

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado de Gestión Turística



“Análisis del turismo Oscuro y sus motivaciones.”

TRABAJO PREPARACIÓN DEL TFG

Autor/a:

Ivo Ivov Georgiev

Tutor/a:

Eva María Mestre Mestre

GANDIA, 2020

Contenido

Resumen	3
Abstract	3
Objetivos	4
Plan de trabajo	4
Metodología	5
Fuentes e instrumentos utilizados	5
Marco teórico	6
Antecedentes.....	6
Definición de “Dark Tourism”	7
Clasificaciones.....	9
Clasificación realizada por G.M.S. Dann y T. Seaton	9
Clasificación realizada por Stone	11
Clasificación Dark- Light de Stone	15
Motivaciones del turismo oscuro	17
Sitios Dark más populares y sus motivos	19
Pompeya y Herculano	19
Bosque Aokigahara en Tokio, Japón	20
Auschwitz-Birkenau	21
Las catacumbas de París.....	22
Memorial de las torres gemelas World Trade Center	23
Influencia de las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de nuevos destinos: El caso Chernobyl	26
Introducción	26
Redes Sociales.....	26
Películas, series y documentales	34
Conclusiones	37
Turismo Radioactivo Caso "Chernobyl"	38
Antecedentes.....	38
Cuando surgió el turismo	40
Marco jurídico.....	41
Como influyeron los medios.....	42
Conclusiones.....	43
Análisis de nuevos tipos de turismo y sus tendencias	43
Conclusiones	46
Bibliografía	48

Resumen

El turismo es un sector que ha evolucionado de diferentes maneras a lo largo de los años dando a los viajeros nuevas formas de disfrutar su tiempo libre.

Una de ellas es el "Dark Tourism" o Turismo Oscuro en el cual los turistas sienten una atracción por lugares relacionados con la muerte o con una catástrofe natural o humana, una motivación opuesta a la del turista clásico que viaja en busca de un lugar bonito y vivo. Así estando en el lugar presente de los acontecimientos el turista empatiza o intenta recrear en su imaginación lo ocurrido.

En los últimos años los medios de comunicación han popularizado este tipo de turismo aprovechando que los temas de muerte y catástrofes son temas delicados y que generan inquietud e interés. Por ejemplo, la última serie " Chernobyl" de HBO ha influido en un 40% en las llegadas de turistas a la central de Chernóbil, en uno de los tipos de turismo oscuro, el turismo radiactivo (Hunder, 2019). También lo hizo Netflix con la serie "Dark Tourist" con ocho episodios en diferentes lugares del mundo, debido a esta gran demanda muchas empresas ofrecen paquetes turísticos muy completos que permiten una gran variedad (Chernobyl, 2020)

En este trabajo se pretende analizar e investigar el motivo por el que los turistas son impulsados a este tipo de atracción y analizar qué nuevas tendencias y destinos Dark es posible que aparezcan en el futuro.

Palabras Clave: Turismo oscuro, Motivaciones, Medios de comunicación, Tendencias.

Abstract

Tourism has evolved through the years creating new ways of enjoying travelling and leisure.

One of such is the so-called "Dark Tourism", which interests tourists who feel attracted towards places related to death or a human or natural catastrophe. This motivation is opposed to the usual, classical tourist focus, who is to travel to a nice, lively, relaxing place. This type of tourist empathises or tries to relive in their imagination the catastrophes that happened in the place visited. In the past few years, the media have popularised this type of tourism, taking advantage of the fact that issues related to death and catastrophes are of

general interest and delicate matters. One of such is one of the latest HBO series, "Chernobyl", which seems to have had an influence on around 40% of tourist arrivals to the Chernobyl nuclear plant (Hunder, 2019). A similar case is that of Netflix with the "Dark Tourism", which was shot in eight different places around the world. Due to the increase in the demand, many companies offer very complete package tours (Chernobylwel, 2020)

This work tries to analyse the motivations of tourists to visit this type of destination, study the existing proposals related to Dark tourism, and analyse new Dark trends and future destinations.

Objetivos

Objetivo general:

Analizar y comprender los motivos por la atracción hacia turismo oscuro y en particular el turismo radioactivo.

Objetivos específicos:

Analizar tipos de turismo oscuro y sus motivos.

Analizar la influencia de los medios de comunicación en el turismo oscuro.

Tendencias futuras y destinos nuevos.

Plan de trabajo

Elección y delimitación del tema: 40 horas

Revisión bibliográfica: 20 horas

Tutorías :20 horas

Planteamiento de objetivos según las consultas bibliográficas, análisis páginas web: 40 horas

Objetivos e hipótesis :40 Horas

Análisis e interpretación de info/datos: 35 horas

TOTAL DE HORAS: 195 horas

Metodología

Fuentes e instrumentos utilizados

Para poder realizar un análisis y una conclusión de las nuevas tendencias turísticas de los destinos oscuros se ha analizado detenidamente artículos académicos de los expertos en el sector, también se ha enfocado mucho el análisis de los medios de comunicación (Películas, Periódicos, Televisión) y a las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Youtube), también cabe destacar que se ha tenido en cuenta los consejos aportados por la tutora del proyecto.

Estas son las herramientas y fuentes utilizadas:

1. Fuentes académicas: Se han utilizado varios documentos de fuentes especializadas como artículos de revistas, libros e investigaciones, podemos observarlas en las referencias del marco teórico todas ellas provenientes de bases de datos como Dialnet o Google Académico y muchas páginas web con información académica

2. Webs:

- Páginas web de turismo muchas de ellas Blogs,
- Redes sociales (Youtube, Instagram, Twitter) Que contienen muchísima información que me ha servido para entender como influyen el turismo oscuro. Además de analizar los perfiles de profesores como Stones.
- Páginas de empresas del sector que han tenido la necesaria información de los destinos: Tanto informativa como legislativa en el caso de Chernóbil

3. Opiniones de usuarios en páginas como TripAdvisor, Google y las redes sociales anteriormente mencionadas

Dificultades surgidas durante el trabajo:

El principal factor que ha dificultado la realización del trabajo es lo variable e inestable que es este tipo de turismo, hay muchas opiniones y diferentes interpretaciones sobre los destinos oscuros que han complicado la interpretación de los motivos de su visita.

También la complicada manera de obtener información y estadísticas sobre los destinos más vírgenes.

Ha sido complicado también la búsqueda en las redes sociales aun teniendo facilidad de la utilización de estas, mucha información ha sido muy poco visible

Marco teórico

Antecedentes

El turismo ha sido un fenómeno muy variable y especialmente en los últimos años, la tecnología y la fácil comunicación ha generado una gran diversificación de ramas y tipologías de turismo, una de las cuales es el “dark tourism”

Se convirtió en campo de estudio por primera vez en 1996 por Foley y Lennon en un artículo de ciencia y cultura.

La muerte siempre ha generado una inquietud al ser humano ya que es el ciclo de la vida y todos sabemos que vamos a morir en algún momento.

Hoy en día la muerte es un tema muy delicado ya que la vida del ser humano está mucho más valorada y defendida, el turismo oscuro que existe hoy en día no presencia la muerte sino a lugares asociados con la muerte.

“Dark Tourism” o “Turismo oscuro” fue acuñado por primera vez por Foley y Lennon en la revista “International Journal of Heritage Studies” y, posteriormente, como el título de un libro que posiblemente sea el estudio más amplio citado, aunque no concretaban a fondo la relación entre la muerte y los turistas, pero sí plantearon y dieron nombre “Dark tourism” a un tipo de turismo cada vez más importante. (Lennon, 1996)

Aunque el turismo oscuro ha existido desde la edad premoderna cuando la gente veía la muerte como algo cotidiano y habitual, unos ejemplos son: las primeras peregrinaciones que consistía en visitar lugares asociados con la muerte de individuos(especiales) y de ahí el propósito espiritual, las batallas de gladiadores cuyo objetivo era un enfrentamiento entre dos hombres a muerte, existieron también las ejecuciones públicas que generaban curiosidad a la gente y ya en tiempos inmemorables en el antiguo Egipto la gente creía que la muerte era el comienzo de una vida en otro mundo, los faraones se momificaban y se convertían posteriormente en dioses (a los cuales se podían visitar para rendir homenaje..) (Omar Moufakkir, 2012)

La primera visita guiada fue en 1838, Inglaterra un viaje en tren para presenciar el ahorcamiento de dos asesinos. (Boorstin, 1964)

Definición de “Dark Tourism”

El turismo oscuro ha generado un gran debate en la investigación académica debido a lo complejo y excéntrico que este tipo de turismo.

A lo largo de los años muchos investigadores han ido matizando el concepto aportando información relevante para este tipo de turismo, estos fueron algunos de los más importantes:

J. John Lennon (Universidad de Glasgow),

Malcolm Foley (Universidad de West of Scotland)

Dr. Philip Stone (Universidad de Central Lancashire),

Richard Sharpley (Universidad de Lancashire)

Graham M.S. Dann (Universidad de Luton)

Las definiciones y los términos utilizados para hablar de este tipo de turismo son muy variados. Algunos se describen a continuación:

- ‘Negative Sightseeing’ (MacCannell, 1989)

Esta definición fue datada en 1989 cuando este tipo de turismo no se había etiquetado ni analizado, por lo que MacCannell lo clasificó como excursionismo o turismo negativos.

- ‘Fright Tourism’ (Newman, 2004)

Newman describió fright tourism cuando un turista ve la oportunidad de disfrutar de un destino o lugar que tiene una historia siniestra o de miedo (sea real o no)

- ‘Black Spots’ (Chris Rojek, 1997)

Cris rojek lo clasificó como un turismo con finalidad comercial de sitios como cementerios y lugares donde celebridades o un gran número de personas han sufrido una muerte repentina y violenta.

- ‘Morbid Tourism’ (Blom, Morbid Tourism, 2000)

Las atracciones turísticas centradas en los accidentes o muertes violentas que tienen un gran número de visitantes y cada vez producen más interés.

- 'Milking the macabre' (Graham M.S. Dann, 2001)

Esta definición se puede traducir como "exprimiendo lo macabro" refiriéndose a que se muestra la parte macabra de algunos sucesos relacionados con la muerte para poder ofrecerlo a los turistas.

- 'Thanatourism' (Graham M.S. Dann, 2001)

Esta última definición es muy debatida y muy confusa, la palabra Thanatourism viene de "Thanatopsis" que está compuesta por dos palabras griegas "thanatos" y "opsis" que significan "muerte" y "visión" fue usado por el poeta Americano William Cullen Bryant (1817) para referirse que todo es positivo en la vida y también la muerte.

" Venimos del polvo, bailamos en la tierra por un minuto, como copos de nieve que caen del cielo para ser absorbidos y convertirse en parte de la tierra." (Bryant, 1817)

- "El desplazamiento que realizan los visitantes o turistas a lugares en los que se ha presenciado la muerte o desastres naturales. Desde un punto de vista de ocio y recreo" (Lennon, 1996)
- "The phenomenon which encompasses the presentation and consumption (by visitors) of real and commodified death and disaster sites". (J. John Lennon, 2000)

El fenómeno el cual abarca la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre tanto reales como no reales.

Su definición no puede darse como correcta sí que fue una de las más citadas académicamente, también influyó a que el Dr. Phillip Stone creó un sitio web llamado "Dark tourism forum (2005)" y fundó "Institute for Dark Tourism Research (2012)" en la Universidad Central de Lancashire.

Todas las definiciones tienen similitudes, pero al mismo tiempo se han ido perfeccionando y evolucionando ya que los turistas cada vez tienen diferentes valores y mentalidades que a su vez cambian los fundamentos a la hora de visitar estos lugares.

Clasificaciones

Hay varias clasificaciones de expertos de los lugares oscuros pero las más importantes

son las de Graham G.M.S con T.Seaton y la de Stone.

Las dos fueron importantes una porque fue de las primeras clasificaciones de este fenómeno tan moderno con lo que ayudó a posteriores desarrollos y la otra porque fue la más completa y correcta.

Clasificación realizada por G.M.S. Dann y T. Seaton

Fue de las primeras clasificaciones hecha en el año 1998 y fue creada por Graham M. S. Dann junto a T. Seaton en la cual se clasifico de manera muy básica este fenómeno.

Lo dividieron en cinco categorías:

- Lugares Peligrosos: Se refiere a todos los lugares que estén en peligro para la salud del turista. Ya sea por guerras o por contaminación.

Ejemplos:

- Chernóbil (contaminación radioactiva)
- Siria (Guerra)

- Casas de Terror: Son Sitios o Casas relacionados con el horror y la muerte, reales o recreadas.

Ejemplo:

- La Mansión Haight, Michigan (que fue un burdel de lujo para caballeros y años más tarde se encontraron cadáveres en el sótano)

- Sitios Conmemorativos o de Muerte: Lugares que conmemoran la muerte pudiendo ser guerras, infierno del holocausto, cementerios...

Ejemplo:

- Campo de Concentración de Sachsenhausen en el cual entre 1936 y 1945 fue uno de los campos de concentración más grandes de todo el territorio del Reich Alemán.
- Visitas Tormenta: Son visitas a lugares asociados con el asesinato y violencia.

Ejemplos de hoteles con pasados turbios:

- The Cecil Hotel

La historia de este hotel inspiró la serie y libro "American Horror Story." Desde la construcción en 1927 ha hospedado a dos asesinos en serie, añadiendo varios suicidios y misteriosas muertes. (Wood, 2017)

- Lizzie Borden Bed & Breakfast(Massachusetts)
- Hotel Provincial(New Orleans)
- Hotel del Coronado (San Diego)
- Themed Thanatos o Tanato-temático: Museos relacionados con la muerte y el

sufrimiento.

Ejemplo:

- Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände (Centro de Documentación en el Antiguo Terreno de Congresos del Partido Nacionalista),
- Pearl Harbor que tiene un museo que rinde homenaje a los fallecidos en el ataque realizado por los japoneses

Clasificación realizada por Stone

Esta clasificación es más la reciente y más aceptada creada por Stone de la Universidad de Central Lancashire (Inglaterra) en el libro "The Darker Side of Travel" (2006)

En ella expone siete categorías nombradas como "Seven Dark Suppliers".

Stone crea los "Seven Dark Suppliers" para poder entender concretamente la demanda de cada uno.

Los "Seven Dark Suppliers" están ordenados de menos a más macabro.

Esta es la clasificación:

- Fábricas de divertimento oscuro (Dark Fun Factories)

Como su nombre indica su propósito es la diversión y la explicación de lo ocurrido en el sitio que está relacionado con la muerte o lo macabro.

Este ejemplo fue nombrado por Stone:

- "Dracula Park" que representa al mítico Drácula que se alimentaba de sangre humana. En este parque se encuentran entretenimientos de todo tipo atracciones mecánicas, comida rápida y otros tipos de entretenimiento.

- Exhibiciones (Dark Exhibitions).

Estas exhibiciones son un producto relacionado con la muerte con un propósito conmemorativo, educacional y ético, aunque sí que tienen un propósito comercial pero no tienen el propósito de entretenimiento como en las "Dark fun Factories". En la mayoría de los casos no suele estar en lugar de los sucesos.

El mejor ejemplo y que también nombro Stone fue:

- "Body Worlds" es una exposición de cuerpos humanos plastificados para revelar las estructuras anatómicas internas.

- Prisiones (Dark Dungeons).

Se trata de productos que originalmente fueron cárceles o lugares de justicia, estas tours o museos han sido principalmente creados para la justicia, pero han acabado siendo una atracción turística, según Stone este tipo de turismo está en el punto de balance de lo macabro.

Ejemplos:

- Penitenciaría de la isla de Gorea (Senegal): La cual era conocida como la “Maison des Esclaves” y estaba pensado para el comercio de esclavos, los cuales estaban encarcelados y posteriormente vendidos a mayoritariamente a América, en el año 1848 año en que la esclavitud fue abolida se cerró esta penitenciaría y en 1978 fue declarado patrimonio de la humanidad. Hoy en día es uno de los museos más importantes de Senegal.
- Alcatraz: Fue una prisión federal de máxima seguridad en la Isla de Alcatraz cerca de la costa de San Francisco, California. Esta funcionó desde 1934 a 1963, era una de las prisiones más populares debido a lo estricta que era y también por tener uno de los prisioneros más peligrosos del mundo. Hoy en día

Esta prisión se ha convertido en un museo donde cada año millones de personas visitan las celdas, bibliotecas y cocinas de la cárcel para ver como vivían los prisioneros.

- Sitios oscuros de reposo (Dark Resting Places).

Esta tipología de turismo se refiere principalmente a los cementerios, que sirven para preservación de la historia y ética además de ser considerados como un monumento conmemorativo.

Stone nombra (ASCE) “ASCE-Association of Significant Cemeteries in Europe” Asociación de Cementerios significativos en Europa una red que cuenta con 179 cementerios en 22 países la cual se encarga de la conservación y creación de varios tours, remarcando que los cementerios son una componente importante del patrimonio cultural.

Ejemplos:

- El Cementerio de Père-Lachaise de París: El cual es el destino de reposo más famoso ya que tiene más de dos millones de visitantes al año, en el cementerio hay tumbas de muchas celebridades como María Callas, La Fontaine u Oscar Wilde, Victor Noir, Jim Morrison, Frederic Chopin...
- Cementerio de la Recoleta, Buenos Aires: No sólo llama la atención por las personalidades que están sepultadas, sino también por su valor arquitectónico.

- Santuarios (Dark Shrines).

La intención de estos lugares es rendir respeto al fallecido, normalmente se visitan cuando cumplen el aniversario de muerte, estos lugares suelen contar con una infraestructura turística, pero sin ánimo de lucro.

Algunos ejemplos son:

-La muerte de Diana princesa de Gales que fue asesinada en 1997 en el palacio de Kesington y que posteriormente fue creada una infraestructura turística para que las personas acudan a conmemorar su aniversario de muerte.

-Ground Zero es un monumento en el cual se conmemora el fallecimiento de las personas en los ataques del 11 de septiembre en Nueva York.

-Escultura dedicada a las tres víctimas en el cementerio de Alcácer en el cual se conmemora el fallecimiento de Míriam García, Toñi Gómez y Desirée Hernández que fueron asesinadas en Valencia.

- Escenarios bélicos (Dark Conflict Sites)

Son lugares relacionados con la guerra, tienen una finalidad educativa y conmemorativa, transmitiendo los diferentes conflictos y consecuencias para entender el motivo de esta.

En principio no estaban destinadas a ser un producto turístico, aunque acabaron siendo una gran atracción turística debido al gran interés.

Ejemplos:

- Playa de Omaha (Desembarco de Normandía)

Esta ciudad fue uno de los principales puntos de desembarco de la invasión a la Francia ocupada por los alemanes el junio de 1944 (segunda guerra mundial.

Ahora mismo es una ciudad muy visitada por el turismo bélico y cuenta con varios museos que se crearon para alimentar esta demanda.

- Campos de Genocidio (Dark Camps of Genocide)

Este tipo de turismo es el más oscuro así lo dice Stone ya que está directamente relacionado con la muerte representando los lugares donde se han cometido una gran cantidad de genocidios, un ejemplo son los campos de concentración.

Ejemplos:

- Campo de concentración de Auschwitz : El mayor centro de exterminio de la historia del nazismo en el que fueron encarceladas más de un millón trescientas mil personas. Ahora es un museo conmemorativo a las personas fallecidas en el lugar, en 1979 la UNESCO lo declaró patrimonio de la humanidad.

Clasificación Dark- Light de Stone

La siguiente clasificación la creo Stone que en vez de darle nombre a cada tipo de turismo lo clasifica en rangos de sombreado, de oscuro a claro clasificando así los destinos más ligados a la muerte a los que menos lo están.

Stone diferencia los destinos entre Dark y Light como extremos del turismo oscuro.

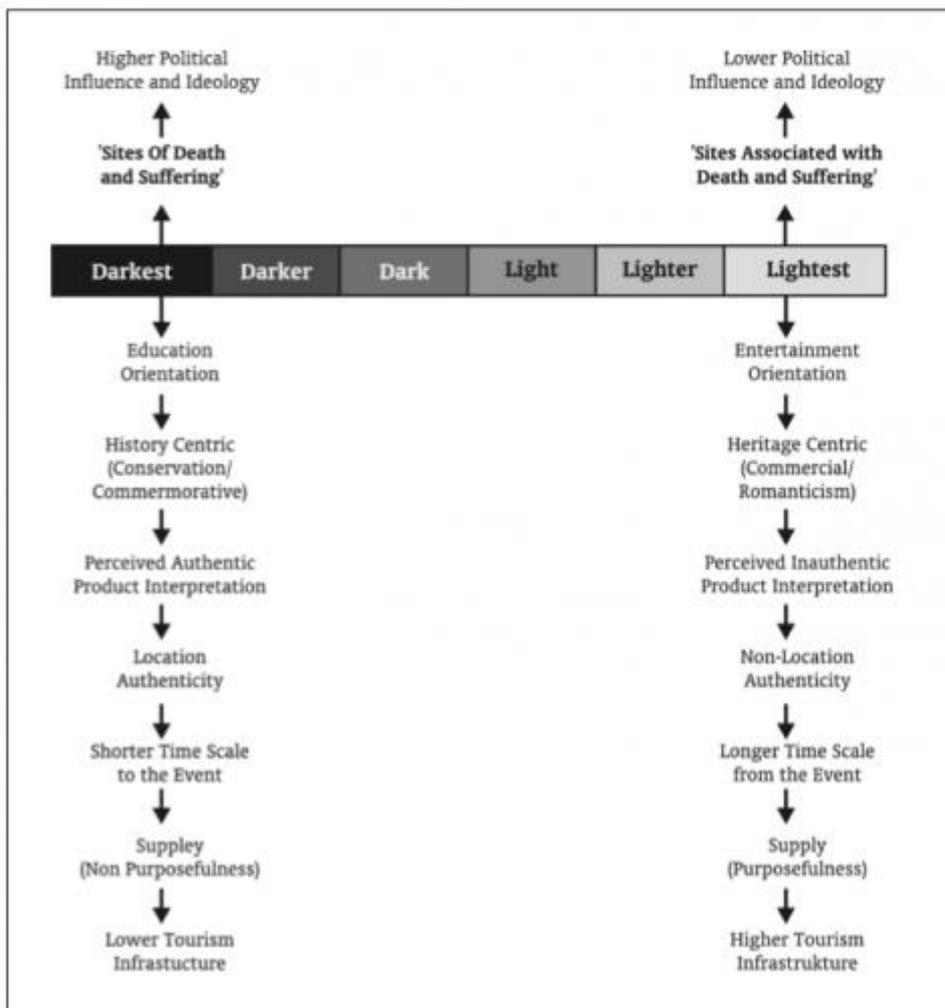


Ilustración 1 Clasificación Dark- Light de Stones (Stone, 2006)

Por una parte, lo Oscuro o más extremo tiene como características:

- Gran influencia política e ideológica
- Sitios relacionados con la muerte y el sufrimiento
- Sitios conmemorativos

- Finalidad educativa
- Auténtica localización
- Menor infraestructura turística

Por otra parte, lo light o menos ligado a la muerte tiene como características:

- Menor influencia política e ideológica
- Sitios de Entretenimiento y comercio
- No preserva la autenticidad del producto
- La localización no es auténtica
- Mejor infraestructura turística

Estas clasificaciones no engloban todos tipos de turismo existentes, desde el 2006 se han popularizado muchísimos destinos nuevos o etiquetados recientemente, aunque cada vez cuesta más clasificarlos ya que son tan diferentes que pueden pasar a ser otro tipo de turismo diferente al oscuro.

Dark light	Stone	Dann y T. Seaton
Light	Fábricas de divertimento oscuro	
Lightest	Exhibiciones	Casas del terror
Light	Sitios oscuros de reposo	Sitios Conmemorativos
Dark	Prisiones	Visitas tormenta
Darker	Santuarios o Escenarios bélicos	Tanato-temático
Darkest	Campos de Genocidio	Lugares peligrosos

Tabla 1 Comparación de las diferentes clasificaciones

Motivaciones del turismo oscuro

Las motivaciones siempre juegan un papel principal a la hora de seleccionar un destino

Turístico oscuro, al elegir un destino nos fijamos en lo que ofrece:

-belleza paisajística

-aventura

-diversión

-historia

-gente y cultura

Cada persona tendrá unas expectativas y exigencias diferentes que son las que decidirán qué destino escoger.

Los motivos de la visita de estos destinos oscuros son muy variados algunos más comprensibles y otros más maniáticos, aquí podemos enumerar algunos de los motivos que han impulsado a la gente a visitar ciertos lugares, muchos de estos son mencionados por algunos de los autores de los estudios más importantes del turismo oscuro.

- El deseo de comprender cómo sucedieron los hechos, es decir conocer la historia del lugar y cómo sucedieron los acontecimientos, al viajar al destino puedes ponerte en contexto del lugar y ver las cosas más claras.
- La necesidad de ver la muerte o el reflejo con sus propios ojos (Philip Stone, 2008), cuando viajas a un lugar relacionado con la muerte tienes la sensación de ser vulnerable, de ser humano que es lo que mucha gente busca al igual que se puede decir de las siguientes maneras :
 - Inspiración en la vida y motivación al ver la muerte o su reflejo
 - Cambiar la percepción de la mortalidad
- El homenaje y la conmemoración a las personas muertas.

Muchas personas piensan que por respeto al sufrimiento que han padecido estas personas necesitan ser homenajeadas, siempre ha sido así independientemente de la religión todos los seres humanos rinden homenaje a sus queridos o familiares que han fallecido, aunque en este

caso se trata de un colectivo de gente que ha recibido la muerte por factores diferentes factores que la muerte natural.

Para poder rendirles homenaje a estas personas también debemos tener en cuenta que el lugar donde han ocurrido hechos tiene un coste económico de mantenimiento y construcción por eso también lo podemos considerar como una motivación secundaria.

- Conservar el patrimonio del lugar de los acontecimientos (Yuill, 2003)
- Aprender y corregir las catástrofes ocurridas. (Lennon, 1996)

El ser humano esta constantemente mejorando su esperanza de vida, cada vez vivimos más, estamos más protegidos y mejor preparados ya que hemos aprendido de las generaciones pasadas.

- Curiosidad (Omar Moufakkir, 2012) Muchos turistas buscan nuevas sensaciones y ver cosas nuevas, por eso mismo la curiosidad nos llama cuando vemos algo fuera de lo normal.
- Turismo peligroso o de riesgo

Muchos turistas buscan una experiencia inolvidable y peligrosa así poder llegar a la adrenalina y el miedo.

Todo es cuestión de percepción muchos turistas se lo toman como un desafío buscar algo que nunca habían visto ni sentido antes, otros les inquieta la curiosidad y se mueven buscando los motivos y la historia del lugar. Por tanto, el motivo de la demanda de estos lugares viene devenida de los valores ético-morales de cada persona.

Un factor que determina la motivación de cada persona es la religión y educación como ya dijimos anteriormente nuestros antepasados les gustaba presenciar la muerte directamente con batallas de gladiadores, ahorcamientos o momificaciones. Hoy en día la crueldad y la brutalidad no está permitida aun así el ser humano siente inquietud por saber información sobre la muerte por eso las películas de miedo o noticias de asesinatos son unos temas muy debatidos y analizados. Así surgió el actual turismo oscuro una curiosidad por conocer como acabaron las vidas de otros seres humanos.

Desde que analizamos el turismo oscuro hemos visto como ha la gente ha normalizado cada vez estos destinos, cada vez ve más lógico visitar estos lugares, dado que la gente se influencia muy fácilmente por los medios de comuni-

cación y redes sociales podemos decir que estos dos factores han sido la principal motivación de los turistas.

Al tener contacto e información con ese destino y su historia el público empatiza y recapacita sobre lo ocurrido y saca unas conclusiones propias que pueden concluir en visitar el destino.

Sitios Dark más populares y sus motivos

En este apartado expondremos unos de los destinos dark más demandados por los

Turistas.

Pompeya y Herculano

Estas ciudades pertenecían a la antigua Roma situada cerca de la actual ciudad Nápoles, estas ciudades fueron destruidas y enterradas debido a la gran erupción en el año 79 del volcán Vesubio, mucha gente murió debido a la lluvia de lava que llegó a las ciudades destruyendo y enterrando parte de estas.

Hoy en día se ha obtenido mucha información, cuerpos y restos convirtiéndose así en unas de las ciudades antiguas mejor conservadas.

Esta historia ha conllevado al interés de muchos turistas que quieren visitar las ciudades en busca de la historia.

Herculano fue redescubierta en 1738 casualmente igual que Pompeya que se descubrió diez años después. A raíz de este descubrimiento se empezaron a realizar trabajos arqueológicos y de preservación de estas

Las actividades que ofrecen en el lugar son visitas guiadas a los diferentes edificios existentes en la ciudad, cada vez se van descubriendo y abriendo al público más edificios a medida que tienen medidas necesarias para la preservación del edificio.

En 1960 ya había varios edificios que se podían visitar, aunque varias partes de la antigua ciudad están libremente abiertas, aunque cada año cerca de 150 m² de frescos y trabajos de enlucido se pierden por falta de mantenimiento. (Pucci, 1970)

Hoy en día es parte del Parque nacional del Vesubio, y fue declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 1997.



Ilustración 2 Pompeya

Bosque Aokigahara en Tokio, Japón

El bosque Aokigahara está situado al nordeste del monte fuji, su nombre significa mar de árboles, este bosque es uno de los más famosos en el mundo, es una maravilla paisajística, aunque su fama se debe a la cantidad de suicidios que se producen.

El bosque ha tenido una gran popularidad en los últimos 10 años debido a la gran cantidad de películas de terror que se han creado.

En Aokigahara se llegan a suicidar unas 100 personas al año, este bosque tiene historias de hace más de 1000 años de antigüedad en ellas todos cuentan que es un bosque maldito asociado con demonios y mitología siniestra japonesa.

En el siglo XIX Japón tuvo continuas epidemias e hizo que la población le fuera difícil crear y mantener a sus familias por lo que muchas de las familias pobres abandonaron parte de su familia en el bosque entre ellos la mayoría ancianos y niños. Este acto inhumano y muchas más historias japonesas ha definido el bosque como maldito.



Ilustración 3 Bosque Aokigahara

En la anterior ilustración hay una señal que dice lo siguiente:

“Tu vida es valiosa y te ha sido otorgada por tus padres. Por favor, piensa en ellos, en tus hermanos e hijos. Por favor, busca ayuda y no atraveses este lugar solo”.

Auschwitz-Birkenau

Uno de los destinos más oscuros más populares debido a la importancia que tuvo en la segunda guerra mundial.

Fue el mayor centro de exterminio de la historia del nazismo en el que fueron encarceladas más de un millón trescientas mil personas de las cuales la mayoría murieron 1,1 millones, el 90% de ellos, en torno a un millón eran judíos (wikipedia, 2020) .

El museo de Auschwitz-Birkenau fue fundado el 2 de julio de 1947 por decisión del parlamento polaco.

En 1979 la UNESCO declaró el museo como patrimonio cultural de la humanidad y desde entonces ha recibido más de 25 millones de turistas. (Auschwitz., n.d.)



Ilustración 4 Railes de Auschwitz

Las catacumbas de París

Este cementerio subterráneo fue una mina de piedras que en 1786 que se convirtió en un cementerio debido al exceso de restos humanos que tenía la ciudad de París , este cementerio fue usado durante siglos acumulando así aproximadamente 6 millones de cadáveres así podemos imaginarnos lo largo que es este sistema de túneles que rodea la ciudad de París.

Este cementerio tiene muchos misterios e historias escalofriantes como asesinatos, rituales que llaman la atención a muchísimos turistas.

En 1809 las Catacumbas se abren al público con cita previa hasta hoy en día, hay varios recorridos, aunque cada vez se abren nuevas entradas y nuevos recorridos que el público puede elegir y asistir con el guía designado.



Ilustración 5 Catacumbas de París

Memorial de las torres gemelas World Trade Center

Las torres gemelas es uno de los sitios dark más populares y más visitados, este monumento y museo se construyeron para rendir homenaje a las víctimas del 11-S uno de los atentados más violentos y terroríficos, murieron aproximadamente 3000 siendo así el mayor ataque terrorista en la historia.

Este ataque tuvo lugar el 11 de septiembre de 2001 fue organizado por Al-Qaeda un grupo Yihadista (Rama política dentro del islam que utiliza la violencia para llegar a sus fines político-religiosos)

Se secuestraron 5 líneas aéreas utilizadas como armas para la organización de un ataque terrorista simultaneo, el objetivo era:

Nueva York:

Vuelo 11 de American Airlines: Con 92 personas a bordo impacta contra la torre norte del World Trade Center.

Vuelo 175 de United Airlines: Con 64 personas a bordo impacta contra la torre sur del World Trade Center tan solo 15 minutos después del vuelo 11.

El pentágono:

Vuelo 77 de American Airlines: Con 64 personas a bordo se estrelló contra el edificio del pentágono provocando otras 125 muertes de personas en el interior del edificio.

Capitolio:

Vuelo 93 de United Airlines: Este fue el único vuelo que no llegó a su objetivo y concluyó con la muerte de 37 personas que iban a bordo.

Este fatídico atentado conmovió a todo el mundo, el gobierno americano como era de esperar creó uno de los monumentos conmemorativos más caros y emblemáticos.

Desde su apertura en 2011 (a tiempo para el décimo aniversario de los ataques), el monumento recibió la asombrosa cantidad de 10 millones de visitantes y a finales de 2015, la cifra total había superado los 23 millones. (Website, 2020)

El museo asociado del 11-S abrió sus puertas en 2014, pese a que el ticket tenía un precio elevado el museo también tuvo éxito. A finales de 2015, unos 4 millones de visitantes habían ido a verlo. (Website, 2020)

(Leanne White, 2013)

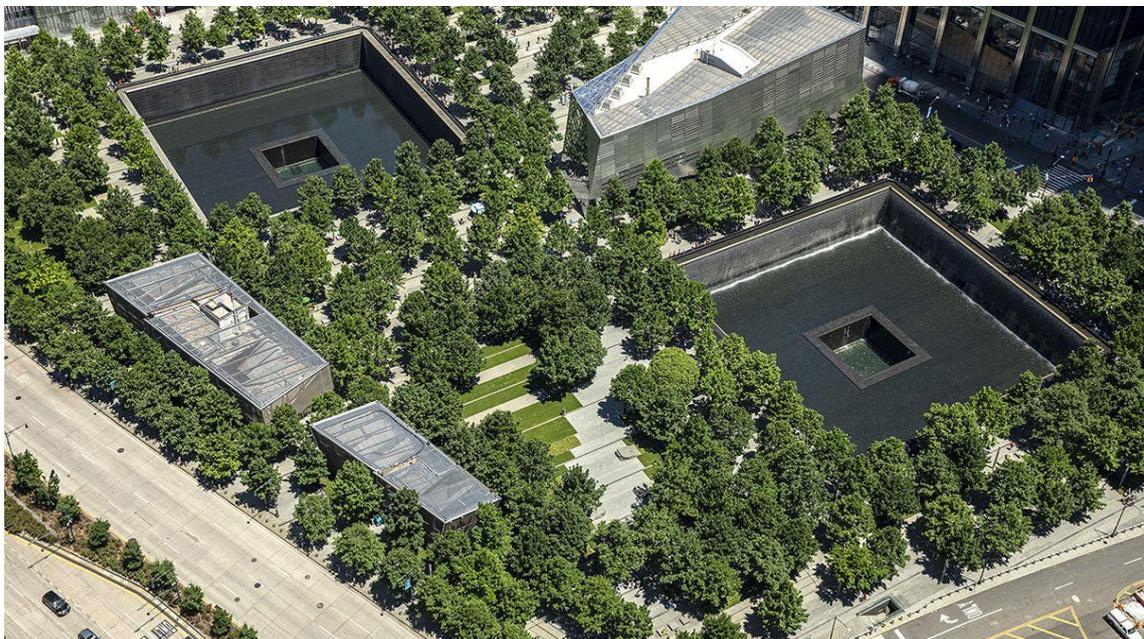


Ilustración 6 Memorial WTC junto al museo

Sitio	Número de visitantes/año	Tipo de turismo
Las torres gemelas (World Trade Center)	6.000.00 anuales	Conmemorativo Relacionados con la muerte
Pompeya y Herculano	2.500.000 anuales	Histórico Relacionados con la muerte
Catacumbas de París	800.000 Anuales	Lugares de Reposo
Bosque de Aokigahara	200.000 Anuales	Realacionado con la muerte
Auschwitz	1.500.000 Anuales	Campos de genocidio

Tabla 2 Clasificación de Destinos Dark por número de visitantes y tipo de turismo

Influencia de las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de nuevos destinos: El caso Chernobyl

Introducción

Las redes sociales y los medios de comunicación han influido en la llegada de miles de turistas a diferentes destinos turísticos oscuros y la creación de diferentes destinos.

Ya lo dijo Stones:

"It was big in the 1980s and 1990s, but it's been around much longer than that without a label. People are visiting these sites and that's always been the case ... what's happening now is there's more media and more social media spotlight on it."

"Fue grande la década de 1980 y 1990, pero ha existido mucho más tiempo que eso sin una etiqueta. "La gente está visitando estos sitios y ese siempre ha sido el caso ... lo que está sucediendo ahora es que hay más medios y más focos en las redes sociales".

En los últimos años Instagram, Facebook, Twitter, Youtube , películas y series han popularizado los destinos turísticos oscuros y están elevando sus llegadas haciendo así que desarrollarse económicamente y consecuentemente creando más oferta de nuevas empresas turísticas especializadas en este destino.

Dado a la importancia de estas vamos a analizar cada una de las redes sociales, películas, series y documentales.

Redes Sociales

En las redes sociales debemos tener en cuenta que la mayoría de la gente tiene varias redes sociales y usa diferentes herramientas en cada una de ellas.

a) Instagram:

Instagram es una red social de fotografías y videos que la gente comparte para que sus amigos y seguidores lo vean.

Aun así, existen muchas cuentas de Instagram que publican fotografías y vídeos con un propósito inspiracional, publicitario o comercial.

En Instagram puedes mirar las publicaciones que han compartido las personas o amigos que sigues o tienes añadidos como amigos, pero también tiene la opción de explorar que permite buscar publicaciones de otros usuarios desconocidos mediante una etiqueta que se llama “Hashtag”

Si analizamos y miramos los “Hashtags” #Darktourism actualmente existen 38.000 publicaciones en Instagram con este “Hashtag” lo que no significa que sólo existan estas publicaciones relacionadas con el Dark tourism sino que la gente le ha puesto esta etiqueta a su publicación.

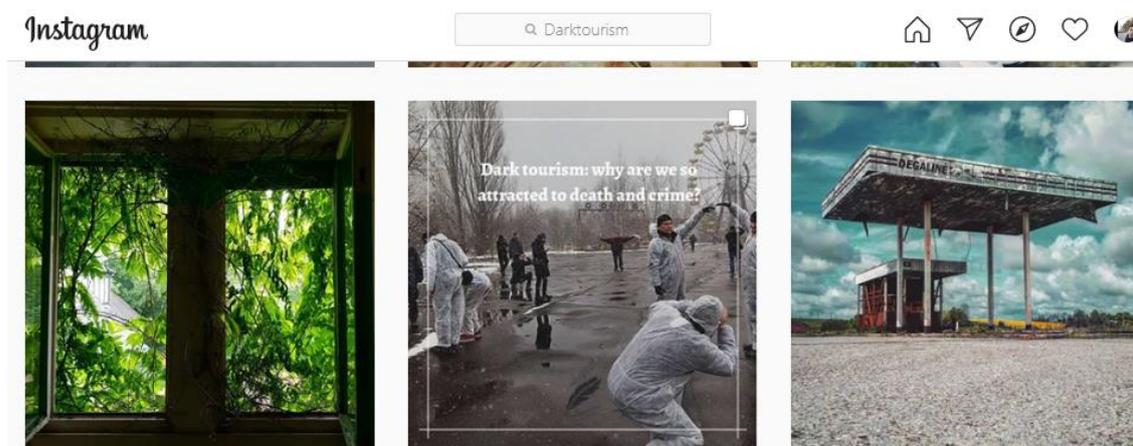


Ilustración 7 Hastag DarkTourism en Instagram

En esta ilustración podemos observar cómo salen 2 imágenes de lugares abandonados entre los cuales una casa y una gasolinera, la imagen del medio es una fotografía de Chernóbil.

En cambio, si ponemos Hashtag Chernobyl existen 450.000 publicaciones haciendo así un debate o un tema muy popular que publicar en Instagram.

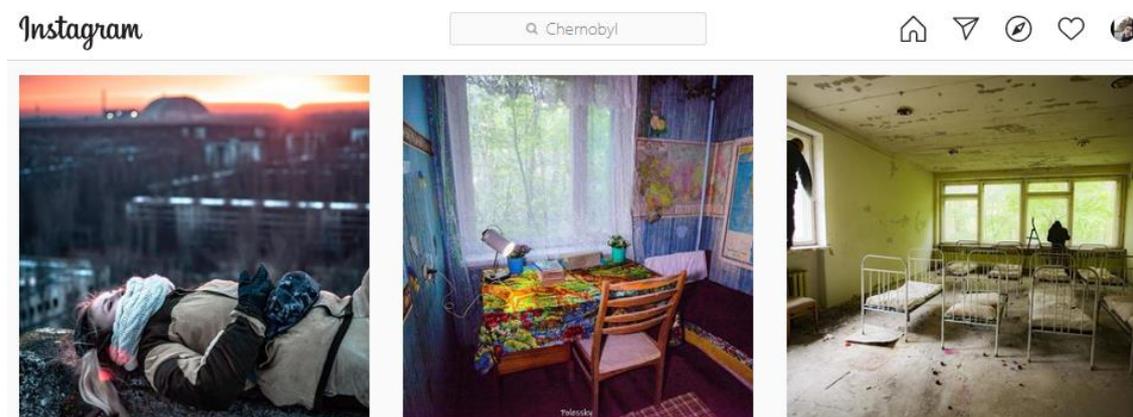


Ilustración 8 Hastag de Chernobyl en Instagram

En la anterior ilustración podemos observar tres fotografías la primera de una chica que ha querido decorar su mural de Instagram mediante un contraste con la ciudad de Prípiat

y en las otras dos imágenes podemos ver fotos de edificios abandonados cercanos a Chernóbil.

La mayoría de estas fotos y publicación suelen ser de fotógrafos semiprofesionales que se inspiran y buscan un contraste macabro o inusual.

También muchos jóvenes quieren mostrar su estado anímico y expresar sus sentimientos a través de estas imágenes buscando así la belleza en la destrucción y en sitios inhóspitos.

Podemos decir que está red social no influye a gran escala la popularización de los destinos, pero si que hay una gran cantidad de publicaciones que circulan por la red y pueden llegar a impactar a alguien.

b) Facebook:

Al igual que Instagram Facebook sirve para publicar fotos o álbumes de fotos, pero esta red social permite tiene más herramientas de búsqueda y de navegación

Esta red social permite búsquedas más avanzadas y permite averiguar más información al respecto.

Tiene opción de búsqueda de páginas, un usuario ha creado esta página para poder comentar o informarte sobre un tema.

Por ejemplo, si buscamos en páginas podemos observar el resultado en la siguiente ilustración

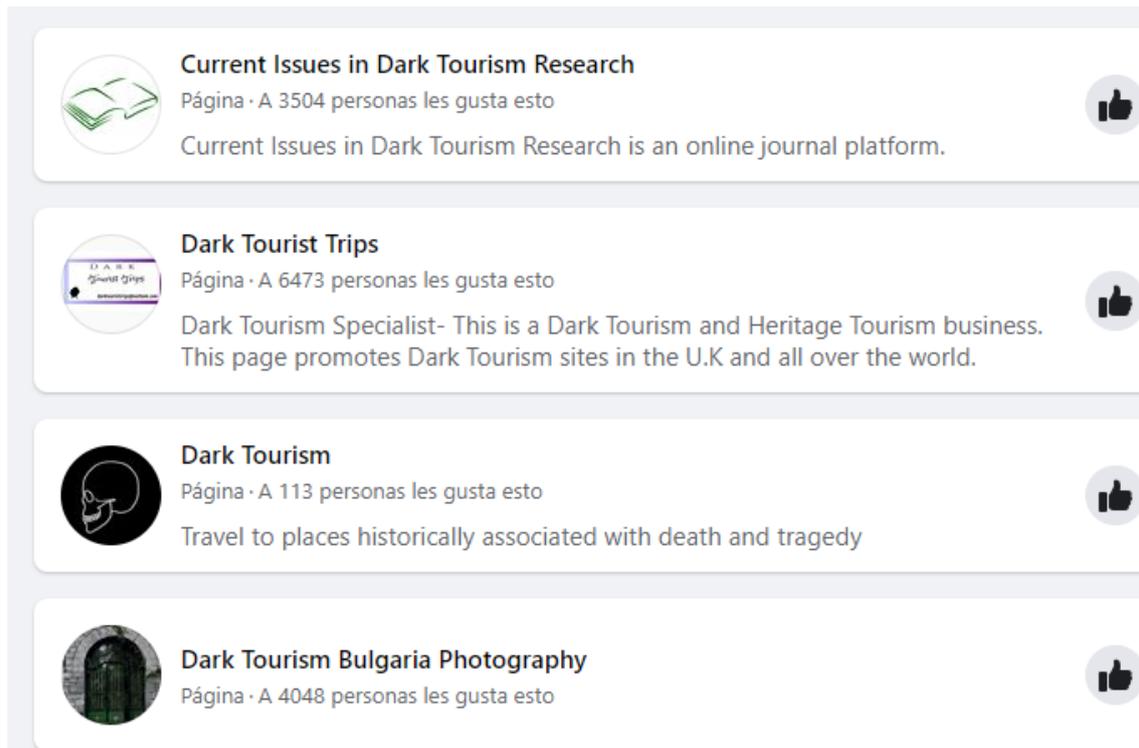


Ilustración 9 Páginas Darktourism Facebook

Existen muchísimas paginas relacionadas con el Dark tourism y estas permiten el acceso a información y a fotografías de diferentes lugares, como dijimos anteriormente y podemos apreciar en el resultado hay muchos fotógrafos que simplemente quieren compartir su arte a los demás y intercambiar ideas y localización de lugares interesantes para este tipo de fotografías.

Además de fotógrafos existen páginas oficiales de los destinos, páginas de empresas turísticas que buscan clientela a través de las redes sociales.

Por eso afirmamos que Facebook es un gran motor publicitario del turismo oscuro

c) Twitter:

Twitter tiene una pequeña diferencia en cuanto a Instagram y Facebook y es que su principal objetivo es la discusión y debates de un tema en concreto y obtener conclusiones y diferentes opiniones.

Aunque también tiene grandes similitudes a Instagram como poder utilizar el "hashtag" para buscar un tema en concreto, la única diferencia es que aquí se publica un comentario ya tenga una fotografía, enlace o video y en Instagram se publica una fotografía pudiendo tener un título o comentario.

Twitter es la red social que la gente utiliza para expresar sus pensamientos o simplemente dar su crítica hacia una situación o experiencia.

Esta red social no es tan popular o importante como las otras mencionadas ya que en esta no hay tantos usuarios además de que no son tan activos, aun así, existe gente que le gusta debatir y analizar opiniones de los demás e incluso utilizarlo como herramienta informativa del día a día.

En el caso del “Dark Tourism” si buscamos el hashtag o fotos en twitter nos aparecen resultados no muy comentados o debatidos siendo un debate no muy popular en esta red.

Vamos a comentar algunos de los resultados que hemos encontrado en la red social:

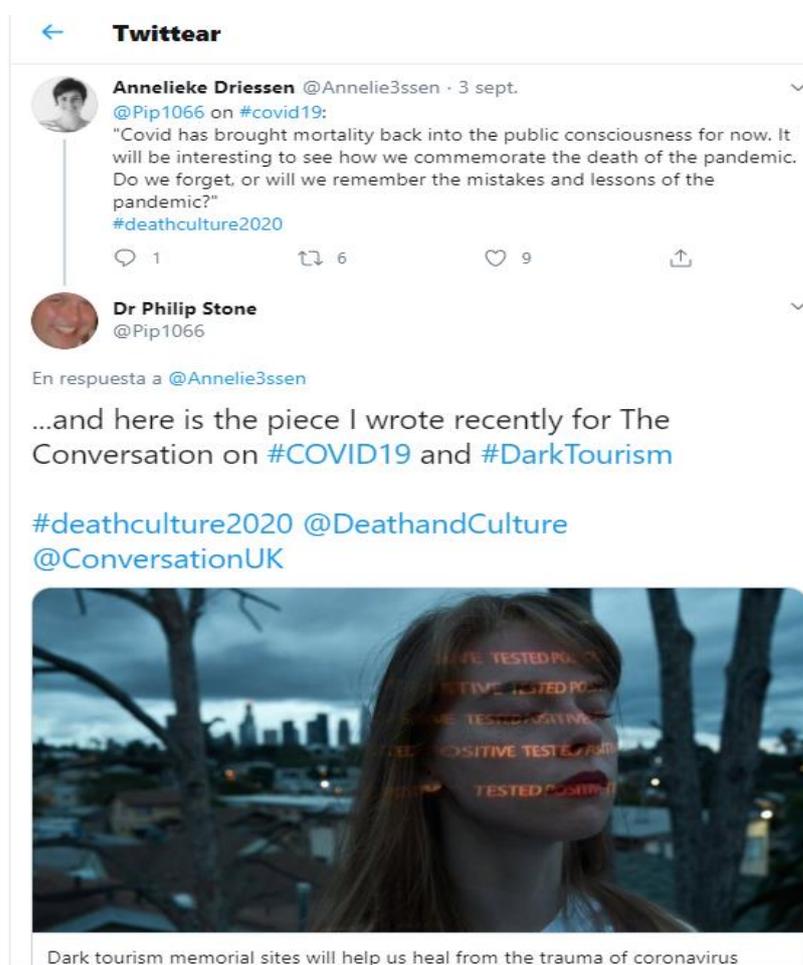


Ilustración 10 Comentario de Dr Phillip Stone a un usuario de Twitter

En esta ilustración podemos apreciar como un usuario de la red abre un debate, en este caso Annelike pregunta lo siguiente:

“El Covid ha devuelto la mortalidad a la conciencia pública. Será interesante ver cómo conmemoraremos la muerte de la pandemia. ¿Olvidamos o recordaremos los errores y lecciones de la pandemia?”

Una pregunta muy interesante en la actualidad, ya que al ocurrir esta pandemia muy pocos recordaban que había pasado en las pandemias anteriores, como el profesor Lennon dijo: hay que aprender y corregir de las catástrofes ocurridas. (Lennon, 1996)

Este comentario de Twitter podemos ver que no ha sido algo muy viral ni popular recibiendo 9 me gustas y un comentario.

El único comentario que ha recibido ha sido por el Profesor Stones uno de los profesores más importantes del "Dark Tourism" como ya sabemos, el profesor le contesta enviándole un artículo escrito por el mismo para un periódico online así podemos ver como lo menciona @ConversationUK y además utiliza tres hashtags #Covid19 #Darktourism #deathculture2020 este último se refiere a la definición de "death and culture" que significa la percepción de la muerte según las diferentes culturas en el mundo al igual que sus cuestiones ético-morales, también menciona a @deathandculture un usuario que comparte información a la definición anteriormente nombrada.



Ilustración 11 Tweet de una reportera de Siria en Chernobyl

En la siguiente ilustración podemos ver como una reportera de Siria fue a hacer un reportaje en Chernóbil y conoció a gente que vivía cerca de la central nuclear y decidió publicar un Tweet sobre lo que le contó una de las personas que ha vivido cerca de la ciudad contaminada por radioactividad. "Nunca he enfermado siempre he estado muy sana" dijo la mujer de 85 años, algo inusual por los peligros que puede ocasionar vivir en una zona contaminada por la radioactividad. Este comentario puede abrir también un debate de los peligros de la radioactividad.

Twitter no influye mucho en turismo oscuro y no suele tener mucho contenido ya que se suele utilizar para tendencias y temas cómicos actuales, aunque hemos visto como periodistas, profesores y empresas importantes publican sus opiniones en esta red independientemente de lo poco que se popularicen.

d) Youtube:

Youtube es la red social o la comunidad que más promueve el turismo oscuro, tiene muchísimos videos relacionados con el turismo oscuro con millones de visitas.

En youtube hay mucha gente que se dedica a reportar sus videos de sus aventuras y experiencias turísticas a estos videos se les llama Vlogs y a las personas que comentan estos videos reciben el nombre de Vlogers.

La mayoría de Vlogers suben contenido turístico variado, aunque también hay Vlogers que se dedican a visitar turismo oscuro.

Entre los más populares youtubers de turismo:

Habla inglesa:

- Fun for Louis (FunForLouis, n.d.)
- Lost LeBlanc (LeBlanc, n.d.)
- Kara and Nate (Nate, n.d.)

Habla hispana:

- Alanxelmundo (alanxelmundo, n.d.)
- Mola Viajar (molaviajar, n.d.)
- Luisito Comunica (LuisitoComunicaa, n.d.)
- Paco Nadal (Nadal, n.d.)

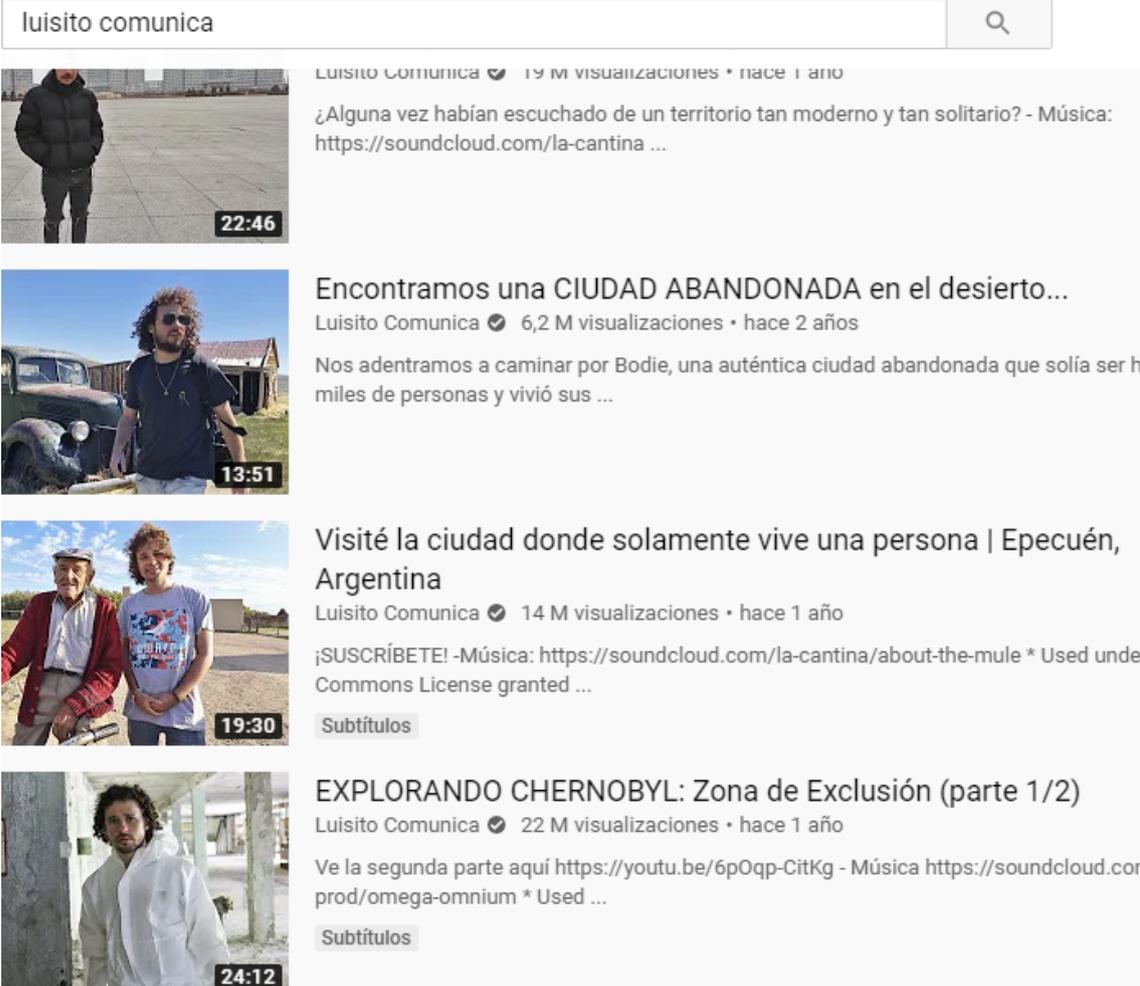
Algunos de los Vlogers anteriormente mencionados tienen videos comentando turismo oscuro, pero no es su único objetivo.

El Vlogger más popular de turismo y también de turismo oscuro a nivel global es:

Luisito Comunica.

El cual tiene muchos videos variados de turismo, aunque sí que tiene diferentes videos de turismo oscuro de los más vistos e influyentes en YouTube.

luisito comunica



The image shows a search results page for 'luisito comunica' on YouTube. At the top, there is a search bar with the text 'luisito comunica' and a magnifying glass icon. Below the search bar, four video thumbnails are displayed in a vertical list. Each thumbnail includes a small video preview, a duration in a black box at the bottom right, and text to the right of the thumbnail. The first video has a duration of 22:46 and a title '¿Alguna vez habían escuchado de un territorio tan moderno y tan solitario?'. The second video has a duration of 13:51 and a title 'Encontramos una CIUDAD ABANDONADA en el desierto...'. The third video has a duration of 19:30 and a title 'Visité la ciudad donde solamente vive una persona | Epecuén, Argentina'. The fourth video has a duration of 24:12 and a title 'EXPLORANDO CHERNOBYL: Zona de Exclusión (parte 1/2)'. Each video entry also includes the channel name 'Luisito Comunica', a verified badge, and the number of views and upload date.

Luisito Comunica ✓ 19 M visualizaciones • hace 1 año
¿Alguna vez habían escuchado de un territorio tan moderno y tan solitario? - Música: <https://soundcloud.com/la-cantina> ...

22:46

Encontramos una CIUDAD ABANDONADA en el desierto...
Luisito Comunica ✓ 6,2 M visualizaciones • hace 2 años
Nos adentramos a caminar por Bodie, una auténtica ciudad abandonada que solía ser h miles de personas y vivió sus ...

13:51

Visité la ciudad donde solamente vive una persona | Epecuén, Argentina
Luisito Comunica ✓ 14 M visualizaciones • hace 1 año
¡SUSCRÍBETE! -Música: <https://soundcloud.com/la-cantina/about-the-mule> * Used unde Commons License granted ...
Subtítulos

19:30

EXPLORANDO CHERNOBYL: Zona de Exclusión (parte 1/2)
Luisito Comunica ✓ 22 M visualizaciones • hace 1 año
Ve la segunda parte aquí <https://youtu.be/6pOqp-CitKg> - Música <https://soundcloud.com/prod/omega-omnium> * Used ...
Subtítulos

24:12

Ilustración 12 Videos de Luisito Comunica en Youtube

Podemos ver en esta ilustración como tiene videos de visitas a lugares abandonados, oscuros y macabros, todos ellos con millones de visualizaciones siendo así el YouTuber más influyente del “Dark Tourism”

El video que subió comentando su visita a Chernóbil tiene 22 millones de visualizaciones convirtiendo el video en uno de los más populares de su canal.

Además de hacer un Vlog en Chernóbil tiene varios videos más haciendo turismo oscuro algunos de los cuales pueden ser : Visitando el bosque de Aokigahara, Visitando Hiroshima y Visitando las Catacumbas de País. Por tanto, podemos afirmar que ha motivado a muchísima gente a realizar un viajes oscuros.

Su manera de presentar sus videos es muy Educativa-Informativa, sus objetivos principales son disfrutar de un viaje y hacer que el resto del mundo pueda disfrutar del mismo.

El mismo siempre toma medidas de seguridad necesarias y no comente actos ilegales ni hacer comentarios grotescos o cómicos del lugar, siendo así un turista culto e informado.

No todos los Youtubers son así también existen unos Vlogers que no respetan estos sitios tan delicados y sensibles.

Uno de ellos es Logan Paul que subió un video en Aokigahara, e hizo un Vlog cómico buscando cadáveres por el bosque, Youtube lo borro inmediatamente y al llegarle una infinidad de críticas subió un video disculpándose.

Otro ejemplo esta vez de habla hispana es Jordiwild que subió un video paseando por uno de los barrios más peligrosos de Tailandia y comentando de una manera cómica como podría ser asesinado en cualquier momento, esto no gusto nada a la comunidad de YouTube.

Youtube ha evolucionado muchísimo los últimos años y estos Youtuber-Vlogers cada vez tienen más éxito, muchos lo hacen por simple placer otros por popularidad, pero en ambos casos generan fortuna, Youtube es única red social de las anteriormente nombradas que remunera sus usuarios a partir de publicidad en el video aunque sólo a los que suben contenido educativo o informativo.

Esto puede ser uno de los principales factores por los que se sube un contenido tan pintoresco y de gran calidad.

Películas, series y documentales

Y otro de los grandes motores del turismo oscuro son las películas y series que no se asocian con las redes sociales, pero sí que influyen muchísimo en el turismo oscuro.

La mayoría suelen ser Películas, series, documentales o reportajes como:

- The dark tourist :

Es una serie/ documental de Netflix en la cual un reportero viaja a 8 destinos oscuros y relata los sucesos del mismo, esta serie tuvo un gran éxito en Netflix una de las cadenas de películas y series más importantes en la actualidad dejando una puntuación de me gusta del 93%.

- El caso Alcàsser:

El 13 de noviembre de 1992 ocurrió un crimen espeluznante concretamente en Alcácer / Picasent (España), un ataque con Secuestro, violación, tortura, asesinato a las jóvenes Míriam García, Toñi Gómez y Desirée Hernández.

Este caso fue tan brutal y desagradable que conmocionó a todo el mundo a raíz de esto tienen una escultura dedicada a las tres víctimas en el cementerio de Alcácer el cual se suele visitar para rendir homenaje a las víctimas.

Esta historia fue plasmada en la serie de Netflix el caso Alcàsser la cual también fue un éxito en Netflix.

- Narcos:

Esta serie de tres temporadas redacta la situación del narcotráfico en Colombia fue la serie más vista en Netflix.

Explica cómo fueron los años 80 en Colombia y como los narcotraficantes tenían un grandísimo poder económico-político en el país, uno de los grandes nombres fue Pablo Escobar conocido como el mayor narcotraficante de Colombia en los años 80-90.

Hoy en día en Colombia existen muchísimas rutas turísticas en las cuales puedes visitar las casas, cárceles, escondites y rutas de narcotráfico de los mayores narcotraficantes colombianos entre las cuales las más famosas son las de Pablo Escobar.

- Chernobyl:

Esta miniserie que cuenta con 5 capítulos redactando los sucesos en Chernobyl fue también un gran éxito en HBO con un 97% de buenas valoraciones entre los usuarios de Google (Google, 2020).

Las películas también son un claro ejemplo del turismo oscuro muchas son basadas en hechos reales y por lo tanto van a crear una intriga y una seducción al espectador, existen muchas películas que han explotado un destino oscuro.

Unos ejemplos son:

- The forest:

Basada en el mítico bosque japonés Aokigahara en el cual se llegan a suicidar unas 100 personas al año, esta película se estrenó el enero del 2016 y también fue un gran éxito.

La película cuenta en concreto la situación de una mujer que buscaba los motivos de la muerte de su hermana y para ello entro en dicho bosque.

En este ejemplo vemos como un destino oscuro que ya se visitaba anteriormente inspiró la creación de dicha película y popularizó aún más el destino.

- The fourth kind:

Esta película explica como Abigail Tyler una psicoterapeuta se encuentra con numerosos casos de pacientes con problemas para dormir, todos ellos tenían los mismos sueños en los que aparecían extraterrestres en forma de lechuzas y les hablaban en idioma sumerio.

Esta película que cuenta con varias secuencias reales grabadas por la misma psicoterapeuta en las cuales los pacientes eran poseídos o controlados por una fuera externa, esta se piensa que fue creada por los alienígenas que concluían muchas veces con abducciones y pacientes desaparecidos, estas escenas perturbaron mucho a los espectadores, tanto como para pensar que este lugar era elegido por los extraterrestres para abducir a humanos.

Muchos de los espectadores de la película movidos por la curiosidad visitan esta ciudad llamada Nome que se encuentra en Alaska, buscando la esperanza de algún contacto paranormal.

Esta historia realista que cuenta la película no era muy conocida, pero al popularizarse la película mucha gente se motivó para visitar la ciudad en busca de una experiencia paranormal.

Conclusiones

En definitiva, las redes sociales y medios de comunicación son el gran motor del turismo oscuro, hemos visto como muchos destinos oscuros pobres o poco desarrollados han sido un éxito después de popularizarse gracias a algún canal como los anteriormente nombrados.

Asique podemos afirmar que el turismo oscuro es muy inestable e impredecible ya que depende mucho de las tendencias de los medios, hoy en día lo popular o famoso es lo más deseado y por eso los medios y redes generan la demanda y oferta de lugares oscuros.

Hemos visto como YouTube, las películas y las series son los grandes motores del turismo oscuro generando interés y consecuentemente demanda de los destinos oscuros.

Estos medios de comunicación y redes sociales afectan de dos maneras diferentes a los destinos oscuros:

Por una parte, los destinos oscuros que han estado desde su existencia abiertos al público han sido simplemente popularizados por estos canales, algunos ejemplos serían: Chernóbil, las catacumbas de París o Auschwitz.

Por otra parte, destinos nuevos son aquellos que han estado expuestos al público pero no se ha conocido su historia o motivo de ser visitado.

Podemos decir que el ciclo que un destino turístico oscuro "Nuevo" está determinado por los medios y redes sociales y suele tener el siguiente ciclo de vida:

- 1) Existencia de algún destino oscuro
- 2) Descubrimiento de la historia o popularización de la historia
- 3) Analizado y conocido por los medios o redes sociales
- 4) Presentado al público
- 5) Visto por muchas personas
- 6) Incremento de la demanda o generación de demanda
- 7) El destino se queda en el olvido ya que no es un tema actual o no es comentado en el momento
- 8) El destino vuelve a popularizarse por cualquier motivo (nueva historia, nueva manera de presentarlo o nueva canal en presentarlo)

Un ejemplo es la ciudad de Nome que tuvo mucho éxito con la película y la misma ciudad recibió muchos turistas desde que se emitió la película, pero al paso del tiempo el turismo disminuyó. (Tripadvisor, s.f.)

O por ejemplo el bosque Aokigahara que ha sido un bosque normal con varias historias que sólo eran conocidas entre los japoneses.

Turismo Radioactivo Caso "Chernobyl"

Antecedentes

La central nuclear de Chernobyl o la central nuclear Vladimir Ilich Lenin fue construida en 1972 consistía en cuatro reactores del tipo RBMK-1000, esta central estaba a 120 kilómetros de Kiev situada en la frontera de Bielorrusia.

Esta central era una de las más modernas del momento y fue creada por la RSS de Ucrania (La República Socialista Soviética) capaz de producir 3200 MW.

La central fue diseñada por Víctor Briujánov quien fue uno de los principales acusados del incidente ya que fue construida rápidamente sin centrarse mucho en el diseño y en la utilización de materiales ignífugos.

En la noche del 26 de abril se llevó a cabo un experimento o prueba de seguridad en la cual no estaban presentes los empleados que fueron entrenados para este tipo de pruebas y debido a la necesidad de electricidad para la producción establecida esta prueba se realizó.

En esta prueba intentaba comprobar la eficiencia de los sistemas de emergencia del suministro eléctrico, por eso se puso en marcha la prueba con la cual podrían comprobar si al bajar el rendimiento del reactor y eliminar el suministro eléctrico la inercia de las turbinas sería suficiente para mantener la actividad hasta que se activara el generador diésel de emergencia. Esto se aprobó por el director de la central, pero no por los diseñadores.

En condiciones correctas este reactor no debería subir de los 3.200MW y tampoco bajar de los 700MW estas eran las cifras consideradas como seguras.

A las 12 de la noche se consiguió llegar a los 700MW y bajar el rendimiento del reactor, pero debido a las negligencias anteriores de los trabajadores habían provocado una acumulación de xenón-135, cuya presencia junto a una mala colocación de barras de control llevó a una disminución de potencia hasta los 30MW.

Para subir la potencia y llegar a unas condiciones seguras se puso en marcha una maniobra manual para intentar colocar las barras de control a su estado óptimo, con lo que llegó a 200MW una potencia lejos de ser segura.

Llegado a este punto el reactor se encontraba en una situación muy inestable con lo que los empleados no tenían otra opción que apretar el botón AZ-5 (Defensa de emergencia rápida 5) un botón de apagado de emergencia este botón no se sabe muy bien si se pulsó, hay tres teorías diferentes:

La primera teoría dice que el botón nunca fue pulsado y por eso se llegó al gran desastre.

La segunda teoría dice que el botón fue pulsado después de la destrucción del reactor y no tuvo ningún propósito.

Y la tercera teoría que fue la más mencionada, se dice que el botón se pulsó y comenzó la fijación de las barras de control al núcleo y así apagar y asegurar el reactor, lo que no tenían en cuenta era que las puntas de las barras de control estaban hechas de grafito el cual si entra en contacto con el núcleo se produce una generación de energía masiva a lo que el reactor llegó a generar 30.000MW una potencia masiva que finalmente acabó en una explosión del reactor.

Esta explosión desencadenó una nueva explosión en la cual rompió el techo del reactor el cual pesaba 1.200 toneladas y provocó que reflectores de grafito se incendiaron liberando así una cantidad muy grande de radiación a la atmósfera.

Después de la explosión llegaron los bomberos con poca información y sin ningún alto cargo que les explicara la situación echaron agua a los restos del reactor lo cual hizo que empeorara la situación.

Al cabo de unos días con expertos y encargados para llevar esta situación se ordenó llenar el reactor de boro, dolomita, arena, barro y de un compuesto de plomo lo que hizo que apagara el grafito y absorber los aerosoles radioactivos. Al cabo de dos semanas se decidió construir un túnel que se llenó de hormigón para evitar que el núcleo se hundiera a capas subterráneas y tocara el agua de depósitos subterráneos.

Finalmente se construyó un sarcófago que envolvió el reactor y lo asiló del exterior.

Todas estas obras duraron 210 días.

La primera evacuación de la ciudad fue 36 horas después de la explosión y en un radio de 30 Km hasta entonces se sabe que había más de 1000 afectados por la radiación, a la gente evacuada se le permitió llevarse lo necesario y prometieron que en dos semanas se les dejaría volver para recoger sus otras pertenencias, cosa que no pasó.

Consecuentemente se evacuaron otros 220.000 habitantes de zonas cercanas Bielorrusia, Ucrania y Rusia.

En total se estima que hay unas 10 millones de personas que padecen enfermedades debido a esta catástrofe.

(Chernobylwel, s.f.), (Wikipedia, s.f.), (CNN, s.f.)

Quando surgió el turismo

Años después de la explosión, la zona de exclusión no se permitía el acceso a nadie y estaba controlada por militares, aunque sí que hubo saqueos y robos.

En 2016 se decidió cambiar el sarcófago que habían creado en 1988 por uno nuevo, a este se le llamo Nuevo Sarcófago Seguro y fue la estructura móvil más cara creada en la historia costaba 1.500 millones de euros.

El 10 de julio de 2017 el presidente ucraniano Volodymyr Zelensky dijo que Chernóbil se podía visitar.

Esto fue lo que dijo a la prensa:

"Tenemos que mostrar este lugar al mundo: a científicos, ecologistas, historiadores y turistas"

"Chernóbil es un lugar único en el planeta donde la naturaleza renació después de un gran desastre provocado por el hombre". (Zelensky, 2019)

A raíz de esto se crearon rutas verdes en lugares óptimos para la visita y sin peligro de alta radiación también se crearon muchas empresas turísticas especializadas para las rutas de Chernóbil como chernobylwel o chernobyl-tour

que ofrecen varias rutas y equipaje para la seguridad de los visitantes, aunque siempre bajo tu responsabilidad.

Marco jurídico

La autorización para visitar la zona de exclusión puede entregarse a personas que hayan cumplido 18 años y que no tengan contraindicaciones médicas para entrar en contacto con la radiación.

El control personal de radiación se realizará en las instalaciones de la Agencia Chornobyl interinform (Empresa financiada por el Estado), el control de radiación se realizará al salir de la zona de exclusión y por la ruta siempre acompañado del personal designado para la visita.

Mientras se realiza la visita todos los visitantes del lugar deberán cumplir las normas designadas y seguir estrictamente el programa designado para la visita.

Se requerirá la disponibilidad del pasaporte para cruzar la frontera de la zona de exclusión en el puesto de control de policía y control de radiación.

Durante su recorrido por Chernóbil, está totalmente prohibido:

Llevar cualquier tipo de armas;

Beber licores o tomar drogas;

Comer o fumar al aire libre;

Tocar cualquier estructura o vegetación.

Sentarse o colocar equipos de fotografía y video en el suelo.

Lleve cualquier artículo fuera de la zona.

Violar el código de vestimenta (zapatos abiertos, pantalones cortos, pantalones, faldas).

Permanecer en la zona de exclusión sin el oficial responsable del enviado.

Las fotografías y filmaciones en la ruta están sujetas a la autorización del encargado enviado.

Los ciudadanos extranjeros y ucranianos, que visiten la zona de exclusión voluntariamente con cualquier propósito, deben ser conscientes del hecho de que, mientras permanezcan en la zona de exclusión, estarán sujetos a exposición externa e interna como resultado de la contaminación radiactiva del medio ambiente (aire, tierra, agua, y también edificios, instalaciones de transporte, equipos, etc.).

Y finalmente hay que firmar un certificado en el cual aceptas las consecuencias de lo que te pueda ocurrir al visitar el lugar.

En consecuencia, yo, participante de la delegación que vengo a la zona de exclusión en un viaje de estudios, estoy de acuerdo con el Departamento del Estado y Administración el cual dice que la zona de exclusión no será responsable de un posible deterioro adicional de mi salud como resultado de la visita a la zona de exclusión. Si mi coche privado, mi equipo de fotografía o video se contaminan radiactivamente, no presentaré reclamos contra el Departamento de Estado.

De acuerdo y acepto. Comprometerse a observar las reglas mencionadas anteriormente. (Tour, n.d.)

Como influyeron los medios

El éxito del destino de Chernóbil fue gracias a los medios entre ellos los más importantes son:

Chernobyl la película:

La película de Chernóbil no tenía mucha relación con la historia de Chernóbil pero si transcurría en el lugar de los acontecimientos con una temática hipotética, hablando de mutaciones y de posibles creaciones de zombis.

Esta película fue la primera en popularizar Chernóbil pero dándole una visión de terror o miedo.

Chernobyl la serie:

Esta serie que ya comentamos anteriormente fue una de las claves para la popularización del destino, mostró toda la historia de Chernóbil en una miniserie con bastantes buenas críticas.

Luisito comunica y Youtube: también mencionamos anteriormente como este youtuber influyó mucho con dos video-vlogs explicando su experiencia de su visita a Chernóbil.

Conclusiones

Este destino turístico oscuro es muy excepcional ya que también tiene un factor añadido la radioactividad una de las amenazas más grandes para el ser humano, no solo existe este destino como radioactivo, sino que también existen destinos como Hiroshima y Nagasaki, aunque con una diferente catástrofe en este caso producida por un tsunami, también existe un campo de pruebas de bombas atómicas de la antigua URSS.

En definitiva, los destinos radioactivos son dentro de la rama de turismo oscuro los más peligrosos, aunque esto motiva aún más a muchos turistas que lo que buscan es adrenalina o simplemente riesgo.

Como dijimos anteriormente la gente busca lo popular, lo actual y por eso hoy en día las redes sociales juegan un papel muy importante en las personas y muchas de ellas quieren mostrar cómo han sido lo suficientemente valientes como para ir a un sitio peligroso, otras simplemente quieren mostrar al mundo que no hay que temerle a nada y hay que disfrutar, viajar y apreciar la vida, aunque lo verdaderamente importante debería ser la historia que ha aportado a nuestro mundo por un error pequeño del cual sean culpables menos de 10 personas, pueden morir o sufrir millones. Por tanto, hay que tener cuidado con estas centrales minimizar riesgos y utilizar expertos que a su vez puedan concentrarse para hacer su trabajo correctamente.

Análisis de nuevos tipos de turismo y sus tendencias

Al hablar de turismo oscuro estamos hablando de un turismo asociado con la muerte y catástrofes por eso los nuevos destinos oscuros se crearán a raíz de la muerte o catástrofes a medida que el tiempo pase, esto sólo depende de la madre naturaleza.

Todavía existen muchas historias o sucesos de muertes, asesinatos o catástrofes que no han sido popularizados y desarrollados turísticamente, eso nos da a entender que siempre puede ocurrir una rápida popularización de unos sucesos que motiven la llegada de un gran número de turistas.

Al día mueren aproximadamente 150.000 personas de las cuales muchas tienen un final conmovedor o triste, por eso hay una infinidad de historias o

sucesos que aún no conocemos, pero algún día puedan motivar a muchas personas a realizar un viaje turístico.

Hoy en día un destino oscuro muy reciente y actual es el creado por el Coronavirus o Covid-19, este virus que se empezó a contraer en Wuhan y ahora es una de las actuales novedades del turismo oscuro.

Wuhan es ahora conocido por todo el mundo, tiene muchas opiniones negativas al igual que positivas, mucha gente lo odia pensando que fue el culpable de esta pandemia otros piensan que fue una de las ciudades más serias y que mejor se recuperaron del virus lo cierto es que todos lo conocen y muchos turistas (la mayoría de ellos chinos) han decidido visitar la ciudad que según Stone podría estar relacionado con el "turismo rojo" más que con el turismo oscuro debido a un nicho de mercado en China donde el Partido Comunista fomenta el espíritu patriótico para proporcionar legitimidad política. (Stone, 2020)

Muchos otros gobiernos han planteado o están en procedimiento de construir un monumento conmemorativo a las víctimas del Coronavirus. Aun no se ha acabado esta pandemia pero cuando lo haga pueden surgir muchos destinos oscuros para conmemorar las muertes de los afectados por el virus.

El "Dark Tourism" como dijimos es un turismo que está relacionado con la muerte, pero a raíz de este se han creado o popularizado visitas a lugares macabros o de miedo, pero sin tener la presencia de la muerte estos lugares aún no se han etiquetado por lo que no son analizados ni clasificados por ningún experto.

Algunos ejemplos pueden ser:

- Turismo de lugares abandonados:

Este tipo de turismo se ha popularizado gracias a las redes sociales como hemos hablado anteriormente la fotografía juega un papel muy grande a la selección de un destino, muchos jóvenes también buscan decorar su mural con algo diferente y nuevo tal y como son los lugares abandonados.

Los lugares abandonados guardan historia, secretos y misterios que se hacen intrigantes para los visitantes, muchas veces sin pruebas reales, pero sí con rumores.

Muchos años antes los japoneses ya practicaban este turismo, ellos lo llaman "Haikyo" que si lo traducimos significa ruina "Nippon no haikyo" publicado en 2007 fue uno de los libros que potenció esta moda que a su vez hizo posible la

creación de una página web con todos los lugares abandonados de Japón llamada www.haikyo.org

Hoy en día hay muchísimos edificios abandonados en los cuales se ha creado turismo como pueden ser muchas cárceles hospitales o ciudades abandonadas.

Pero este turismo es mucho más generalizado hay muchísimos lugares abandonados que tienen una accesibilidad libre.

En el futuro pueden popularizarse muchos lugares o incluso crear páginas web o aplicaciones para móvil con los que puedes encontrar sitios como estos.

- Turismo Paranormal

Este tipo de turismo tampoco ha sido citado por varios expertos, aunque sigue siendo una subclase del turismo oscuro, aunque con cada vez más importancia y popularidad.

Así mismo Lenon y Foley lo añadieron a su clasificación de destinos oscuros como “Turismo de fantasmas” visita a lugares donde se atribuyen la visión de apariciones, psicofonías u otros fenómenos paranormales. (Lennon J. J., 2000), aunque si lo comparamos con las definiciones de la mayoría de expertos no puede relacionarse con el turismo oscuro ya que este tiene que relacionarse con la muerte.

Este tipo de turismo se relaciona con fenómenos paranormales o sobrenaturales los cuales no tienen una explicación científica, hay una infinidad de fenómenos inexplicables que abren el interés de las personas que buscan una experiencia inusual y relacionada con el miedo o temor. Muchas veces estos sucesos inexplicables son devenidos de una reacción psíquica al esperar una dicha reacción que finalmente crean una paranoia que se ve y se siente sin existir.

Los dos lugares más populares hoy en día son:

Área 51 (Nevada, EEUU):

La historia de este lugar que no se sabe si es francamente cierta cuenta que este lugar se experimenta con los alienígenas, no se sabe si es cierto pero la Casa Blanca ha confirmado su existencia en 2003. Muchos turistas llegan al kilómetro 0 donde está situada una barrera para simplemente hacerse una foto.

Lago Ness (Escocia)

Este lago es tan popular ya que muchos mitos e historias cuentan que existe un animal extinguido que habita en estas aguas, se hizo tan popular por unas fotografías que muestran una forma extraña de animal, los expertos dicen que no hay pruebas suficientes para decir que existe tal animal.

Este tipo de turismo al igual que la mayoría de los que hablamos también está siendo influenciado por los medios que hablan y crean estas explicaciones paranormales que a su vez influyen al público para visitarlo.

Por tanto, podemos decir que en los próximos años dependiendo mucho de las redes sociales y los medios que están normalizando poco a poco este tipo de turismo cada vez más importante.

Conclusiones

Desde un punto de vista turístico en este trabajo hemos observado como el turismo oscuro ha evolucionado a lo largo de los años, de manera que cada vez hay mayor oferta para este tipo de viajeros. Mientras antes la muerte se presenciaba en vivo, ahora se considera un tema muy delicado, al estar mucho más valorada la vida del ser humano, al menos en occidente. Sin embargo, la curiosidad y el morbo por lo catastrófico y mortal parece pervivir en los turistas.

Las motivaciones de este turismo son muy personales y muy dependientes de los valores etico-morales de cada persona, eso sí las películas, series y redes sociales juegan un papel muy importante ya que abren la curiosidad del público.

El turismo oscuro que existe hoy en día busca lugares asociados con la muerte, que antes eran muy criticados y poco visitados, incluso malditos. Sin embargo, los medios de comunicación y las redes sociales han ido normalizando este punto de vista, que permite al turista acercarse al sufrimiento de manera externa, como un mero espectador.

Las redes sociales como Youtube o Instagram están llenas de contenido "Dark" y están creando cada vez mas destinos que a su vez diversifican las subclases de turismo oscuro desarrollando así este turismo.

Desde el principio del trabajo hemos visto como profesores y expertos en este tema como J. John Lennon, Stones, Blom, o Omar Moufakkir han ido analizando, clasificando y concretando cada vez más este tipo de turismo tan variable aunque cada día aparecen más destinos y más aspectos que

investigar, y sus investigaciones continúan creciendo al ritmo que lo hace este fenómeno.

Al analizar estas nuevas formas de turismo (supuestas apariciones paranormales, lugares abandonados) podemos darnos cuenta de que no es turismo tangible en su forma de sentirlo, es un turismo invisible que se basa en sucesos o historias que han ido inspirando a la gente a visitarlos.

En particular, se ha explicado con detalle como ejemplo de destinos radioactivos Chernobil, que se han popularizado a pesar de su gran peligro radioactivo. Como se ha visto, este destino tiene 3 influencias directas: una

película, una serie y las redes sociales, que han contado su historia y han expuesto al público una triste historia que ha generado un gran interés al mundo.

En la actualidad tenemos una pandemia de coronavirus, que empezó a principios de enero y ha acabado con la vida de más de 891.000 personas. Esta es una cifra muy alarmante, y puede ser en el futuro hará de algunos lugares destinos para turistas interesados en el turismo oscuro.

Si queremos comprender la importancia de este turismo, no podemos olvidar las muertes de nuestros antepasados que han sufrido y han vivido situaciones muy complicadas, sino que tenemos que aprender de ellos de sus errores y así poder combatir contra las catástrofes que nos puedan aparecer en el futuro.

Opinión propia:

Después de leer varias experiencias y comentarios por muchas redes sociales y por experiencia propia puedo decir que cuando viajas a estos destinos oscuros, rodeados de muerte y sufrimiento, desconectas de tu día a día de tu cotidianidad y te adentras dentro de un pensamiento pesimista y dubitativo que te permite ver más allá de la vida habitual y recordar lo importante de la vida.

- molaviajar. (s.f.). *youtube*. Obtenido de youtube:
<https://www.youtube.com/user/molaviajar>
- Nadal, P. (s.f.). *youtube*. Obtenido de youtube:
<https://www.youtube.com/channel/UC1ek9qFg611U1ZBIG1gvynQ>
- Nate, K. a. (s.f.). *Youtube*. Obtenido de Youtube:
<https://www.youtube.com/channel/UC4ijq8Cg-8zQKx8OH12dUSw>
- Newman, B. &. (2004). En P. R. Richard Sharpley, *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*.
- Omar Moufakkir, P. M. (2012). *Controversies in Tourism*. CABI.
- PhilipStone, R. (2008). *Annals of Tourism Research*. Elsevier.
- Pucci, E. (1970). *Pompeya: guía practica para visitar las excavaciones (Guía Bonechi)*,. editor 'Bonechi'. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Pompeya#Pompeya_en_la_actualidad
- Stone, P. (24 de Junio de 2020). *theconversation.com*. Obtenido de theconversation:
<https://theconversation.com/dark-tourism-memorial-sites-will-help-us-heal-from-the-trauma-of-coronavirus-139164>
- Tour, C. (s.f.). *chernobyl-tour*. Obtenido de chernobyl-tour:
https://www.chernobyl-tour.com/chernobyl_rules.html
- Website, d.-t. (2020). *dark-tourism Website*. Obtenido de dark-tourism Website:
<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/1105-nine-eleven-museum>
- Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Accidente_de_Chern%C3%B3bil
- wikipedia. (23 de Agosto de 2020). *Auschwitz*. Obtenido de wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Auschwitz#:~:text=C%C3%A1culos%20sobre%20el%20n%C3%BAmero%20de%20v%C3%ADctimas,-Pr%C3%B3tesis%20y%20muletas&text=Se%20calcula%20que%20en%20Auschwitz,a%20un%20mill%C3%B3n%20eran%20jud%C3%ADos>.
- Wood, M. (04 de 2017). *Oyster*. Obtenido de Oyster:
<https://www.oyster.com/articles/would-you-stay-at-these-8-hotels-with-creepy-pasts/>
- Zelensky, V. (12 de 07 de 2019). EL SITIO DEL DESASTRE DE CHERNOBYL SE CONVERTIRÁ EN ATRACCIÓN TURÍSTICA OFICIAL. (H. Coffey, Entrevistador)