

*Estudios y Perspectivas
en Turismo*

Estudios y Perspectivas en Turismo

ISSN: 0327-5841

ISSN: 1851-1732

regina.cieturisticos@gmail.com

Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Argentina

Obombo Magio, Kennedy; Guillén Arguelles, Elisa; Velarde Valdez, Mónica
ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN LOS BARRIOS
MARGINALES Y BASUREROS ¿Filantropía o una extraña curiosidad por la pobreza?
Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 27, núm. 3, 2018, Mayo-Julio, pp. 506-532
Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757123002>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

UNEM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN LOS BARRIOS MARGINALES Y BASUREROS

¿Filantropía o una extraña curiosidad por la pobreza?

Kennedy Obombo Magio*
Elisa Guillén Arguelles**
TecNM/ITCancún, México
Mónica Velarde Valdez***
Universidad de Occidente
Mazatlán, México

Resumen: En esta investigación se cuestiona si las visitas a basureros y asentamientos humanos en barrios marginales son un tipo de turismo filantrópico o sólo producto de una extraña curiosidad de los turistas. Para ello, se analizan las actitudes de los “pepenadores” que trabajan en el basurero de Mazatlán y los residentes de cuatro barrios marginales del puerto hacia las visitas turísticas. Métodos mixtos que incluyeron una encuesta, entrevistas en profundidad semiestructuradas y observación participante como técnica auxiliar se usaron para recopilar información. Se administraron 140 cuestionarios en escala de Likert a encuestados seleccionados al azar, y a 11 líderes de opinión de la comunidad que se seleccionaron de manera deliberada. El análisis de los datos fue cuantitativo, utilizando la estadística descriptiva e inferencial, y cualitativo a través de un análisis temático. Se encontró que los residentes anfitriones tienen actitudes negativas hacia las visitas turísticas, influenciadas por factores extrínsecos como la interacción con los visitantes y los niveles de beneficios derivados de ellas. Se espera que los hallazgos contribuyan a mejorar la forma de llevar a cabo los tours, permitan a los organizadores tomar en cuenta los principios socioeconómicos de la sustentabilidad y propicien una relación armoniosa entre anfitriones y turistas. Se recomienda un enfoque más inclusivo hacia el turismo en barrios marginales y basureros, e incluir programas como Filantropía de los Viajeros, para mejorar los beneficios a largo plazo y las interacciones entre turistas y lugareños.

PALABRAS CLAVE: Actitudes, residentes, turismo en barrios marginales, basureros, turismo oscuro, Mazatlán, Sinaloa.

* Doctor en Gestión del Turismo por la Universidad de Occidente, Mazatlán México. Se desempeña como Profesor-Investigador del Programa Cátedras CONACYT, Cancún, México; comisionado al Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Cancún para colaborar en el Proyecto 1071: Estudios de Turismo y Sustentabilidad en el Caribe Mexicano. Dirección postal: Avenida Kabah Km. 3, Col. Centro, C.P. 77500, Cancún, Quintana Roo, México. E-mail: magiobom@yahoo.com o kmagio@conacyt.mx

** Doctora en Ciencias en Geografía Humana con especialidad en Auditoría Ambiental de Empresas del Turismo y Gestión Ambiental por la Universidad de Reading, Reading, Inglaterra. Se desempeña como Profesor-Investigador del Instituto Tecnológico de Cancún, México; y Representante Institucional ante el Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el Tipo Superior (PRODEP), Ciudad de México, México. Responsable Técnico del Proyecto 1071: Estudios de Turismo y Sustentabilidad en el Caribe Mexicano, del Programa Cátedras CONACYT, Cancún, México. Dirección postal: Avenida Kabah Km. 3, Col. Centro, C.P. 77500, Cancún, Quintana Roo, México. E-mail: elisaguillenster@gmail.com o eguillen@itcancun.edu.mx

*** Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma de México (UAM), México D.F., México. Se desempeña como Profesor-Investigador de la Universidad de Occidente, Mazatlán, México, adscrito al Departamento de Ciencias Económico Administrativo. Dirección postal: Av del Mar 1200, Flamingos, 82149 Mazatlán, Sinaloa, México. E-mail: mvelardemx@yahoo.com o monica.velarde@udo.mx

Abstract: *Resident Attitudes Towards Slum and Dumpsite Tourism: ¿Philanthropy or Strange Curiosity for Poverty? The present study questioned whether dumpsite and slum visits are a form of philanthropic travel or a mere product of strange curiosity. Host attitudes towards dumpsite and slum tours in Mazatlán were analysed, respondents included dumpsite workers locally known as “pepenadores”, as well as residents of four poor neighbourhoods in the outskirts of the city. Mixed methods were used to collect primary data, they included: a survey, semi-structured in-depth interviews and participant observation as an auxiliary technique. A total of 140 questionnaires in form of Likert scale were administered to locals selected randomly, additionally, 11 opinion leaders selected purposively from the community were interviewed to complement the aforementioned survey data. Analysis was both quantitative (descriptive and inferential statistics) and qualitative by way of thematic analysis. Findings indicate that host residents generally hold negative attitudes towards dumpsite and slum visits. Extrinsic factors like interaction with dumpsite visitors and levels of benefits accruing from the visits were found to shape perceptions. Findings can help to improve the way these dumpsite and slum tours are carried out, this is important for the organizers to achieve socioeconomic sustainability and maintain a harmonious relationship between the hosts and tourists. The study recommends a more inclusive approach towards slum tourism and more broadly towards Travellers’ Philanthropy programs to enhance long term benefits and interactions between tourists and the locals.*

KEY WORDS: *Attitudes, residents, slum tourism, dumpsites, dark tourism, Mazatlán, Sinaloa.*

INTRODUCCIÓN

La industria turística ha dependido en gran medida de los atractivos turísticos tradicionales, como la playa, la naturaleza (flora y fauna), la cultura, etc. (Weiermair & Peters, 2000). Sin embargo, en los últimos años se ha visto el surgimiento de nuevas formas de turismo como el llamado turismo oscuro (Korstanje, 2014; Zerva, 2010; Lennon & Foley, 2000; Stone & Sharpley, 2008). Pero, ¿qué es el turismo oscuro? Según Strange & Kempa (2003) es la actividad de viajar y visitar sitios, atracciones y exposiciones que tienen como tema principal la muerte real o recreada, el sufrimiento o lo aparentemente macabro. El objetivo del viaje es experimentar algo un poco más oscuro, por ejemplo: ver un campo de concentración como Auschwitz en Polonia, donde miles de personas fueron asesinadas con gases (Beech, 2000), o visitar una zona de desastre natural (Shondell Miller, 2008), o viajar a países en vías de desarrollo para ver a las personas que viven en condiciones de pobreza, a veces con la intención de ayudarlas (Weiner, 2009).

El último ejemplo, también denominado por diferentes autores como turismo de barrios marginales, turismo de pobreza, turismo de áreas segregadas, turismo de suburbios, el pobrismo, la pobretería, o viajes filantrópicos, es el objeto del presente estudio. Según Frenzel, Koens, Steinbrink & Rogerson (2015), esta modalidad de turismo atrae a los turistas opulentos de las economías occidentales que desean conocer lo que es vivir en la pobreza. Es un sector emergente que ofrece visitas guiadas a los barrios pobres de grandes ciudades como Buenos Aires (Argentina), Nueva Delhi y Mumbai (India),

Nairobi (Kenia) y Johannesburgo (Sudáfrica) (Frenzel *et al.*, 2015; Science Daily, 30 de enero de 2010). Comenzó por primera vez en Brasil en 1992 (Frenzel *et al.*, 2015), y actualmente se ha vuelto popular en otros países como India (Nisbett, 2017), Sudáfrica (Hoogendoorn & Giddy, 2017) e incluso los lugares que han tenido desastres naturales como huracanes y tsunamis (Miller, Gonzalez & Hutter, 2017). Por ejemplo, después del huracán Katrina, Louisiana en los Estados Unidos de América se convirtió en un “atractivo” de turismo de pobreza (Mashada, 2006). En algunos estudios (CREST, 2011), el turismo en los barrios marginales se ha conceptualizado como parte de una creciente tendencia internacional conocida como Filantropía de Viajeros, turismo voluntario o turismo en favor de los pobres, que ilustra cómo los viajeros y las empresas conscientes utilizan el turismo como medio transformador para mejorar las condiciones de vida de las comunidades anfitrionas, haciendo aportaciones concretas de tiempo, talento y dinero para apoyar proyectos locales más allá de lo que se genera a través de la actividad turística habitual.

De acuerdo con Zijlma (2010), hay puntos de vista y pensamientos opuestos sobre si el turismo de los barrios marginales es filantrópico o sólo una extraña curiosidad del visitante por ver cómo viven los habitantes en situaciones de pobreza. En uno de los debates éticos, se critica fuertemente esa “fascinación” por la forma en que viven las personas en condiciones de pobreza, cuyo ingreso promedio es de menos de un dólar al día según los estándares de la Organización de las Naciones Unidas, y que carecen de los servicios necesarios o básicos tales como vivienda, comida adecuada y agua potable (Zijlma, 2010).

Otra opinión apoya esta modalidad de turismo y los proponentes argumentan que es imposible entender a países como Egipto, Sudáfrica e India sin ver de primera mano las condiciones en las que viven sus ciudadanos (Mashada, 2006). Según el discurso del Rey de España, Don Juan Carlos, en una feria de turismo celebrada el 13 de enero de 2008 en Guadalajara, México, el turismo en los países afectados por la pobreza no es sólo interesante o deseable, sino necesario. Reiteró que el turismo en los barrios marginales es un instrumento eficaz para erradicar la pobreza y mejorar las aspiraciones legítimas y el bienestar de los ciudadanos (Doy, 2008). Cabe señalar que en los últimos años se ha incrementado el número de turistas curiosos que buscan experiencias en barrios marginales (Frenzel *et al.*, 2015). Esta actividad turística se promueve principalmente por operadores turísticos, agencias de viajes y organizaciones benéficas en diferentes ciudades. En sus propósitos afirman que los viajes a los barrios marginales contribuyen a generar ingresos y mejorar la economía local de los países en desarrollo e incrementar la participación de la población en el desarrollo del turismo, a través de los vínculos entre las empresas turísticas y las comunidades en condiciones de pobreza (Bowers, 2007).

Desde el punto de vista moral el turismo en los barrios marginales ha sido criticado como una invasión a la intimidad/privacidad y como un robo de la dignidad de los lugareños (Frenzel, Koens & Steinbrink, 2012). A la extraña fascinación por la pobreza, se le suma el debate ético que genera un cuestionamiento muy importante: ¿qué significa este tipo de viajes para las personas que viven en los barrios? No es sorprendente que exista un enorme debate sobre si el turismo en los barrios marginales

es ético. En palabras de Rogerson (2014), no sólo se considera como una forma poco ética de mostrar la pobreza y generar ingresos, sino que ha sido el causante de traumas mentales para los habitantes de estos barrios marginales, especialmente de las mujeres y los niños. Sin embargo, hay muchos operadores turísticos que no encuentran nada malo en esta modalidad de turismo, y que incluso afirman que los viajes han dado nuevas esperanzas a los habitantes de los barrios, que cada vez más se muestran motivados para mejorar sus condiciones de vida (Mashada, 2006). En un blog, se argumenta que el mayor beneficio del turismo en los barrios marginales es que humaniza a sus habitantes y demuestra que no son la representación implacable de la miseria; según el autor, hay vida dentro de los barrios marginales aunque no alce la expectativa de muchos (Zijlma, 2010).

Weiner (2009) agrega una nueva perspectiva a la discusión y recomienda cuatro criterios que pueden ser útiles para lograr la sustentabilidad de las visitas a los barrios marginales: (1) que se hagan recorridos sólo en grupos pequeños, (2) que no se debe permitir tomar fotografías, (3) que el dinero que se obtiene por la venta de los tours sea canalizado a los barrios visitados (4) y que la comercialización sea respetuosa. Es evidente en la literatura que la discusión y la polémica sobre esta forma de turismo está más enfocada al fenómeno turístico que a las condiciones de vida en los barrios. En general, el turismo de masas moderno se considera como una forma de entretenimiento, por eso, la idea de viajar para observar los barrios como atractivo turístico es bastante repulsiva. También se ha argumentado que el turismo es indiscreto o entrometido de una u otra manera y que, realmente, no hay tal cosa como un viajero sin impacto.

Todos los turistas viajan por la curiosidad de ver algo o vivir una experiencia, y de alguna forma, se meten e influyen en la vida de las comunidades anfitrionas. Jockin Arputham, presidente de Shack/Slum Dwellers International (SDI) ha criticado a los operadores de los tours en los barrios marginales, describiendo a tales viajes como un "crimen contra la pobreza" y una afrenta a la dignidad de los habitantes de estos barrios. El Sr. Arputham, que recibió el Premio Ramon Magsaysay por la Paz y el Entendimiento Internacional en el año 2000, señala que él mismo vive en un barrio pobre, y dice que ha visto los carteles publicitarios y los vehículos recogiendo a los turistas extranjeros cerca del Hotel Taj en Mumbai y siente que estas actividades turísticas son altamente explotadoras. Él argumenta que *"la gente está harta de ser tratada como atractivos turísticos, porque viven en muy malas condiciones, con niños corriendo desnudos por todos lados, y los extranjeros fotografiándolos como si fueran animales en zoológicos"* (Science Daily, 30 de enero de 2010).

La presente investigación trata de las visitas al basurero y a los barrios marginales de Mazatlán, organizadas y ejecutadas por una iglesia evangélica local conocida como "El Viñedo" o "La Viña", con sede en los Estados Unidos. Esta iglesia de misión carismática fue fundada en 1996 por un pastor estadounidense (Dürr, 2012). A diferencia de los "slum tours" realizados en barrios marginales de otras ciudades alrededor del mundo, las visitas en Mazatlán son básicamente sin fines de lucro y se ofrecen de forma gratuita. La mayoría de los participantes son turistas estadounidenses y canadienses jubilados cuyo motivo principal de viaje es el turismo de sol y playa en la costa prístina del Pacífico, y que son

invitados a realizar las visitas a los barrios mencionados. Estas visitas son menos comerciales y más benéficas/filantrópicas y esclarecedoras, con un enfoque ideológico cristiano, en las que el visitante tiene la oportunidad de poner en práctica sus creencias cristianas de ayudar a los más necesitados.

Sin embargo, es importante analizar la percepción de los residentes hacia el turismo en barrios marginales y basureros. ¿Se benefician? ¿Es invasivo de su privacidad? ¿Esa curiosidad y la fascinación por observar cómo se vive en condiciones de pobreza es éticamente aceptable? La presente investigación no busca respuestas a estas preguntas sino revela, a partir de los datos recopilados y analizados, posiciones entre distintos grupos sociales y situaciones que provocan discusiones políticas, filosóficas, etc. acerca del funcionamiento y los impactos de los tours: escuchar de los "pepenadores" y de los propios habitantes de los barrios marginales si aprueban este tipo de turismo o lo detestan. Se trata principalmente de un estudio explicativo, que es ampliamente interconectado y fundamentado en los constructos teóricos del turismo oscuro (dark tourism). Con un enfoque de estudio de caso, se aplicaron métodos mixtos (cuantitativos y cualitativos), basándose principalmente en un paradigma interpretativo. La información fue recopilada en el año 2016 a través de una encuesta cuantitativa, entrevistas en profundidad semiestructuradas, dos grupos focales, así como la observación y participación directa. Se presentan aportaciones teóricas y empíricas significativas que pueden ayudar a mejorar la forma en que se llevan a cabo estas visitas, sobre todo para que los organizadores consideren aplicar las recomendaciones, lo que permitirá mantener una relación armoniosa entre los anfitriones y los turistas. Asimismo, se reafirma lo que es ampliamente reconocido: que el éxito y la sustentabilidad de cualquier forma de actividad turística se garantiza cuando incluye la participación de las poblaciones locales.

¿CÓMO SE REALIZAN LAS VISITAS AL BASURERO Y A LOS BARRIOS MARGINALES DE MAZATLÁN?

El turismo en el basurero y los barrios marginales de Mazatlán es parte de la gran aspiración de los turistas extranjeros en la ciudad, para crear un "mejor México" mediante la promoción del trabajo de caridad y el bienestar social. Basándose en los valores, las percepciones y a veces los estereotipos inherentes en sus sociedades de origen, tratan de llevar el "primer mundo" al "tercer mundo", aunque siguen apreciando el "estilo de vida mexicano" (Dürr, 2012). La mayoría de los participantes son personas mayores, ciudadanos canadienses y estadounidenses retirados y están involucrados en una serie de organizaciones sociales, de servicio comunitario y redes de apoyo. A veces participan algunos turistas mexicanos provenientes de las diversas zonas turísticas e incluso los cruceristas que llegan a Mazatlán. Estos esfuerzos caritativos abordan temas sociales con énfasis en esquemas educativos de apoyo y asistencia médica. Algunas de estas organizaciones tienen motivación religiosa. Incluyen la "American Legion", "Friends of Mexico", "Hands Across the Border", el "Rotary Club" y la "Cancer Society", entre otras.

Las visitas se llevan a cabo una vez a la semana en la temporada baja (mayo-octubre), y de tres a cuatro veces por semana en temporada alta (de noviembre a abril). Los participantes son invitados a través de las revistas locales (por ejemplo, la revista "Mazatlan's Pacific Pearl" editada por un ciudadano americano llamado Michael J. Veselik), volantes, guías turísticas y el sitio web de la iglesia. La visita, que tarda sólo medio día, comienza en el edificio de la iglesia que se encuentra ubicada en la Zona Dorada (Golden Zone) de la ciudad de Mazatlán, donde se les pide a los participantes que preparen sándwiches y agua embotellada que irán a regalar durante la visita, a los recolectores de basura y a otros residentes en los barrios marginales adyacentes. El guía, que por lo general es uno de los turistas jubilados y que lleva años participando en el programa, da instrucciones a los integrantes del grupo visitante sobre cómo se realiza la visita, las bases ideológicas de la iglesia que justifican el trabajo de apoyo, consejos sobre las interacciones entre los turistas y los lugareños, el itinerario, etc. y se les enseña a los extranjeros cómo saludar en el idioma español.

Antes de la visita se les muestra a los participantes un video inspirador que sirve de material promocional, en donde se aborda la pobreza en general y la discriminación, las difíciles condiciones de trabajo que hay en el basurero y las condiciones de vida prevalecientes en los barrios marginales. Los residentes de los barrios marginales son retratados en los videos ya sea como gente luchadora, maravillosa y llena de esperanza o como receptores resilientes y agradecidos de cualquier ayuda o caridad. Esta representación en los videos busca desafiar y cambiar cualquier noción preconcebida entre los participantes del "mexicano perezoso", un estereotipo prejuicioso sostenido por algunos individuos del vecino país del norte (Dürr, 2012). La mayoría de los participantes son motivados a realizar la visita para satisfacer su curiosidad y para salir de su comodidad del turismo en la playa y presenciar/experimentar cómo se siente trabajar en un basurero y vivir en los barrios marginales, incluso algunos padres llevan a sus hijos para desafiarlos y fomentar en ellos la autorreflexión y la apreciación de los privilegios que tienen en la vida. Lo que se promete en el material promocional es "una experiencia que cambiará tu vida".

Después de la sesión informativa previa a la gira, los participantes inician el paseo en vehículos de la iglesia que los llevan a los barrios donde la iglesia emprende proyectos de caridad. A lo largo del viaje, el guía proporciona continuamente información sobre el comercio de la recolección de basura y destaca el rol y la importancia de los trabajos de recolección y clasificación de la basura en ese contexto. Explica también su enorme contribución en la reducción de residuos de Mazatlán, ya que la mayoría de los pepenadores recolectan y venden la basura no orgánica para su reciclaje. Uno de los resultados positivos provenientes de estos tours, es el creciente reconocimiento del papel desempeñado por los pepenadores y los esfuerzos que hace el gobierno municipal para mejorar sus condiciones de trabajo. Sin embargo, se ha observado que estos esfuerzos son inadecuados e insuficientes; algunos (la mayoría) son meramente precautorios, por ejemplo, se ha limitado la participación de los niños en la recolección y clasificación de basura.

Cuando llegan los turistas al basurero comienza la interacción entre éstos y los pepenadores, normalmente a través de la entrega de sándwiches, frutas y agua embotellada. Durante el encuentro, ambos grupos realizan esfuerzos para comunicarse, aunque la barrera del idioma es un problema real. Los turistas tratan de usar algunas de las frases comunes en idioma español como “Mucho gusto” (Nice to meet you), “Dios te bendiga” (God bless you), mientras que los pepenadores responden en español “Muchas gracias” y a veces lo hacen en inglés “Thank you very much”. La interacción en promedio tiene una duración de 25 minutos. En el viaje de regreso a la zona turística, se hacen paradas ocasionales en cuatro barrios marginales lo que permite a los turistas entregar más alimentos y agua, principalmente a los niños. Los residentes saben en qué días llegan los turistas y es común encontrarlos reunidos en grandes grupos esperando su llegada.

Según los organizadores, las visitas no tratan de promover esa extraña curiosidad por ver cómo vive la gente en condiciones de pobreza, ni de obtener ganancias para la iglesia, sino sólo de prestar un servicio social desinteresado. Esto se afirmó en el comentario hecho por uno de los funcionarios de la iglesia (citado en el estudio de Dürr, 2012: 346):

“Nuestra misión es cambiar este lugar. En la visita tratamos de mostrar a los turistas la verdadera cara de la ciudad de Mazatlán. Los enfrentamos con la pobreza y la suciedad, aunque nuestra intención no es la de ridiculizar o exaltar la pobreza. Queremos contribuir a un mundo mejor abriendo los ojos del turista y señalando la miseria que hay aquí... Tratamos de sacarlos de la burbuja turística en la que vienen... Muchos de nuestros voluntarios son profesionales calificados y deseosos de participar activamente en la lucha contra la pobreza, que se encuentran involucrados en una serie de proyectos, y ayudan con asistencia médica, donando materiales de enseñanza, otorgando becas de apoyo, y enseñando habilidades de construcción”.

Esta afirmación muestra que la visita al basurero y a los barrios marginales de Mazatlán no está pensada para ser una actividad comercial o de entretenimiento, sino que busca levantar la conciencia sobre la desigualdad social, inspirar a la gente a hacer cosas que nunca han hecho y contribuir a aliviar la pobreza (Harvey, 2006).

FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DEL TURISMO EN BARRIOS MARGINALES Y BASUREROS

Se ha observado que la mayoría de las reflexiones iniciales sobre el turismo en barrios marginales se centraron en dos casos principales del Sur del planeta: los Townships de Sudáfrica y las favelas de Brasil (Frenzel & Koens, 2012). Se destaca la gran brecha de conocimiento teórico y empírico sobre este tipo de turismo. El creciente debate académico sobre el fenómeno es resultado de las recientes discusiones muy vocales y no científicas, entre periodistas y blogueros, que se enfocan principalmente en el modus operandi y las ambigüedades morales del turismo en los barrios. Desde hace unos ocho

años los académicos empezaron a cuestionar la validez o a desestimar totalmente la información proporcionada por los periodistas por la falta de rigor científico (Selinger & Outtersson, 2009: 3).

La investigación del turismo en barrios marginales ha demostrado ser "indisciplinada", tal y como ha sido la investigación del turismo en general (Tribe, 1997). El fenómeno se ha estudiado en una amplia gama de disciplinas y se ha discutido desde una variedad de perspectivas teóricas. La mayoría de las investigaciones en este campo académico son estudios de casos (Frenzel *et al.*, 2015). Por la naturaleza del fenómeno en diferentes "destinos", los casos se estudian de manera única e individual, por lo que resulta difícil generalizar o transferir de forma directa conceptos, ideas y puntos de vista teóricos.

Después de revisar los trabajos de investigación presentados en una conferencia celebrada en Bristol, Inglaterra, del 9 al 11 de diciembre de 2010, titulada "Los barrios marginales como destinos turísticos. Reflexiones sobre la producción y el consumo de la pobreza en el turismo", Frenzel & Koens (2012) afirman que la mayoría de los trabajos son cualitativos, mientras que los cuantitativos se limitan en gran medida a la estadística descriptiva, lo que refleja el carácter incipiente y la naturaleza exploratoria de la investigación en esta área. En general, se enfrenta el desafío de definir el alcance y los principales fundamentos teóricos y conceptuales del turismo en barrios marginales. Esto se hace cada vez más posible por las diversas coincidencias/superposiciones que existen entre la investigación en este campo emergente y los constructos teóricos de la investigación turística en general (Frenzel & Koens, 2012).

Al mismo tiempo, es evidente que el creciente número de estudios de casos ha elevado los debates académicos sobre el turismo en los barrios marginales a un cierto nivel de razonamiento comparativo y conceptual. A través de las comparaciones, se podrá alcanzar una comprensión más completa del turismo en los barrios marginales. Las coincidencias y las influencias mutuas entre diferentes casos son cada vez más evidentes. Flyvbjerg (2006) argumenta que la aparición de nuevos casos permitirá una buena teorización en esta área de conocimiento. Poco a poco se está desarrollando la base teórica para iluminar las futuras investigaciones en el campo.

Otros investigadores han cuestionado la comercialización de la pobreza, por ejemplo Rolfes, Steinbrink & Uhl (2009), que en su estudio plantean las siguientes preguntas: ¿cuál es el producto turístico en los barrios marginales? ¿Los turistas buscan observar a los residentes de los barrios pobres y los aspectos imaginarios asociados con ellos? Al respecto, los autores encontraron lo siguiente:

"La pobreza es el aspecto más importante y a veces lo único que los turistas asocian con los barrios marginales. Lógicamente, se puede deducir que esto es exactamente lo que les gustaría ver cuando realizan una visita a los barrios marginales" (Rolfes *et al.*, 2009: 10).

En cuanto a los beneficios, Scheyvens (2007) cuestiona si el turismo realmente puede lograr el empoderamiento económico de las comunidades que viven en los barrios marginales. Rogerson (2004) por su parte, en el caso particular del barrio marginal de Soweto en Sudáfrica, identificó problemas como la falta de capacitación de las comunidades para atender adecuadamente a los turistas lo que obstaculiza la generación de los beneficios por parte de los residentes.

En su artículo sobre el turismo en Rocinha, Río de Janeiro, Frisch (2012) explora el proceso a través del cual la favela se ha convertido de un problema social en un atractivo turístico. Según él, se aprovecha del gran potencial simbólico de la favela para atraer turismo, particularmente, sus elementos visuales. En una crítica sobre el turismo actual, considera que el dominio de los agentes (operadores) externos y la falta de participación local, obstaculizan el papel de los residentes como actores que son capaces de pensar y actuar de manera independiente. Concluye que el turismo actual de las favelas no va más allá de una forma de "aventura negativa".

El turismo en los barrios marginales de Mumbai se ve también con escepticismo no disimulado y ha evocado lo que parece ser una condenación vociferante/fuerte en el público de la India (Dyson, 2012). Esto muestra algunas similitudes entre las reacciones iniciales de ciertas partes del público brasileño y sudafricano, y podría considerarse como una característica de las primeras etapas del desarrollo del turismo en barrios marginales. Para mayor información al respecto, véase el índice de irritabilidad (conocido también como el Modelo Irridex) formulado por Doxey (1975). Este autor describe las cinco fases de la metamorfosis que desencadena el turismo en un destino y los niveles de irritación de los habitantes a medida que se transforma su entorno. Dyson (2012: 271) sostiene que:

"En todos los casos, el apoyo al turismo en barrios marginales parece originarse en las clases media y alta, mientras que los residentes afectados por el turismo en estos barrios tienden a sancionarlo francamente".

Dyson (2012) desarrolla aún más el concepto de representación e interpretación en su investigación sobre los paseos por los barrios marginales en Dharavi, India, y concluye que las visitas a estos barrios se realizan para representar la "realidad" y contrarrestar las imágenes negativas "falsas" o "ficticias" que sobre ellos predominan en las representaciones occidentales. El autor reconoce el debate que pudiera generarse por esta interpretación, observando que las representaciones son siempre subjetivas, condicionales e inciertas.

Es importante señalar aquí que las contribuciones de los diversos autores demuestran que la perspectiva local es relativamente desconocida. Hasta el momento, la investigación se ha centrado en las perspectivas de los operadores turísticos en los barrios marginales y los turistas (Frenzel *et al.*, 2015). Como señala Freire-Medeiros (2012), tanto las percepciones de las comunidades anfitrionas como la interacción con otros negocios locales han sido muy poco estudiadas. Si bien puede haber razones lógicas para ello, la falta de conocimiento sobre este asunto parece ser una de las deficiencias

más importantes hoy en día y requiere por lo tanto de investigaciones más profundas (Frenzel & Koens, 2012).

Actitudes de la comunidad hacia el turismo

Como señaló Lankford (1994), hasta la década de los ochenta los investigadores de turismo se centraron en los viajeros, sus necesidades, comportamientos y motivaciones. La mayor parte de las investigaciones se realizaron para la conveniencia de los turistas, mientras que las percepciones y actitudes de las comunidades locales hacia la industria se consideraban menos prioritarias (Murphy, 1985). En apoyo de este punto de vista, Krippendorf (1987) observó que las investigaciones sobre la psicología y la sociología del turismo se habían ocupado en gran medida de los comentarios (la retroalimentación) y el comportamiento de los viajeros, pero no de las percepciones. Es importante resaltar que en las dos últimas décadas se han llevado a cabo un gran número de estudios centrados en el tema, al darse cuenta de la importancia de investigar sobre las actitudes de la comunidad receptora hacia el turismo, y hoy en día sigue siendo un área de investigación cada vez más amplia e importante (García, Vázquez & Macías, 2015; Hunt & Stronza, 2014; Lepp, 2007; Black & Cobbinah, 2016).

El turismo es un fenómeno sociocultural tanto para el huésped como para el anfitrión (Murphy, 1985), por lo que el desconocimiento de las opiniones de los anfitriones puede conducir a muchos problemas en su desarrollo. Murphy (1985: 118) sostiene que:

"Si el turismo merece su seudónimo de ser la industria de la hospitalidad, debe mirar más allá de sus propios intereses y de los de sus empleados, y considerar los impactos sociales y culturales que está teniendo sobre la comunidad anfitriona en general".

Ahora se ha reconocido ampliamente que los planificadores y los empresarios deben tener en cuenta las opiniones de la comunidad receptora para que la industria sea sustentable a largo plazo (Sharpley, 2014). Sin una comunidad local participativa y satisfecha será difícil lograr y mantener un desarrollo turístico sustentable (Inbakaran & Jackson, 2003).

Williams & Lawson (2001) coinciden en que estudiar las actitudes de la comunidad hacia el turismo ayudaría a los planificadores de esta actividad a seleccionar aquellos desarrollos que pueden minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos. Al hacerlo, se mantendría o mejoraría la calidad de vida de los residentes, por un lado, y por el otro se minimizarían los impactos negativos del turismo en la comunidad.

Para entender los factores determinantes de la percepción hacia los impactos del turismo, se destacan las investigaciones que analizan la relación entre las características sociodemográficas y las actitudes de las comunidades anfitrionas, como son el género (Ritchie, 1988; Weaver & Lawton, 2001), la edad (Brougham & Butler, 1981; Fredline & Faulkner, 2000; Madrigal, 1993; Weaver & Lawton, 2001),

la etnicidad (Var, Kendall & Tarakcioglu, 1985), la proximidad al recurso o sitio turístico (Jurowski & Gursoy, 2004; Madrigal, 1993; Weaver & Lawton, 2001), el tiempo de residencia en el lugar (Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Liu & Var, 1986), estatus como nativos del lugar (Canan & Hennessy, 1989; Davis, Allen & Cosenza, 1988) y la posición política que ocupan en la sociedad (Mansfeld, 1992). Además de estos factores sociodemográficos, se encontró en otros estudios que la dependencia de los ingresos con respecto al turismo (Ap, 1990; Johnson, Snepenger & Akis, 1994), el nivel de contacto con los turistas (Akis, Peristianis & Warner, 1996; Davis *et al.*, 1988) y el conocimiento sobre el turismo (Davis *et al.*, 1988; Hillery, Nancarrow & Syme, 2001; Liu & Var, 1986), influyen en las actitudes hacia el turismo.

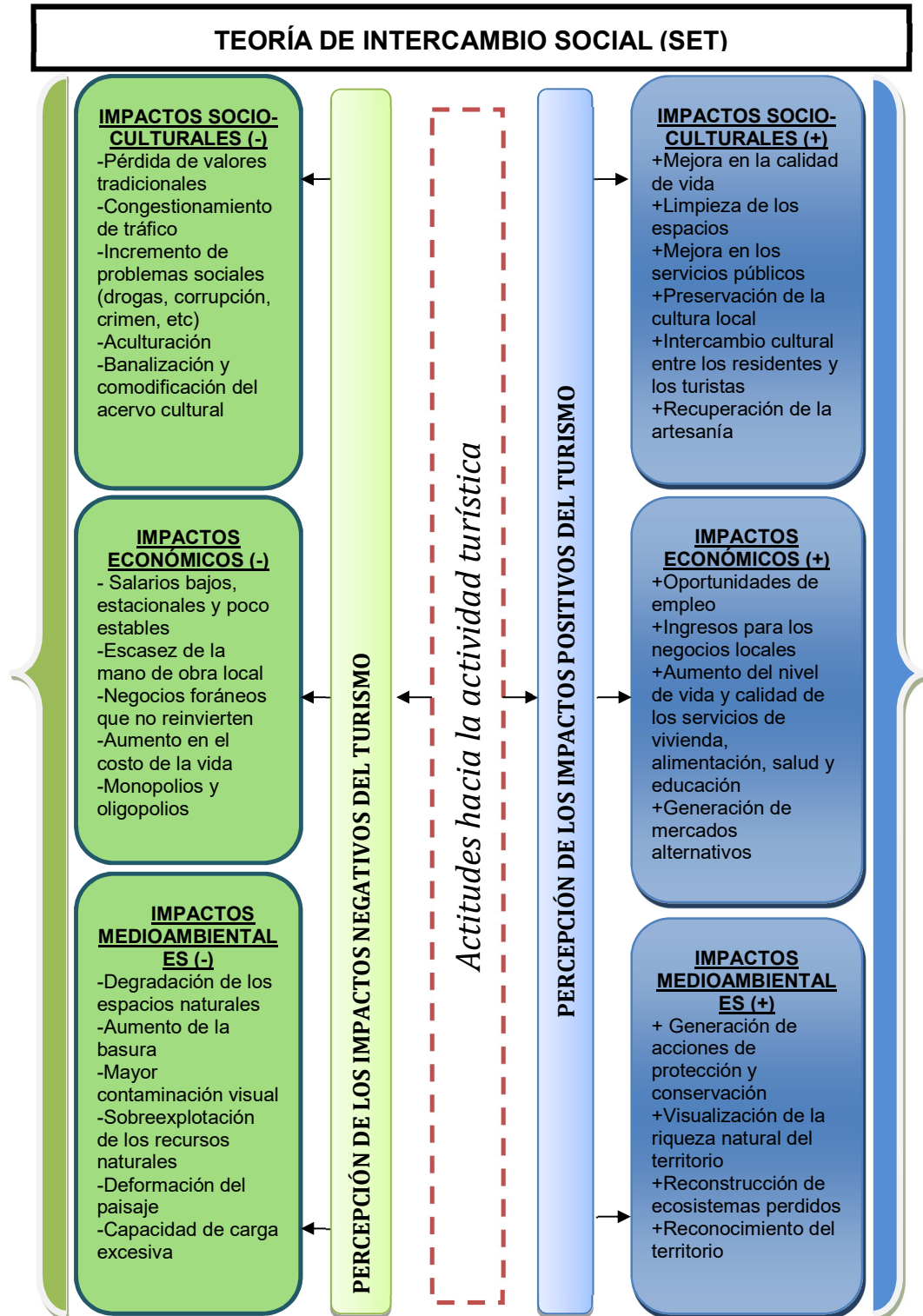
En muy pocos estudios se han analizado directamente las actitudes y percepciones de los residentes hacia el turismo en los barrios marginales (Mekawy, 2012; Slikker & Koens, 2015; Frenzel *et al.*, 2015). Como indicaron Frenzel & Koens (2012), durante la ya mencionada conferencia sobre el turismo en los barrios marginales, se manifestó claramente una ausencia de investigaciones sobre las perspectivas, opiniones, actitudes y percepciones de las poblaciones locales hacia esta nueva modalidad de turismo. Sólo un limitado número de artículos abordó este tema, y no se presentaron trabajos en cuanto a las formas de involucramiento de las empresas locales. Los autores señalaron que la falta de investigación sobre estas cuestiones podría deberse a razones prácticas. Con frecuencia, las barreras lingüísticas y culturales entre investigadores y la población local hacen que este tipo de investigación (particularmente la empírica) sea mucho más difícil de realizar que la investigación sobre turistas (Frenzel & Koens, 2012). Esta brecha en la investigación ha limitado enormemente la comprensión de los factores que influyen en las actitudes y el comportamiento de los habitantes de los barrios marginales hacia los turistas. En la literatura general del turismo, se ha sugerido un análisis más profundo sobre esta área de investigación (Frenzel *et al.*, 2015), lo que permitirá mantener una relación armoniosa entre los turistas de barrios marginales y las comunidades anfitrionas, logrando el desarrollo turístico sustentable a largo plazo (Weiner, 2009).

La presente investigación se desarrolló en el marco de la Teoría del Intercambio Social (Social Exchange Theory - SET por sus siglas en inglés), que según Orgaz-Agüera & Moral Cuadra (2015), es una teoría sociológica general preocupada por la comprensión de intercambio de recursos entre individuos y grupos en una situación de interacción, y se basa en la premisa de que el comportamiento o la interacción social es un intercambio de actividad, tangible o intangible, particularmente de recompensas y costos. Analiza también cómo la estructura de recompensas y costos en una relación afecta a los patrones de interacción.

Referente al turismo (Figura 1), la Teoría del Intercambio Social implica que la percepción y el apoyo de los residentes depende de las evaluaciones que hacen de los beneficios y costos generados por la industria turística (Andereck *et al.*, 2005 citado por Orgaz-Agüera & Moral Cuadra, 2015). Por tanto, esta teoría ha proporcionado la base conceptual para el examen de las interrelaciones entre las percepciones de los costos y beneficios, los impactos positivos y negativos y el apoyo al turismo (Ward

& Berno, 2011). En este sentido, la Teoría del Intercambio Social especifica el intercambio de recursos tangibles o intangibles que los residentes y los turistas pueden dar y recibir en el contexto turístico.

Figura 1: Marco conceptual de la relación entre el turismo y la Teoría de Intercambio Social



Fuente: Elaboración propia con base en la Teoría de Intercambio Social (SET)

El punto de partida para el intercambio social viene de la necesidad de ser recíprocos con relación a los beneficios obtenidos, para continuar recibiendo (Moore & Cunningham, 1999 citado por Orgaz-Agüera & Moral Cuadra, 2015). De esta forma, los residentes que encuentran el intercambio beneficioso para su bienestar mostrarán interés en apoyar el turismo y tendrán reacciones positivas hacia los turistas. Por el contrario, los residentes que ven el intercambio como problemático se opondrán al desarrollo del turismo. Es consistente en la literatura que existe una relación significativa entre los impactos socioeconómicos percibidos del turismo y las actitudes de la comunidad receptora hacia el sector y, según Krippendorf (1987), esta relación debe formar parte importante de las investigaciones del fenómeno turístico. El presente artículo se centra en analizar las actitudes y percepciones de las comunidades anfitrionas hacia el turismo en los barrios marginales y el basurero de Mazatlán.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se realizó en un basurero y en cuatro barrios marginales adyacentes a éste, ubicados en el municipio de Mazatlán (Figura 2), que es una ciudad turística localizada en la costa del Océano Pacífico al norte de México con una población de 502,547 habitantes (INEGI, 2015), y que figura entre los 10 destinos de sol y playa más importantes del país. En 2016 Mazatlán recibió 2.367.088 visitantes, superando las llegadas de turistas del año 2015 por 190.047, es decir que aumentaron un 9% (SECTUR Sinaloa, 2017), y convirtiéndose en el destino más visitado del estado de Sinaloa.

Es un destino popular para vacacionar y el preferido de ciudadanos canadienses y norteamericanos de alto poder adquisitivo y retirados (Dürr, 2012), la mayoría de los cuales son turistas de segundas residencias, dueños de propiedades de tiempo compartido. Otras actividades económicas que aportan a la economía de Mazatlán aparte del turismo son la pesca y la agricultura. El destino se precia de contar con numerosos centros turísticos de lujo y de atraer a migrantes estacionales de las regiones rurales, por ejemplo de Villa Unión, El Roble y El Recodo. Estos migrantes por lo general viven en las afueras de la ciudad, donde pueden pagar una vivienda barata. La mayoría de estas áreas se encuentran en condiciones de pobreza y carecen de la infraestructura más básica. En consecuencia, algunos de los barrios marginales de la ciudad, por ejemplo Urias, han surgido como resultado del aumento del costo de la vivienda, un impacto atribuido al elevado costo del turismo lujoso de sol y playa

La investigación se realizó bajo la perspectiva metodológica mixta, mediante un enfoque de triangulación que implicó el análisis de distintas bases de datos primarias. En la parte cuantitativa se aplicó una encuesta con preguntas en una escala Likert, y el marco de muestreo se obtuvo de la base de datos sobre los hogares en el área de estudio proporcionada por la iglesia evangélica local. Los encuestados fueron seleccionados al azar de la mencionada lista de muestreo, y el tamaño de la muestra fue de 130 personas. Éste se calculó utilizando la fórmula estadística de Morse (2003) con precisión de +5%, y nivel de confianza del noventa y cinco por ciento. Se tomó como base el total de habitantes en el área de estudio (cuatro localidades contiguas al basurero), y a partir de ahí, se estimó cuántos habitantes se encuentran involucrados directa o indirectamente en las visitas de los turistas.

Tomando en cuenta el alcance teórico y empírico, se considera que la muestra generada del cálculo es adecuada para representar la población general. La fórmula de Morse es la siguiente:

.Figura 2: Municipio de Mazatlán



Fuente: Mapsofworld (2017) y Mazatlaninteractivo (2013)

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra requerida.

N = Aproximación de la población meta (total de los habitantes en el área de estudio que abarca las cuatro localidades contiguas al basurero).

Z_{α}^2 = Constante estadístico que representa el nivel de confianza/seguridad del 95% (1.962).

p = Probabilidad de éxito, o proporción esperada. Se parte del supuesto que aproximadamente el 10% de los habitantes en el área de estudio se involucran directamente o indirectamente en las visitas de los turistas. Por lo que $p = 0.1$.

q = Probabilidad de fracaso, sería del 90%, por lo que $q = 1 - p = (1 - 0.1) = 0.9$, se refiere al porcentaje estimado de los habitantes en el área de estudio que no se involucran directa o indirectamente en las visitas de los turistas.

d = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción), se acepta el 5% por lo que $d = 0.05$.

$$n = \frac{(162,300)(1.96)^2(0.1)(0.9)}{(0.05)^2(162,299) + (1.96)^2(0.1)(0.9)} = 130.18$$

Aproximadamente 140 cuestionarios fueron administrados entre octubre de 2015 y mediados de febrero de 2016, previa verificación de su claridad y confiabilidad. De éstos, veinte cuestionarios se recibieron incompletos en respuestas importantes, y por lo tanto fueron eliminados del análisis. Finalmente, se obtuvieron un total de 120 cuestionarios útiles (10 cuestionarios menos que el tamaño de muestra deseado de $n=130$), que se analizaron a través del Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés), versión Windows 16.0. El análisis cuantitativo fue tanto descriptivo como inferencial.

En la parte cualitativa el estudio se basó en la descripción que hicieron los informantes de sus propias experiencias; luego inductivamente se identificaron y extrajeron temas de estas descripciones (análisis temático). En total, 11 miembros de la comunidad fueron seleccionados y entrevistados como parte del muestreo deliberado. Éstos satisfacían los criterios de muestreo establecidos de manera cuidadosa: 1. Ser recolectores de basura (pepenadores) y/o residentes de barrios marginales adyacentes 2. Tener por lo menos 18 años de edad; y 3. Tener una antigüedad de por lo menos 5 años de ser pepenador en el basurero o residente de los barrios adyacentes. Además, se realizaron dos grupos focales en los cuales participaron varios líderes de opinión: 2 turistas, 1 funcionario de la iglesia, 2 guías de turistas y 2 líderes comunitarios.

Adicionalmente, se asistió a siete de las visitas organizadas al basurero y a los barrios marginales durante la temporada alta de turismo en Mazatlán, que comprende los meses de noviembre a abril, y

durante la temporada baja que va de mayo a octubre, en las cuales se convivió con los pepenadores, y se participó en las actividades turísticas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se analizan las actitudes de los habitantes hacia el turismo en los barrios marginales y el basurero de Mazatlán. Es consistente en la literatura que las actitudes hacia cualquier tipo de turismo se miden en dos aspectos: positivos y negativos (Lankford, & Howard, 1994). Tomando en cuenta que los dos aspectos son inherentemente inobservables, se buscó explicarlos a través de las correlaciones entre las variables observadas. Por lo tanto, se utilizó una técnica estadística de reducción de datos llamada análisis factorial para reducir el amplio conjunto de variables en grupos homogéneos o factores (Morse, 2003), identificando las declaraciones sobre el turismo en los barrios marginales que correlacionan mucho entre sí. Antes del análisis factorial, se computó una matriz de correlación de todas las variables (declaraciones sobre el turismo en los barrios marginales), con el fin de identificar las que no parezcan estar correlacionadas con las otras. Más de 55% de todas las correlaciones generaron valores mayores a 0.40 y significatividad menor a 0.05, considerándose como ideales para el análisis factorial (Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards & Kim, 2004). En la extracción factorial, se aplicó el método de Análisis de Componentes Principales (ACP) para generar dos factores/componentes cuyos valores Eigen (Eigen-value) fueron superiores a 1 (véase el criterio de la raíz latente en Kim, Jun, Walker & Drane, 2015). Para facilitar la interpretación de los componentes, se utilizó una rotación ortogonal, también conocida como el Método Varimax (Kim *et al.*, 2015) para minimizar el número de declaraciones que tenían alta carga en un factor. Este método es el más utilizado y ofrece una clara separación entre factores (Sinclair-Maragh, Gursoy & Vieregge, 2015).

Se generaron dos factores que corresponden a las dos dimensiones de actitudes y que fueron denominados de la siguiente manera. Por un lado, el Factor 1 está compuesto de ocho ítems (declaraciones positivas) con cargas factoriales entre 0.510 a 0.872 y ninguna de ellas generó coeficientes mayores a 0.40. Por otro lado, el Factor 2 está compuesto de nueve ítems (declaraciones negativas) con cargas factoriales entre 0.530 a 0.870, y los nueve ítems generaron coeficientes menores a 0.40 en el primer factor. La fiabilidad de la consistencia interna de los ítems se estimó con el alfa de Cronbach, el valor de alfa para el Factor 1 de 0.81 fue suficientemente alto, mientras que el valor para el Factor 2 fue 0.68, un poco más del valor mínimo recomendado de 0.60 y cerca del valor 0.70 considerado como adecuado (Lankford & Howard, 1994). A continuación, se resumen los resultados del análisis factorial de las actitudes hacia el turismo en los barrios marginales y el basurero de Mazatlán (Tabla 1).

Tabla 1: Análisis factorial de las actitudes

Item		Componente/Factor	
		1	2
Declaraciones teóricamente positivas n = 120	Las visitas al basurero y a los barrios marginales son placenteras	0.702	-0.198
	Es correcto visitar los barrios marginales para observar cómo vive la gente	0.699	-0.243
	El futuro de esta zona está garantizado gracias a las visitas	0.730	-0.311
	Esta zona se encuentra mejor gracias a las visitas turísticas	0.799	-0.117
	Apoyo las visitas al basurero y a los barrios marginales	0.801	-0.099
	Recibo beneficios sociales de las visitas turísticas	0.858	-0.388
	Recibo beneficios económicos de las visitas turísticas	0.510	-0.234
Todo el mundo genera beneficios de las visitas turísticas	0.872	-0.199	
Declaraciones teóricamente negativas n = 120	Las visitas al basurero y a los barrios marginales no son apropiadas	-0.122	0.870
	Las visitas al basurero y a los barrios marginales son penosas	-0.217	0.599
	Los beneficios de las visitas al basurero y a los barrios marginales no son significativos	-0.316	0.639
	Muchas personas se han mudado de la zona debido a las visitas turísticas	-0.291	0.799
	Las visitas turísticas han aumentado/incentivado la migración hacia la zona	-0.210	0.684
	Las visitas al basurero y a los barrios marginales no son aceptables	0.356	0.701
	Los turistas que visitan la zona no interactúan con los lugareños	0.218	0.682
	No me importa si llegan o no llegan los turistas a la zona	-0.399	0.711
No es ético visitar al basurero y a los barrios marginales para observar cómo vive la gente	-0.371	0.530	
Método de extracción factorial: Análisis de Componentes Principales (ACP)			
Rotación: El Método Varimax (rotación ortogonal)			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Análisis descriptivo de las actitudes hacia las visitas al basurero y a los barrios marginales de Mazatlán

Categoría	Núm. de ítem	Ítems/declaraciones	Resultados			
			Media	Desviación Estándar	Valor Mínimo	Valor Máximo
Declaraciones teóricamente positivas n = 120	A4	Las visitas al basurero y a los barrios marginales son placenteras	2.75	1.332	1	5
	A5	Es correcto visitar los barrios marginales para observar cómo vive la gente	3.13	1.426	1	5
	A6	El futuro de esta zona está garantizado gracias a las visitas	2.26	1.154	1	5
	A7	Esta zona se encuentra mejor gracias a las visitas turísticas	3.16	1.311	1	5
	D2	Apoyo las visitas al basurero y a los barrios marginales	2.34	1.213	1	5
	C1	Recibo beneficios sociales de las visitas turísticas	3.26	1,182	1	5
	C2	Recibo beneficios económicos de las visitas turísticas	2.12	1.444	1	5
	C3	Todo el mundo genera beneficios de las visitas turísticas	3.16	1.203	1	5
	Media general de las declaraciones positivas			2.773		1

Declaraciones teóricamente negativas n = 120	A2	Las visitas al basurero y a los barrios marginales no son apropiadas	3.51	1.385	1	5
	A3	Las visitas al basurero y a los barrios marginales son penosas	4.16	1.148	1	5
	B1	Los beneficios de las visitas al basurero y a los barrios marginales no son significativos	4.18	1.13	1	5
	B2	Muchas personas se han mudado de la zona debido a las visitas turísticas	2.14	1.14	1	5
	B4	Las visitas turísticas han aumentado/incentivado la migración hacia la zona	2.41	1.178	1	5
	A1	Las visitas al basurero y a los barrios marginales no son aceptables	3.48	1.186	1	5
	B3	Los turistas que visitan la zona no interactúan con los lugareños	3.88	1.113	1	5
	D1	No me importa si llegan o no llegan los turistas a la zona	3.17	1.202	1	5
	D3	No es ético visitar al basurero y a los barrios marginales para observar cómo vive la gente	3.36	1.033	1	5
	Promedio general de las declaraciones negativas			3.366		1

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas

Se realizó un análisis descriptivo de los 17 ítems (8 declaraciones teóricamente positivas y 9 negativas) para facilitar la comprensión de las actitudes hacia las visitas. En la Tabla 2 se resumen los resultados de algunos parámetros (centralización, posición y dispersión) analizados.

En la Tabla se observa que entre más se acercaban los valores hacia el número 1 (que es el valor mínimo esperado de la escala Likert “Totalmente en desacuerdo”), más se negaba la declaración positiva y viceversa. Se puede concluir que, en general, los trabajadores del basurero y los residentes de los barrios marginales de Mazatlán tienen actitudes negativas hacia las visitas turísticas. Esto se evidencia por las puntuaciones más bajas que se obtuvieron en cuanto a las declaraciones teóricamente positivas (el promedio general fue de 2.773 con valores individuales de la media entre 2.12 y 3.26) y las puntuaciones más altas en cuanto a las declaraciones teóricamente negativas (el promedio general de 3.366 con valores individuales de la media entre 2.14 y 4.18).

En una de las entrevistas, se les preguntó a los pepenadores sobre su opinión acerca de la presencia de los visitantes en el basurero, y uno de ellos respondió:

“Sería bueno que los encuentros fueran beneficiosos o que hubiese más interacción, esto haría que la gente definitivamente perciba las visitas de manera positiva. Actualmente, los turistas tienden a ser controlados por los organizadores del tour de tal manera que limitan las interacciones a un tiempo muy corto, e incluso minimizan los beneficios directos que pudieran recibir de ellos, por lo tanto, a muchas personas no les importa si vienen o no... En general, las visitas no cambian nuestra situación... Quiero decir, vienen, nos observan y nos dan unos sándwiches y agua, pero no hacen que nuestras vidas mejoren” (Encuestado-A-1- [i]).

Se coincide con estudios previos (Black & Cobbinah, 2016; Lepp, 2007; Davis *et al.*, 1988; Lawson, Williams, Young & Cossens, 1998; Long, Perdue & Allen, 1990; Sheldon & Var, 1984) en que el turismo puede generar actitudes negativas. En Mazatlán, según los pepenadores y los residentes de los barrios marginales, los beneficios de las visitas no son tan significativos. Esta preocupación se evidencia por las puntuaciones más altas referentes a las declaraciones negativas (Tabla 1). Aún así, otros entrevistados señalaron que sí han resultado beneficiados de varios proyectos iniciados por la iglesia “El Viñedo” en la zona.

En general, los residentes no consideran que las visitas turísticas hayan mejorado la calidad de vida en la zona; la mayoría no estuvieron de acuerdo con la declaración positiva de que la zona ha mejorado gracias a las visitas turísticas (media=3.16). Sin embargo, no se percataron de que hubiera impactos sociales negativos a gran escala en la zona, y tienden a estar en desacuerdo con las declaraciones negativas de que *“muchas personas que vivían en estos barrios se han alejado debido a las visitas”*, y que *“las visitas al basurero y a los barrios marginales incrementan la migración”* (medias de 2.14 y 2.41 respectivamente). El número de residentes de otras localidades que están llegando a la zona como resultado de la turistificación está creciendo, aunque por ahora no es demasiado grande para crear un congestionamiento. Igualmente, la presencia de turistas en los barrios marginales ha creado muchas expectativas entre los locales que, si no se satisfacen rápidamente, crearán mucha desesperación a medida que la gente deje de trabajar y se ponga a esperar a que lleguen los turistas para llevarles beneficios. Se pudo observar a personas amontonadas alrededor de los turistas, algunos comportándose como mendigos, y pintando una imagen de lo que se podría llamar “el sufrimiento exagerado en el basurero”. Con relación a este tema, un encuestado declaró que:

“Los lugareños cambian su comportamiento en presencia de los turistas, y en ocasiones, exageran su situación para poder obtener más ayuda y atención. La mayoría de las interacciones se basan en mentiras e historias inventadas sobre cómo vive la gente en la zona. Y las condiciones, como en cualquier otra zona pobre pueden ser deplorables, pero la gente tiende a exagerar la situación” (Encuestado-B-2- [iv]).

Los organizadores deben hacer esfuerzos para mejorar los beneficios económicos y sociales para los trabajadores del basurero y residentes de los barrios marginales, de lo contrario, los impactos negativos percibidos especialmente sobre los beneficios económicos podrían escalar a niveles antagónicos y esto podría conducir a que haya conflictos. Lograr lo anterior resulta bastante difícil debido a que las visitas organizadas por “La Viña” no son comerciales, y probablemente sea necesario empezar a cobrar a los turistas que visitan estos barrios una cantidad fija y canalizar los recursos obtenidos a apoyar iniciativas de caridad que puedan beneficiar significativamente el bienestar de los residentes.

Además de las percepciones hacia los impactos socioeconómicos, los impactos culturales generaron también fuertes sentimientos negativos entre los encuestados. Aún así, la percepción que

tienen de los beneficios culturales no es tan negativa. Una de las principales preocupaciones que señalaron es que los turistas no interactúan suficientemente con los residentes locales (la puntuación media obtenida fue de 3.88). Esto limita en gran medida el nivel de intercambios interculturales entre los turistas y los residentes y, en consecuencia, ocasiona que los lugareños no tengan la oportunidad de aprender y experimentar otras culturas, por lo que se podrán volver hostiles hacia los turistas que los visitan. Uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

“Me siento mal que la gente no tenga esta oportunidad de cambiar su vida, al interactuar con los turistas que visitan la zona, ya que en la mayoría de los casos estos son personas que tienen un nivel de vida elevado y podrían fácilmente proporcionar un apoyo financiero para ayudarnos a resolver nuestros problemas económicos. En realidad, son los organizadores quienes quieren estar cerca de los turistas porque igualmente ellos tienen sus propios intereses” (Encuestado-A-2- [vi]).

Los encuestados también consideran que el turismo en los barrios marginales les causa pena y vergüenza y no es aceptable desde el punto de vista ético (puntuación media 4.16 y 3.36 respectivamente). Esto podría atribuirse al hecho de que esta forma de turismo oscuro se desarrolla aprovechando la situación de pobreza de los residentes locales como el atractivo principal, y ellos se dan cuenta de esto. Además, a los residentes locales no les hace gracia el estatus que les han asignado como custodios de la inmundicia y la miseria, por ser trabajadores del basurero o residentes de los barrios pobres. Uno de los pepenadores comentó:

“Es sólo la miseria de la gente lo que atrae a los turistas a esta zona: la pobreza y las condiciones deplorables que tenemos en el basurero. La vida aquí es difícil, poco divertida y desafiante. Estoy seguro de que los turistas que vienen a este lugar están motivados sólo de ver cómo la gente trabaja aquí, y de los extraordinarios esfuerzos que hacemos para sobrevivir. Por supuesto que hay algunos turistas que verdaderamente quieren ayudar, y lo podemos sentir cuando interactúan con nosotros, pero la verdad es que la mayoría viene a observar el sufrimiento en el basurero” (Encuestado-A-1- [v]).

A pesar de la percepción negativa general, fue interesante observar que la mayoría de los encuestados coincidieron en que continúen las visitas turísticas (media=3.13). Esto permite concluir que las actitudes hacia esta modalidad de turismo en la zona no han alcanzado aún los niveles indeseables. Por lo tanto, si se atienden a los causantes de las actitudes negativas (el bajo nivel de beneficios y la falta de interacción entre los residentes y los turistas); se podrá mejorar esa percepción. Derivado de las discusiones anteriores, se observa que los residentes no tienen ningún problema en recibir a los turistas. Sin embargo, se requiere de una relación mutua beneficiosa entre los organizadores, los turistas y la comunidad, y que las visitas se realicen de manera ética, por el motivo correcto: generar beneficios tangibles para los lugareños y ayudar a mejorar sus condiciones de vida. Actualmente, hay una sensación de desesperanza entre los residentes de la zona, que se demuestra en los resultados, ya que los encuestados tienden a estar de acuerdo con la declaración negativa de que no les importa si llegan los turistas a la zona o no (media = 3.17). Estos son signos de apatía que, si no se atienden, podrán generar mayor antagonismo hacia las actividades turísticas en la zona.

Llama la atención la evidente variación de las actitudes entre los habitantes, ya que se encontraron opiniones extremas, algunos apoyando u oponiéndose a las visitas turísticas, mientras que otros habitantes mantuvieron una posición neutral. Se reconoce la dificultad de explicar estas variaciones a través de algunos modelos de actitudes como Irridex de Doxey (Doxey, 1975), porque no toman en cuenta factores intrínsecos que pudieran influir en las actitudes y asumen un grado de homogeneidad y unidireccionalidad en las perspectivas hacia el turismo, y en la manera en que los residentes perciben y reaccionan al desarrollo del turismo (Faulkner & Tideswell, 1997). La integración de la Teoría de Intercambio Social (SET) permitió ver las actitudes como una compensación entre los beneficios y los costos percibidos por los residentes. Claramente se puede ver, a partir de los hallazgos, que los residentes reciben pocos beneficios del turismo en el área investigada y por consiguiente mostraron actitudes negativas.

CONCLUSIONES

En el presente estudio, se analizaron las actitudes y percepciones de los pepenadores y los residentes de los barrios marginales de Mazatlán hacia las visitas turísticas, y se pueden derivar varias conclusiones importantes de los resultados. En primer lugar, se demostraron actitudes negativas generales hacia las visitas de turistas, sobre todo en términos de los beneficios económicos y otros problemas e impactos sociales. Los residentes consideran como mínimo el nivel de beneficios que se derivan de los tours y la contribución general que hacen a su bienestar, y consideran que los beneficios actuales son escasos para justificar la continuidad del turismo en la zona. Esta conclusión coincide con los constructos teóricos de la Teoría Social del Cambio (SET), en que es más probable que los residentes apoyen el turismo si perciben más beneficios que costos y viceversa. Sin embargo, las actitudes no fueron uniformes entre todos los habitantes: algunos tienen actitudes favorables hacia las visitas turísticas y abogan por su continuidad, también, se encontraron actitudes neutrales. Es importante señalar que la negatividad hacia esta modalidad de turismo en la zona no ha llegado al punto en que los residentes se opongan totalmente a ella, pues la mayoría todavía consideran que se pueden mejorar los puntos débiles de su funcionamiento y asegurar beneficios para los lugareños.

En segundo lugar, se concluye que la limitada oportunidad de interacción entre los residentes locales y los turistas es uno de los factores que influyen en las actitudes. Esto se da por el "dominio externo" que ejerce la iglesia organizadora de las visitas. En general, las interacciones se limitan a unos cuantos pepenadores y residentes de los barrios contiguos que insisten en acercarse a los turistas y que tienen buenas habilidades comunicativas. Según los entrevistados, no tienen nada personal en contra de las visitas, pero reconocen que las interacciones actuales son superficiales y no suficientes. Se ha aumentado el número de turistas participantes, gracias a la promoción realizada por los organizadores, sin embargo, no se percibe un cambio en las condiciones de vida por parte de los residentes. De las discusiones anteriores, se puede concluir que tanto los beneficios directos (ingresos) como los indirectos (interacción con los turistas) influyen en las actitudes. Se recomienda que los organizadores permitan mayores interacciones y que se haga una selección adecuada para

atraer sólo a aquellos turistas que tienen intenciones de invertir su tiempo, recursos y talento para mejorar la vida de los lugareños.

A diferencia del turismo organizado en otros barrios como las favelas de Brasil, cabe reconocer que las visitas organizadas por “La Viña” son más filantrópicas que comerciales. Si bien se acepta que este tipo de programas o iniciativas pueden ser positivas para las comunidades locales, nunca se garantizan buenos resultados, ya que se identifican obstáculos muy comunes con las visitas comerciales que pueden conducir a fracasos. El Centro de los Viajes Responsables (CREST, por sus siglas en inglés) considera en su manual *Travelers’ Philanthropy Handbook* que los programas de filantropía de los viajeros deben enfatizar la calidad y no la cantidad de asociaciones entre las empresas turísticas, los viajeros y los proyectos de la comunidad local. Se coincide en que los participantes (en este caso los turistas) contribuyen mejor al bienestar de las comunidades locales cuando se involucran de manera directa e interactúan con los lugareños. Sin embargo, se sugiere que estas interacciones deben ser cuidadosamente planificadas. La filantropía de los viajeros, si no se hace correctamente puede fracasar terriblemente y conducir a resultados negativos como la dependencia excesiva, la corrupción, las promesas incumplidas que conducen al antagonismo, el conflicto entre los miembros de la comunidad local y los proyectos fracasados.

Las siguientes preguntas/consideraciones son cruciales en la ejecución de los futuros programas de filantropía: ¿Cómo se seleccionan a los beneficiarios de los apoyos? ¿Existe un plan o una política estratégica para guiar los apoyos? ¿Cómo se mide el impacto de los apoyos? En general, la planificación estratégica es fundamental para el logro de los objetivos de la filantropía de los viajeros. Se deben priorizar las necesidades e intereses de la comunidad para asegurar la sustentabilidad a largo plazo. Además, se deben poner en marcha medidas para evaluar el impacto longitudinal de los apoyos y comparar este impacto entre proyectos y organizaciones o empresas involucradas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akis, S.; Peristianis, N. & Warner, J.** (1996) "Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus". *Tourism Management* 17(3): 481-494
- Allen, L.; Long, P.; Perdue, R. & Kieselbach, S.** (1988) "The impact of tourism development on residents' perceptions of community life". *Journal of Travel Research* 27(1): 16-21
- Ap, J.** (1990) "Residents' perceptions research on the social impacts of tourism". *Annals of Tourism Research* 17(4): 610-616
- Beech, J.** (2000) "The enigma of holocaust sites as tourist attractions-the case of Buchenwald". *Managing Leisure* 5(1): 29-41
- Black, R., & Cobbinah, P. B.** (2016) "Local attitudes towards tourism and conservation in rural Botswana and Rwanda". *Journal of Ecotourism* 15(3): 1-27
- Bowers, C.** (2007) "Slum tourism: good or bad?" Oxford Books UP, London
- Brougham, J. E. & Butler, R. W.** (1981) "A segmentation analysis of resident attitudes". *Annals of Tourism Research* 8(4): 569-590
- Canan, P. & Hennessy, M.** (1989) "The growth machine, tourism and the selling of culture." *Sociological Perspectives* 32: 227-243
- CREST - Center for Responsible Travel** (2011) "Travelers' Philanthropy Handbook". disponible en: http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Travelers'_Philanthropy_Handbook_by_CREST.pdf. Recuperado el 18 de marzo, 2015
- Davis, D.; Allen, J. & Cosenza, R.** (1988) "Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism." *Journal of Travel Research* 27(2): 2-8
- Doxey, G. V.** (1975) "A causation theory of visitor irritants, methodology and research inferences". *Travel and Tourism Research Associations. Sixth Annual Conference Proceedings, San Diego*, pp. 95-98
- Doy, M.** (2008) "Slum tourism: Pro-poor or simple voyeurism?" (CABI) Centre for Agriculture and Biosciences International, Oxfordshire
- Dwyer, L.; Mellor, R.; Livaic, Z.; Edwards, D. & Kim, C.** (2004) "Attributes of destination competitiveness: a factor analysis". *Tourism Analysis* 9(1-1): 91-101
- Dyson, P.** (2012) "Slum tourism: Representing and interpreting 'reality' in Dharavi, Mumbai". *Tourism Geographies* 14(2): 254-274
- Dürr, E.** (2012) "Encounters over garbage: Tourists and lifestyle migrants in Mexico." *Tourism Geographies* 14(2): 339-355
- Faulkner, B. & Tideswell, C.** (1997) "A framework for monitoring community impacts of tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 5(1): 1-26
- Flyvbjerg, B.** (2006) "Five misunderstandings about case-study research". *Qualitative Inquiry* 12(2): 219-245
- Fredline, E. & Faulkner, B.** (2000) "Host community reactions: a cluster analysis." *Annals of Tourism Research* 27(3): 763-784

- Freire-Medeiros, B.** (2012) "Favela tourism. Listening to local voices". En: Frenzel, F.; Koens, K. & Steinbrink, M. (Eds.) *Slum tourism: Poverty, power and ethics*. Routledge, London, pp. 175-192
- Frenzel, F.; Koens, K.; Steinbrink, M. & Rogerson, C. M.** (2015) „Slum tourism: state of the art". *Tourism Review International* 18(4): 237-252
- Frenzel, F. & Koens, K.** (2012). *Slum tourism: Developments in a young field of interdisciplinary tourism research*". *Tourism Geographies - An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 14(2): 195-212
- Frenzel, F.; Koens, K. & Steinbrink, M. (Eds.)** (2012) "Slum tourism: Poverty, power and ethics". Routledge, London
- Frisch, T.** (2012) "Glimpses of another world: The Favela tourist attraction". *Tourism Geographies* 14(2): 320–338
- García, F. A.; Vázquez, A. B. & Macías, R. C.** (2015) "Resident's attitudes towards the impacts of tourism". *Tourism Management Perspectives* 13: 33-40
- Harvey, C.** (2006) "The two sides of Mazatlán". DVD, Promotion Video of La Viña, Mazatlán
- Hillery, M.; Nancarrow, B.; Griffin, G. & Syme, G.** (2001) "Tourist perception of environmental impact". *Annals of Tourism Research* 28(4): 853-867
- Hoogendoorn, G. & Giddy, J. K.** (2017) "Does this Look Like a Slum? Walking tours in the Johannesburg inner city". *Urban Forum*, Springer, Rotterdam, pp. 1-14
- Hunt, C. & Stronza, A.** (2014) "Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world". *Journal of Sustainable Tourism* 22(2): 279-298
- Inbakaran, R. & Jackson, M.** (2003) "Segmenting the host community: an empirical analysis of attitudes toward increasing tourism." Paper presented to International Interdisciplinary Conference, University of Otago, Dunedin, 8-11 December
- INEGI – Instituto Nacional de Estadística y Geografía** (2015) "Censo de Población y Vivienda. Anexos de la información por entidades federativas y los municipios." Disponible en: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/Sin/Poblacion/default.aspx?tema=ME&e=25>. Recuperado el 11 de julio, 2017
- Johnson, J.; Snepenger, D. & Akis, S.** (1994) "Residents' perceptions of tourism development." *Annals of Tourism Research* 21(numero): 629-642
- Jurowski, C. & Gursoy, D.** (2004) "Distance effects on residents' attitudes toward tourism". *Annals of Tourism Research* 31(2): 296-312
- Kim, W.; Jun, H. M.; Walker, M. & Drane, D.** (2015) "Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation". *Tourism Management* 48: 21-32
- Korstanje, M. E.** (2014) "Puntos esenciales del turismo oscuro, un debate conceptual". *Gran Tour - Revista de Investigaciones Turísticas* 10: 23-35
- Krippendorff, J.** (1987) "The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel". Butterworth Heinemann, Oxford
- Lankford, S.** (1994) "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development". *Journal of Travel Research* 32(3): 35-43

- Lankford, S. V. & Howard, D. R.** (1994) "Developing a tourism impact attitude scale". *Annals of Tourism Research* 21(1): 121-139
- Lawson, R. W.; Williams, J.; Young, T. & Cossens, J.** (1998) "A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations." *Tourism Management* 19(3): 247-256
- Lennon, J. J. & Foley, M.** (2000) "Dark tourism". Cengage Learning EMEA, Andover
- Lepp, A.** (2007) "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi Village, Uganda". *Tourism Management* 28(3): 876-885
- Liu, J. & Var, T.** (1986) "Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii." *Annals of Tourism Research* 13(2): 193-214
- Long, P. T.; Perdue, R. R. & Allen, L.** (1990) "Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism". *Journal of Travel Research* 28(3): 3-9
- Madrigal, R.** (1993) "A tale of tourism in two cities". *Annals of Tourism Research* 20(2): 336-353
- Mansfeld, Y.** (1992) "Group-differentiated perceptions of social impacts related to tourism development". *Professional Geographer* 44: 377-392
- Mapsofworld** (2017) "Mapa de Sinaloa". Disponible en: <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/mexico/sinaloa.html> Consultado 20 de Julio de 2017
- Mashada** (2006) "Slum tourism (poverty for sale) targets kibera and mukuru kayaba slums, Kenya. Disponible en: <http://www.mashada.com/forums/old-politics-forum-read-only/13758-slumtourism-poverty-sale-targets-kibera-mukuru-kayabaslums-kenya.html>. Recuperado el 04 de marzo, 2010
- Mazatlaninteractivo** (2017) "Municipio de Mazatlán". Disponible en: http://www.mazatlaninteractivo.com.mx/new/imagenes/stories/Archivos-2007/Sinaloa/mapas/mazatlan/mapa_de_mazatlan.jpg. Consultado 20 de Julio de 2017
- Mekawy, M. A.** (2012) "Responsible slum tourism: Egyptian experience". *Annals of Tourism Research* 39(4): 2092-2113
- Miller, D. S.; Gonzalez, C. & Hutter, M.** (2017) "Phoenix tourism within dark tourism: Rebirth, rebuilding and rebranding of tourist destinations following disasters". *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 9(2): 196-215
- Morse, J. M.** (2003) "Principles of mixed methods and multimethod research design". In: Tashakkori, A. & Teddlie, C. (Eds.) *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Sage, Thousand Oaks, pp. 189–208
- Murphy, P. E.** (1985) "Tourism: A community approach". Routledge, London
- Nisbett, M.** (2017) "Empowering the empowered? Slum tourism and the depoliticization of poverty". *Geoforum* 85: 37-45
- Orgaz-Agüera, F. & Moral Cuadra, S.** (2015) "La teoría del intercambio social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario. Una revisión de la literatura". *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo* 19. En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/desarrollo.html> Recuperado el 04 de marzo, 2016

- Ritchie, J.** (1988) "Consensus policy formulation in tourism". *Tourism Management* 9(3): 199-216
- Rogerson, C. M.** (2014) "Rethinking slum tourism: tourism in South Africa's rural slumlands". *Bulletin of Geography* 26(26): 19-34
- Rogerson, C. M.** (2004) "Urban tourism and small tourism enterprise development in Johannesburg: The case of township tourism". *GeoJournal* 60(1): 249-257
- Rolfes, M.; Steinbrink, M. & Uhl, C.** (2009) "Townships as attraction: An empirical study of township tourism in Cape Town". Potsdam Universitaetsverl, Potsdam
- Scheyvens, R.** (2007) "Exploring the tourism-poverty nexus". *Current Issues in Tourism* 10(2): 231-254
- Science Daily** (30 de enero de 2010) "Does Slum tourism make us better people?" University of the West of England Science Daily online. Disponible en: <http://www.sciencedaily.com/releases/2010/01/100128142349.htm>. Recuperado el 4 de marzo, 2010
- SECTUR Sinaloa** (2017) "Principales Indicadores de Turismo 2011 [acumulado enero-diciembre] - 2017 [primer cuatrimestre]." Disponible en: http://www.laipsinaloa.gob.mx/index.php?view=items&cid=22%3Ast&id=437%3A2017-01-24-23-29-48&format=pdf&option=com_flexicontent&Itemid=574. Recuperado el 22 de junio, 2017
- Selinger, E. & Outterson, K.** (2009) "The ethics of poverty tourism". Boston School of Law Working Papers. Disponible en: <http://www.bu.edu/law/faculty/scholarship/workingpapers/documents/SelingerEOuttersonK06-02-09.pdf> Recuperado el 20 de febrero, 2017
- Sharpley, R.** (2014) "Host perceptions of tourism: A review of the research". *Tourism Management* 42: 37-49
- Sheldon, P. & Var, T.** (1984) "Resident attitudes to tourism in North Wales". *Tourism Management* 5(1): 40-47
- Shondell Miller, D.** (2008) "Disaster tourism and disaster landscape attractions after Hurricane Katrina: An auto-ethnographic journey". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 2(2): 115-131
- Sinclair-Maragh, G.; Gursoy, D. & Vieregge, M.** (2015) "Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach". *Journal of Destination Marketing & Management* 4(1): 36-45
- Slikker, N. & Koens, K.** (2015) "Breaking the silence: Local perceptions of slum tourism in Dharavi". *Tourism Review International* 19(1-2): 75-86
- Stone, P. & Sharpley, R.** (2008) "Consuming dark tourism: A thanatological perspective". *Annals of Tourism Research* 35(2): 574-595
- Strange, C. & Kempa, M.** (2003) "Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island". *Annals of Tourism Research* 30(2): 386-405
- Tribe, J.** (1997) "The indiscipline of tourism". *Annals of Tourism Research* 24(3): 638-657
- Var, T.; Kendall, K. W. & Tarakcioglu, E.** (1985) "Resident attitudes towards tourists in a Turkish resort town". *Annals of Tourism Research* 12(4): 652-658
- Ward, C. & Berno, T.** (2011) "Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists". *Annals of Tourism Research* 38(4): 1556-1569

Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2001) "Resident perceptions in the urban-rural fringe". *Annals of Tourism Research* 28(2): 439-458

Weiermair, K. & Peters, M. (2000) "Tourist attractions and attracted tourists: how to satisfy today's fickle tourist clientele?" *Journal of Tourism Studies* 11(1): 22-29

Weiner, E. (2009) "Slumming it: Can slum tourism be done right? World hum. Disponible en: <http://www.worldhum.com/features/eric-weiner/slum-tourism-the-responsible-way-200903121>. Recuperado el 16 de marzo, 2017

Williams, J. & Lawson, R. (2001) "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research* 28(2): 269-290

Zerva, K. (2010) "Turismo oscuro y destinos: en búsqueda de una experiencia auténtica". *Investigación en Ciencia Regional* 1(1): 63-72

Zijlma, A. (2010) "Slum tourism". Anouk's Africa Travel Blog. Disponible en: <http://goafrica.about.com/b/2010/03/11/slum-tourim.htm>. Recuperado el 8 de mayo, 2017

Recibido el 05 de agosto de 2017

Reenviado el 20 de septiembre de 2017

Aceptado el 23 de septiembre de 2017

Arbitrado anónimamente