

Índice

Índice	2
Resumen	2
Introducción	3
Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos:	6
Marco Metodológico	6
2.2 Turismo Oscuro	14
2.2.1 Conceptualizaciones	14
2.2.2 Origen y evolución del turismo oscuro	19
2.2.3 Categorización del turismo oscuro	23
2.2.4 ¿Por qué seduce el turismo oscuro?	29
3.1 La autenticidad en el turismo oscuro	32
3.1.1 El exotismo como atracción	38
3.2. Turismo y cultura	39
3.2.1 La muerte como producto	43
3.2.2 Los medios de comunicación y el turismo oscuro	47
3.2.3 Cuestionamientos éticos	52
Conclusiones	61
Referencias	68

Índice de Figuras

	18
Figura 1. Términos para referirse al Turismo oscuro	23
Figura 2. Entrada ex campo de concentración de Auschwitz.	27
Figura 4. Cementerio de la Recoleta	31
Figura 5. Bóveda Luis Federico Leloir	36
Figura 6. Tipos de autenticidad según Chhabra y Huermann 2015.	39
Figura 7. Día de los Muertos en Guanajuato, México.	48
Figura 8. Escala de comodificación en sitios de turismo oscuro elaborada por Grebenar 2018.	52
Figura 9. Miniserie HBO Chernobyl hacia la izquierda de la fotografía y Película Chernobyl Netflix hacia la derecha.	54
Figura 10 . Búsqueda “#Darktourism” y #Chernobyl en Instagram	55
Figura 11. Captura de pantalla a sitio web Youtube.com a partir de búsqueda: “Dark Tourism”	56
	57
Figura 12. Momia perteneciente al Museo de las momias de Guanajuato, México.	59
Figura 13. Fotografía de un turista en el Memorial al Holocausto en Berlín, Alemania.	61
Figura 14. Fotomontaje por parte del proyecto YoloCaust con la intención de tomar conciencia acerca de la clase de fotografías tomadas en el Memorial.	
66	
Figura 15. Definiciones destacadas acerca del Turismo oscuro	67