turismo oscuro dentro de un marco tanatológico
Ashworth (1996, 2002, 2004) y Ashworth y Hartmann (2005)	Tres motivos principales para las visitas oscuras: <ul style="list-style-type: none"> • la curiosidad hacia lo extraño • la atracción por la atrocidad, que a veces puede caracterizarse como voyeurística, y • el deseo de identificarse o de expresar empatía hacia las víctimas
Dann (1998)	Ocho motivos principales, entre los que destacan: <ul style="list-style-type: none"> • el enfrentamiento al miedo a los fantasmas • la búsqueda por lo nuevo • la nostalgia • la celebración de los crímenes • la sed de sangre
Zerva (2011)	La satisfacción de una curiosidad controvertida, avivada por los medios de comunicación

Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido observar, nos encontramos ante una multitud de motivaciones turísticas relacionadas con las visitas a lugares oscuros, las cuales responden a muy

diferentes índoles. Por un lado, hemos estudiado a autores que argumentan que es la fascinación o el interés en los encuentros con la muerte (Seaton, 1996), el poder contrastar la calidad de la propia vida contra la pobreza ajena (Hiernaux, 2002) y el sentimiento superior que los turistas sienten como consecuencia de ello (Korstanje, 2016) los que motivan a los turistas oscuros. Por otro lado, se ha estudiado un gran número de motivaciones no relacionados con este interés mórbido ya que el desarrollo de múltiples estudios empíricos ha podido comprobar que no es necesariamente el interés mórbido el que sirve como motivo para los viajes a destinos oscuros (Light, 2017). Estas motivaciones son muy diversas, pudiendo variar “desde el deseo de entender cómo la gente reacciona o sobrevive una crisis o desastre, simpatizar con las víctimas y ayudarlas, hasta satisfacer su pura curiosidad sin interés de ofrecer solidaridad y auxilio” (Zerva, 2011:69). Además, hay que tener en cuenta que esta variedad de motivos “se justifican en gran medida en suposiciones no probadas” (Stone y Sharpley, 2008:590) y requieren una “verificación dentro de un contexto psicológico” (Stone y Sharpley, 2008:579).

Como hemos mencionado anteriormente, en muchos casos las motivaciones de los turistas oscuros coinciden en gran medida con aquellas de los turistas patrimoniales o culturales (Roberts y Stone, 2014). Acerca de ello, Light indica que existe un gran número de visitantes que realizan “búsquedas con propósitos (en algunos casos, peregrinajes) de aprendizaje, entendimiento, conexión, empatía y recuerdo. Como tales, sus motivaciones y experiencias son difíciles de distinguir de aquellas de los turistas patrimoniales” (2017:294).

Consecuentemente, este solapamiento de motivaciones hace que surjan cuestiones sobre el carácter del turismo oscuro y su diferenciación como rama independiente del Turismo (Light, 2017). Nombrando a varios investigadores del fenómeno, Light (2017) expone que la marca del turismo oscuro ha sido asignada a la oferta oscura, cuya demanda no parece ser distinta a la de otros tipos de Turismo (Miles, 2014; Seaton, 2009; Sharpley y Stone, 2009), por lo que la mayor parte de los turistas que visitan destinos oscuros no parecen ser turistas oscuros (Miles, 2014, Slade, 2003). Los turistas genuinamente oscuros, es decir, quienes se desplazan por su interés en la muerte y lo macabro, raramente se nos dan a conocer (Light, 2017; Seaton, 1996).

Por último, cabe destacar una consideración de Sharpley y Stone, que indican que “los motivos de los turistas oscuros probablemente constituirán diferentes tipos e intensidades de significados de acuerdo con las variedades individuales comprendidas dentro de comunidades sociales diferenciadas” (2009:37), indicando “la necesidad de realizar análisis adicionales específicos, tanto empíricos como teóricos” (2009:37).

4. Estudio de caso: El Pueblo Viejo de Belchite

Después de haber desarrollado el marco teórico del turismo oscuro, nos vamos a dedicar ahora a estudiar el Pueblo Viejo de Belchite como destino turístico oscuro.

Belchite es un municipio español que pertenece a la comarca Campo de Belchite, ubicándose en la provincia de Zaragoza y en la Comunidad Autónoma de Aragón.

Gráfico VII: Ubicación de la comarca Campo de Belchite en España



Fuente: Turismo Campo de Belchite, 2022

Se trata de un municipio único compuesto, por un lado, del Pueblo Viejo de Belchite, en el que en 1937 tuvo lugar una de las batallas más sangrientas y desoladoras de la Guerra Civil y del que solo quedan ruinas, y, por otro lado, del Belchite Nuevo, que es un pueblo que fue erigido al lado de las ruinas (Michonneau, 2017).

Desde su destrucción, el Pueblo Viejo ha sido un destino de interés: al que los turistas han acudido para contemplar las ruinas. Desde 2013, la Oficina de Turismo que se ubica en el Pueblo Nuevo de Belchite, realiza visitas guiadas en las que los turistas pueden visionar las ruinas en su estado original, aprendiendo de la *Batalla de Belchite* que llevó a la destrucción de este pueblo (Michonneau, 2017).

A continuación analizaremos tanto su oferta como la demanda, con el fin de desvelar su atractivo turístico y clasificarlo dentro del marco teórico del turismo oscuro.

Antes de empezar con este análisis, daremos un breve recorrido por la historia de este pueblo único, que servirá para entender los hechos que llevaron a la destrucción del Pueblo Viejo y a su origen y desarrollo como destino turístico.

4.1. Historia: La Batalla de Belchite

Para poder entender la causa desencadenante del combate que llevó a la destrucción del Pueblo Viejo de Belchite, conocida como la *Batalla de Belchite*, nos vamos a remontar a julio del año 1936, cuando comenzó el Golpe de Estado en España.

Después de haberse producido el Golpe de Estado el día 18 de julio, las tropas sublevadas llegaron a Belchite el día 20 de julio de 1936 y lograron hacerse con el poder del pueblo rápidamente, quedando Belchite así bajo control franquista (Barbero, 2021; Michonneau, 2017).

Hasta el verano del año 1937, cuando se desarrolló la famosa Batalla de Belchite, la Comunidad Autónoma de Aragón se había segmentado en dos partes: por un lado, la parte occidental, controlada por el bando azul y, por otro lado, la parte oriental, bajo control del bando republicano (Navascués Alcay, 2017).

Lo que inició la famosa Batalla de Belchite fue la reactivación del Frente de Aragón en los meses del verano de 1937, con la que el Gobierno de la Segunda República Española pretendía detener los avances del bando franquista en el norte de España (Michonneau, 2017). Después de que Bilbao hubiera sido conquistada el 19 de junio de 1937 (Bilbaopedia, 2014), Santander y Asturias representaban las siguientes metas para el bando azul (Navascués Alcay, 2017). Con el objetivo de evitar que cayese Santander y volver a tomar el poder en Zaragoza, el bando republicano se dirigió hacia Zaragoza, calculando unos días para la toma de Belchite, que tenían que atravesar en su camino hacia la capital de la provincia. Sin embargo, esta toma

de Belchite duró un total de 14 días, debido a la resistencia de las tropas sublevadas posicionadas allí (Michonneau, 2017).

La Batalla de Belchite comenzó el 24 de agosto de 1937, cuando los 80.000 hombres de la Ofensiva de Aragón se empezaron a acercar a la población, conquistando los pueblos Codo, Quinto y Mediana situados en las proximidades de Belchite el día 26 de agosto (Jiménez, 2020). En los días posteriores, el bando republicano fue avanzando hacia el pueblo de Belchite, que fue defendido por unos 3.000-7.000 soldados azules. El 1 de septiembre, la aviación republicana empezó a atacar el pueblo intentando entrar en la localidad (Jiménez, 2020). Mientras tanto, el bando franquista se mantuvo en su última posición fuera del pueblo, el seminario de Belchite. Este seminario fue tomado por la Ofensiva de Aragón el 2 de septiembre, por lo que las tropas del bando franquista se quedaron dentro del pueblo. Un día después, el 3 de septiembre, el bando republicano consiguió entrar en el pueblo de Belchite, por la Iglesia de San Agustín (Michonneau, 2017). El pueblo estaba construido con el trazado típico mudéjar, que se caracteriza por calles muy estrechas, siendo la Calle Mayor la única excepción. Estas calles estrechas, de las que además algunas eran “tortuosas y con callejones sin salida” (Moreno Bueno, 2018:37) impidieron que los carros de combate entraran dentro del pueblo, haciendo que la conquista del pueblo se tuviera que hacer a pie, casa por casa (Jiménez, 2020). Esta maniobra se realizó desde el día 3 hasta el día 6 de septiembre, en cuya tarde Belchite quedó en manos del bando republicano (Michonneau, 2017).

Un suceso famoso de este último día de batalla es la huida inesperada de unos 500 franquistas:

“El 6 de septiembre de 1937, aprovechando la caída del sol, unos 500 combatientes y civiles, [...] intentaron atravesar las líneas enemigas a través del Arco de San Roque, en dirección a Zaragoza. La orden había sido comunicada a través de la radio por el Estado Mayor franquista, que permanecía en la capital aragonesa. Unos 600 heridos, que no estaban en condiciones de huir, se quedaron en el Ayuntamiento; mientras que otros, unos 500, superaron las barreras de los republicanos, tras dos intentos fallidos durante la tarde. Los asediados tuvieron que soportar descargas de artillería y de las ametralladoras situadas en el camino de Zaragoza, pero los aldeanos, que huyeron a través de esos olivares que tan bien conocían, alcanzaron a

romper el cerco. Doscientos fugitivos, guiados por hogueras que los nacionales habían encendido a lo lejos para indiciar la dirección a seguir, consiguieron llegar a Zaragoza” (Michonneau, 2017:35).

Según información de la Oficina de Turismo de Belchite (2022), los republicanos colgaron su bandera en la plaza del ayuntamiento a las 11 de la mañana del 7 de septiembre, mostrando así su conquista de Belchite.

Se trata de una conquista que, habiendo durado 14 días en lugar de los pocos días estimados, se convirtió en una victoria moral y no en una victoria estratégica, que la Ofensiva de Aragón necesitaba tanto para su propio ejército como de cara a los medios de comunicación internacionales (Michonneau, 2017).

Aun así, el bando republicano no pudo conseguir los objetivos que se había planteado y de los que la toma de Belchite formaba parte: no llegaron a tomar Zaragoza, ni pudieron evitar que Santander cayese a manos de los franquistas ni que Asturias fuese ocupado (Michonneau, 2017).

Para Michonneau fue un “fracaso de la maniobra de distracción” (2017:37) de la Ofensiva de Aragón:

“Para las autoridades republicanas, la afrenta era mayúscula y los mensajes oficiales de felicitación y los anuncios triunfalistas apenas podían ocultar la realidad de una conquista ridícula: verdaderamente no valía la pena la intervención de 80.000 hombres para conquistar, con muchos esfuerzos, unos cuantos pueblos” (2017:37).

Después de la Batalla de Belchite, en la que murieron un total de 5.000 personas, el pueblo quedó en manos de los republicanos hasta marzo de 1938, cuando las tropas azules volvieron a atacar y tomaron el control (Michonneau, 2017).

Después de la Guerra Civil, el régimen franquista decidió dejar las ruinas del pueblo intactas como memoria de la guerra y encargó la construcción de un nuevo Belchite al lado del anterior por la Dirección General de Regiones Devastadas (Vidao Teruel, 2014), sirviendo estos dos pueblos como “símbolo de dos épocas y de dos sistemas políticos distintos” (Vidao Teruel, 2014:18). Después de 14 años de construcción, Franco inauguró el pueblo nuevo el 13 de octubre de 1954 (Malvar, 2005; Vidao Teruel, 2014). Aun así, el traslado de la población belchitana, que en su mayor parte seguía alojándose en las ruinas dañadas, se realizó de forma lenta, extendiéndose

de 1940 hasta 1963 (Michonneau, 2017). Un año más tarde, Franco prohibió habitar o permanecer en el pueblo viejo, de manera que este se quedó aislado (Vidao Teruel, 2014).

Hoy, el panorama de dos pueblos que coexisten de forma contigua es un panorama singular, que destaca por la “huella de su particular perfil” (Michonneau, 2017:422) que dejan las ruinas del pueblo viejo en el paisaje aragonés (Michonneau, 2017).

En cuanto a su singularidad, Michonneau destaca:

“En la inmensa mayoría de casos de reconstrucción, el nuevo ocupa el lugar del viejo [...] la población crea un nuevo espacio para la vida; pero, a diferencia de lo que sucede en Belchite, la antigua aglomeración desaparece para siempre de los mapas. Se necesita entonces una paciencia de arqueólogo para describir los diferentes asentamientos [...] el pueblo viejo ya no aparece ante los ojos de los contemporáneos. En Belchite, en cambio, el pueblo viejo sigue existiendo, vacío, como el decorado de un teatro” (2017:422).

4.2. La promoción y el desarrollo turístico de Belchite

Fue desde la sublevación de Belchite en 1938, que el régimen franquista promocionó el pueblo como destino turístico (de guerra). Contamos con testimonios que confirman visitas regulares a las ruinas “sobre todo, por aragoneses de paseo dominical” (Michonneau, 2017:236).

En 2002, estas ruinas fueron declaradas como Bien de Interés Cultural, en la figura de Sitio Histórico; reconocido por el Decreto 322/2002, de 8 de octubre, destacándose sus “elementos de interés desde el punto de vista arquitectónico y artístico, con especial presencia de edificaciones mudéjares, tanto civiles como religiosas, y renacentistas” y justificando su declaración como Bien de Interés Cultural por ser “el recuerdo palpable y el testimonio de los desastrosos resultados de la denominada guerra civil española” (BOA Número 128, 28 de octubre de 2002).

En marzo de 2007, se fundó la Asociación Belchite por la Paz, con la que sus fundadores aspiraban a desarrollar el turismo de guerra en Belchite. Con el apoyo del gobierno aragonés, celebraron un congreso conmemorativo el 6 de septiembre de 2007, con motivo del 70º aniversario de la Batalla de Belchite (Michonneau, 2017).

Desde entonces, el Ayuntamiento de Belchite ha sido uno de los principales agentes implicados en el desarrollo turístico del pueblo. En 2010 se encargó de convertir un antiguo casino del Pueblo Nuevo en el primer hotel de Belchite (Sádaba, 2014), que fue abierto en 2015 (Michonneau, 2017). La puesta en marcha de este hotel se preparó entre 2010 y 2014, que fue posible por la inversión de un millón de euros por parte del ayuntamiento (Michonneau, 2017). Como explicó José María Artigas, el alcalde belchitano, el objetivo de esta acción era frenar la pérdida de turistas por la falta de alojamientos, dado que en aquel momento, la localidad solo poseía un hostel y unas pocas casas rurales (Sádaba, 2014).

Otra novedad que impuso el Ayuntamiento de Belchite, tanto para la preservación de las ruinas como para el fomento del turismo, fue el vallado del perímetro del Pueblo Viejo en 2013, restringiendo el acceso libre a las ruinas. Entre las razones para implementar esta medida destacan la destrucción del patrimonio, la acumulación de basura y el expolio de las ruinas que se pudieron testiguar anteriormente, además del peligro de derrumbamiento. Como indicó Juan Antonio Antón, concejal de Turismo de Belchite, hubo “suerte de que en estos años no haya pasado nada. Se han cometido muchas imprudencias” (Tragacete, 2013).

Consecuentemente, se estableció un servicio de visitas guiadas, que a partir de entonces representa la única manera de poder acceder al Pueblo Viejo. Según el concejal de Turismo de Belchite, estas visitas guiadas no solo enriquecen la experiencia turística, sino que también ayudan a la recaudación de dinero para la restauración de las ruinas y a la puesta en marcha de nuevos proyectos turísticos, además de reducir el paro en el pueblo por el empleo en el sector turístico (Tragacete, 2013).

4.2.1. La gestión turística de Belchite en la actualidad

Actualmente, un organismo fundamental para la gestión del turismo en Belchite es la Fundación Pueblo Viejo de Belchite, que resume su objetivo como “la promoción cultural y turística de la zona, y en especial del PUEBLO VIEJO de Belchite, el desarrollo de actividades que contribuyan a la restauración y mantenimiento de su patrimonio histórico y artístico a su acrecentamiento, investigación y difusión” (Ayuntamiento de Belchite, 2022b). Destacan como principales objetivos “el desarrollo cultural y turístico de la zona”, “la restauración, conservación y gestión de

su patrimonio cultural”, “la dinamización y proyección de su legado cultural e histórico”, “la promoción de actividades culturales, turísticas y formativas” y “el establecimiento de vías de colaboración con otras entidades para el logro de los fines anteriores” (Ayuntamiento de Belchite, 2022b).

Una noticia sorprendente, “pero muy bienvenida” según el alcalde de Belchite (Campo, 2021) ha sido la partida de 7 millones de euros, que se ha incluido en el proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2022, destinados a la resignificación y recuperación de las ruinas del pueblo viejo (Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana, 2021).

Este proyecto de recuperación se llevará a cabo entre 2022-2026, colaborando el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y el Gobierno Autónomo de Aragón, para recuperar el patrimonio cultural, cuyo valor ha ido atrayendo a visitantes desde hace décadas (Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana, 2021).

Además, Belchite fue incorporado a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes el 28 de febrero de 2022 (El Periódico de Aragón, 2022); una etiqueta de calidad otorgada por Segittur que, entre otros, destaca la sostenibilidad y la digitalización en el desarrollo turístico del destino (Turium, 2021).

4.3. La oferta oscura de Belchite

4.3.1. Evaluación de la oferta según las clasificaciones revisadas

A continuación, nos vamos a centrar en la oferta turística de Belchite, empezando con la categorización correspondiente de acuerdo con las clasificaciones estudiadas en el marco teórico. Para demostrar la inclusión del destino y de su turismo dentro de dichas clasificaciones, hemos creado la siguiente tabla sinóptica:

Tabla V: Categorización de la oferta turística de Belchite

Autor (año)	Propuesta de clasificación	Clasificación del turismo oscuro en Belchite
Seaton (1996)	Clasificación en 5 actividades turísticas	2) Los viajes a sitios donde habían tenido lugar muertes en masa o individuales
Dann (1998)	Clasificación en 5 tipos de destinos oscuros	3) Los campos de fatalidades, donde se conmemora el miedo, la fama o la infamia
Lennon y Foley (2000)	Clasificación del turismo oscuro en 6 subcategorías	1) Turismo de batalla: La visita a sitios en los que se han producido conflictos armados de cualquier tipo, por los cuales había habido muertos.

		4) Turismo de fantasmas: Engloba las visitas a destinos que son famosos por tener fenómenos paranormales como, entre otras, la visión de apariciones o psicofonías.
Stone (2006)	(1) Espectro oscuro de Stone; (2) Los “siete proveedores oscuros”	(1) Sitio calificado como lo más oscuro del espectro; (2) Sitio de conflicto
Sharpley (2005)	La escala de grises del turismo (4 tonalidades)	Clasificación como - turismo pálido, (si la fascinación por la muerte de la demanda es menor) o - demanda del turismo gris (si la fascinación por la muerte de la demanda es mayor)
Zerva (2011)	Clasificación espacio-temporal de los destinos oscuros (3 categorías)	Destino oscuro real del pasado

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla IV, Belchite se encuentra en la segunda actividad turística descrita por Seaton que, según él, constituye “la forma más común del tanaturismo” (1996:241): los viajes a lugares donde habían ocurrido muertes en masa o individuales.

Dentro de la clasificación de Dann (1998), Belchite se encuentra en la tercera categoría de destinos. Como explica el autor, los campos de batalla, como es el caso de Belchite, se agrupan dentro de la categoría de los campos de fatalidades, donde se conmemora el miedo, la fama o la infamia.

En la clasificación del turismo oscuro presentada por Lennon y Foley (2000), Belchite se encuentra en dos de las seis subcategorías de este: no solo se realiza un turismo de batalla (1) en las ruinas del pueblo viejo, sino que también está presente el turismo de fantasmas (4), ya que, adicionalmente, Belchite es famoso por las apariciones y psicofonías observadas en las ruinas.

Midiendo la intensidad del destino Belchite dentro del espectro oscuro de Stone (2006), se manifiesta su pertenencia al lado más oscuro del espectro. Hemos llegado a esta conclusión después de haber aplicado los criterios propuestos por Stone a Belchite. En primer lugar, se ha considerado el criterio fundamental del espectro, que distingue entre los sitios de muerte y sufrimiento; y aquellos relacionados con ello, siendo Belchite un sitio de muerte y sufrimiento, por lo que se sitúa en el lado más oscuro del espectro. Además, el destino cumple con las variables que Stone propone para los destinos más oscuros: está orientado a la

educación y centrado en la Historia, teniendo un claro objetivo conmemorativo y conservativo. Ya que el destino es el lugar auténtico de muerte, se percibe como un sitio auténtico, que no fue creado con un propósito turístico, por lo que la infraestructura turística a su alrededor no es tan desarrollada como en destinos creados con tal propósito. Como hemos explicado anteriormente, es un lugar que refleja y en el que se conmemora la historia del país. La destacada influencia política e ideológica con la que el destino cuenta como consecuencia se ve reflejada, entre otros, en la asignación de 7 millones de euros para la recuperación de las ruinas dentro del proyecto de Presupuestos Generales del Estado (Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana, 2021). El único criterio según el cual Belchite se calificaría más como un destino muy oscuro en lugar de lo más oscuro, sería su creciente lejanía temporal al evento.

En segundo lugar, hemos clasificado Belchite como Sitio de Conflicto, dentro de los siete proveedores oscuros de Stone (2006), que describen las diferentes categorías de productos oscuros. Es la segunda categoría más oscura, en la que encaja al tratarse de un campo de batalla que se ha transformado en un producto turístico, al que se ofrecen visitas turísticas y que, aunque bajo el objetivo educativo, se está comercializando.

Contrariamente a esta clasificación, “La escala de grises del turismo” de Sharpley (2005:225) situaría Belchite hacia el lado menos oscuro. Como hemos estudiado anteriormente, Sharpley distingue entre destinos turísticos que se han creado con un propósito turístico, que según él son los destinos más oscuros, y aquellos como Belchite, que se han convertido en destinos turísticos de manera accidental y que el autor considera menos oscuros. En segundo lugar, Sharpley contempla la intensidad del interés mórbido de los turistas; una variable que antes de haber estudiado la demanda, no podemos evaluar.

Consecuentemente, el turismo en Belchite se colocaría en el extremo izquierdo de la escala de Sharpley, por poseer una oferta accidental o sin propósito, pudiéndose calificar o bien como turismo pálido, si la demanda se caracteriza por una menor fascinación por la muerte; o bien como demanda del turismo gris, en el caso de que Belchite cuente con unos turistas fascinados con la muerte, que buscan esta oferta accidental.

Esta discrepancia en la clasificación del turismo de Belchite según estos dos últimos autores se debe a su evaluación divergente de la oferta, siendo para Stone los lugares creados sin propósito los más oscuros, mientras que Sharpley argumenta que la creación de una oferta sin propósito hace que un destino sea menos oscuro.

Por último, atendemos a la clasificación espacio-temporal de Zerva (2011), que categoriza Belchite como destino oscuro real del pasado, encontrándose así entre la categoría menos oscura, que recoge los destinos ficticios del pasado y la más oscura, que incluye los destinos oscuros reales del presente.

En resumen, Belchite se podría considerar como un destino oscuro real del pasado (Zerva, 2011), donde habían tenido lugar muertes en masa (Seaton, 1996). Es un campo de fatalidades, donde se conmemora el miedo, la fama o la infamia (Dann, 1998) que, según Stone (2006), se clasifica como sitio de conflicto de carácter más oscuro. El turismo de batalla y de fantasmas (Lennon y Foley, 2000) que ofrece se puede clasificar o bien como turismo pálido o bien como demanda del turismo gris (Sharpley, 2005), dependiendo de la motivación que mueva a dicha demanda.

4.3.2. Trabajo de campo

Después de esta categorización de la oferta turística del Pueblo Viejo de Belchite basada en la literatura revisada, vamos a proceder con el análisis detallado de dicha oferta, evaluando las visitas guiadas ofrecidas y los recursos que componen el atractivo turístico.

4.3.2.1. Análisis de las visitas guiadas

En primer lugar, hemos elaborado unas fichas de observación para las dos visitas guiadas, en las que se despliega, por un lado, la información básica de las visitas y, por otro, la descripción detallada de las rutas. Todo ello, acompañado de fotografías e información acerca de la demanda (*vid.* Anexos I y II). La información que se ha utilizado para su elaboración es, salvo indicación expresa, la proporcionada por la guía turística, tanto durante las visitas, como durante la entrevista que se llevó a cabo por nuestra parte posteriormente (*vid.* Anexo XII).

Después de haber desarrollado las fichas, procederemos con la evaluación de las mismas. Como se puede apreciar en la siguiente tabla, hemos utilizado ocho

criterios para ello, que se han valorado utilizando una escala del 1 al 5 (donde 1 es muy malo y 5 muy bueno).

Tabla VI: Evaluación de las visitas guiadas

Criterios de evaluación	Visita diurna	Visita nocturna
Calidad de la información aportada	5	3
Cantidad de información aportada	5	3
Tratamiento de tema delicado (nivel de respeto mostrado)	5	5
Capacidad de captación de la atención del espectador	5	5
Claridad del discurso	5	5
Capacidad de interactuar con el público	5	5
Capacidad de contestar a preguntas	5	5
Adaptación del discurso al nivel de los asistentes	4	4
Resultado	39/40	35/40

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, hemos evaluado la calidad y la cantidad de la información que fue aportada por el/la guía. Tal y como comentó el/la guía al principio de la visita diurna, las cifras y los hechos transmitidos provienen de información oficialmente documentada, a la que se suman los cuentos de los testimonios, por lo que la calidad de la información de esta visita tiene un nivel muy alto. Ya que la visita nocturna no se basa plenamente en los hechos históricos, es decir, la Batalla de Belchite entre los republicanos y los franquistas, sino que está centrada en los fenómenos paranormales de Belchite; la información no proviene de fuentes oficiales, sino de testimonios y leyendas negras, además de psicofonías grabadas y fotografías tomadas por visitantes. Aunque los visitantes pueden atestiguar esta información que el/la guía muestra mediante una tablet, la calidad de los datos solo se puede evaluar como de calidad media, al tratarse de información aportada por individuales y no comprobada por organismos oficiales.

Mientras que la información que se transmite en la visita diurna es de abundante cantidad, que fácilmente rellena los 90 minutos de la visita; en la visita nocturna encontramos que la cantidad que se aporta es menor. Ya que se basa en leyendas y testimonios particulares, la cantidad de información contada es más limitada y se puede calificar como media, por lo que la visita ocupa menos de los 90 minutos estimados.

El/la guía empezó las dos visitas indicando que lo que se va a ver y contar es muy delicado y que tratará este tema con el mayor respeto. Este aspecto se ha podido

comprobar en cada momento de las visitas, notándose la empatía, el cuidado y el respeto con el que el/la guía ha contado la historia del pueblo, por lo que el grado de respeto mostrado se califica como muy alto.

Durante las dos visitas, el/la guía ha podido captar la atención de los turistas, haciendo que en ningún momento se originaran conversaciones secundarias o que los visitantes se distrajeran, por lo que valoramos muy positivamente su capacidad de captación de la atención.

La manera en la que los discursos de ambas visitas se han desarrollado ha sido muy clara, pudiéndose evaluar con la máxima puntuación. Al principio de la visita histórica, el/la guía dio una pequeña introducción, explicando que Belchite fue ocupada por los golpistas desde el principio de la Guerra Civil, además de explicar las posiciones de los bandos alrededor, ayudando de esta manera a los turistas a orientarse históricamente. Además, explicó las características más destacables del pueblo, que explicarían el desarrollo de la Batalla de Belchite. A lo largo de la visita, fue enseñando las ruinas, explicando curiosidades de cada casa y contando la historia paso a paso, de forma muy clara y fácil de entender. El discurso durante la noche fue igual de conciso, además de que la reproducción de las psicofonías y de las fotos mostrando apariciones ayudó a seguir las narraciones.

La capacidad de interactuar con el público del/la guía, que ha sido la misma persona durante las dos visitas, era muy alta. En cuanto notaba que a un visitante le había surgido una duda o escuchaba un comentario entre dos personas, aprovechaba para aclarar la duda o para ofrecerse a contestar algo, mostrando así su gran esfuerzo por captar la atención del público y por despertar el interés por Belchite.

Igualmente, su capacidad de contestar las preguntas se puede calificar como muy alta. Se notó el amplio conocimiento del/la guía en torno a la historia del pueblo y sus leyendas. Además, se tomó el tiempo para contestar diversas preguntas históricas que fueron preguntadas en el tour nocturno, aunque este no era el enfoque de esta visita.

Por último, podemos destacar que el grado de adaptación del discurso al nivel de los asistentes ha sido alto. En las dos visitas, el/la guía ha estado a la altura de los visitantes, para poder simpatizar con ellos y poder ofrecer un discurso que fuese bien entendible para el público.

Mediante esta evaluación llegamos a la conclusión de que la calidad de la visita diurna bajo el enfoque histórico es muy alta y la de la visita nocturna, enfocada en los fenómenos paranormales, se puede considerar simplemente alta.

4.3.2.2. Análisis de los principales recursos turísticos

Como principales recursos que constituyen el atractivo turístico del Pueblo Viejo hemos escogido el Arco de la Villa, el Trujal, la Plaza Vieja y la Torre del Reloj, además de la Iglesia de San Martín de Tours. Para estos atractivos se han elaborado fichas detalladas (*vid.* Anexo III, IV, V y VI), en las que se identifican, categorizan y describen dichos recursos, recogiéndose fotografías y aspectos relevantes como su significado histórico, sus características arquitectónicas o su estado de conservación.

Igual que en las fichas de observación, la información utilizada para la elaboración de estas fichas es, salvo indicación expresa, la proporcionada por la guía turística, tanto durante las visitas como durante la entrevista que pudimos hacer posteriormente (*vid.* Anexo VII).

El próximo paso consiste en la evaluación de estos cuatro recursos, para la cual hemos escogido seis factores. Posteriormente llevaremos a cabo la consecuente jerarquización. Igual que las visitas guiadas, los recursos se evaluarán con la siguiente escala del 1 al 5 (donde 1 es muy malo y 5 muy bueno).

Distinguimos cuatro factores primarios, a saber: importancia histórica del recurso, importancia cultural que presenta hoy en día, su estado de conservación y su capacidad de atracción turística. Además ponderamos dos factores secundarios: la información proporcionada acerca de la historia, es decir, el equipamiento informativo, y la interpretación del/la guía acerca de ello.

Ya que consideramos que los factores primarios tienen doble peso que los secundarios, les asignamos un coeficiente de ponderación de $F_p=0,7$, mientras que los factores secundarios serán ponderados con un coeficiente de $F_s=0,3$.

En la siguiente tabla, está recogida la evaluación, que se detallará posteriormente.

Tabla VII: Evaluación de los recursos turísticos

	Recurso 1 El Arco de la Villa	Recurso 2 El Trujal	Recurso 3 Plaza Vieja y Torre del Reloj	Recurso 4 Iglesia de San Martín de Tours
Factores Primarios (Fp)				
Coeficiente de ponderación = 0,7				
Importancia histórica	4	3	3	5
Importancia cultural actual	3	4	5	5
Estado de conservación	5	4	4	3
Capacidad de atracción	3	4	4	5
Total (media)	3,75	3,75	4	4,5
Factores Secundarios (Fs)				
Coeficiente de ponderación = 0,3				
Información proporcionada	3	4	4	2
Interpretación del/la guía	4	5	4	4
Total (media)	3,5	4,5	4	3
Total ponderado Fp	2,625	2,625	2,8	3,15
Total ponderado Fs	1,05	1,35	1,2	0,9
TOTAL (Fp+Fs)	3,675	3,975	4	4,05

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, hemos valorado la importancia de los recursos turísticos en la historia y, en particular, en la Batalla de Belchite. Destaca la muy alta importancia de la Iglesia de San Martín de Tours que, aparte de haber sido la parroquia principal de Belchite, resulta de especial relevancia histórica por haberse convertido en un hospital improvisado durante la Batalla, representando un importante lugar de refugio. También el Arco de la Villa ocupó un puesto significativo en la historia: además de servir como entrada al Pueblo Viejo, los belchitanos se solían encomendar a la Virgen de su capilla cuando salían del pueblo, sirviendo esta como portadora de buena ventura. Durante la Batalla de Belchite, el Arco fue usado como posición estratégica por un francotirador, que vigilaba y disparaba desde ahí a toda persona en la Calle Mayor. La importancia histórica del Trujal y de la Plaza Vieja y de su Torre del Reloj, por otro lado, es media El trujal pertenecía a una casa particular y fue solo durante la Batalla de Belchite que este adquirió importancia, por convertirse en una fosa común. La Plaza Vieja era el lugar en el que se situaba la Iglesia de San Juan, de la que hoy solamente queda la Torre del Reloj. Adquirió relevancia por ser el lugar en el que, durante la Batalla, se quemaron los cuerpos de los fallecidos.

Evaluando la importancia cultural de los recursos en la actualidad, destaca el muy alto valor de la Iglesia de San Martín de Tours y de la Torre del Reloj, que fueron

reconocidas como Bien de Interés Cultural en la categoría de Monumento. Después nos encontramos con el Trujal que, por ser el lugar en el que se encuentra un monumento conmemorativo a los Caídos, posee un alto valor cultural. Al carecer de estas menciones, consideramos la importancia cultural del Arco de la Villa como media.

En torno al estado de conservación es el Arco el que cuenta con la mejor valoración (5), debido a la reconstrucción que recibió en 2008. En segundo lugar, tenemos la Plaza Vieja y su Torre de Reloj que, aunque siga representando parte de las destrucciones de la guerra, tienen un alto estado de conservación, debido a la visible reforma que se inició en 2002. Igualmente, el Trujal tiene un estado de conservación alto, siendo los mensajes manuscritos sobre el grabado de su monumento la única lacra, mientras que el estado de conservación de la Iglesia de San Martín de Tours es mediano, viéndose claramente la necesidad de reconstrucción de esta ruina.

Sin embargo, es esta construcción la que tiene la mayor capacidad de atracción, dado que representa el elemento más grande, impresionante y reconocible del Pueblo Viejo. Está seguida por la Plaza Vieja y la Torre del Reloj que, por poseer la Cruz de los Caídos y desplegar las decoraciones de estilo mudéjar, cuentan con un alto grado de atracción. La capacidad de atracción del Trujal es alta, explicada por su historia y por el monumento conmemorativo que posee. Por último, nos encontramos con el elemento más intacto de las ruinas: el Arco de la Villa, cuya capacidad de atracción es media.

Aunque las cuatro localizaciones están equipadas con placas de información, el nivel de información ofrecida varía: mientras que las placas del Trujal, la Plaza Vieja y la Torre del Reloj ofrecen información tanto de la arquitectura, como de la historia y la función de las construcciones durante la Batalla de Belchite, no ocurre así ni para el Arco de la Villa ni para la Iglesia de San Martín de Tours. Consecuentemente, estos dos primeros cuentan con una valoración alta, mientras que el Arco de la Villa tiene una evaluación media, por la falta de información acerca de su función en la Batalla. La información proporcionada acerca de la Iglesia de San Martín de Tours es baja, ya que se centra casi únicamente en su arquitectura.

La interpretación del/de la guía ha sido buena en todos los sitios, se ha expuesto un alto grado de información acerca de los sucesos que tuvieron lugar en cada edificio

durante la Batalla de Belchite, además de explicarse su historia general y su arquitectura. Destaca la interpretación en el Trujal, en el que la información expuesta era aún mayor, además de mostrarse desde este lugar las posiciones de los bandos en el campo que rodea al Pueblo Viejo.

La jerarquización de los recursos turísticos, siguiendo los resultados de nuestra evaluación es la siguiente: el recurso más atractivo es La Iglesia de San Martín de Tours, con una evaluación de 4,05/5; seguida por la Plaza Vieja y la Torre del Reloj con puntuaciones de 4/5. El Trujal, por su parte, cuenta con 3,975/5; siendo el Arco de la Villa el recurso menos valioso, valorado con 3,675/5.

4.4. La demanda turística de Belchite

A continuación, pasaremos a exponer un pequeño resumen de la demanda turística del Pueblo Viejo de Belchite, basado en la información proporcionada por E1, además de los escasos artículos publicados por periódicos que contienen cifras acerca de ella.

4.4.1. La evolución de la demanda en cifras

Como hemos mencionado anteriormente, fue en abril de 2013 que el Pueblo Viejo se cerró para el público, estableciéndose un sistema de visitas guiadas que, a partir de entonces, son la única manera de poder entrar al conjunto de las ruinas.

En los posteriores 8 meses, es decir, de mayo a diciembre de 2013, las ventas de entradas diurnas al Pueblo Viejo ascendieron a 11.240, seguidas por un total de 13.864 visitantes en 2014. Con el objetivo de aumentar esta cifra, se implementaron varias iniciativas, entre otras, las visitas nocturnas con las que se amplificó la oferta (Michonneau, 2017).

En 2015, fueron 18.400 turistas los que visitaron el Pueblo Viejo; una cifra que ascendió en un 163,04% durante el año consecutivo, llegando a más de 30.000 visitantes (Adán, 2016).

Si bien no se han publicado cifras para los años 2017 y 2018, tenemos el testimonio de Carmelo Pérez, alcalde de Belchite, que, además de anunciar que el 2019 ha sido el primer año en el que se alcanzaron más de 40.000 visitantes, informa de que han sido un total de 175.000 personas las que han participado en las visitas desde 2015. Ya que las publicaciones del 2016 y del 2019, en los que se anuncia haber

superado los 30.000 y 40.000 visitantes respectivamente, se publicaron a finales de dichos años, se puede asumir que estas cifras fueron superadas, por lo que en 2017 y 2018, la demanda se puede estimar por debajo de los 40.000 visitantes, considerando la información proporcionada por el alcalde (Heraldo, 2019).

En el 2020, el turismo de Belchite sufrió por el estallido de la pandemia, por la que las visitas se pausaron durante varios meses, se volvieron a empezar y a finales del año se pausaron durante otros cuatro meses, de noviembre de 2020 hasta el principio de marzo de 2021 (Europa Press, 2020; 2021).

La recuperación del turismo en 2021 se mostró por las ventas generadas entre marzo y octubre de este año: en el transcurso de aquellos meses, acudieron 25.000 visitantes al Pueblo Viejo (Aragón Noticias, 2021).

Como indicó E1, desde la Oficina de Turismo esperan mantener la tendencia creciente que ha mostrado la demanda durante los últimos años, contando con aún más visitantes en 2022 que en 2019.

4.4.2. El perfil de los turistas

En la evaluación del perfil de turista que visita el Pueblo Viejo destaca el predominio de españoles: según estimaciones de E1, representan aproximadamente el 80% de los visitantes, de los cuales la mayoría es de Zaragoza o de sus alrededores.

E1 nombra Navarra, Barcelona y Lleida como otras zonas de las que provienen un gran número de turistas españoles. Asimismo, se han mencionado comunidades autónomas como Madrid (Adán, 2016), la Comunidad Valenciana o Cataluña (Michonneau, 2017).

En torno a los turistas internacionales predominan los franceses, aunque también se registran ventas a turistas de América del Norte y del Sur, además de Asia, aunque con menor frecuencia (E1).

Según E1, a las visitas históricas acuden mayoritariamente parejas o familias con niños, siendo la participación de individuales poco común. Durante la noche, destaca una mayor participación de grupos, cuyos miembros suelen ser más jóvenes que los visitantes de las visitas diurnas, en las que la edad media se estima entre los 40 y 50 años. Otra observación de E1 en torno a la edad de los turistas ha sido la mayor participación de jubilados entre semana, dada su flexibilidad horaria.

Otro grupo de visitantes son los estudiantes, cuya participación en las visitas guiadas presenta una tendencia al alza, según el alcalde de Belchite (Heraldo, 2019). Además, E1 destacó el programa *Educa Belchite*, que ofrece visitas adaptadas a diferentes edades, posibilitando de esta manera la visita de las ruinas por colegios, dirigiéndose especialmente a escuelas de la zona. Aunque teóricamente se han preparado visitas para niños desde los 6 años, hasta ahora los menores que han acudido tenían 12 años (E1).

4.4.3. Iniciativas para aumentar la demanda

Con el objetivo de aumentar la cifra de visitantes al pueblo, se han elaborado una variedad de iniciativas a lo largo de los años, como por ejemplo, la oferta de las visitas nocturnas a partir de 2015 o la elaboración de la ruta Huellas de la Guerra Civil para grupos (E1).

De cara al futuro, se está contemplando la posibilidad de ampliar la oferta de visitas, añadiéndose por ejemplo una centrada en el patrimonio o en el cine, dado que Belchite ha sido el escenario de varias películas, series y campañas publicitarias. Aparte de estos posibles escenarios futuros, hay que destacar las iniciativas ya existentes que aspiran a la visibilidad del destino y al incremento de visitas, como por ejemplo la oferta de visitas combinadas que se ofrece con pueblos vecinos, siendo la oferta de la visita diurna de Belchite combinada con la de la presa romana de Almonacid de la Cuba solo un ejemplo. Colaborando con otros pueblos, se atiende a los turistas que frecuentemente vienen para visitar la zona, combinando la visita de Belchite con otros (E1).

Además, se realizan diferentes eventos que atraen a visitantes, como por ejemplo los anuales concursos de pintura o de película dentro del Pueblo Viejo, además de conciertos, que se suelen llevar a cabo varios al año (E1). El 18 de junio de este año, por ejemplo, se celebrará el Concierto de La Fuga / Belchite Music en la Iglesia de San Agustín del Pueblo Viejo; destinándose parte de los ingresos a la consolidación de las ruinas (Ayuntamiento de Belchite, 2022a).

5. Conclusiones

Como se ha mostrado en este estudio, nos encontramos ante una variedad de aportaciones al marco teórico del turismo oscuro que, por su carácter polifacético dificultan la delimitación de este.

En primer lugar, destaca el desacuerdo en torno al factor que caracteriza el turismo oscuro como tal, ofreciéndose varias definiciones y clasificaciones formuladas, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda. El estudio de la clasificación del fenómeno de Sharpley (2005), que incluye tanto la oferta como la demanda, demuestra que, aunque a primera vista puede parecer útil por la unión de los dos factores, resulta menos detallada que otras, ofreciendo unos resultados relativamente someros. Adicionalmente, el hecho de que Sharpley, en discrepancia con Stone, considere los destinos creados con el propósito de satisfacer la tanatopsis de los visitantes como indicio para un turismo más oscuro, hace que no podamos recomendar el uso de la misma.

Estudiando las diversas aproximaciones basadas en uno de los dos factores, que se distinguen por su caracterización del fenómeno y por la elección de variables clasificadoras, concluimos que la razón por la que no se ha admitido ninguna como universal, es la no existencia de alguna que incluya la amplia cantidad de variables que se consideran fundamentales. Ante esta situación de bloqueo, cabe destacar la gran importancia de futuros análisis, con el objetivo de averiguar la verdadera naturaleza de este tipo de turismo y de poder categorizarlo como un fenómeno o bien determinado por su oferta o bien por las motivaciones de su demanda.

Adicionalmente, nos encontramos ante otra cuestión relacionada con la naturaleza de este fenómeno, que representa una de sus principales críticas que sigue causando desacuerdos entre los expertos. Considerando la amplia inclusión de destinos tan variopintos en el ámbito del turismo oscuro, varios expertos, como por ejemplo Ashworth (1996, 2004) o Logan y Reeves (2009), han argumentado que el turismo oscuro no llega a ser una rama individual del turismo, sino que más bien representa una subcategoría de otros tipos de turismo.

Para reforzar esta crítica se ha argumentado frecuentemente que las motivaciones de los llamados *turistas oscuros* no son tan distintas de aquellas de los turistas patrimoniales; aunque, en este contexto, hay que destacar la necesidad de llevar a

cabo análisis más exhaustivos, con el fin de poder evaluar la naturaleza de algo tan difícil de conceptualizar como son las motivaciones turísticas.

En este contexto, es oportuna la figura de Van Broeck y López (2018), que está relacionada con esta crítica y que muestra cómo los diferentes tipos de turismo, al tratar sobre destinos relacionados con la muerte y lo macabro, solapan con la categoría del turismo oscuro. Sin embargo, cabe destacar que estos solapamientos no restan valor al turismo oscuro como propia rama turística sino que, más bien, lo confirman como aplicación del fenómeno, mostrando la compleja naturaleza de aquellos destinos que engloba. Asimismo, señala las diferentes perspectivas desde las que estos se pueden identificar, analizar y gestionar, tratándose de dos perspectivas complementarias que, en su conjunto, ofrecen un análisis completo de dichos destinos.

En torno a la gestión e interpretación de destinos oscuros, que solapan con el turismo cultural o de patrimonio, es imprescindible reconocer que el factor que los distingue, además de delimitarlo, es la muerte. Por lo tanto, la aproximación a estos lugares tiene que realizarse desde la perspectiva del turismo oscuro, basándose su interpretación primordialmente en este aspecto oscuro. Además, nos resulta imprescindible la consideración de las cuatro emociones fundamentales que, según Tarlow (2005), predominan en la experiencia de los turistas en lugares oscuros, a saber: la inseguridad, la gratitud, la humildad y el sentimiento de superioridad. Esta perspectiva otorga un valor de unicidad al turismo oscuro, pudiendo considerarlo así como una rama turística *per se*.

Con respecto a esta conclusión, cabe destacar la gran importancia del modelo de la mediación de la muerte de Stone y Sharpley (2009), que analiza la experiencia de los turistas en los destinos oscuros, explicando, similarmente a Tarlow (2005), el efecto que tiene dicha experiencia en los turistas; un aspecto que consideramos altamente relevante.

En el posterior análisis de Belchite, hemos podido experimentar directamente el efecto de un destino que, en palabras de Stone (2006), se situaría en el extremo más oscuro del espectro. Participando en las visitas guiadas del Pueblo Viejo y llevando a cabo el posterior análisis de sus recursos más atractivos, de los que se tiene destacar la Iglesia de San Martín de Tours, además de la Plaza Vieja y el

Trujal, hemos podido comprobar el gran atractivo turístico de este lugar. Evaluamos la interpretación del/la guía turística de muy alto nivel, siendo muy respetuosa y concentrándose primordialmente en la trágica historia del pueblo, en lugar de en el patrimonio que representan las ruinas. Esta aproximación, como señalamos anteriormente, es altamente importante y determina el valor de la visita, la autenticidad percibida del destino y, consecuentemente, la experiencia que viven los turistas.

Es por esta presentación e interpretación auténtica, enfocada en la Historia y orientada hacia la Educación, la cual hemos experimentado personalmente, que nos explicamos la creciente demanda turística de Belchite. En solo 5 años, desde 2014 hasta 2019, el número de visitantes casi se ha triplicado, incrementándose en más de un 188%.

Concluimos que la progresiva popularidad que Belchite está ganando no solamente incrementará los números de visitantes, sino que al mismo tiempo atraerá a un mayor número de turistas nacionales de otras provincias, además de turistas internacionales.

Por último, nos mantenemos escépticas en lo referente a la idea de ampliar la oferta para, posiblemente, proporcionar visitas con un enfoque patrimonial o cinematográfico (E1), ya que consideramos que, apartando el enfoque de la historia y de la muerte en masa que tuvo lugar en Belchite, se restará autenticidad a la percibida en este destino, disminuyendo así el atractivo turístico.

6. Limitaciones y líneas futuras de investigación

Las principales limitaciones a las que nos hemos enfrentado en la elaboración de este trabajo han sido, por un lado, el tiempo limitado; y por otro lado, la dificultad, y finalmente imposibilidad de obtener datos internos de la Oficina de Turismo de Belchite. De esta manera, la parte de la demanda turística en Belchite quedó más escueta y menos profunda de lo que nos hubiera gustado. Aun así, queremos destacar la gran ayuda de un/a guía de dicha oficina, con el/la que pudimos llevar a cabo la entrevista en profundidad.

En torno a las futuras líneas de investigación, nos gustaría llevar a término la propuesta de un análisis de las motivaciones turísticas que, por falta de tiempo, no

hemos podido realizar. Se trataría, pues, de una investigación, con la que pretendemos averiguar el peso de dichas motivaciones, basándonos en los resultados de 30 estudios empíricos que nos preceden, en los que se intentó encontrar los motivos para visitar lugares asociados con la muerte y el sufrimiento.²

Los resultados de estos estudios fueron recogidos en una tabla por Light (2017:286), dando lugar a un total de 19 motivaciones distintas, además de una última categoría, en la que se recogen las razones que fueron mencionadas solamente una vez por estudio.

Nuestra propuesta sería la clasificación de dichas razones de acuerdo con las tres principales motivaciones de los turistas oscuros, según Foley y Lennon³, para poder evaluar la importancia de cada una de las tres, además de desarrollar qué motivaciones se incluyen dentro de cada categoría.

En la tabla de análisis (*vid.* Anexo VIII), se pueden apreciar los motivos turísticos obtenidos en dichos estudios, que hemos categorizado según las tres principales motivaciones del turismo oscuro según Lennon y Foley (1997), añadiendo por nuestra parte el interés mórbido como cuarta motivación, con el fin de poder calcular el peso de dichas razones y averiguar así su importancia. Los motivos marcados en gris son aquellos cuya asignación a solo una categoría principal resulta difícil.

El porcentaje de cada motivación se ha calculado a través de la lista de resultados de Light (2017:286), en la que se recoge el número de veces que cada motivo fue identificado en los estudios (*vid.* Anexo VIII).

² Autores de los estudios (Light, 2017:286)

³ “recuerdo, educación o entretenimiento” (1997:155)

7. Bibliografía

Adán, C. (18 de diciembre de 2016). *El Pueblo Viejo de Belchite premia visitante 30.000 y casi dobla los turistas de 2015*. Heraldo. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2016/12/18/el-pueblo-viejo-belchite-premia-visitante-000-casi-dobla-los-turistas-2015-1148798-2261126.html> . [2022, 20 de abril].

AFP (7 de enero de 2008). *Record numbers visit Auschwitz: museum*. Abc News. <https://www.abc.net.au/news/2008-01-08/record-numbers-visit-auschwitz-museum/2683680> . . [2022, 22 de abril].

Aragón Noticias (25 de octubre de 2021). *Belchite espera con ilusión los siete millones de los Presupuestos del Estado*. Aragón Noticias. <https://www.cartv.es/aragonnoticias/noticias/belchite-espera-con-ilusion-los-siete-millones-de-los-pge-5661> . [2022, 2 de abril].

Ashworth, G. (1996). Holocaust tourism and Jewish culture: The lessons of Krakow-Kazimierz. *Tourism and cultural change*, 1-12.

Ashworth, G. (2002). Holocaust tourism: The experience of Krakow-Kazimierz. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 11(4), 363-367.

Ashworth, G. (2004). Tourism and the heritage of atrocity: Managing the heritage of South African apartheid for entertainment. En T.V.Singh (Ed.), *New horizons in tourism: Strange experiences and stranger practices* (pp. 95-108). Wallingford: Cabi Publishing.

Ashworth, G., & Hartmann, R. (2005). *Horror and human tragedy revisited: the management of sites of atrocities for tourism*. Elmsford: Cognizant Communication Corporation.

Ashworth, G., & Isaac, R. (2015). Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on 'dark'tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(3). 316-325.

Auschwitz Exhibition (4 de enero de 2018). *2,100,000 people visited Auschwitz in 2017*. Musealia. <https://auschwitz.net/en/2100000-people-visit-auschwitz-in-2017/> . [2022, 22 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022a). *Concierto de la fuga el 18 de junio 2022*. Ayuntamiento de Belchite. https://tienda.belchite.es/site/comprar?id=91&fbclid=IwAR2uxZpn6KGvF-xtvaSxq9Dqi1GLR8G0F4-oXvIHAA-MeR_PQs8PzQn8oVI . [2022, 28 de abril]

Ayuntamiento de Belchite (2022b). *Objeto de la fundación*. Belchite. <https://belchite.es/fundacion-2/> . [2022, 10 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022c). *Pueblo Viejo. Belchite en imágenes. Imágenes Pueblo Viejo*. Belchite <https://belchite.es/galeria-pueblo-viejo/> . [2022, 10 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022d). *Visita Belchite: Arco de la Villa*. Belchite. <https://belchite.es/turismo-belchite-turismo/visita-belchite-arco-de-la-villa/> . [2022, 10 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022e). *Visita Belchite: Monumento a los Caídos*. Belchite. <https://belchite.es/turismo-belchite-turismo/visita-belchite-monumento-a-los-caidos/> . [2022, 8 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022f). *Visita Belchite: Plaza Vieja*. Belchite. <https://belchite.es/turismo-belchite-turismo/visita-belchite-plaza-vieja/> . [2022, 9 de abril].

Ayuntamiento de Belchite (2022g). *Visita Guiada Pueblo Viejo Diurna*. Belchite. <https://belchite.es/visita-guiada-pueblo-viejo-diurna/> . [2022, 8 de abril]

Ayuntamiento de Belchite (2022h). *Visita Guiada Pueblo Viejo Nocturna*. Belchite. <https://belchite.es/visita-guiada-nocturna/> . [2022, 7 de abril].

Bakota, D., Zastavetska, L., y Płomiński, A. (2018). The Disaster in Chernobyl Nuclear Power Plant and Tourism. Condition of and Prospects for the Development of Tourism in the Area of Radioactive Contamination. *Rocznik Ochrona Środowiska*, 20. 495-511

Barbero, G. (25 de octubre, 2021). *Halladas en Belchite dos fosas comunes con 150 personas fusiladas por falangistas: Según testigos de la masacre, la violenta represión en la localidad zaragozana se registró dos días después de estallar la Guerra Civil*. El Español. https://www.elespanol.com/cultura/historia/20211025/halladas-belchite-fosas-comunes-personas-fusiladas-falangistas/622188508_0.html . [2022, 10 de marzo].

Berger, P. (1967). *The Sacred Canopy, Elements of a Sociological Theory of Religion*. New York: Doubleday.

Bilbaopedia (2014). *1937 – Bajo la dictadura franquista*. Bilbaopedia. <http://www.bilbaopedia.info/1937/bajo-la-dictadura-franquista> . [2022, 10 de marzo].

Blom, T. (2000). Morbid tourism-a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 54(1), 29-36.

Bohórquez Torres, M. (2017). *Turismo oscuro, definición, delimitación y agentes: el caso de Sevilla*. Trabajo de grado. Turismo. Universidad de Sevilla, Sevilla.

Byock, I. (2002). The Meaning and Value of Death. *Journal of Palliative Medicine* 5(2), 279–288

Cambridge Dictionary (2014). Cambridge University Press (online). <https://dictionary.cambridge.org/de/worterbuch/englisch/schadenfreude> . [2022, 11 de marzo].

Campo, S. (16 de octubre de 2021). *Sorpresa en Belchite por los siete millones del Gobierno central para el pueblo viejo: El alcalde pide que se redacte un plan integral que fije las prioridades hasta 2026*. *Heraldo*. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2021/10/16/sorpresa-en-belchite-por-los-siete-millones-del-gobierno-central-para-el-pueblo-viejo-1526738.html> . [2022, 17 de marzo].

Castillo, E. (25 de febrero de 2020). *El Coliseo de Roma, gladiadores y luchas de fieras*. *Historia National Geographic*. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/coliseo-roma-gladiadores-y-luchas-fieras_7275 . [2022, 25 de febrero].

Cole, T. (1999). *Selling the Holocaust. From Auschwitz to Schindler: How history is bought, packaged, and sold*. New York: Routledge

Collins English Dictionary (2012). New York: HARPERCOLLINS PUBLISHERS. <https://www.dictionary.com/browse/thanatopsis>

Cords, S. (22 de agosto 2019). *Reenactments : Playing war in the midst of peace: Whether it's Waterloo or Stalingrad, battle reenactments are booming. In Weimar, things are less bloody: There, the excerpts of parliamentarians from the National*

Assembly are replayed. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/en/reenactments-playing-war-in-the-midst-of-peace/a-50115257> . [2022, 4 de marzo].

Dale, C., y Robinson, N. (2011). Dark tourism. En P. Robinson, S. Heitmann, & P. Dieke (Eds.), *Research themes for tourism* (205-217). Wallingford: CABI.

Dalton, D. (2014). *Dark tourism and crime*. London: Routledge.

Dann, G. (1998). *The dark side of tourism, Etudes et Rapports Série L, Sociology/ Psychology/Philosophy/Anthropology (Vol 14)*. Aix-en-Provence: Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques.

Dann, G. (2005). Children of the dark. En G. Ashworth, & R. Hartmann (Eds.), *Horror and human tragedy revisited: The management of sites of atrocities for tourism*, (233-252). New York: Cognizant.

Decreto 230/2001, de 2 de octubre. En BOA Número 126, de 26 de octubre de 2001.

Decreto 231/2001, de 2 de octubre. En BOA Número 126, de 26 de octubre de 2001.

Decreto 322/2002, de 8 de octubre. En BOA Número 128, 28 de octubre de 2002.

Delega, V. (2021). *Turismo oscuro en el Partido de Bragado* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).

Durkin, K. (2003). Death, dying and the dead in popular culture. *Handbook of death and dying*, 1, 43-49.

Editorial Grudemi (2018). Batalla de Waterloo. Recuperado de Enciclopedia de Historia (<https://enciclopediadehistoria.com/batalla-de-waterloo/>). Última actualización: julio 2021. [2022, 20 de febrero].

Elias, N. (1985). *The Loneliness of the Dying*. Oxford: Blackwell.

El Periódico de Aragón (12 de abril de 2022). *Belchite ya es un Destino Turístico Inteligente*. <https://www.elperiodicodearagon.com/la-cronica-del-campo-de-belchite/2022/04/12/belchite-destino-turistico-inteligente-64955030.html> .[2022, 20 de abril].

Europa Press (3 de junio de 2020). *Las visitas al Pueblo Viejo de Belchite se reanudarán el 8 de junio*. Europapress. <https://www.europapress.es/aragon/noticia->

zaragoza-visitas-pueblo-viejo-belchite-reanudaran-junio-20200603122439.html .
[2022, 29 de abril].

Europa Press (25 de febrero de 2021). *Las visitas guiadas al Pueblo Viejo de Belchite vuelven el próximo 5 de marzo*. Europapress. <https://www.europapress.es/aragon/noticia-visitas-guiadas-pueblo-viejo-belchite-vuelven-proximo-marzo-20210225095847.html> . [2022, 29 de abril].

Foley, M., y Lennon, J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.

Foley, M., & Lennon, J. (1997). Dark tourism—an ethical dilemma. *Hospitality, tourism and leisure management: Issues in strategy and culture*, 153-164.

Gajete, J., Rojas, R., & Millán, M. (2017). Turismo oscuro: estudio de la oferta y potencial en Córdoba y provincia. *International journal of scientific management and tourism*, 3(1), 177-190.

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity Press

Godarzi-Mehdikhani, S. (2021). *El turismo oscuro: una nueva estrategia para diversificar la oferta turística de los destinos*. Trabajo de grado, Turismo y Comercio, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Hayward, C. (2015). *Jack the Ripper Museum*, [en línea]. London: National Council on Public History. <https://ncph.org/history-at-work/jack-the-ripper-museum/> .[2022, 27 de febrero].

Heraldo (27 de diciembre de 2019). *El pueblo viejo de Belchite recibe por primera vez más de 40.000 visitantes en un año*. Heraldo. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2019/12/27/pueblo-viejo-belchite-recibe-mas-40-000-visitantes-ano-1350744.html> . [2022, 29 de abril].

Hiernaux, D. (2002). Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux, A. Cordero y L. van Duynen, *Imaginarios sociales y turismo sostenible* (7-36). San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Historia.com (1 de enero de 2017). *1 Enero 404 La última competición de gladiadores conocida*. Historia.com. <https://www.historia.com/magazine/1-enero-404-la-ultima-competicion-de-gladiadores-conocida/> . [2022, 20 de febrero].

- Jiménez, I. (2020). *Cae la noche en Belchite*. Amiguitos – Sprachen für Kinder
- Korstanje, M., & George, B. (2015). Dark Tourism: Revisiting Some Philosophical Issues. *E-review of Tourism Research*, 12(1/2), 127-136.
- Korstanje, M. (2016). Inglaterra y el Turismo Oscuro: los orígenes de la thanaptosis. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 6(2), 183-194.
- La Vanguardia (20 de enero de 2015). *El ‘mochilero’ nipón que fue a Iraq “a ver qué pasaba”*. <https://www.lavanguardia.com/internacional/20150120/54423793979/mochilero-nipon-iraq.html> . [2022, 18 de marzo].
- Lennon, J., y Foley, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster* (London: Cassel).
- Lennon, J. (2010). Dark tourism and sites of crime. En D. Botterill, & T. Jones (Eds.), *Tourism and crime: Key themes* (215-228). Oxford: Goodfellow Publishers
- Lewis, C. (2008). Deconstructing Grief Tourism. *International Journal of the Humanities*, 6(6).
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.
- Logan, W., y Reeves, K. (2009). Places of pain and shame. *Dealing with Difficult Heritage*. Nueva York: Routledge.
- MacCannell, D. (1989). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (2). New York: Schocken Books.
- Malvar, A. (3 de abril de 2005). *Historia: Belchite, ¿Parque temático?* Crónica El Mundo. <https://www.elmundo.es/cronica/2005/494/1112479206.html> . [2022, 20 de febrero].
- Mayor’s Office for Policing and Crime (2012). *History of the Metropolitan Police: The Enduring Mystery of Jack the Ripper*, [en línea]. Metropolitan Police Service. <https://web.archive.org/web/20121213121625/https://www.met.police.uk/history/ripper.htm> . [2022, 20 de febrero].
- Mellor, P., y Shilling, C. (1993). Modernity, self-identity and the sequestration of death. *Sociology*, 27(3), 411-431.

- Michonneau, S. (2017). *Fue ayer: Belchite: Un pueblo frente a la cuestión del pasado* (1) (121). Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza; Institución “Fernando el Católico”
- Miles, W. (2002). Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism. *Annals of tourism research*, 29(4), 1175-1178.
- Miles, S. (2014). Battlefield sites as dark tourism attractions: An analysis of experience. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 134-147.
- Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana (18 de noviembre de 2021). *Mitma colabora en el proyecto de recuperación del pueblo viejo de Belchite (Zaragoza)*. <https://www.mitma.gob.es/el-ministerio/sala-de-prensa/noticias/jue-18112021-1806> . [2022, 17 de marzo].
- Moreno Bueno, A. (2018). *Belchite: La ruina como valor patrimonial*. Trabajo de grado, Universidad Politécnica de Madrid y Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, Madrid.
- Moufakkir, O., y Burns, P. (2012). *Controversies in tourism*. Oxfordshire y Cambridge: CABI.
- Navascués Alcaay, S. (24 de agosto, 2017). *La Batalla de Belchite*. Historia de Aragón. <https://historiaragon.com/2017/08/24/la-batalla-de-belchite/> . [2022, 5 de abril].
- Nelson Mandela Foundation (2022). *Trials and prisons chronology*. Nelson Mandela Foundation. <https://www.nelsonmandela.org/content/page/trials-and-prison-chronology> . [2022, 3 de marzo].
- Niemellä, T. (2010). *Motivation factors in dark tourism: Case: House of Terror*, Bachelor's thesis, Degree Programme in Tourism and Hospitality Management, Lahti University of Applied Sciences, Finland. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/14984/Niemela_Titta.pdf?sequence=3
- Nietzsche, F. (1887). *Zur Genealogie der Moral. Eine Streitschrift*. Leipzig: Verlag von C.G. Naumann
- Primera Línea (2022a). *Quiénes somos*. Primera línea. <https://primera-linea.es/quienes-somos/> . [2022, 20 de febrero].

Primera Línea (2022b). *Eventos*. Primera línea. <https://primera-linea.es/eventos/> . [2022, 20 de febrero].

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª. ed.). Madrid: Espasa-Calpe

Roberts, C., y Stone, P. (2014). Dark tourism and dark heritage: Emergent themes, issues and consequences. En I. Convery, G. Corsane, & P. Davies (Eds.), *Displaced heritage: Responses to disaster, trauma and loss* (9-18). Woodbridge: Boydell Press.

Robinson, M. y Novelli, M. (2005). Niche tourism: an introduction. En Novelli, M. (ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (1-11). Oxford: Elsevier Butterworth – Heinemann.

Sádaba, M. (7 de agosto de 2014). *En busca de un dueño para el hotel de Belchite: El alquiler y la inversión inicial son los principales elementos disuasorios de todos los interesados*. Heraldo.

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2014/08/07/en-busca-de-un-dueno-para-el-hotel-de-belchite-284012.html> . [2022, 15 de marzo].

Seaton, A. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.

Seaton, A. y Lennon, J. (2004). Thanatourism in the early 21st century: moral panics, ulterior motives and ulterior desires. *New horizons in tourism: Strange experiences and stranger practices*, 63-82.

Seaton, A. (2009). Thanatourism and its Discontents: an Appraisal of a Decade's Work Some Future Issues and Directions. En Jamal, T. y Robinson, M. (Eds.), *The Sage handbook of tourism studies* (521-542). London: Sage Publications.

Sharpley, R. (2005). Travels to the Edge of Darkness: Towards a typology of dark tourism. En C. Ryan, S. Page y M. Aicken (eds.), *Taking Tourism to the Limit: Issues, Concepts and Managerial Perspectives* (215-226). Londres: Elsevier.

Sharpley, R., & Stone, P. R. (Eds.). (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Bristol: Channel view publications.

- Slade, P. (2003). Gallipoli thanatourism: The meaning of ANZAC. *Annals of tourism research*, 30(4), 779-794.
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145-160.
- Stone, P., y Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*, 35(2), 574-595
- Stone, P. (2012). Dark tourism as “mortality capital”: The case of Ground Zero and the significant other dead. En Sharpley, R. y Stone, P. (eds.), *Contemporary Tourist Experience: Concepts and Consequences* (71-94). Londres y Nueva York: Routledge.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: A critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307-318.
- Stone, P. (2016a). Interpreting the “impossible”. Enlightening the “dark” in dark tourism. *Interpretation Journal of the Association for Heritage Interpretation*, 21(2), 22-24.
- Stone, P. (2016b). A Commodification of Death: Dark Tourism and Difficult Heritage. En: 'Packaging up' *Death and the Dead for the Contemporary Visitor Economy: A Dark Tourism and Heritage Perspectives Conference, 'Encountering Corpses' ESRC Seminar Series 2014-2017*. University of Central Lancashire, Lancaster Castle. (Unpublished)
- Taillon, J. (2009). *The Case Against Thanatourism as a Postmodern Conceptualization: The Role of Societal-Cultural Factors in Thanatourist Motivation* (Tesis de licenciatura [BSc]). Universidad de Texas A&M
- Tarlow, P. (2005). Dark tourism: the appealing ‘dark’ side of tourism and more. En M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*, 47-58. Amsterdam: Elsevier.
- Tercier, J. (2005). *The contemporary deathbed: The ultimate rush*. Springer.
- Thurnell-Read, T. (2009). Engaging Auschwitz: an analysis of young travellers' experiences of Holocaust Tourism', *Journal of Tourism Consumption and Practice* 1(1), 26-52.

- Tragacete, M. (9 de abril de 2013). *Visitar el pueblo viejo de Belchite cuesta seis euros: El ayuntamiento ha decidido prohibir el acceso libre al conjunto histórico, que solo se podrá visitar contratando el servicio de visitas establecido*. *Heraldo*. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2013/04/09/visitar-el-pueblo-viejo-de-belchite-cuesta-seis-euros-195067.html> . [2022, 23 de abril].
- Turismo Campo de Belchite (2022). *Pueblos*. <https://turismocampodebelchite.es/> . [2022, 26 de marzo].
- Turium (16 de diciembre de 2021). *DTI: ¿Qué beneficios aporta ser un destino turístico inteligente?* <https://www.turium.es/actualidad/noticias/dti-que-beneficios-aporta-ser-un-destino-turistico-inteligente/> . [2022, 26 de marzo].
- Van Broeck, A. M., & López López, A. (2018). Dark tourism. From commemoration to commodification of death, disasters and the macabre. *TEORIA Y PRAXIS*, 14(24), 23-68.
- Vidao Teruel, B. (2014). *El patrimonio arquitectónico de Belchite Viejo y su intervención: desde su destrucción en 1937 hasta nuestros días*. Trabajo de grado, Grado en Historia del Arte, Universidad de Zaragoza, Zaragoza. . [2022, 20 de abril].
- Walsh, J. (1992). *The representation of the past*, London: Routledge
- Western Front Battlefield Tours (2005) *The Concept*. www.battlefield-toursonline.co.uk
- White, L., & Frew, E. (2013). *Dark tourism and place identity: Managing and interpreting dark places*. Routledge.
- Yuill, S. (2003). *Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation at Sites of Death and Disaster*. Master thesis, Recreation, Park and Tourism Sciences, Texas A&M University, US. <https://oaktrust.library.tamu.edu/bitstream/handle/1969.1/89/etd-tamu-2003C-RPTS-Yuill-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zerva, K. (2011). Turismo oscuro y destinos: en búsqueda de una experiencia auténtica. *Investigación en Ciencia Regional*, 1(1), 63-72.

8. Anexos

Anexo I: Ficha de observación N°1

Ficha de observación N°1			
1. Información básica			
Denominación	Visita Guiada Pueblo Viejo Diurna		
Horario	Lunes a viernes: 12h, 16h Sábado: 11h, 12h, 13h, 16h, 17h Domingo: 11h, 12h, 13h, 16h	Duración	~ 1,5h
Precio para individuales	< 14 años = gratuito > 14 años = 8€/persona	Precio Visita diurna + nocturna	14€/persona
Precio para grupos	10-19 personas = 6€ persona más de 20 personas = 4€/persona		
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none">- Se deberá acudir al Arco de la Villa, al extremo de la Plaza de Goya 10 minutos antes del comienzo de la visita.- Los menores de edad tienen que ir acompañados de un adulto.- Los perros pueden entrar, siempre con correa (Ayuntamiento de Belchite (2022g))		
Compra de entradas	En la Oficina de Turismo de Belchite, o presencialmente en la Calle Becú N°2, 50130 Belchite o en la web: www.belchite.es		
2. Descripción de la ruta			
Fotografías			

	 <p style="text-align: center;">Fuente: Fotografías propias (2022)</p>
Punto de partida	<p>La visita comienza en el Arco de la Villa, que se ubica en el lado extremo de la Plaza de Goya y que es una de las tres entradas que tenía Belchite. Hoy, es la única entrada al Pueblo Viejo, mediante la cual el/la guía permite el acceso de los visitantes al Pueblo Viejo.</p>
Descripción del recorrido	<p>Después de las palabras introductorias del/de la guía y la información proporcionada acerca del Arco de la Villa, la visita continúa por la Calle Mayor de Belchite, que arranca desde este portal. Bajando la Calle Mayor, se pasa por los restos de la casa del médico y el antiguo hospital, que están uno frente al otro. A pocos metros de estas casas, la visita continúa subiendo por un ramal a la derecha, que lleva al Trujal de Belchite. Después de haber subido hasta el monumento conmemorativo del Trujal, se baja hasta volver a encontrarse en la Calle Mayor. Siguiendo por ella, se llega a la Plaza Nueva, en la que antes de la guerra se encontraban el Ayuntamiento de Belchite y unos palacios renacentistas, además de viviendas tradicionales, una fuente ornamental que llevaba agua potable a los belchitanos y la Casa de Dominica Fanlo. Aparte de esta última casa, cuyas ruinas dejan averiguar la estructura del edificio además de las piedras sobre las cuales se erigió la fuente, los edificios antiguos de esta plaza se han destruido completamente. La visita sigue bajando la Calle Mayor, para llegar a la Plaza Vieja, en cuyo extremo está ubicada la Torre del Reloj. Siguiendo el camino por la Calle Mayor, llegamos a la Iglesia de San Martín de</p>

	<p>Tours, a cuyas ruinas se entra durante esta visita. Posteriormente, saliendo de la iglesia, la visita pasa por las ruinas del Convento de San Rafael, ubicado al lado de la iglesia. Este es el punto más austral del pueblo al que llega esta visita. De vuelta hacia el Arco de la Villa, se camina por una calle secundaria, que permite obtener diferentes vistas sobre las ruinas ya pasadas además del paisaje alrededor de las mismas. Un punto de interés al que el/la guía muestra a lo lejos es el Arco de San Roque, que fue otra entrada al Pueblo Viejo. Como último punto de interés, la visita pasa por el Convento de San Agustín.</p>
Principales recursos que componen la ruta	<p>El Arco de la Villa - Ficha de recursos N°1 El Trujal - Ficha de recursos N°2 La Plaza Vieja y el Torre del Reloj - Ficha de recursos N°3 Iglesia de San Martín de Tours - Ficha de recursos N°4</p>
3. Demanda	
Edades y agrupaciones de turistas	<p>La mayoría de los turistas son de edad media (40-50 años) y vienen en pareja. Después de las parejas, la segunda agrupación más común es la del conjunto de amigos y, por último, las escasas personas que acuden solas (E1)</p>
Procedencia de los turistas	<p>Mayoritariamente son turistas españoles, según las estimaciones de la Oficina de Turismo (E1) representan alrededor del 80%, siendo en primer lugar turistas locales y regionales que vienen de Zaragoza y de sus alrededores. Después, se registran los turistas nacionales de otras localidades, en su mayor parte de Navarra, Barcelona y de Lleida. Por último, están los turistas internacionales, cuya mayor parte viene de Francia; además, aunque en menor medida, se han registrado americanos del norte y del sur, además de asiáticos.</p>
Época propicia para la visita	<p>Según la información de la Oficina de Turismo de Belchite (E1), cuentan con una afluencia turística alta de abril a diciembre, representando los meses desde enero hasta marzo la temporada baja.</p>

Anexo II: Ficha de observación N°2

Ficha de observación N°2			
1. Información básica			
Denominación	Visita Guiada Pueblo Viejo Nocturna		
Horario	Abril-Octubre = 22h Noviembre-Marzo= 20h	Duración	~ 1,5h
Precio para individuales	<14 años = gratuito > 14 años = 12€/persona	Precio Visita diurna + nocturna	14€/persona
Recomendaciones	Los menores de edad tienen que ir acompañados de un adulto. Los perros pueden entrar, siempre con correa. Para esta visita se recomienda llevar una linterna Ayuntamiento de Belchite (2022h)		
Compra de entradas	En la Oficina de Turismo de Belchite, o presencialmente en la Calle Becú N°2, 50130 Belchite o en la web: www.belchite.es		
2. Descripción de la ruta			
Fotografía	 <p style="text-align: center;">Fuente: Ayuntamiento de Belchite (2022c)</p>		
Punto de partida	La Plaza de Goya, que linda con el Arco de la Villa, que es una de las tres entradas que tenía Belchite. Hoy, es la única entrada al Pueblo Viejo, mediante la cual el/la guía permite el acceso de los visitantes al Pueblo Viejo		
Descripción del recorrido	Al igual que durante la visita diurna, el/la guía empieza con unas palabras introductorias en el Arco de la Villa para después continuar la visita bajando la Calle Mayor. La primera parada se hace cuando aparece el ramal a la izquierda, que va hacia el Convento de San Agustín. Es el primer punto en el que el/la guía cuenta sobre apariciones y reproduce psicofonías grabadas. Después, se sigue el camino de la Calle Mayor, hasta llegar hacia el ramal a la derecha, que dirige al Trujal. Se sube hacia esta fosa común, para escuchar las psicofonías grabadas ahí y se da la posibilidad a los turistas		

	<p>de dejar un magnetófono o móvil grabando durante la hora de la visita. Se vuelve hacia la Calle Mayor para seguir su trayecto hacia la Plaza Nueva y después hacia la Plaza Vieja y la Torre del Reloj, donde se muestran algunas fotos en las que se han registrado apariciones. Posteriormente, la visita sigue su camino hacia la Iglesia de San Martín de Tours, para hacer escuchar al turista más psicofonías dentro de esta. Después, se vuelve por la Calle Mayor, hasta llegar al ramal de la primera parada, que se dirige hacia el Convento de San Agustín. El desvío a este convento es la última parada de la visita, antes de volver hacia el Arco de la Villa.</p>
<p>Principales recursos que componen la ruta</p>	<p>Esta visita se basa en las psicofonías⁴ y en otros fenómenos paranormales como apariciones, que se han registrado en el Pueblo Viejo de Belchite (Michonneau, 2017). En la primera esquina, entre la Calle Mayor y el ramal hacia el Convento de San Agustín, el/la guía se detiene para hablar de varios fenómenos inexplicables, relacionados con dos mujeres que vivieron en la casa de la esquina y que fueron dos de las primeras víctimas de la Batalla de Belchite. A lo largo de los años, se han producido varios incidentes, como por ejemplo la aparición de dos figuras de mujeres vestidas con ropa de la época que al ser perseguidas desaparecieron; o la toma de fotografías en las que aparecen personas o sombras que originalmente no estaban. El/la guía muestra estas fotos en una tablet mientras habla sobre los incidentes ocurridos. Además señala que algunas fotos fueron tomadas por turistas durante las visitas nocturnas. Otro punto importante durante la visita es el Trujal donde, además de escuchar psicofonías grabadas, el/la guía sugiere dejar magnetófonos o móviles grabando durante la visita, para posiblemente registrar una nueva psicofonía. La Plaza Vieja, que se visita posteriormente, es otro punto de interés, en el que el/la guía muestra algunas fotografías en las que se han registrado personas que no estaban en el lugar, además de otras de la Cruz de los Caídos, en las que se aprecian luces extrañas. Invita a los turistas a tomar fotos de la cruz, para supuestamente captar estas luces. Posteriormente, el/la guía enseña unas fotografías de la Torre del Reloj tomadas durante una visita nocturna, en las que se pueden observar dos caras en el muro de la torre. Mostrándolas, cuenta que en el siglo XVI, en el momento de colocar el reloj en la torre, se encontraron dos cuerpos emparedados en la misma. Como próximo punto de</p>

⁴ Por psicofonía se entiende la “grabación de sonidos atribuidos a espíritus del más allá” (RAE, 2022). En Belchite, las primeras psicofonías se grabaron casualmente en el año 1986, cuando Carlos Bogdanich, al crear una emisión para Radio Heraldo, grabó sonidos que parecen pertenecer a la Batalla de Belchite. Se trata de explosiones y sonidos de motores de aviones, combinados con cantos y gritos como “Rendíos”, “No hay más que una vida” y “No han vuelto por nada” (Michonneau, 2017: 293).

	<p>interés destaca la Iglesia de San Martín de Tours, escenario de una de las primeras psicofonías de Belchite. El/la guía reproduce la grabación, en la que se escuchan unos niños que cantan una canción que, como confirmó una mujer que se había criado en el Convento de San Rafael al lado de la iglesia, solían cantar en dicho convento.</p>
3. Demanda	
Tipo de turista (Edad, constelación)	Además de los turistas de mediana edad, que prevalecen en las visitas diarias, en esta visita se registra un mayor número de turistas jóvenes, tanto en pareja como en grupo (E1).
Procedencia de los turistas	Mayoritariamente son turistas españoles, según las estimaciones de la Oficina de Turismo (E1) representan alrededor del 80%, siendo en primer lugar turistas locales y regionales que vienen de Zaragoza y de sus alrededores. Después, se registran los turistas nacionales de otras localidades, en su mayor parte de Navarra, Barcelona y de Lleida. Por último, están los turistas internacionales.
Época propicia de visita	Según la información de la Oficina de Turismo de Belchite, cuentan con una afluencia turística alta de abril a diciembre, siendo solo los meses desde enero hasta marzo la temporada baja (2022).

Anexo III: Ficha de recurso turístico N°1

FICHA DE RECURSO TURÍSTICO N° 1			
1. Identificación del recurso			
Nombre	El Arco de la Villa		
Ubicación	Provincia	Comarca	Municipio
	Zaragoza	Campo de Belchite	Belchite
Coordenadas	41.302543, -0.750196 (DD) 41°18'09.2"N 0°45'00.7"W (DMS)		
2. Categorización			
Categoría	2 Manifestaciones culturales		
Tipo	2.c. Lugares históricos		
Subtipo	Sitios de Batalla		
3. Descripción del recurso			
Fotografía			
	Fuente: Fotografía propia (2022)		
Descripción general	<p>Hoy en día, el Arco de la Villa es la única entrada al Pueblo Viejo de Belchite. Antiguamente, el pueblo contaba con tres entradas, aunque cabe destacar que, por ser el lugar en el que arranca la Calle Mayor, se estima que este ha sido el portal principal de Belchite (Moreno Bueno, 2018). Se trata de un arco-capilla de dos plantas; ocupando el propio arco la planta baja, que contaba con una puerta que se cerraba por las noches. Sobre este, se encuentra la capilla de la Virgen de los Remedios, también llamada <i>la Virgen del Portal</i>.</p>		
Significado histórico	<p>Antes de la guerra, el arco servía como portal del pueblo que, aunque no contaba con una muralla propiamente, fue compuesto por edificios construidos sin aberturas entre ellos, que poco a poco constituyeron una especie de muralla. Además, su capilla fue usada por los belchitanos para encomendarse a la Virgen de los Remedios, habitualmente cuando salían del pueblo.</p> <p>Durante la Guerra Civil, este Arco se convirtió en un posicionamiento estratégico para las tropas franquistas: al situarse en el comienzo de la Calle Mayor, fue el lugar idóneo para vigilar la avenida más ancha del pueblo. Desde</p>		

	una ventana de este arco, un francotirador solía vigilar la Calle Mayor (que por su alineamiento recto permitía ser divisada enteramente); con instrucciones de disparar a muerte a toda persona que cruzara.
Características arquitectónicas	Es un arco barroco-mudéjar del siglo XVIII de estilo aragonés, cuyos principales materiales de construcción fueron la teja árabe, utilizada para sus cubiertas, la madera para su estructura y puerta, y el ladrillo (Moreno Bueno, 2018; Michonneau, 2017).
Particularidades	Este arco es uno de los puntos del Pueblo Viejo en el que se han grabado psicofonías: en este caso se trata de la grabación de golpes, gritos e incluso disparos, que evocan los tiros que el francotirador hizo desde su ventana, matando a aquellos que se atrevieran a transitar por la Calle Mayor.
Estado de conservación	Hoy en día, el arco está en muy buen estado, gracias a la reconstrucción que se llevó a cabo en el año 2008, realizada por el arquitecto Javier Borobio, encargado por la Diputación General de Aragón (DGA) (Michonneau, 2017). Considerando los criterios estéticos de la época, el arquitecto reedificó el portal, de manera que hoy representa el elemento más intacto del Pueblo Viejo.
Reconocimientos	No cuenta con reconocimiento individual, aunque como parte del Pueblo Viejo, sí tiene la categoría de Bien de Interés Cultural, en la figura de Sitio Histórico de Belchite Viejo (Decreto 322/2002 del 8 de octubre).

Anexo IV: Ficha de recurso turístico N°2

FICHA DE RECURSO TURÍSTICO N° 2			
1. Identificación del recurso			
Nombre	El Trujal		
Ubicación	Provincia	Comarca	Municipio
	Zaragoza	Campo de Belchite	Belchite
Coordenadas	41.300787, -0.748861 (DD) 41°18'02.8"N 0°44'55.9"W (DMS)		
2. Categorización			
Categoría	2 Manifestaciones culturales		
Tipo	2.c. Lugares históricos		
Subtipo	Sitio de Batalla		
3. Descripción del recurso			
Fotografía	 <p style="text-align: center;">Fuente: Ayuntamiento de Belchite, 2022e (izquierda); Fotografía propia, 2022 (derecha)</p>		
Descripción general	El Trujal fue un antiguo molino de aceite que, de manera improvisada, se utilizó como fosa común durante la Batalla de Belchite. Sobre este trujal, fue construido un Monumento a los Caídos.		
Significado histórico	En el Pueblo Viejo de Belchite, era común que las casas tuvieran trujales, ya que había una alta presencia de olivares en el campo alrededor. Durante la Batalla de Belchite, este trujal que está situado en el centro geográfico del campo, justo detrás del antiguo hospital del pueblo, fue usado como una fosa común. En ella, se arrojaron los cadáveres que, dadas las altas temperaturas de agosto, empezaron a descomponerse de manera rápida. No se sabe exactamente cuántos cuerpos se introdujeron en este trujal, pero las estimaciones varían entre 80		

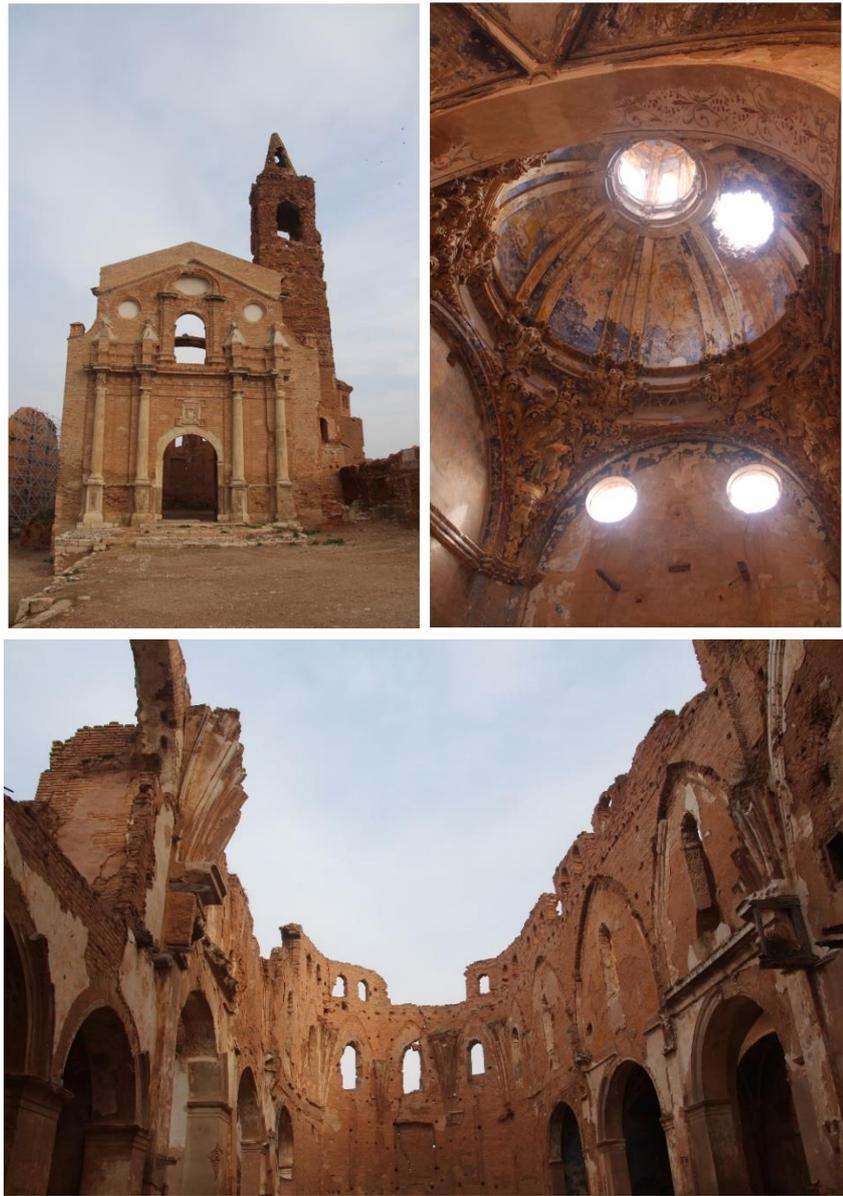
	<p>y 300 personas. En los años 50, Franco ordenó erigir un monumento conmemorativo sobre el molino de aceite, en honor a los soldados caídos del bando azul. En el monumento se grabó la siguiente leyenda: <i>EN ESTAS TIERRAS HEROICAS SE UNIERON PARA SIEMPRE EN LA MUERTE: EJÉRCITO FALANGE REQUETE Y PUEBLO DE BELCHITE AL SERVICIO DE DIOS Y POR UNA ESPAÑA GRANDE Y LIBRE.</i></p> <p>Cabe destacar que en esta fosa común se encuentran los cadáveres tanto de soldados franquistas, como de republicanos, además de civiles.</p>
Características arquitectónicas	<p>Es un molino de aceite de 4 metros de profundidad y otros 4 metros de ancho, que por fuera cuenta con una muralla de ladrillos y una puerta de varillas metálicas. El monumento conmemorativo que se encuentra dentro de dicha muralla está hecho de piedra en la que se grabó la dedicatoria para los soldados azules.</p>
Particularidades	<p>Aparte de su uso particular, este trujal destaca por ser uno de los últimos puntos de resistencia durante la Batalla de Belchite. Además, fue uno de los escenarios en los que se grabaron las primeras psicofonías en 1986 (Michonneau, 2017).</p>
Estado de conservación	<p>Mientras que la muralla del trujal sigue intacta, el monumento conmemorativo cuenta con daños de vandalismo, concretamente hay varios mensajes manuscritos sobre el grabado.</p>
Reconocimientos	<p>No cuenta con reconocimiento individual, aunque como parte del Pueblo Viejo, sí tiene la categoría de Bien de Interés Cultural, en la figura de Sitio Histórico de Belchite Viejo (Decreto 322/2002 del 8 de octubre).</p>

Anexo V: Ficha de recurso turístico N°3

FICHA DE RECURSO TURÍSTICO N° 3			
1. Identificación del recurso			
Nombre	Plaza Vieja y Torre del Reloj		
Ubicación	Provincia	Comarca	Municipio
	Zaragoza	Campo de Belchite	Belchite
Coordenadas	<u>Plaza Vieja:</u> 41.300145, -0.747614 / 41°18'00.5"N 0°44'51.4"W <u>Torre del Reloj</u> 41.300267, -0.747312 / 41°18'01.0"N 0°44'50.3"W		
2. Categorización			
Categoría	2 Manifestaciones culturales		
Tipo	2.c. Lugares históricos		
Subtipo	Sitios de Batalla		
3. Descripción del recurso			
Fotografía	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: center;">Fuente: Fotografías propias (2022)</p>		
Descripción general	<p>En el centro del Pueblo Viejo se ubica la Plaza Vieja, en cuyo centro nos encontramos con la segunda de los dos “monumentos al heroico desenlace” (Moreno Bueno, 2018:59) que el bando franquista mandó erigir: la Cruz de los Caídos, retratada en la foto de la izquierda. La Torre del Reloj, que figura en la fotografía derecha, se sitúa en el extremo de esta plaza.</p>		
Significado histórico	<p>La Plaza Vieja era el lugar en el que, al finalizar la Batalla de Belchite, el bando republicano quemó una gran parte de las personas muertas durante la Batalla. Al ver que fueron más de 5000 personas las que habían perdido la vida en estos 14 días, se dieron cuenta de que no podían enterrar a todos y procedieron con la incineración de los cuerpos muertos y, según testimonios, incluso de los aún agonizantes (Moreno Bueno, 2018).</p>		

	<p>La Cruz de los Caídos del centro de la plaza fue erigida en la posguerra, cuando el ejército franquista ordenó su construcción a los republicanos que habían apresado.</p> <p>La Torre del Reloj es del siglo XIV y es el único elemento intacto de la antigua Iglesia de San Juan, que anteriormente había sido la sinagoga judía y que en el siglo XIX se convirtió en el <i>Teatro de las Pampas</i>. La primera referencia que existe acerca del reloj público, por el que la torre de la iglesia fue nombrada posteriormente, data del siglo XVIII, aunque se estima que fue colocado en el siglo XVI.</p> <p>Medio año después de la Batalla de Belchite, en marzo de 1938, la torre fue dañada por una bomba de 500 kilos, perdiendo su remate y demoliéndose su segundo piso (Moreno Bueno, 2018).</p>
Características arquitectónicas	<p>La Cruz de los Caídos es una cruz de hierro forjada.</p> <p>La Torre del Reloj es una construcción del estilo mudéjar del siglo XIV o XV de planta cuadrada. Por entonces, las torres mudéjar aragonesas habitualmente eran decoradas en todos sus espacios, por lo que esta torre destaca, al ser lisa hasta su parte superior, en la que se encuentran decoraciones.</p> <p>Esta divergencia del estilo arquitectónico se debe a que las casas del viejo Belchite amurallaban el pueblo, ocultando la parte inferior de la torre. Las decoraciones de la torre son esquinillas y rombos formados, como la totalidad de la torre, por ladrillo. Como se puede apreciar en la fotografía, la torre de hoy es el resultado de una reconstrucción, viéndose claramente cómo se combinan los restos de la parte superior original con la reconstrucción.</p>
Particularidades	<p>Una psicofonía habría desvelado que el reloj de la torre que se detuvo al estallar la Guerra Civil, se paró exactamente a las 12 menos cuarto (Ayuntamiento de Belchite, 2022).</p>
Estado de conservación	<p>Aparte de la Plaza Nueva, la Plaza Vieja ha sido una de las zonas más afectadas por los bombardeos de la Guerra Civil (Moreno Bueno, 2018). Como resultado, la Torre del Reloj fue la única parte no destruida completamente, quedando su parte superior dañada además de unos arcos del muro lateral. Gracias a las obras de restauración, que el Gobierno aragonés encargó a BAU Estudio de Arquitectura y Urbanismo en 2002, hoy su estado de conservación es bueno (Moreno Bueno, 2018).</p> <p>El hierro de la Cruz de los Caídos, que fue construida después de la guerra, está en buen estado, aunque cabe destacar que la piedra inferior sobre la que reposa la cruz contiene daños por vandalismo, concretamente varios mensajes manuscritos. Además, el/la guía comentó que el monumento contaba con farolas, que han sido robadas.</p>
Reconocimientos	<p>La Torre del Reloj fue reconocida como Bien de Interés Cultural en la categoría de Monumento, por el Decreto 231/2001, de 2 de octubre, del Gobierno de Aragón (BOA Número 126, de 26 de octubre de 2001).</p>

Anexo VI: Ficha de recurso turístico N°4

FICHA DE RECURSO TURÍSTICO N° 4			
1. Identificación del recurso			
Nombre	Iglesia de San Martín de Tours		
Ubicación	Provincia	Comarca	Municipio
	Zaragoza	Campo de Belchite	Belchite
Coordenadas	41.299611, -0.745313 (DD) 41°17'58.6"N 0°44'43.1"W (DMS)		
2. Categorización			
Categoría	2 Manifestaciones culturales		
Tipo	2.c. Lugares históricos		
Subtipo	Sitios de Batalla		
3. Descripción del recurso			
Fotografía			

	 <p style="text-align: center;">Fuente: Fotografías propias (2022)</p>
Descripción general	<p>La iglesia fue una parroquia del siglo XV que representaba la parroquia principal del pueblo. A causa de las varias reformas que se llevaron a cabo durante los años, muestra una mezcla única de estilos arquitectónicos.</p>
Significado histórico	<p>Durante la Batalla de Belchite, la Iglesia de San Martín de Tours fue, junto con el antiguo Ayuntamiento, uno de los dos últimos núcleos de resistencia. Durante los últimos días de la batalla, la iglesia se convirtió en un hospital improvisado en el que se refugiaron tanto el bando azul, como partes de la población civil. Finalmente, la iglesia fue tomada cuando cayó una bomba en su techo, matando a la mayor parte de los refugiados (Moreno Bueno, 2018).</p>
Características arquitectónicas	<p>En el siglo XV, la iglesia y su torre se construyeron bajo el estilo mudéjar, aunque la iglesia, por haber sido reformada varias veces, posteriormente se convirtió en una iglesia gótico-mudéjar. Fue construida con nave única, cabecera poligonal y sin capillas. Con la primera reforma, que se realizó entre 1550 y 1560, esta nave se elevó, se cambió la cubierta original por unas bóvedas estrelladas, se construyó una galería superior, cuatro capillas laterales y una sacristía, además de añadirse una decoración del ábside. En otra reforma en el siglo XVII, destacan la construcción de la portada monumental que la iglesia tiene hasta hoy y la modificación de las capillas laterales; hoy la iglesia cuenta con seis en el lateral derecho además de tres a su izquierda (Moreno Bueno, 2018). Ambos, la torre y la iglesia, fueron inicialmente construidas en piedra sillar, aunque después de haberse construido el basamento de la iglesia en este material, las partes posteriores se realizaron en ladrillo (Decreto 230/2001, de 2 de octubre). Contrariamente a la iglesia, la torre no ha sufrido esta variedad de reformas, por lo que sigue siendo una torre de estilo mudéjar. Cuenta con una planta cuadrada y tiene tres pisos. Mientras que el primer piso no está decorado, en el segundo se encuentran</p>

	<p>motivos típicos del estilo mudéjar, como por ejemplo las esquinillas y rombos, que también decoran la Torre del Reloj, o los zig-zags. En el tercer piso se encuentran las campanas. Hoy, se puede ver que es el lugar que sufrió más daños por las bombas (Decreto 230/2001, de 2 de octubre).</p>
Particularidades	<p>Esta iglesia es sin duda el elemento más impresionante y famoso de las ruinas de Belchite. Además, destaca por ser el escenario de la primera psicofonía grabada en Belchite, en la que se escuchan los cantos de unos niños.</p>
Estado de conservación	<p>Hoy, la Iglesia de San Martín de Tours está en ruinas; las partes en mejor estado son la portada y la torre.</p>
Reconocimientos	<p>La Iglesia de San Martín de Tours y su Torre fueron reconocidas como Bien de Interés Cultural en la categoría de Monumento, por el Decreto 230/2001, de 2 de octubre, del Gobierno de Aragón (BOA Número 126, de 26 de octubre de 2001).</p>

Anexo VII: Transcripción de entrevista en profundidad: Oficina de Turismo de Belchite (E1; 26 de marzo de 2022)

Muchas gracias por consentir que te haga esta entrevista. ¿Entonces, tu trabajas aquí como guía turística y en la Oficina de Turismo de Belchite?

Sí. Nos turnamos, somos cinco guías [...] y en función de las visitas nos vamos turnando [...]

¿Y tú me habías dicho que llevas desde noviembre, cierto?

Desde noviembre, en noviembre empecé, sí. [...]

Vale. Y sabrías contarme como ha surgido la idea de desarrollar el turismo en Belchite?

[...] El pueblo viejo estuvo abierto hasta 2013. Pero aun así venía mucha gente. Tú ibas por ahí paseando y siempre veías a gente de fuera que venía a verlo. Y yo creo que llegó un momento en el que se veía que venía mucha gente y que encima era peligroso que estuviese abierto, porque como has visto, está en ruinas. Entonces creo que decidieron cerrarlo y hacerlo con visitas guiadas para que la gente no se meta en las casas [...] y también porque si te vas, entras y lo ves, tampoco sabes lo que ha ocurrido ahí, pues mejor que te lo cuenten.

¿Entonces hasta 2013 no había visitas guiadas?

No, hasta 2013 no había visitas guiadas. Ni estaba vallado el pueblo viejo.

¿Y por la iniciativa de quien se organizaron las visitas?

Creo que fue por iniciativa del ayuntamiento de Belchite. Primero había un hombre aquí, que ahora ya no está, al que le gustó mucho la guerra civil y que se encargó de realizar el texto de la visita. Lo que pasa que hace unos años que dejó el trabajo y ahora ya está María José, que nos ha vuelto a hacer otro texto con el que hacemos nuestras visitas.

¿Entonces ahora los agentes implicados en la organización y planificación del turismo de Belchite serían la Comarca el Campo de Belchite y el Ayuntamiento?

Sería más el ayuntamiento que la comarca. [...] Han hecho una fundación que se llama *Pueblo Viejo*, que nos tiene contrada a nosotras (*refiriéndose a las guías*) y que lo organizan todo y esta fundación depende del Ayuntamiento de Belchite.

Vale. Y entonces empezando con las visitas en 2013, ¿os habéis esperado que lleguen tantas personas?

No lo sé. Sé que las visitas han ido aumentando. Por ejemplo desde que lo abrieron, que empezaron con 10.000 visitantes, en 2019 ya fueron 40.000 y este año se espera que todavía sean más.

¿Entonces hay una tendencia creciente?

Sí. Y esperamos que siga así.

¿Tendríais un registro de las visitas que me podríais enseñar?

Sí, lo tiene mi jefa, te voy a dar su correo. [...]

¿Hay un plan de desarrollo turístico para Belchite?

Creo que sí. [...] Hemos hecho una cosa que se llama *Educa Belchite* que está centrado en los colegios, entonces hemos adaptado las visitas a las diferentes edades. Entonces aparte de enseñar el pueblo viejo, también hacemos alguna actividad [...] porque claro, con niños de 12 años [...]

¿Entonces, Educa Belchite se dirige a niños a partir de los 12 años?

Bueno, lo hemos ofrecido hasta desde 6 años pero no han venido. También creo que niños de 6 años son igual muy pequeños. Igual si vas ahí con niños de 12 años, no les puedes contar lo mismo que en una visita normal. Entonces así adaptado con alguna actividad para que resuelvan conflictos entre ellos en pelearse [...].

Entiendo. ¿Y estáis pensando en ampliar la oferta, por ejemplo para hacer más visitas?

Bueno, sí. Ahora mismo estamos centrados en Educa Belchite, que queremos vender, sobre todo para los colegios de la zona de Zaragoza, y luego sí que hay más visitas proyectadas, no solo centradas históricas, pero aún no se han empezado. Sí que hemos pensado igual en hacer algo más de cine, porque en Belchite se han grabado bastantes películas, igual que otra de patrimonio. Y luego también tenemos las visitas de las Huellas de la Guerra Civil, pero solo es para grupos [...] Estas son posiciones donde estuvieron ambos bandos. Subimos a unas trincheras, luego también vamos al campo de desplazados de Rusia [...] También tenemos el museo etnológico, donde hay un documental de los supervivientes de la batalla [...] También colaboramos con Almonacid de la Cuba, que es un pueblo que está aquí cerquita que tienen la presa romana más grande del Imperio Romano, que también ellos hacen visitas y también con la Almazara Molino Alfonso que también se hacen visitas. Y ahora se está elaborando, se está intentando colaborar con las otras dos alazaras que también hay en Belchite, para algo similar, para ofertar también eso.

¿Entonces estáis ofreciendo visitas combinadas, colaborando con otros pueblos?

Sí, porque aquí hay gente que viene y no solo pasa el día en Belchite. Lo que suelen hacer es ir a Fuendetodos, está a 20km de aquí, que es el pueblo natal de

Goya, de Francisco de Goya. Entonces la gente suele ir ahí, viene aquí a Belchite, y se pueden también van a Almonacid de la Cuba. Entonces pasan el día entre los tres sitios.

¿Me imagino que en este caso se trata de personas con coche?

Sí, vienen en coche. Alguna vez te viene alguien en autobús pero poco. Más entre semana, porque ahí hay un poquito más de horarios. Los fines de semana de verdad es horrible [...]

¿Y en el desarrollo del turismo, habéis tenido en cuenta las implicaciones éticas?

La historia no la puedes cambiar, ni para bien ni para mal. Si un bando hizo esto, lo hizo. Nosotras contamos lo que sucedió y lo que añadimos son notas personales, yo por ejemplo hablo de mi familia, cada una habla de su familia. Luego a mí, en las visitas, nunca me han dicho nada, a algunas compañeras sí. O luego te metes en las reservas de Google y lees que *no somos neutrales* o alguna cosa así.

¿Entonces todas las guías sois de Belchite?

Sí, somos todas de aquí, todas las cinco.

Vale. Hablando de los belchitanos, ¿entre la población local, sabes si hay alguien al que le moleste que vengan turistas y que el pueblo viejo se explote turísticamente?

No, creo que no. Que vengan turistas, no creo que molesta. De hecho, pasas por aquí y ves tantos coches y te das cuenta de cuanta gente viene aquí. Por ejemplo mi abuela dice “Pero como que viene tanta gente si no hay nada?”, pero claro, mi abuela no ve que eso sea algo que la gente quiera visitar, para ella es su pueblo en ruinas que se quedó.

Claro, por eso pensé que a lo mejor podría haber alguien a quien le moleste que vengan los turistas.

Claro, a ver, no es que les moleste. Les sorprende, digamos. Porque no ven que sea algo visitable, no entienden. Pero eso son más las personas mayores.

¿Entonces dirías que la relación entre los vecinos y los turistas es buena?

Sí. No ha habido problemas.

¿Y como ves el impacto en la economía local?

Lo veo sobre todo para los bares y restaurantes, y los hoteles también. El hotel por ejemplo, creo que está prácticamente lleno todos los fines de semana y luego en los bares, pues también ves que mucha gente que se queda a cenar o comer. Y luego también que luego compran un poco de aceite de oliva, creo que es lo que más se

hace por la zona a nivel de economía. No sería el sustento, o sea, Belchite no vive del turismo, pero sí que ayuda al sector terciario, a los servicios.

¿Y sabes si están planeando ampliar la oferta, por ejemplo de los alojamientos turísticos y transportes públicos?

El transporte a Belchite depende de una empresa privada, o sea que no depende del ayuntamiento, así que creo que no tienen pensado nada. Y a nivel de restaurantes, no he oído nada. La verdad que hay algunos cuantos, para la población que somos, tenemos bastantes restaurantes. Y hoteles, claro aquí tenemos el hotel y el apartahotel, y luego todos los pueblos de la comarca tienen un par de casas rurales, entonces como están cerquita, yo creo que con eso de momento la oferta está cubierta.

¿Y en cuanto a la demanda, es decir, los turistas que vienen: has notado una diferencia entre los turistas que vienen para la visita histórica durante el día y los que vienen para la visita nocturna, de las leyendas?

Sí. [...] Por la noche hay veces que te vienen igual un poquito con, no voy a decir falta de respeto, pero un poco como a pasárselo bien, con un grupo de amigos, y se van riendo [...]. Y de día, la verdad que nunca he visto a nadie riéndose, porque saben que lo que estás escuchando, no tiene nada de [...]. Pero por la noche, sí que pasa a veces. También es cierto que el enfoque es diferente.

¿Y hablando de los turistas que vienen durante el día, para la visita histórica, suelen ser individuales, parejas o grupos?

Vienen muchas parejas, matrimonios [...]. Parejas de dos son los que más vienen. Luego a veces vienen con niños, pero sobre todo parejas.

¿Y qué edad suelen tener?

De edad media. Digamos de 40-50 años son los que más vienen. Y entre semana por ejemplo, vienen más los jubilados, eso se nota. Porque tienen más tiempo.

Entonces entiendo que primariamente vienen parejas y luego algunas familias. ¿También vienen individuales?

De personas solas hay pocas. Sí que es verdad que a veces te viene alguien, pero no es lo habitual. También a veces te viene un grupo de amigos. [...]. Por la noche sí que te viene más gente joven que de día [...]

¿Y suelen ser personas de la zona o también personas internacionales?

La mayoría de la gente viene de Zaragoza y de alrededores; de España también tenemos de Navarra, de ahí vienen muchos, de Barcelona y de Lleida, que también están mas cerquita. Pero también alguna vez te encuentras con gente que viene de Mallorca. Y alguna vez sí que viene gente de más lejos, por ejemplo hace poco había un grupo de asiáticos, que a mi me llamó la atención. O un chileno. Alguna

vez, no tanto, no es habitual, pero de Estados Unidos también hemos tenido visitantes. Franceses sobre todo, como está más cerca.

¿Pero la mayoría son españoles?

Sí, la mayoría son españoles. Si te tuviera que decir una cifra igual el 80% son españoles. Por eso hacemos las visitas en español. Y cuando vienen personas que no hablan español, tenemos audioguías, en inglés, en francés y en alemán. Entonces, van con el grupo, pero ellos van con el audioguía. Entonces, conforme van llegando a los edificios, vas poniendo el número y vas escuchando. Porque claro, no te sale una visita en inglés. Al no ser que te vengan de propio, un grupo [...] Si por ejemplo están pidiendo una visita 40 franceses. Ahí igual sí que se mira la manera de como hacerla sin audioguías.

¿Y volviendo a lo que has dicho antes sobre el comportamiento, que notas durante la noche..

Sí, yo lo noto diferente. Pero claro, eso es una percepción mía.

¿Y por ejemplo durante el día, en cuanto al comportamiento, hay algunos en los que notas un comportamiento inapropiado?

La verdad que no. Nunca me ha tocado una visita en la que se haya comportado alguien mal. Sí que es verdad que algunas veces, hablando con las compañeras, sobre todo cuando te viene algún colegio con personas de 16-17 años, que están un poquito más de excursión, alguna vez sí ha habido que decirles “Te da gracia lo que te estoy contando?” y ya se calman. Pero eso era lo máximo.

Entiendo. Y bueno, aunque eso sea un poco más difícil de saber o averiguar, en cuanto a las motivaciones de los turistas, según lo que has visto, dirías que es principalmente un interés histórico o cultural o podríamos hablar de un interés en lo macabro y en la muerte?

Creo que a la mayoría, les gusta lo histórico. Pero luego siempre hay alguno que te pregunte más por esto de.. bueno, en España hay un programa que se llama Cuarto Milenio, cuyo presentador es Mikel Jiménez, y siempre se ha dedicado a, pues, venir de noche a Belchite, a grabar psicofonías, ir a sanatorios abandonados [...], y el programa iba sobre eso. Entonces Belchite ha salido varias veces en este programa, y se hizo famoso en este sentido. Entonces sí que siempre hay alguien en la visita que te pregunta por esas cosas.

¿Y hay personas en las que notas que vienen atraídos por un interés en la muerte y en lo macabro?

Bueno, el otro día por ejemplo mandaron un correo que querían hacer unas grabaciones paranormales para su uso personal. Dijo que era medio. Es lo máximo que he visto. Así que un interés para lo macabro, la verdad que no. Aunque es cierto que a veces son grupos tan grandes, que tampoco puedes hablar e interactuar con todos. Entonces tampoco sabes lo que piensan o a lo que vienen. Cuando es un grupo más pequeño, sí que hablas más y te das cuenta si les gusta la

historia o que también hay gente que termina aquí un poquito por casualidad, que no saben lo que era o se esperaban otra cosa. Por ejemplo sí que sorprende mucho que la gente se esperaba que Belchite fuese un pueblo pequeño y llegan aquí y ven que era grande y ven las iglesias que tenían y les sorprende.

Y de cara al futuro, ¿cómo esperáis que vaya evolucionando el turismo en los próximos años?

Pues mi jefa siempre dice que esto va bien y que van a salir muchas colas este año, con que estamos en un momento contento. Porque vemos que cada día vamos a más, y es verdad que en las nocturnas sí que se ha notado un bajón, pero en las diurnas cada día hay más. Por ejemplo en Semana Santa esperamos que sea lleno, van a haber más de ocho visitas al día. O sea, muy contentos en este sentido. Y esperamos que vayan más, y claro, lo que también queremos es ir ampliando la oferta de ofrecer más cosas. Porque lo que no puedes hacer es quedarte siempre igual. Porque si siempre ofreces lo mismo, habrá un momento en el que la gente no venga. Entonces lo que queremos es ofertar más cosas, poquito a poco, porque claro, de momento estamos centrados en hacer bien la visita del día y luego ya poder ofrecer más cosas.

¿Y en la visita diurna, cual es el aforo máximo?

En internet tenemos 30. Pero solemos intentar que se queden 45, eso pasa sobre todo los sábados y domingos. [...] Pero es demasiado en mi opinión, 45 personas.

¿Y aparte de las visitas, tenéis otros eventos turísticos?

También hacemos varios concursos. Se hace el de Belchite de película, que son unos cortos que se graban durante un día en Belchite y también se hacen concursos de pintura rápida. Y vamos haciendo cositas, también algún concierto en verano, alguna obra de teatro, para hacer más cosas.

¿Y estos eventos donde exactamente se celebran?

Pues en el pueblo viejo, en Belchite de película por ejemplo pueden grabar por todo el pueblo, tanto el viejo como el nuevo, el concurso de pintura será dentro del pueblo viejo, en la parte que quieran y luego por ejemplo lo de los conciertos lo hacemos en la plaza en la que estaba la iglesia restaurándose. En esta plaza se monta un escenario y se hace ahí el concierto o la obra de teatro o lo que sea [...] Pero la verdad que queda muy chulo porque claro, teniendo la iglesia de fondo [...] Me imagino que este año si lo hacen, no lo harán ahí porque está aún restaurándose y no es lo mismo.

¿Y los concursos se hacen una vez al año?

Los concursos sí, se hacen una vez al año. Y los conciertos, pues, yo creo que igual se hacen un par al año.

Anexo VIII: Propuesta de análisis de las motivaciones turísticas

Motivo	%	Recuerdo	Educación	Entrete- nimiento	Interés mórbido
Deseo de educación/entendimiento del pasado	16,16%		X		
Curiosidad	10,10%			X	
Conexión personal con el sitio (patrimonio personal o familiar)	6,06%	X			
Deseo de ver para creer/entenderlo mejor/de conectar	6,06%		X		
Ocio	6,06%			X	
Peregrinaje (secular)	5,05%				
Interés histórico/cultural	5,05%		X		
Recuerdo	5,05%	X			
Sensación de obligación moral/conciencia	5,05%	X	(X)		
Interés en la muerte / curiosidad morbosa	4,04%				X
Visita como parte de un itinerario organizado	3,03%			X	
Visita por la importancia para la identidad nacional	3,03%	X	(X)		
Sitio obligatorio ('Must see')	3,03%			X	
Deseo de rendir homenaje a los antepasados personales	2,02%	X			
Deseo de contactar y conectar con la muerte/eventos oscuros/la violencia	2,02%				X
Recomendación personal	2,02%				
Para ver un destino oscuro famoso	2,02%			(X)	X
Para pasar tiempo con los amigos	2,02%			X	
Deseo de ayudar con la recuperación ante desastres	2,02%				
Otras razones (cada una fue mencionada solamente una vez por estudio)	10,10%				